

РЕЖЖАУ

Руководство
по фирменному стилю
РЕЖАУ

Содержание

1

Логотип

Основная версия логотипа
Охранное поле

Дополнительные версии логотипа

Недопустимое использование
логотипа

с. 4

2

Цветовая система

Основные цвета и оттенки

Использование цветов
Цветовое соотношение

с. 8

3

Шрифтовая система

Фирменный шрифт

Использование фирменного
шрифта

Замена фирменного шрифта

с. 11

4

Слоган

Графические версии
Варианты использования

Пропорции

Цветовое решение

Заменяемость графических
элементов

с. 15

5

Фотографии

Стиль фотографий

Фотофильтр

с. 17

6

Принципы компоновки

Пропорции элементов
Вертикальный формат

с. 22

7

Кобрендинг

Принцип размещения
логотипа партнера
Соотношение логотипов

с. 26

8

Графика. Паттерн

Дополнительные элементы
Цветовые решения
Вариативность
Примеры использования
Паттерн

с. 29

9

Бокс для привлечения внимания

Вариации
Цвета. Примеры

с. 37



ЛОГОТИП

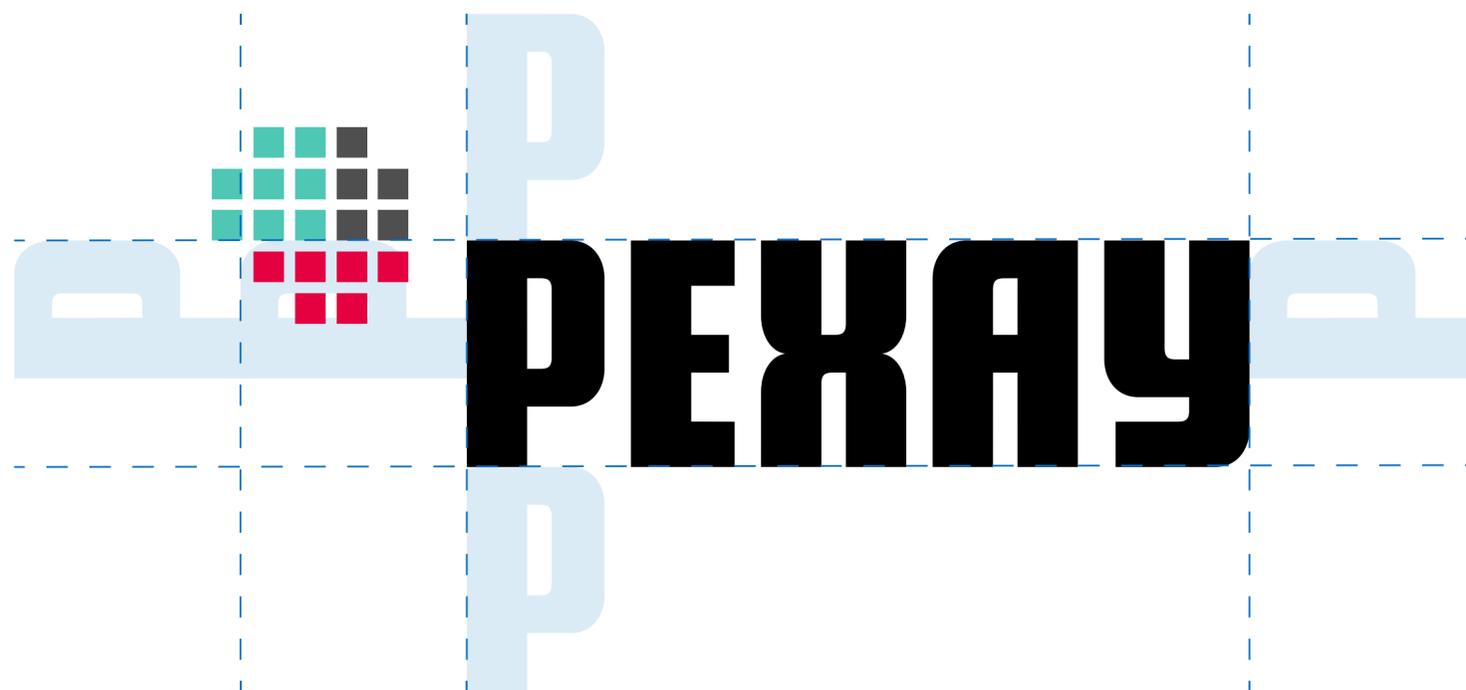
В этом разделе описаны
основные правила
использования логотипа



Логотип. Основная версия логотипа. Охранное поле

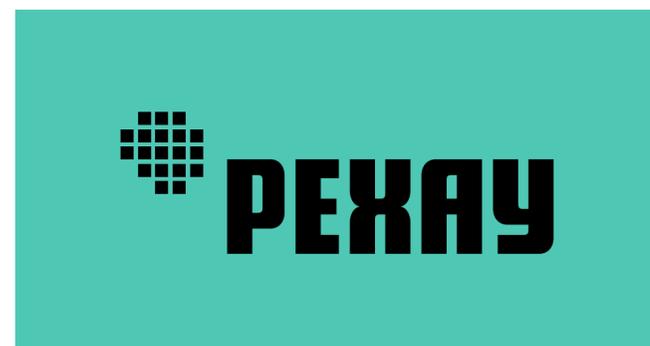
Логотип РЕХАУ современный и запоминающийся, благодаря его динамичным цветам и большим черным буквам, мгновенно привлекающим внимание. Знак логотипа символизирует объединение групп компаний и направлений бизнеса. Логотип РЕХАУ является главным активом бренда и неотъемлемым элементом его фирменного стиля.

На данной странице показано охранное поле логотипа, в пределах которого не должны размещаться другие элементы дизайна.



Логотип. Дополнительные версии логотипа

Цветной логотип всегда является основным логотипом, но в зависимости от применения его можно заменить на монохромную версию. Логотип используется в белом и черном цветах на цветном (например, Активном Красном) или темном фоне для обеспечения наилучшего контраста и разборчивости. В качестве альтернативы, для светлого фона изображения лучше всего подойдет логотип в черном цвете. Логотип может быть черным, если цветопередача технически невозможна, или белым, если ни цвет, ни черный невозможно применить (например, текстиль, подарки, товары).



Логотип. Недопустимое использование логотипа

На этой странице приведены примеры недопустимого использования логотипа.

1. Нельзя добавлять элементы к существующему логотипу.
2. Не располагать основную версию логотипа на цветном фоне и фотографиях.
3. Не создавать комбинации из текущих трех вариантов логотипов.
4. Не перекрашивать.





Цветовая система

В этом разделе описаны
основные цвета бренда
и общий подход к системе
выбора цвета

Цветовая система.

Основные цвета и оттенки

РЕХАУ имеет ярко выраженную современную цветовую палитру. Наши цвета выглядят цифровыми и придают нам современный вид.

Белый используется нейтрально в качестве фонового цвета для логотипа и текста.

Активный Красный и **Умный Зеленый** используются в уменьшенном виде, чтобы выделить важный контент и выделить основные моменты (информационные блоки, призывы к действию, тизерные тексты, привлекающие внимание).

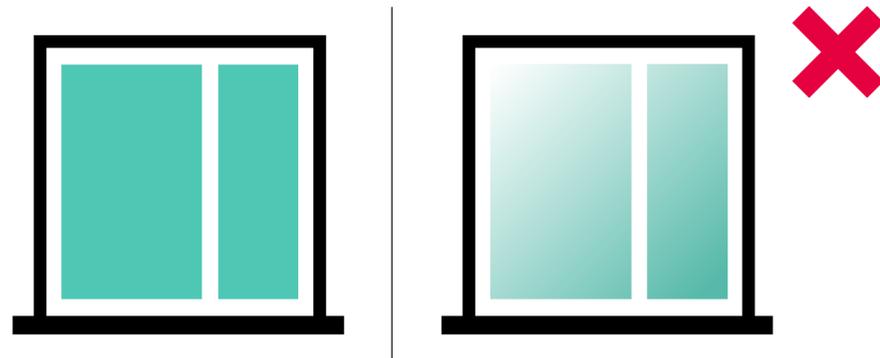
Черный в основном используется для текста.

Единственный цвет из нашей палитры, который имеет оттенки, это черный.

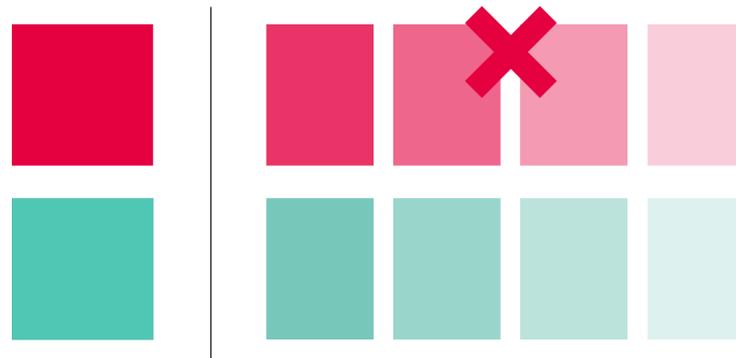
Белый CMYK 0/0/0/0 RAL 9003 Hex ffffff sRGB 255/255/255	Активный Красный CMYK 0/100/65/0 RAL 3028 PANTONE 199 PC Hex e50040 sRGB 229/0/64	Умный Зеленый CMYK 60/0/30/0 RAL 6033 PANTONE 3258 C Hex 4fc7b5 sRGB 79/199/181	Черный CMYK 0/0/0/100 RAL 8022 PANTONE Black 6 Hex 000000 sRGB 0/0/0
--	---	---	--

Оттенок РЕХАУ Черный 20 CMYK 0/0/0/20 Hex d9d9d9 sRGB 217/217/217	Оттенок РЕХАУ Черный 40 CMYK 0/0/0/40 Hex b0b0b0 sRGB 176/176/176	Оттенок РЕХАУ Черный 60 CMYK 0/0/0/60 Hex 818181 sRGB 129/129/129	Оттенок РЕХАУ Черный 80 CMYK 0/0/0/80 RAL 7043 PANTONE Cool Gray 11 Hex 4e4e4e sRGB 78/78/78
---	---	---	--

Цветовая система. Использование цветов. Цветовое соотношение



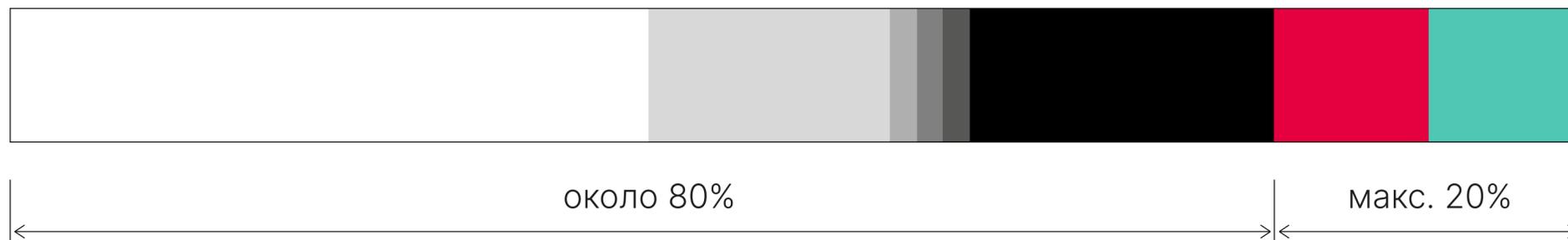
Никогда не используйте корпоративные цвета PEHAU в качестве градиентов.



Никогда не используйте корпоративные цвета PEHAU ниже 100%.

Фирменные цвета подчеркивают следующие элементы: призыв к действию, смарт-таг, логотип, типографика выделения, привлечение внимания, информационное окно, кнопки, ссылки. Фирменные цвета всегда используются в равных пропорциях. Обратите внимание на соотношение цветов (**80% черно-белое + 10% Активный Красный + 10% Умный зеленый**).

Основные цвета — белый и черный/все оттенки черного. При использовании Активного Красного не забудьте также использовать Умный Зеленый. В пределах одной страницы всегда должны быть оба цвета — Активный Красный и Умный Зеленый.





Шрифтовая система

В этом разделе описан
фирменный шрифт
и приведены примеры
использования

Шрифтовая система. Фирменный шрифт

Inter Light

Inter Medium

Inter Bold

Inter Extra Bold

Фирменный шрифт РЕХАУ **Inter** **современный, эффектный и уверенный**. Этот шрифт дает нам осязаемую, узнаваемую подпись в любой точке мира. Благодаря своему современному внешнему виду он идеально подходит для цифровых и печатных СМИ, обеспечивая единый образ для всех материалов. Относится к категории гротески для заголовков и текстов. Содержит множество начертаний. Поддерживает 79 языков.

Из семейства **Inter** нам нужны 4 начертания: **Light, Medium, Bold и Extra Bold**. Курсив не используется.

Inter Extra bold для заголовка.

Inter Light для подзаголовка
или маркера.

Inter Light для текста. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. Morbi nec tortor diam.
Vivamus tellus dolor. **Inter medium** для URL

Inter Medium для инфобокса. Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adipiscing elit. Morbi nec tortor diam.
Vivamus tellus dolor, ullamcorper vitae blandit nec.

Light

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.

Medium

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.

Bold

**Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.**

Extra Bold

**Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.**

Шрифтовая система. Использование фирменного шрифта

Inter — наш шрифт для Интернета и печати.

Для заголовков мы используем **Inter Extra Bold**,
для основного текста **Inter Light**. Таким образом создается
четкая иерархия при передаче нашего сообщения клиентам.

Обычно мы используем прописные и строчные буквы.
Заглавные буквы используются только при упоминании
бренда PEXAY.

Кроме указанных здесь шрифтов, никакие другие шрифты
не допускаются — даже для слоганов или названий продуктов.

Мы используем два варианта для выделения информации
внутри текста. Основной вариант это **Inter Medium** плюс
выделение цветом. Дополнительный вариант - **Inter Bold**
с использованием цвета основного текста.

Arial Bold для заголовка.

Arial Regular для подзаголовка
или маркера.

Arial Regular для текста. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. Morbi nec tortor diam. Vivamus
tellus dolor. **Arial Bold для URL**

Arial Regular для инфобокса. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. Morbi nec tortor diam. Vivamus
tellus dolor, ullamcorper vitae blandit nec.

Regular

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.

Bold

**Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Morbi nec tortor diam.**

Шрифтовая система. Замена фирменного шрифта

Arial будет использоваться в качестве замены шрифта в исключительных случаях, когда шрифт Inter недоступен (например, для внешних офисных документов или документов электронной почты). Поскольку этот шрифт доступен в большинстве операционных систем и онлайн-приложений, его использование гарантирует единообразие всех наших коммуникаций.

Для электронных документов следует использовать два начертания системного шрифта Arial: **Regular** и **Bold**.

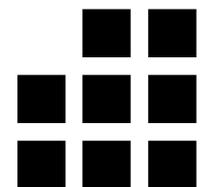
Важно

Шрифт Arial не следует использовать в тексте коммуникационных материалов, предназначенных как для печати, так и для цифровой среды: корпоративных сайтов и мобильных приложений. Inter — основной шрифт, который используется для оформления всех коммуникаций бренда, и именно он должен использоваться везде, где это возможно.

A large, stylized grey number '4' is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom. It has a thick, blocky appearance with a white negative space in the upper left portion.

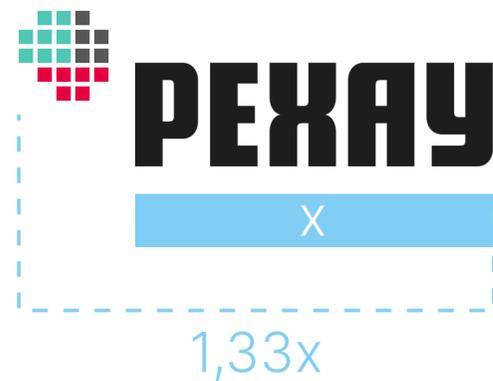
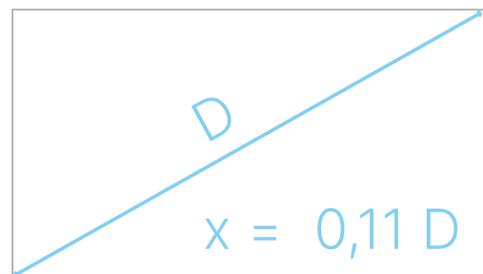
Слоган

Этот раздел посвящен
слогану и вариативности
его использования



Решения для дома и бизнеса

Решения для дома и бизнеса



Версия с использованием
графического элемента
и шрифтового начертания.

Версия с использованием
только шрифтового начертания.

Слоган. Графические версии. Варианты использования

Наш слоган доступен в лаконичном черном цвете. Состоит из графического знака, составляющего визуальную рифму с логотипом, и шрифтового начертания.

Имеет две версии: с графическим знаком и без него.

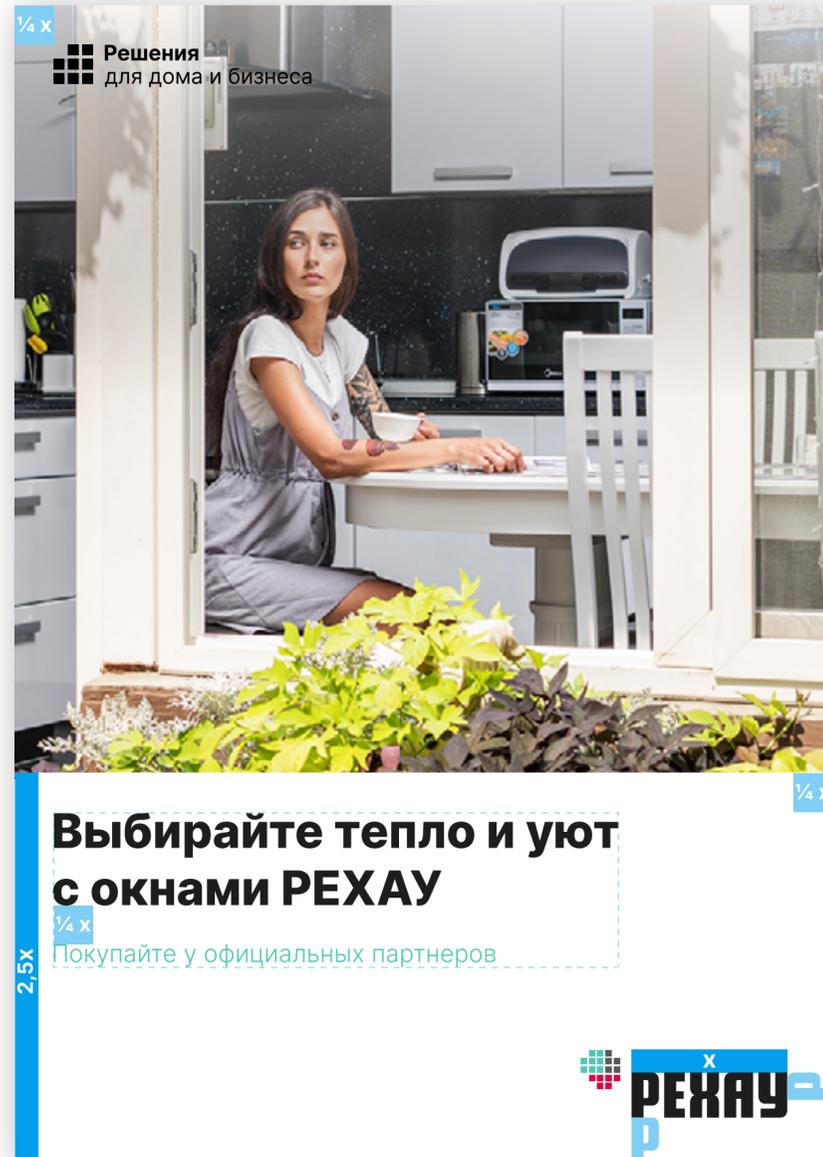
Если слоган располагается в непосредственной близости с логотипом, то следует использовать версию слогана без графического знака, как это представлено на страницах 23-24.

Размер слогана в макете так же привязан к пропорциям принципов компоновки.

Слоган. Цветовое решение

Слоган допустимо располагать на фоне фотографии вне белого бокса. В этом случае следует использовать версию, содержащую графический знак и шрифтовое начертание.

Слоган может использоваться в белом цвете в зависимости от цвета фона. Если фон белый или светлый, то лучше всего подойдет черный вариант. И наоборот, если фон черный или темный, то больше всего подойдет белый вариант.



Слоган. Заменяемость графических элементов

В некоторых макетах можно заменять графические элементы слоганом, например на биллбордах.

В этом случае следует придерживаться приведенных выше принципов компоновки, например отступы от края, кратные значению x или выбор цвета для слогана в зависимости от фона.





Фотографии

В этом разделе описан
стиль фотографий
и применяемый
фотофильтр

Фотографии. Стиль фотографий



Наш стиль фотографии является важной частью, которая дополняет наш бренд, **перспективное мышление, эффектность и гостеприимство**, а также визуальную интерпретацию нашей цели. Примеры, показанные здесь, являются ориентацией для обработки изображений. Предусматривать универсальный фильтр не имеет смысла, так как условия освещения могут сильно различаться на каждой съемке.

Изображения имеют сильное влияние. Они заставляют нас чувствовать что-то реальное. Они двигают нас. Наши изображения делают гораздо больше, чем просто отображают нашу продукцию. Каждое изображение напрямую связано с нашими «Решениями для жизни и бизнеса».

Концепция: **Образы РЕХАУ аутентичны и непринужденны.** Как компания, стремящаяся «улучшить жизнь», наш визуальный ландшафт изображает людей беззаботно, несложно и просто. Используя изображения, чтобы продемонстрировать, что РЕХАУ превосходит потребности клиентов (т. е. инновационные продукты), мы ставим людей и их повседневные жизненные ситуации в центр внимания. Наконец, наши **изображения наполнены ощущением легкости, простоты, оптимизма и непринужденности**, что обеспечивает четкое соответствие стратегии и цели нашего бренда.

Фотографии. Фотофильтр



Мир изображений PEHAU манит и впечатляет. Изображения имеют высокую долю ярких цветов и очень богаты контрастом. Насыщенность немного повышена, тем не менее оттенки кожи выглядят естественными. Однако цвета изделий остаются аутентичными и неизменными.

Цветовая гамма изображения правдоподобна и динамична. Сцена залита теплым светом. Этот эффект можно улучшить, используя ColorLookUp «Crisp_Warm» в Photoshop. Однако в целом предоставить универсальный фильтр для обработки не представляется возможным, так как условия освещения на съемочной площадке всегда разные. Примеры предназначены для ориентира.



Изображение после цветокоррекции.

Необработанное изображение



Принципы КОМПОНОВКИ

В этом разделе показана
система создания
композиционной сетки
макетов

Принципы компоновки. Пропорции элементов

$\frac{1}{4} x$ $\frac{1}{2} x$ $\frac{1}{4} x$ $\frac{1}{8} x$

$x = D * 0,11$

$2,5x$

Решения
для дома и бизнеса

$\frac{1}{2} x$

**Выбирайте
тепло и уют
с окнами
РЕХАУ**

$\frac{1}{4} x$

Покупайте у официальных
партнеров

x

x

$\frac{1}{4} x$

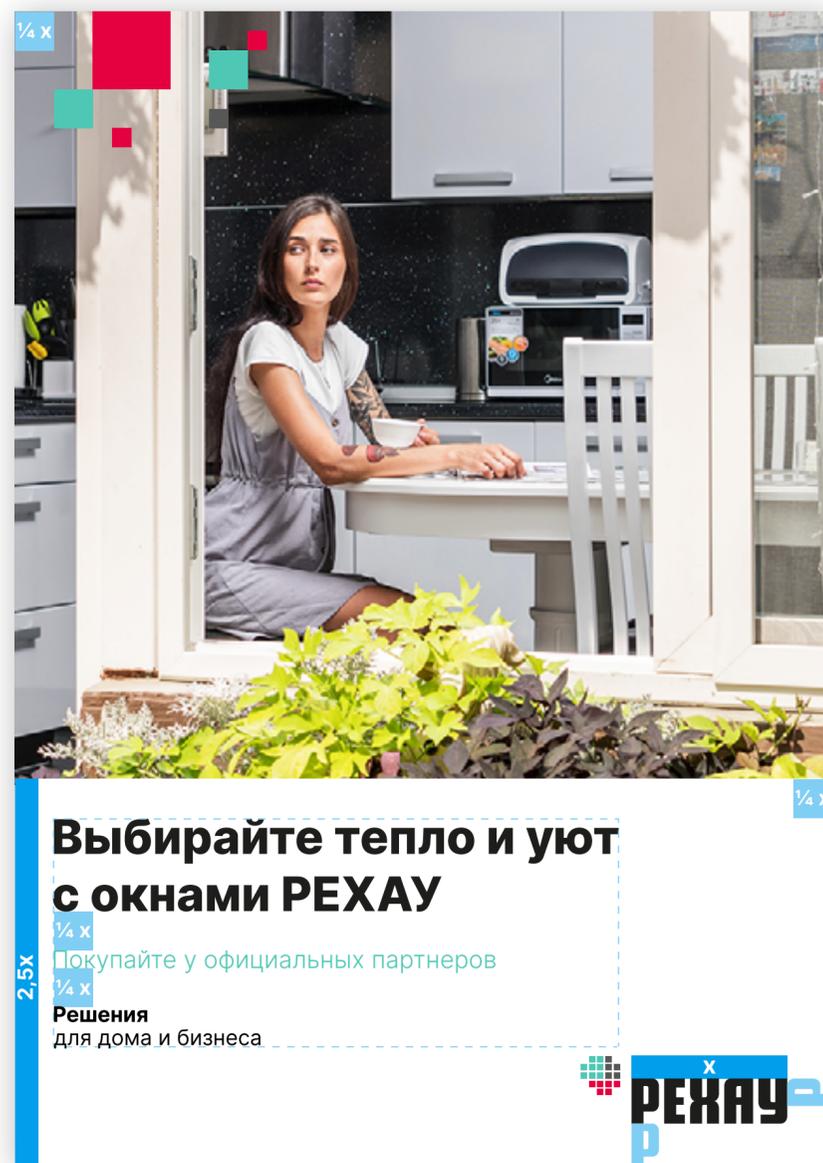
Отдельные элементы бренда распределяются по принципу компоновки. Логотип, типографика, цвета, дополнительные объекты и изображения сливаются в уникальный внешний вид и визуально отличают бренд от других. Белое пространство — хороший друг: оно обеспечивает баланс и позволяет элементам дышать.

Размер важных элементов бренда, логотипа и SmartTag, а также общая компоновка всегда соотносятся с площадью. Из площади диагонали D вычисляется значение x через **множитель 0,11**, который является основой для сетки принципа компоновки.

Принципы компоновки. Вертикальный формат

Варианты размещения белого бокса на вертикальном формате макета.

Белую плашку можно перемещать, используя принципы компоновки страницы, таким образом, что бы не закрывать важные части фонового изображения.



Принципы компоновки. Размещение QR-кода

На этой странице представлены варианты размещения QR-кода. QR-код может быть размещен как на белой плашке, так и на фоне фотографии. При размещении необходимо учитывать принципы компоновки и защитное поле логотипа.

В случае, когда QR-код размещается на фотографии, необходимо использовать белую подложку.

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с окнами РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с окнами РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ

Решения для дома и бизнеса

Выбирайте тепло и уют с РЕХАУ

Первое решение на оконном рынке, позволившее сократить высоту профильной конструкции и впустить в помещение на 10% больше света по сравнению с обычными окнами! Этот вариант принесет в вашу жизнь больше радости и хорошего самочувствия!

Подробности на www.okna.rhsolutions.ru

РЕХАУ



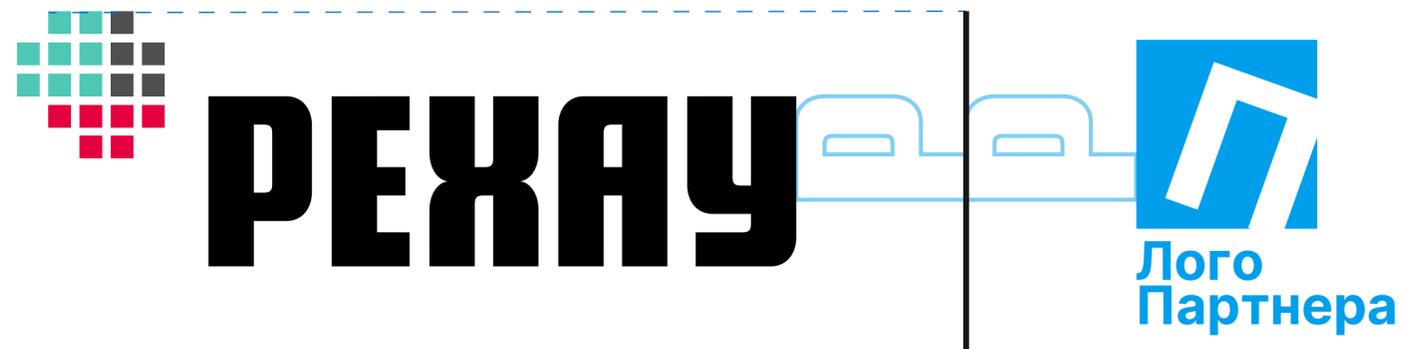
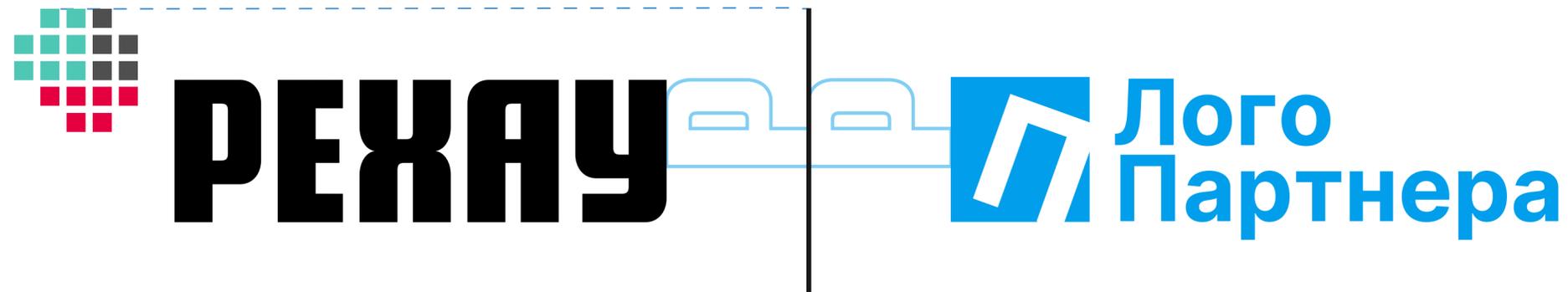
Кобрендинг

В этом разделе описан принцип размещения логотипа партнера и приведены примеры использования

Кобрендинг. Соотношение логотипов

Кобрендинг означает, что логотип РЕХАУ используется вместе с логотипом компании-партнера.

Оба логотипа размещены рядом друг с другом в соответствующих пропорциях. Равнозначность обоих брендов гарантируется разделительной линией. Толщина линии рассчитывается по формуле: ширина логотипа РЕХАУ / 150

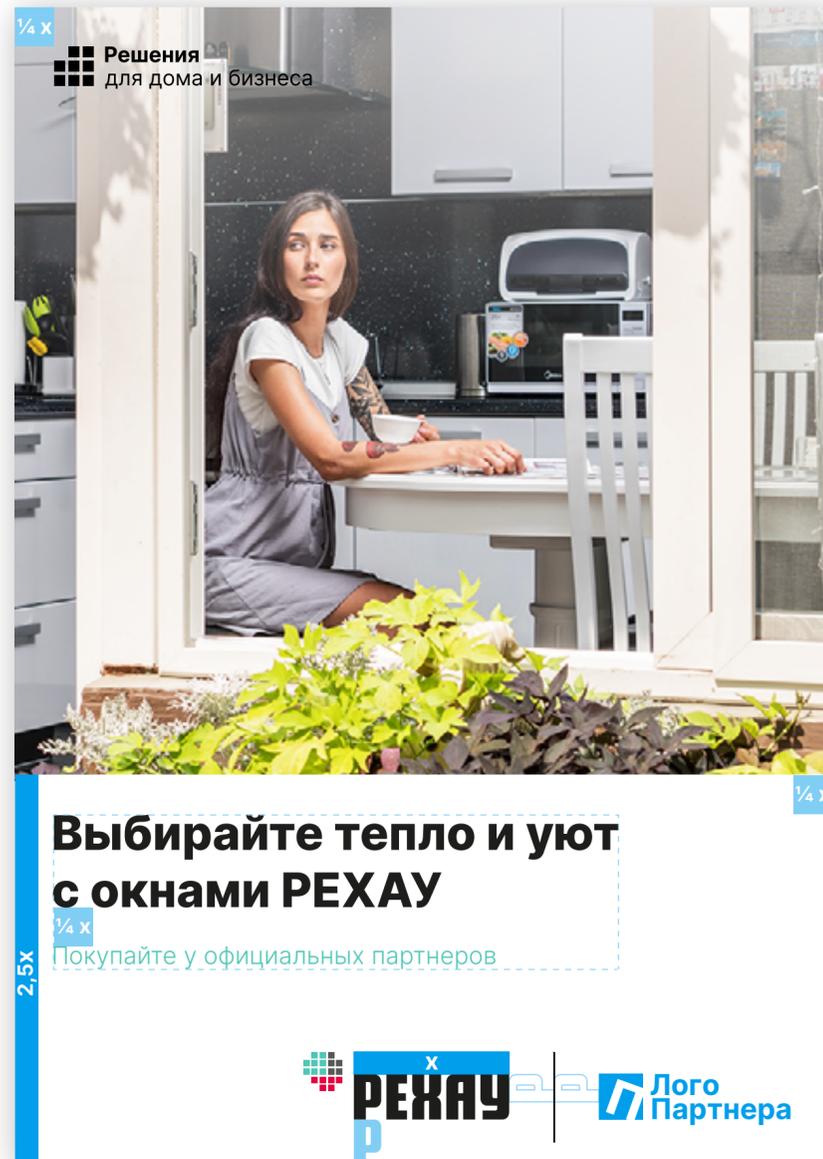


Толщина разделительной линии = ширина логотипа РЕХАУ / 150

Кобрендинг. Принцип размещения логотипа партнера

Визуальное слияние компаний отражается на системе компоновки макетов.

В зависимости от пропорций белого плавающего бокса и его расположения в макете, допустимо менять принцип компоновки. Это особенный случай плавающего бокса, когда его ширина может быть продлена до **трех с половиной значений x**. Это необходимо для обеспечения места для обоих логотипов. Так же допустимо использовать вертикальный или квадратный вариант логотипа из гайда партнера.





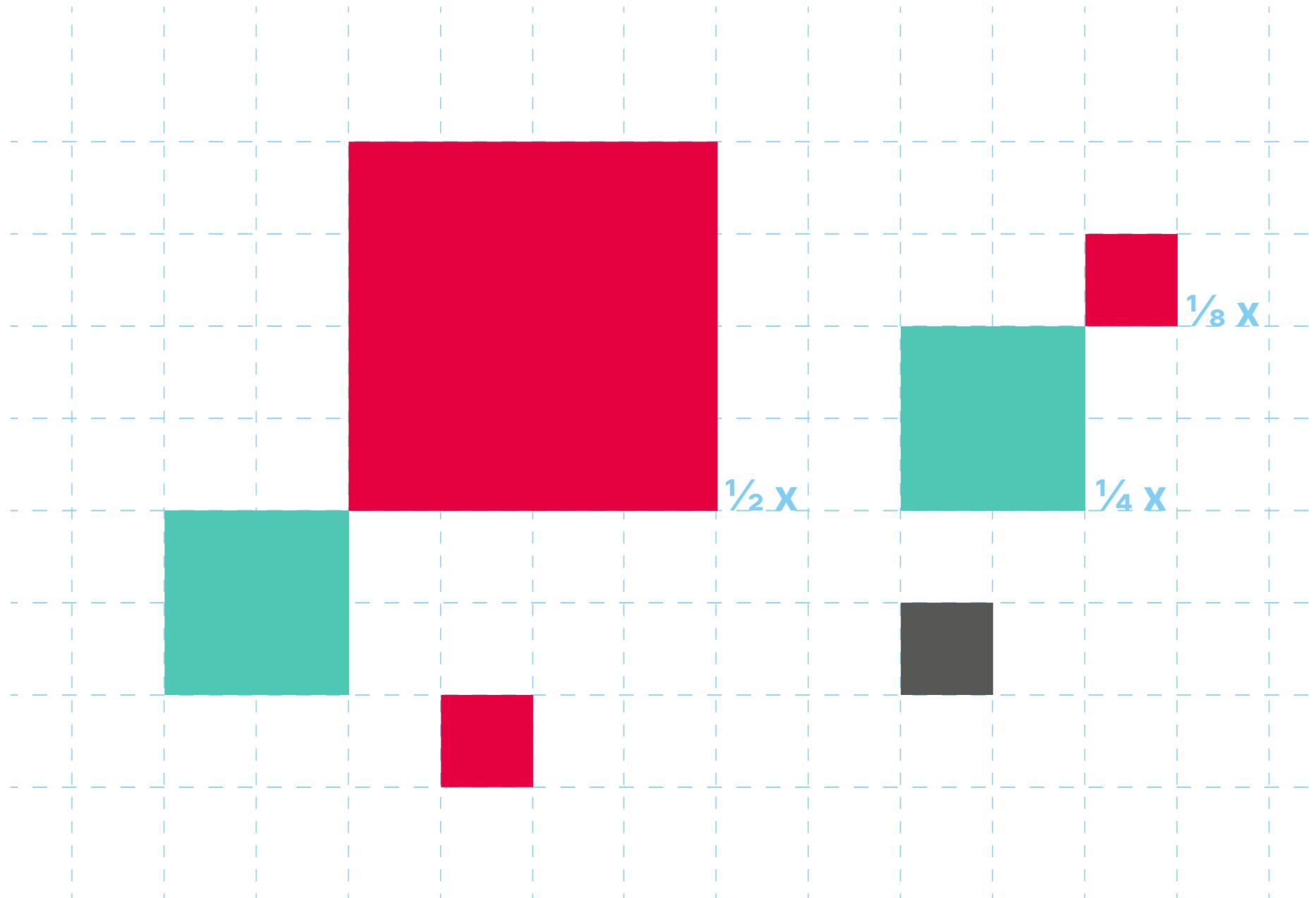
Графика Паттерн

В этом разделе показана
дополнительная графика
и паттерн в различных
вариациях

Графика. Дополнительные элементы

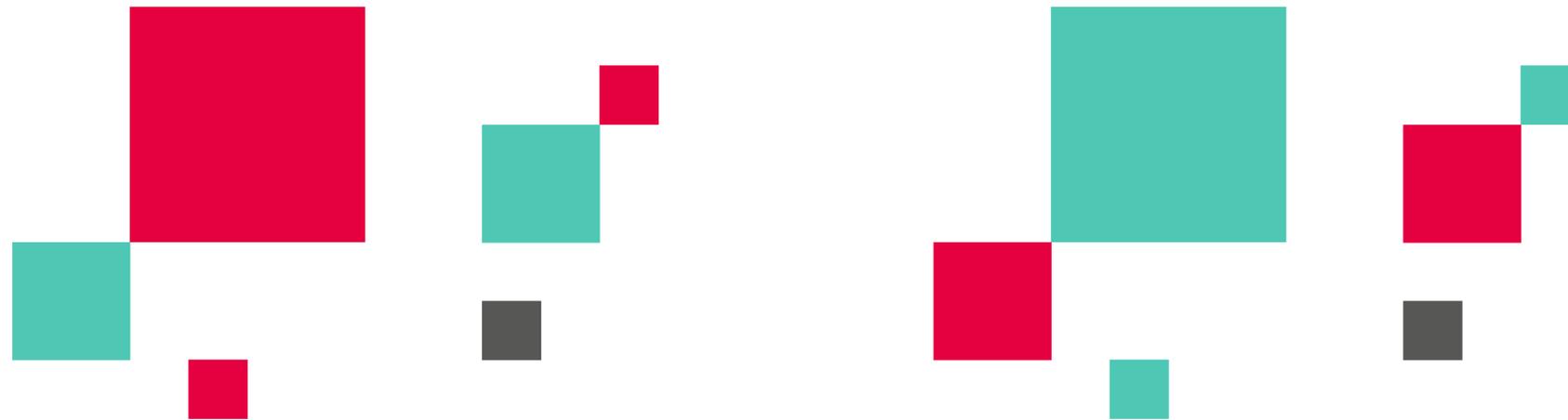
Знак бренда является прототипом для образования фирменной графики. На его основе разработан дополнительный графический элемент, который можно использовать в композиции различных макетов.

Принцип построения дополнительного элемента опирается на сетку кратную значению **x** по вертикали и горизонтали.

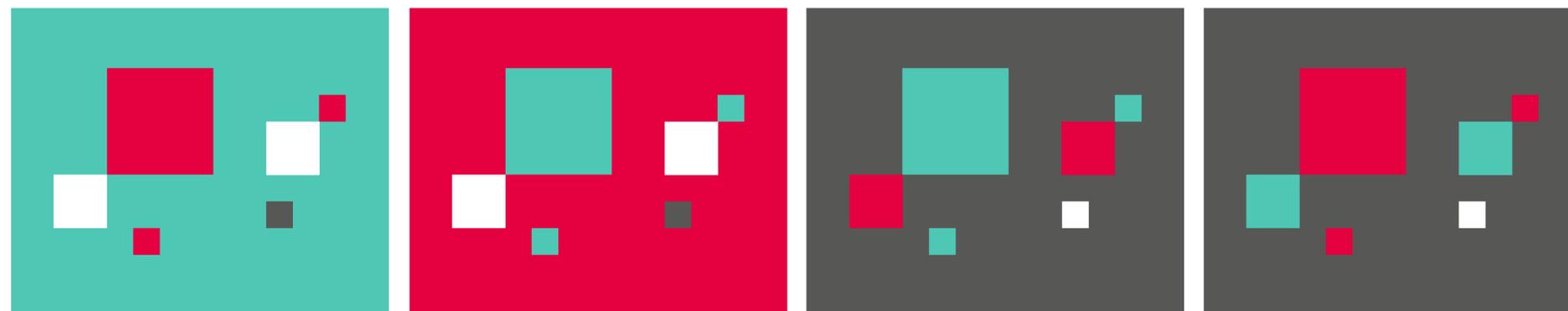


Графика. Цветовые решения

Графический элемент имеет два основных цветовых решения и несколько дополнительных, которые можно использовать в зависимости от других данных макета.

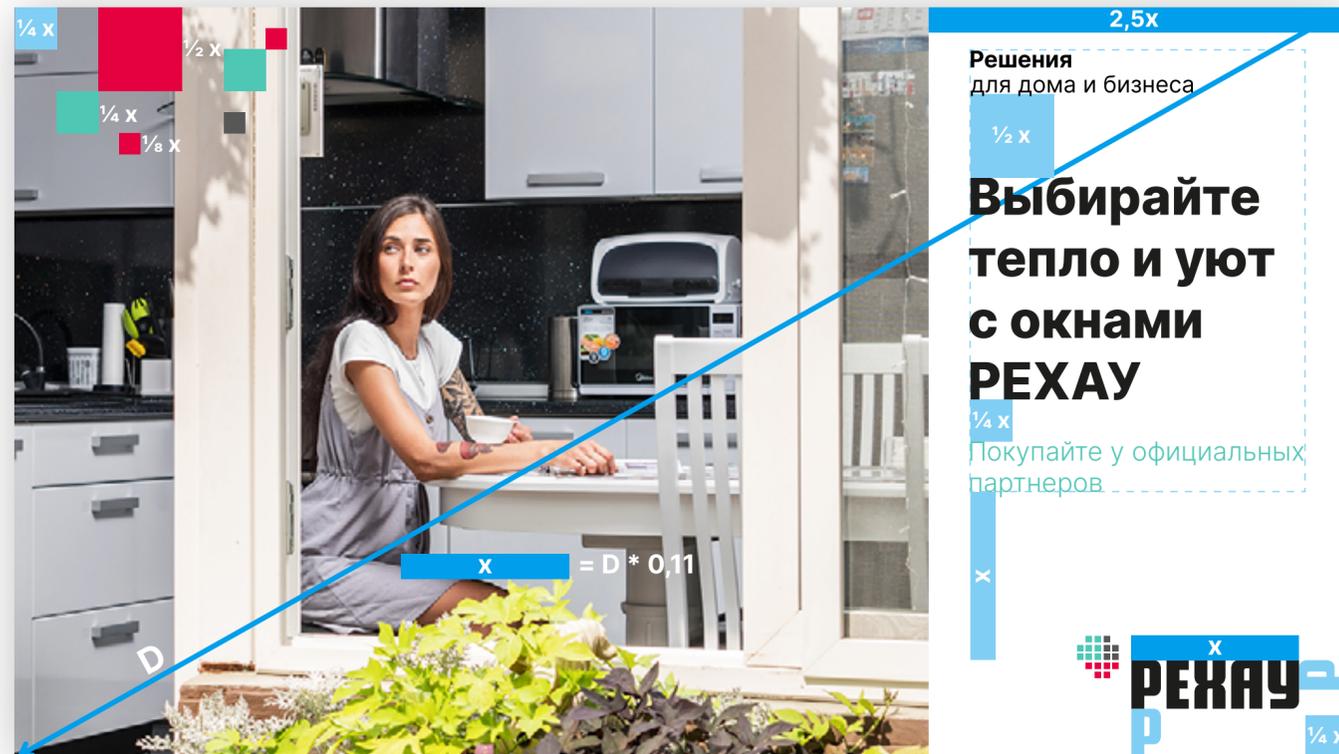


Основные равносильные цветовые решения.



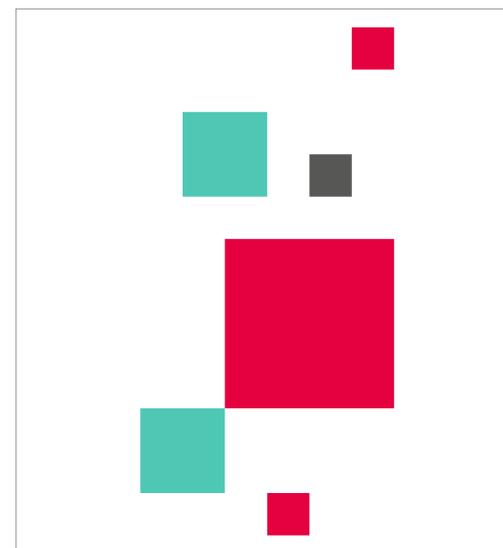
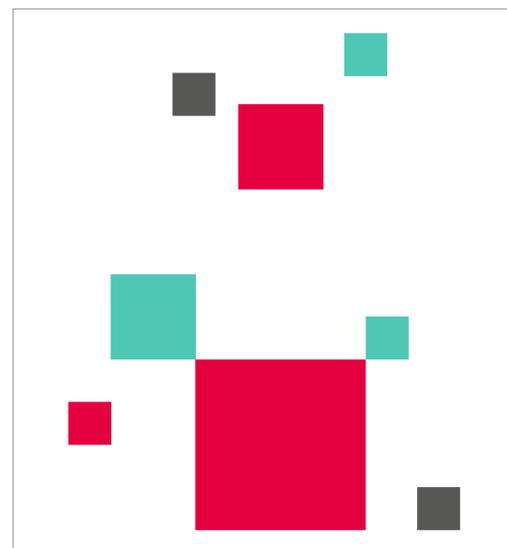
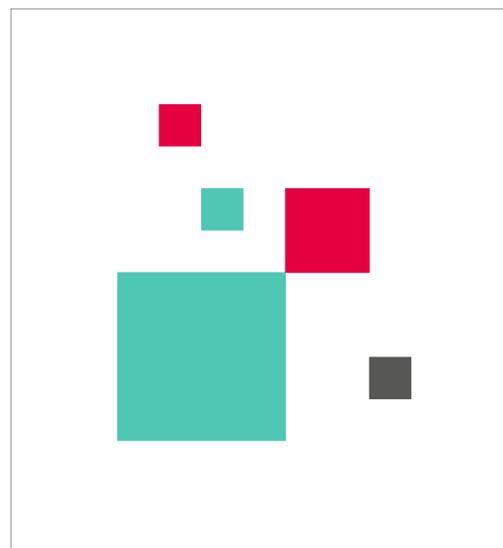
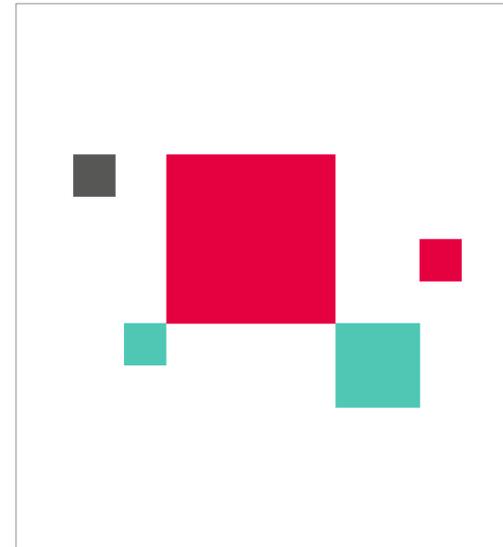
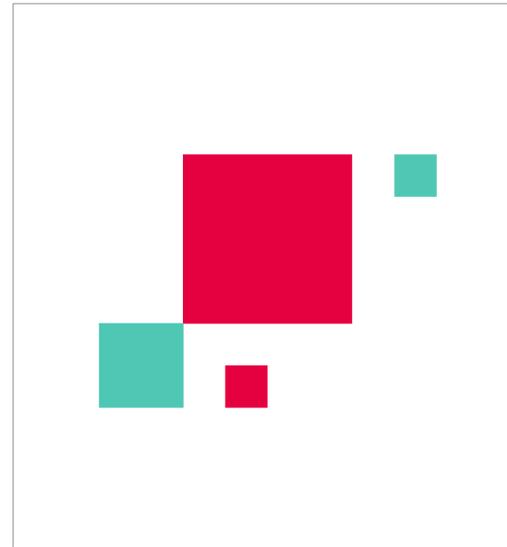
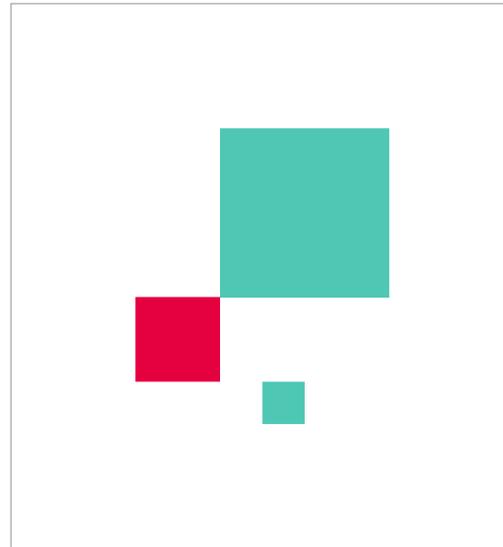
Дополнительные цветовые решения.

Графика. Примеры использования



На этой странице показано применение дополнительных элементов в разных цветовых вариантах.

Графика. Вариативность



Это вариативный элемент, который можно использовать не только в разных цветовых решениях, но и в дополнительных формах.

На этой странице даны примеры того, как можно располагать детали элемента.

Важно: при создании дополнительных вариантов графического элемента необходимо соблюдать сетку и пропорции, которые даны на первой странице этого раздела.

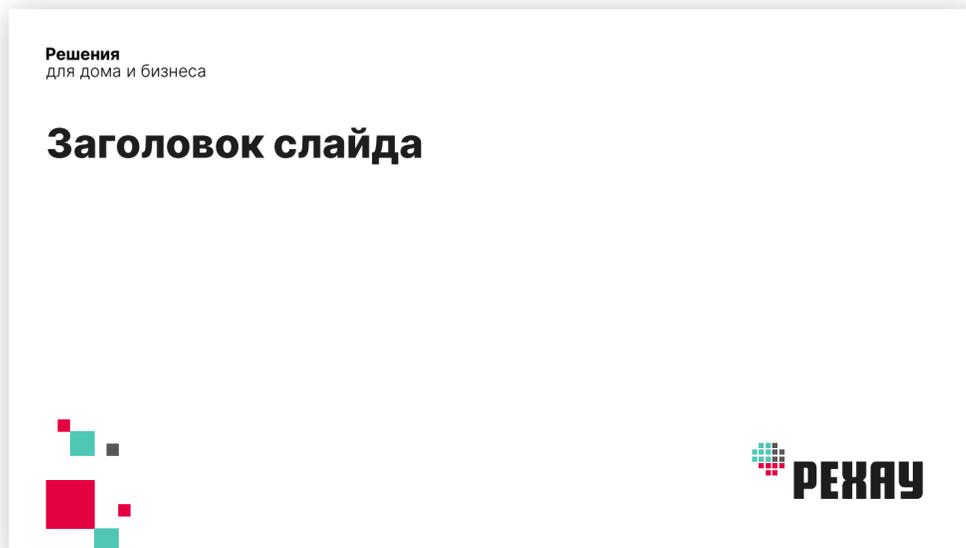
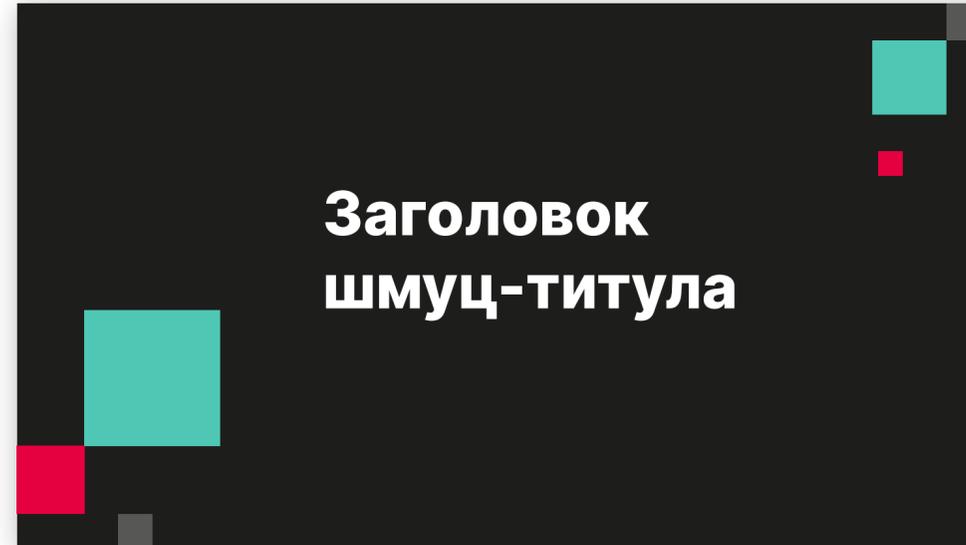
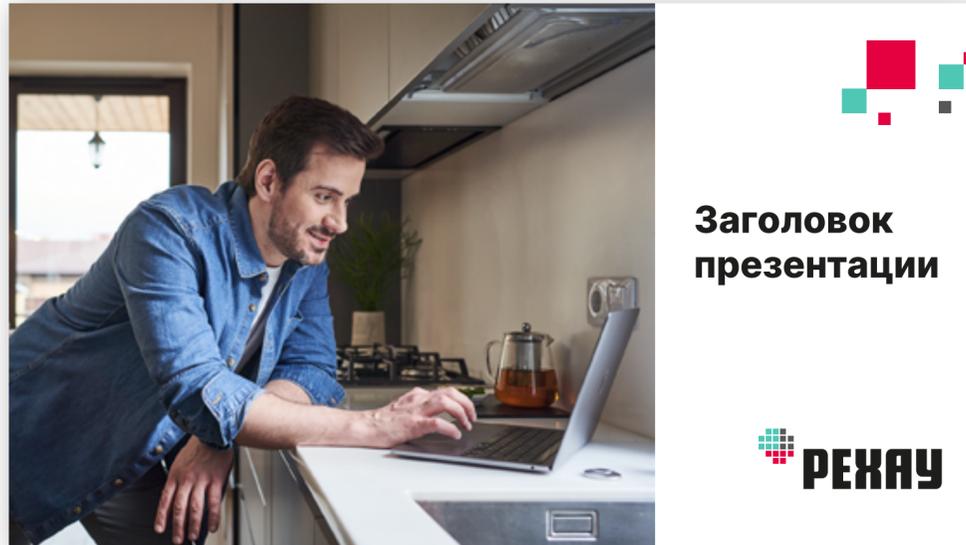
Графика. Примеры использования

На этой странице показано применение вариаций дополнительных элементов в печатной продукции.

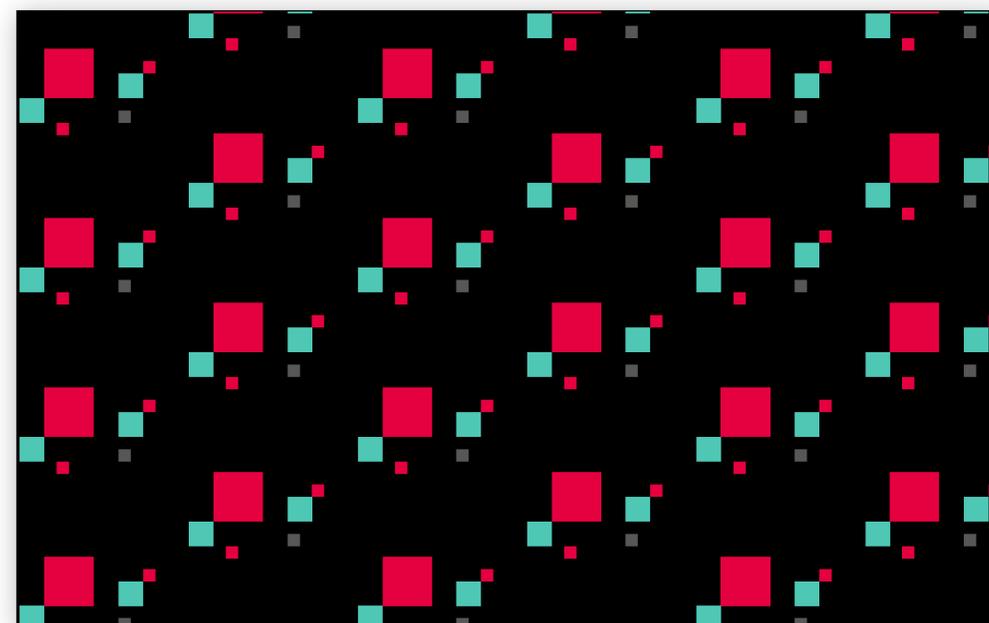
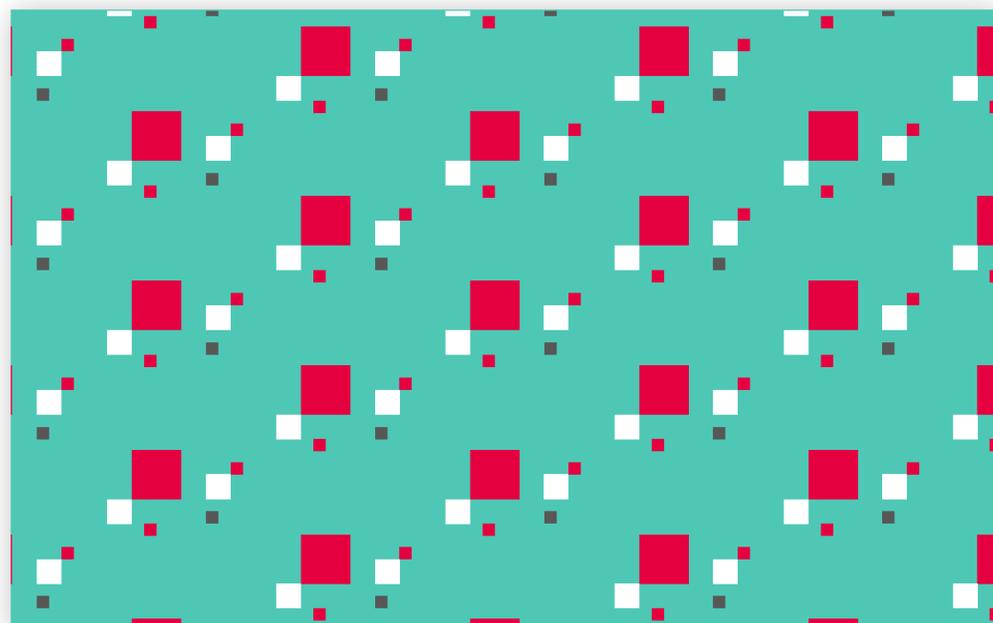
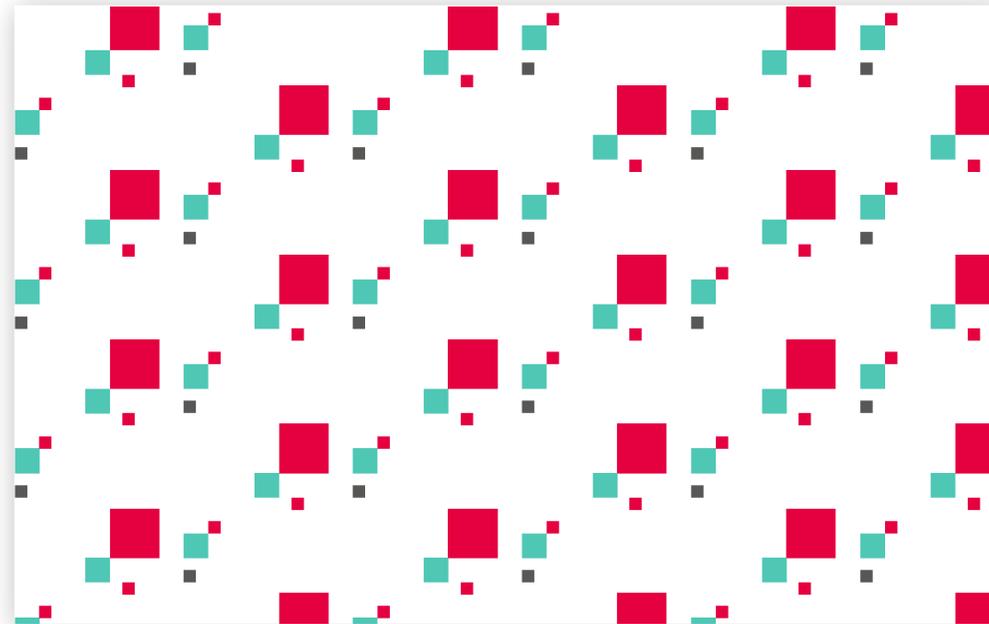


Графика. Примеры использования

Возможны различные варианты оформления презентаций, как с использованием дополнительной графики, так и без нее.



Паттерн



Основополагающим объектом в построении фирменного паттерна является дополнительный элемент, описанный ранее в этом разделе.

Фирменный паттерн можно использовать для упаковки или другой печатной продукции.



Бокс для привлечения внимания

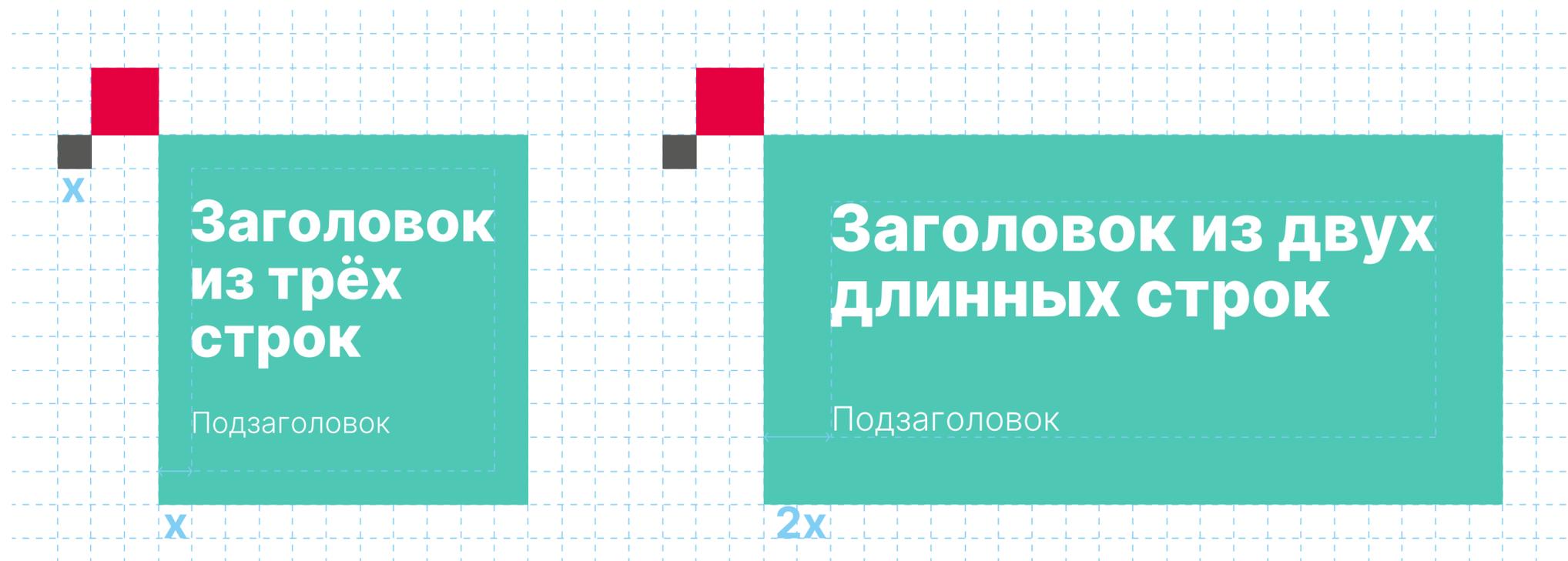
В этом разделе описаны
информационные боксы
и показано их применение

Бокс для привлечения внимания. Вариации

Это полезный инструмент для привлечения внимания к важной информации. Используется для передачи УТП. УТП — это то, что делает продукт уникальным с точки зрения предоставления уникальной выгоды и отличает РЕХАУ от конкурентов, а также делает актуальным и привлекательным для целевой аудитории.

Имеет два варианта пропорций текстового бокса. Первый - квадрат, второй - прямоугольник равный двум квадратам. Пожалуйста, всегда обращайте внимание на соотношение размеров бокса к внутреннему полю. Внутреннее поле равно **x** или **2x** в квадратном и прямоугольном вариантах соответственно. Размер шрифта масштабируется в соответствии с объемом текста.

Важно: не размещайте более одного бокса на развороте. Не используйте для описаний, броских фраз или списка возможностей. Не используйте на первых страницах или в рекламе.



Бокс для привлечения внимания. Цвета. Примеры

Бокс имеет три цветовых варианта.

Бокс, выделенный активным красным цветом, не стоит использовать для контента, относящегося к интеллектуальным продуктам.

