

# DOMSet

Брендбук бренда ДомSet

Москва | 2023

# Содержание

<b>Введение</b>		
Зачем нужен этот гайд	4	
<b>Платформа бренда</b>		
Пирамида бренда	7	
Аудитория бренда	8	
<b>Логотип и знак</b>		
Логотип	10	
Охранное поле	11	
Использование на фоне	13	
Использование на фотофоне	15	
Знак	16	
Охранное поле знака	17	
<b>Фирменные цвета</b>		
Фирменные цвета бренда	20	
<b>Фирменные шрифты</b>		
Фирменные шрифты бренда	22	
<b>Фирменная графика</b>		
Идея	24	
Графика	25	
Элементы графики	26	
<b>Правила вёрстки</b>		
Модульная сетка	28	
Фирменная сетка	29	
Вертикальный формат	30	
Рекламные носители с графикой	31	
Горизонтальный формат	32	
<b>Деловая документация</b>		
Визитная карточка	36	
Бланк	38	
Папка	40	
Бейдж на выставку	42	
Бейдж продавца	43	
<b>Рекламные носители</b>		
Press Wall	45	
Флаер	47	
Макет в прессу	48	
Наружная реклама	49	
Транспорт	51	
Соцсети	52	
Web баннеры	53	
<b>Сувенирная продукция и др. носители</b>		
Флешка	55	
Power bank	56	
Термос	57	
Ручки	58	
Ежедневник	59	
Кружка	60	
Календарь настенный	61	
Пакет бумажный	62	
Пакет ПВХ	63	
Скотч	64	
Логотип на петлях/столешнице	65	

# 01

## Введение

О том, что такое фирменный стиль  
и для чего нужен этот гайд.

# Фирменный стиль — это система графических форм и констант, подчинённых единой идеологии и стилистике

Наш фирменный стиль — визуальное продолжение и выражение позиционирования ДомSet. Кроме того, он нужен, чтобы наш бренд легко узнавали и выделяли среди конкурентов.

Элементы фирменного стиля закладывают основу всех визуальных коммуникаций нашего бренда и позволяют сформировать и поддерживать единый и целостный образ ДомSet в глазах аудитории.

# Зачем нужен ЭТОТ ГАЙД

Фирменный стиль состоит из постоянного набора дизайн-элементов: логотипа, цветов, шрифтов, графики и типографики, а так же правил их использования и взаимодействия. Этот гайд расскажет, как правильно использовать их вместе и по отдельности, чтобы сохранить харизму и смысл бренда.

Гайд содержит описание визуальных составляющих фирменного стиля ДомSet и позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов. Все изображения и макеты фирменного стиля прилагаются к руководству в электронном виде.

В работе всегда следует использовать только соответствующие файлы, на которые указывают ссылки, помеченные значком папки:



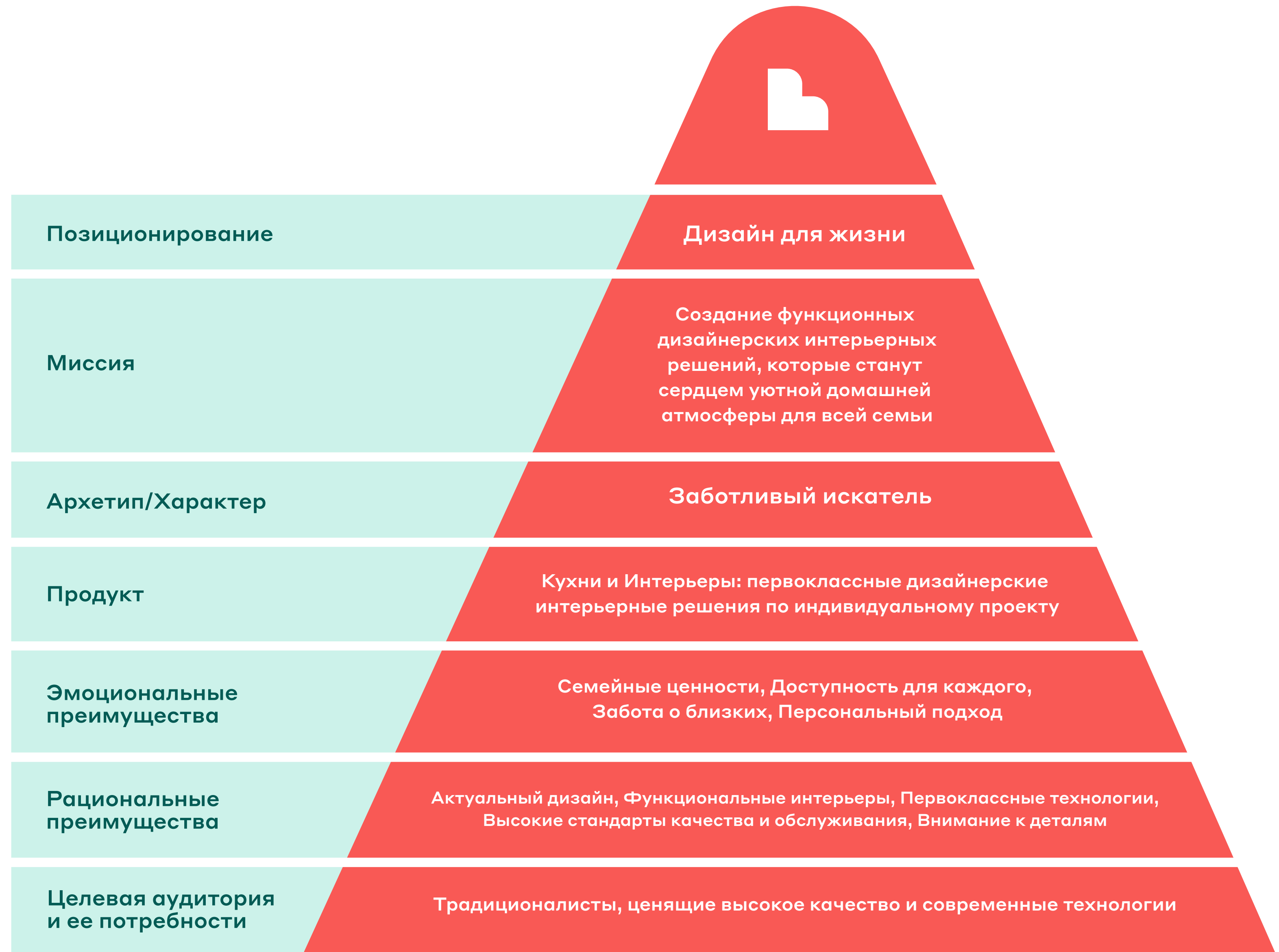
# O2

## Платформа бренда

Платформа бренда ДомSet — это система устойчивых признаков, выявленных в результате исследования и анализа её деятельности.

Она позволяет разработать визуальные и вербальные элементы идентификации бренда таким образом, чтобы обеспечить внятную трансляцию ключевых посылов бренда целевым аудиториям и их лояльности на эмоциональном и ценностном уровнях.

# Пирамида бренда



# Аудитория бренда

## Семья Воробьевых

Молодая патриархальная семья 25–35 лет, оба работают в найме, менеджеры среднего звена. Живут в городе–миллионнике, имеют высшее образование, следят за технологиями.

Один или несколько детей, учатся в детском саду или в начальных классах школы. Имеют один автомобиль в семье, любят отдыхать всей семьей на природе, много друзей.

Активные пользователи банковских услуг (потреб. кредиты, кред. карты, ипотека). Раз в год отдыхают всей семьей в ближайшем зарубежье (Египет, Турция).

Активные потребители масс–маркет брендов, но при выборе ориентируются на новые бренды, всегда ищут лучшее предложение на рынке.

Недавно приобрели 1е совместное жилье — новостройку в ипотеку по выгодной ставке. Планируют ремонт во всей квартире. Мечтают о собственном загородном доме. Не профессионалы в ремонте, делают ремонт 1й раз самостоятельно, без дизайнера. Максимум нанимают прораба.





# ОЗ

## Логотип и знак

Логотип — это важнейшая составляющая идентификации бренда.

Это специально разработанное оригинальное и запоминающееся начертание названия компании, которое не подлежит модификации.

# Основной ЛОГОТИП

 Brandbook / Logo

Специально для бренда ДомSet было разработано уникальное шрифтовое написание логотипа.

Логотип имеет только одну версию использования: горизонтальную.

Логотип сочетает в себе как кириллическое написание, так и латинское.

Логотип был разработан с учётом оптических компенсаций. Важно соблюдать неизменность логотипа: он не подлежит модификации.

The logo for DOMset is displayed in a bold, red, sans-serif font. The word 'DOM' is in uppercase, and 'set' is in lowercase. The letters are thick and have a slightly rounded, modern feel. The 'D' and 'O' are particularly prominent due to their size and weight.

# Охранное поле логотипа

Brandbook / Logo

Для обеспечения большей узнаваемости знака на различных носителях необходимо использовать «охранное поле» вокруг логотипа.

«Охранное поле» — это минимально допустимое пространство вокруг знака. В большинстве случаев, пространство вокруг знака следует делать больше, чем охранное поле.

Минимальная ширина охранного поля равна ширине буквы О (x).

Логотип был разработан с учётом оптических компенсаций. Важно соблюдать неизменность логотипа: он не подлежит модификации.



# Основной ЛОГОТИП

## Допустимые размеры

Для улучшения восприятия знака  
следует делать его ширину  
не менее 30 мм.

Максимальная ширина знака  
не ограничивается.

**DOMset**

Минимальная ширина  
← 30 мм →

**DOMset**

Максимальная ширина  
← ∞ →

## Использование логотипа на фоне

Цвет текстовой части зависит от фона, на котором размещается логотип. На фирменных цветах Salmon и Emerald логотип используется в белом цвете. На фоне с использованием фирменного цвета Mint логотип приобретает цвет Salmon.

**Логотип используется только в фирменных цветах бренда. Подробная информация о цветах на стр. 20**



DOMset



DOMset



DOMset

## Использование логотипа на фоне

В отдельных случаях (связанных с ограничением технологий печати) допускается использование монохромного варианта основного логотипа.

На белом и светло-сером фоне (менее 55% Black) знак окрашивается в чёрный цвет.

На тёмном фоне (55-100% Black) знак окрашивается в белый цвет.



**DOMSet**



**DOMSet**

# Использование логотипа на фотофоне

- не используйте логотип на сильно контрастных, «шумных» фотографических фонах, мешающих знаку
- знак следует размещать поверх фотоизображения на его однородной части, также можно размещать поверх светлого или полностью темного фотоизображения
- выбирать цвет логотипа в контрасте с яркостью и цветом фона.



# Знак

Отдельное  
использование

Знак DomSet — самый узнаваемый элемент фирменного стиля, и один из самых важных инструментов в формировании узнаваемости бренда.

Знак DomSet используется только в фирменных цветах бренда.





# Знак

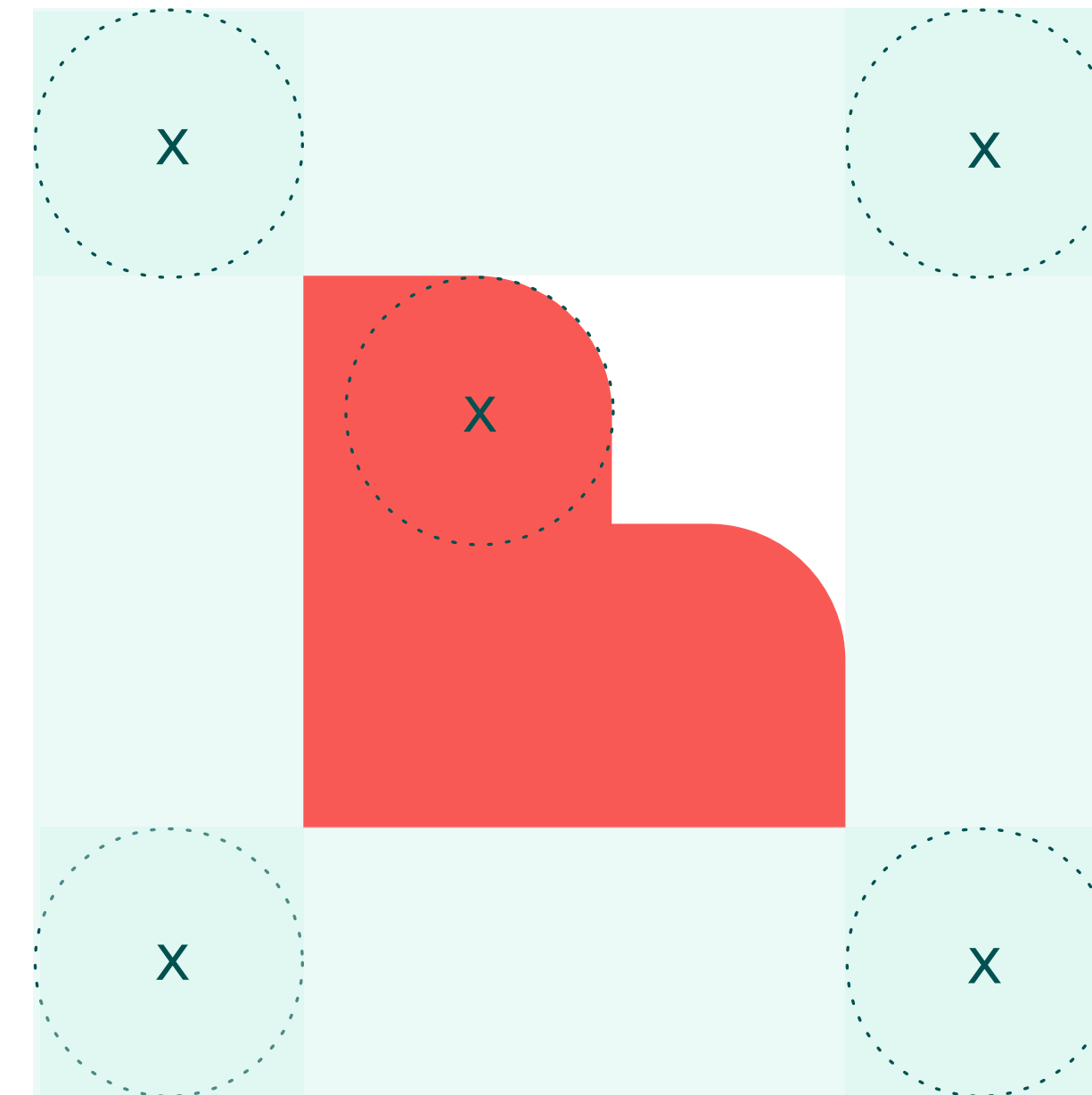
## Охранное поле

Для обеспечения большей узнаваемости знака на различных носителях необходимо использовать «охранное поле» вокруг знака.

«Охранное поле» — это минимально допустимое пространство вокруг знака. В большинстве случаев, пространство вокруг знака следует делать больше, чем охранное поле.

Минимальная ширина охранного поля равна размеру круга (x).

Знак был разработан с учётом оптических компенсаций. Важно соблюдать неизменность знака: он не подлежит модификации.

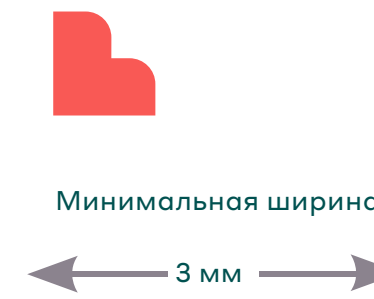


# Знак

## Допустимые размеры

Для улучшения восприятия знака  
следует делать его ширину  
не менее 3 мм.

Максимальная ширина знака  
не ограничивается.



04

Фирменные  
цвета

# Фирменные цвета бренда

 Brandbook / Colours

Фирменные цвета являются неотъемлемой частью фирменного стиля. Для точной цветопередачи воспроизводите фирменный знак и логотип с помощью цветовой палитры PANTONE (печать шелкографией).

## PANTONE

Модель PANTONE подразумевает выбор одной краски нужного цвета, обычно такая печать даёт лучший результат.

## RGB

Цвет в RGB кодирует цвета в пространстве, отображаемом на экранах мониторов.

## CMYK

При невозможности использовать цветовую палитру PANTONE, рекомендуется использовать цветовую модель CMYK (цифровая, офсетная печать и т.п.).

### SALMON

PANTONE 178 C

RGB 249 / 89 / 85

CMYK 0 / 77 / 58 / 0

HEX #F95955

### DARK GREEN

PANTONE 7722 C

RGB 0 / 81 / 80

CMYK 89 / 49 / 56 / 35

HEX #005150

### EMERALD

PANTONE 7717 C

RGB 0 / 124 / 118

CMYK 84 / 32 / 52 / 9

HEX #007C76

### MINT

PANTONE 331 C

RGB 204 / 242 / 234

CMYK 25 / 0 / 13 / 0

HEX #CCF2EA

05

# Фирменные шрифты

Корпоративный шрифт является одним из важнейших идентификаторов бренда.

Использование фирменных шрифтов позволит достичь единого визуального образа и обеспечить чёткую узнаваемость.

# Фирменные шрифты

## Условия использования

Фирменными шрифтами бренда ДомSet являются TT Travels Next Bold и TT Norms Pro Regular.

Прежде чем использовать шрифт, ознакомьтесь, пожалуйста, с условиями его лицензии по ссылке.

<https://typetype.ru/fonts/tt-travels-next/>

<https://typetype.ru/fonts/tt-norms-pro/>

Для набора большого количества текста TT Norms Regular

Более 30 моделей в разных цветах и отделках позволят нам отразить вашу индивидуальность. Наши модели разрабатывались вместе с ведущими мировыми дизайнерами.

Для заголовков TT Travels Next Bold

**Дизайн-проект  
в подарок при  
покупке кухни**

06

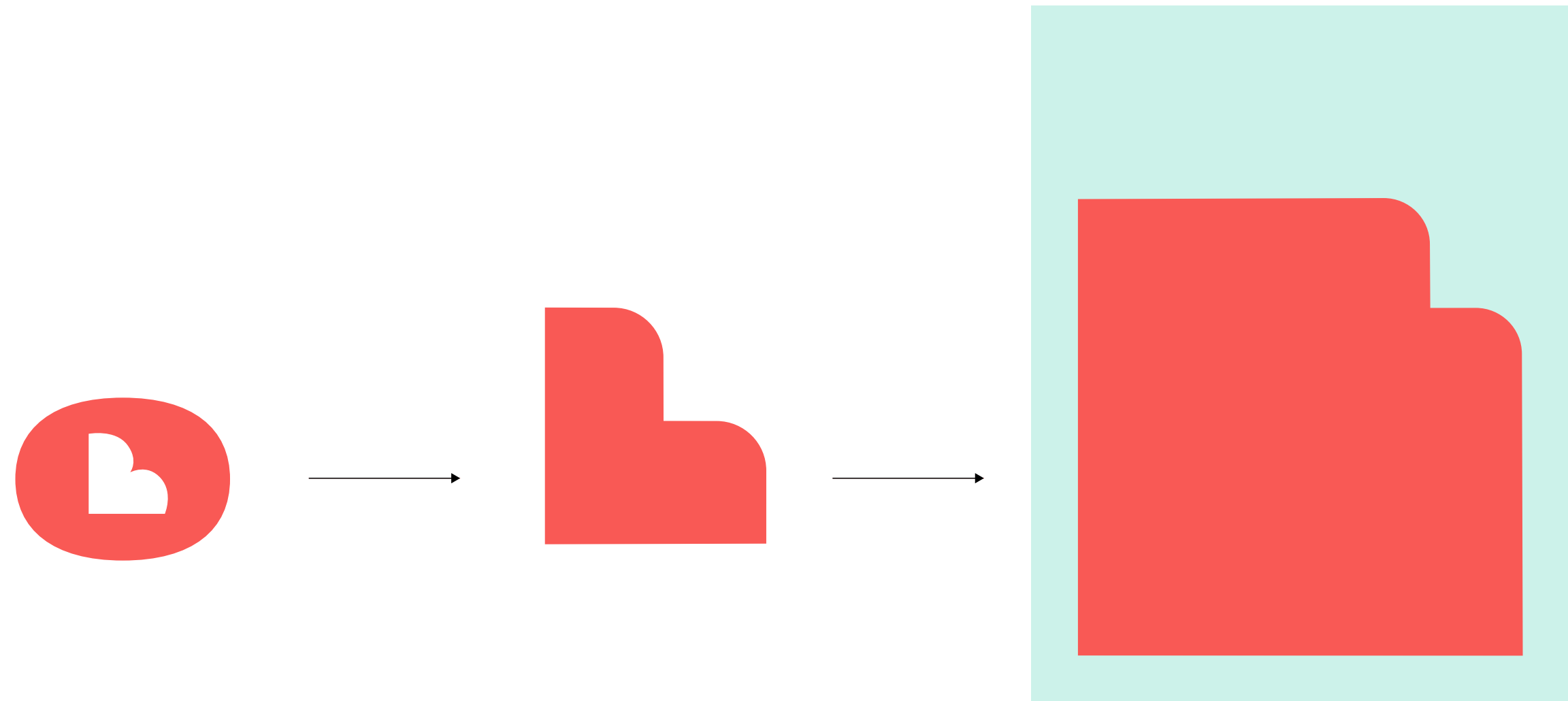
# Фирменная графика

Фирменная графика эффективно повышает узнаваемость и позволяет формировать пространство бренда, наполненное его духом, отражающее все ключевые ценности.

# Идея

Идея фирменной  
графики

Графика создана на основе  
знака логотипа — она работает  
как «контейнер» для текстовой  
информации и фотоизображений,  
и может адаптироваться под  
любые форматы.





# Графика

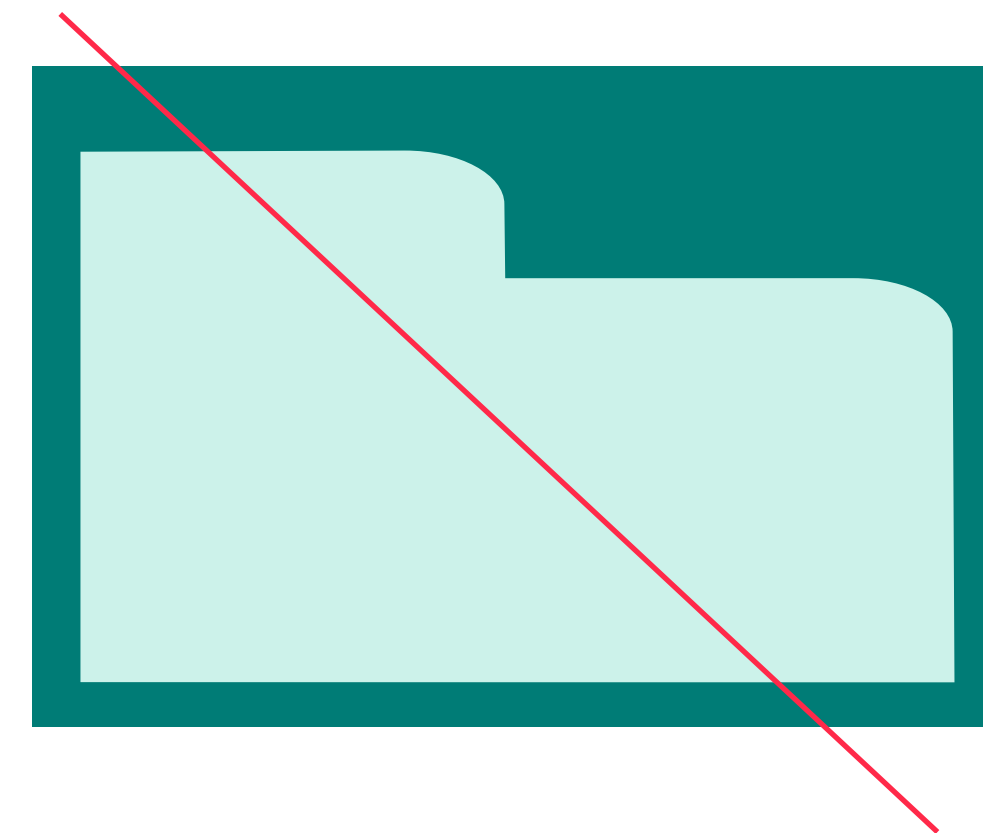
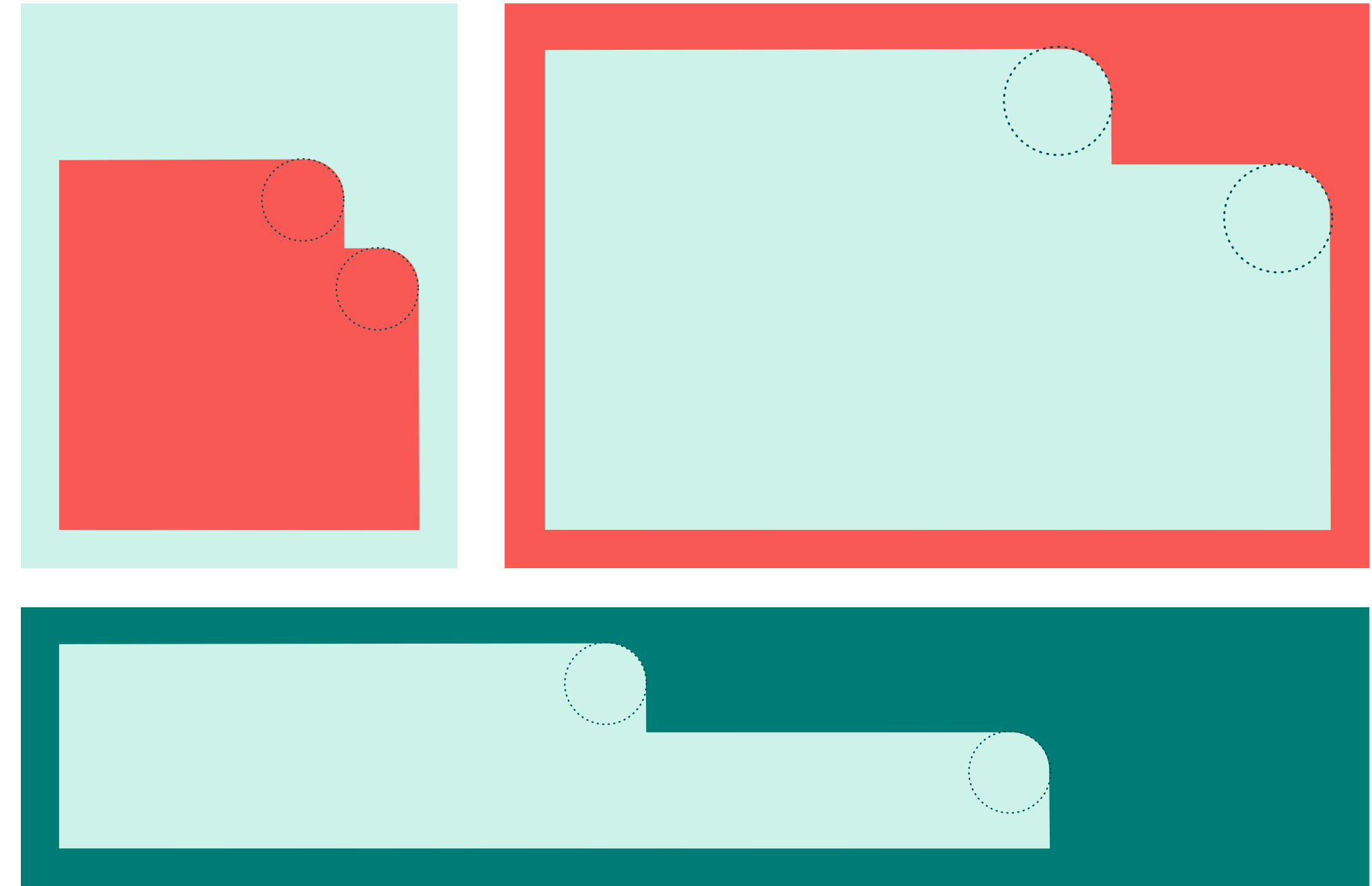
## Использование графики

Элемент может растягиваться и масштабироваться в зависимости от количества и расположения контента. Но обязательно нужно сохранять скругление элементов, чтобы не исказить графику.

Для заливки элемента могут использоваться только фирменные цвета.

### Запрещены:

- Заливка графического элемента градиентом
- Использование наложения из двух и более графических элементов
- Дополнение графики линиями, орнаментами
- Использование не фирменных цветов для заливки фигур



# Элементы графики

## Работа с фото

В рамках фирменного стиля ДомSet могут встречаться несколько вариантов заполнения пространства макета элементами графики.

### Вариант 1:

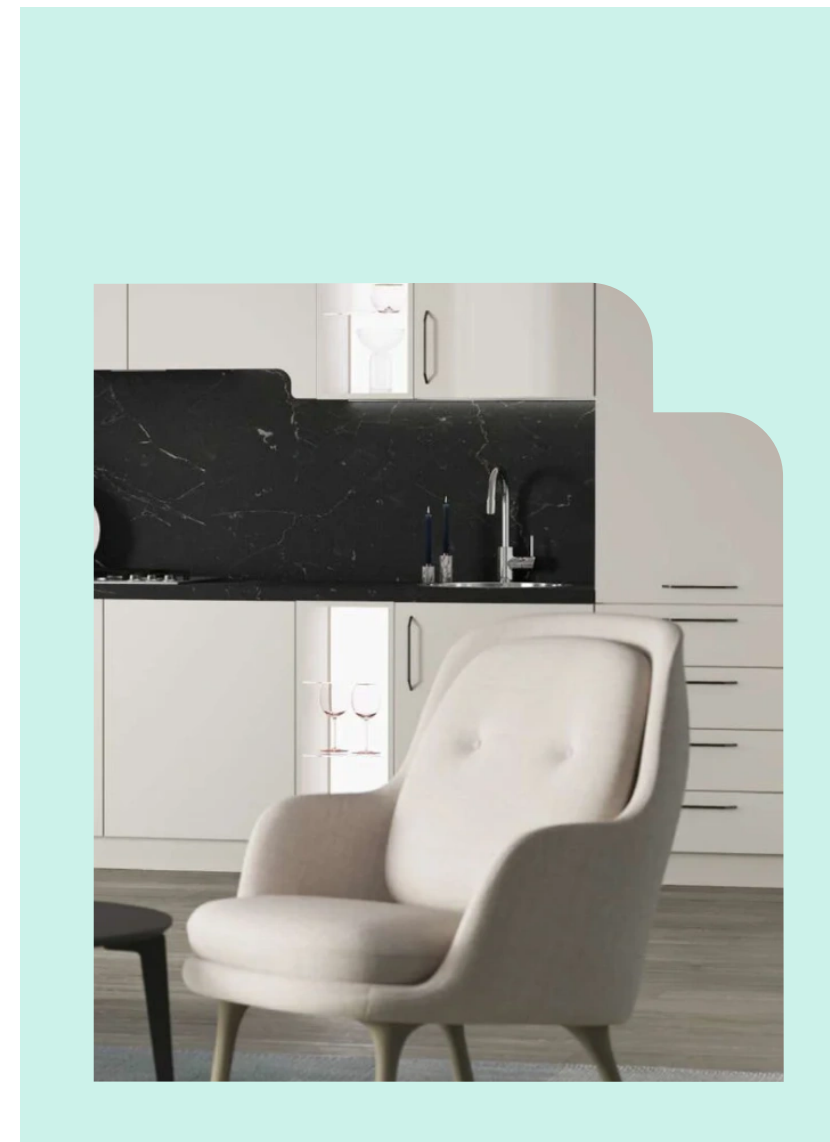
Заполнение элемента графики фотографией

### Вариант 2:

Трассированное изображение на фоне фирменной графики

### Вариант 3:

Элемент графики приобретает контурный формат и идет поверх фотографии. (Этот прием считается дополнительным, и не заменяет в полной мере первые 2 варианта).



Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3

07

Правила  
вёрстки

# Модульная сетка

**Сетка определяет, как в целом будет выглядеть макет и где будут располагаться отдельные элементы: заголовки, тексты, изображения**

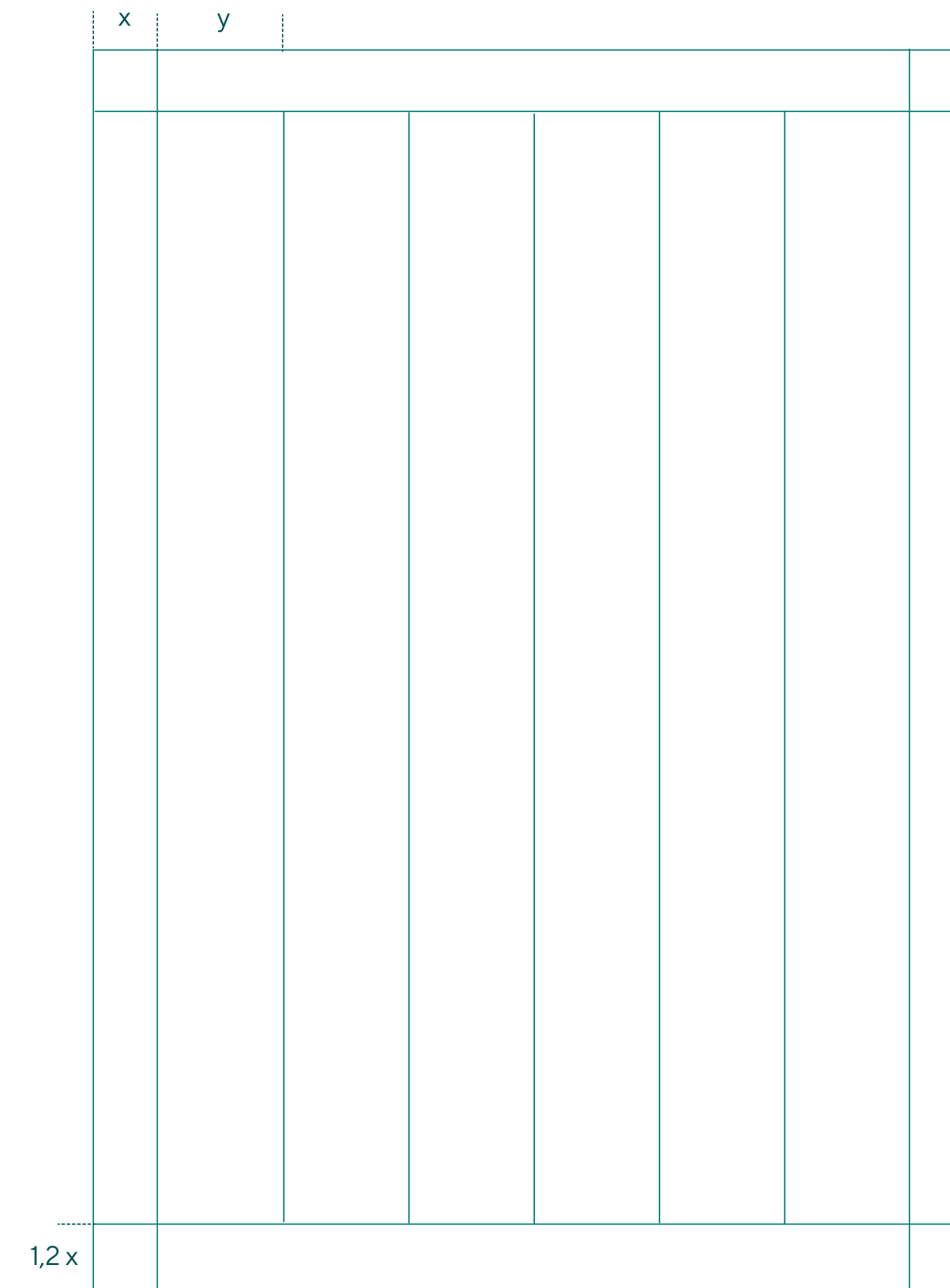
Модульная сетка — система вертикалей и горизонталей, образующих каркас макета. Элементы модульной сетки — вертикали и горизонталы — образуют поля макета, его колонки и ячейки.

Создаётся собственная модульная сетка; на следующих слайдах данного гайда подробно описаны сетки для вертикального и горизонтального форматов.

# Фирменная сетка

Сетка для вертикальных макетов А4

- сетка состоит из полей и 6 колонок, где  $y$  — ширина 1 колонки
- верхнее и боковые поля макета равняются  $X$  — охранному полю логотипа
- нижнее поле равно  $1,2 X$  — оно сделано специально чуть больше, для оптической компенсации (При невозможности просчитать это поле, рекомендуется использовать поле  $X$ ).



# Вертикальный формат

## Расположение элементов

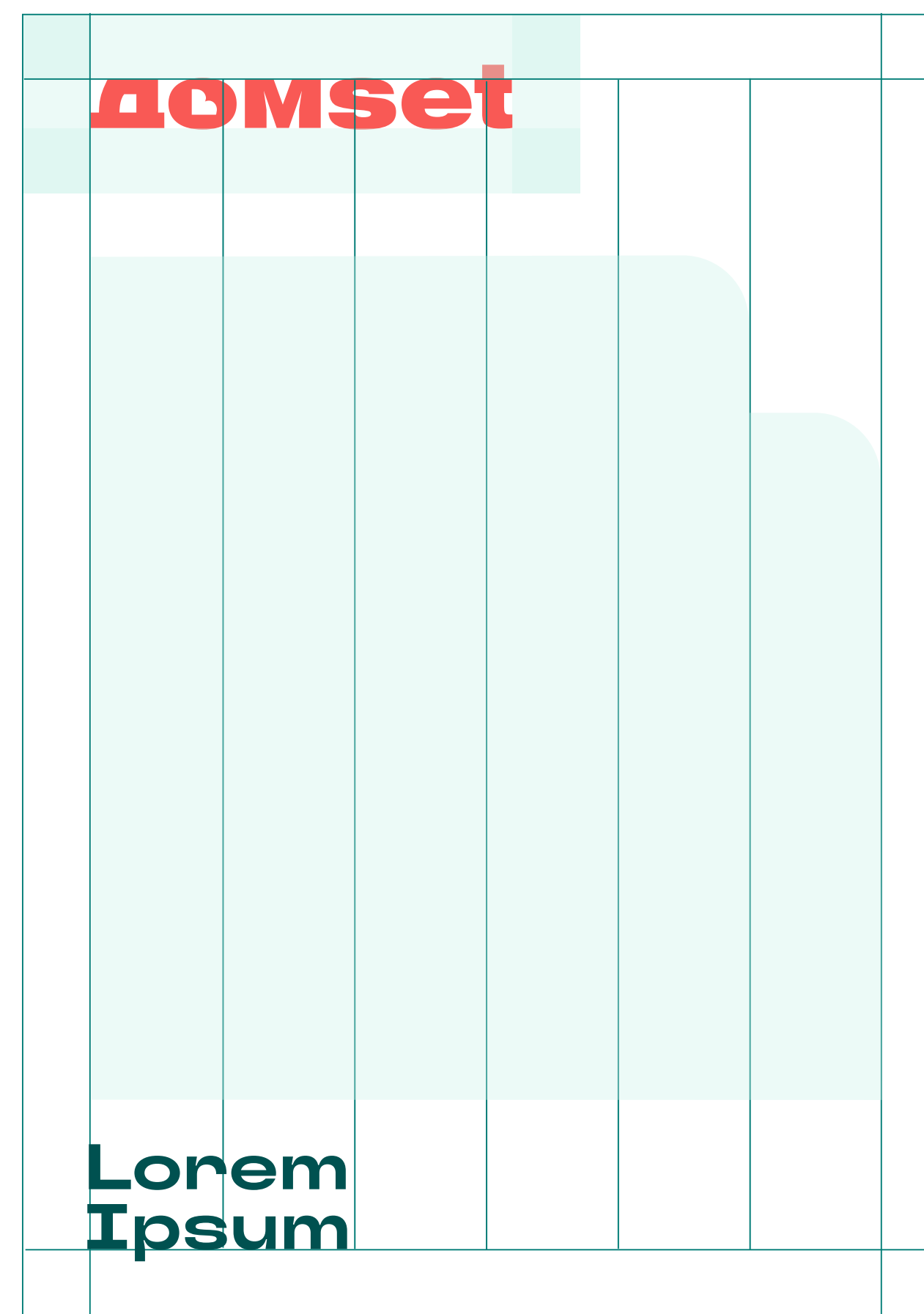
Размер логотипа равен 3,2 колонки.  
Логотип выравнивается по базовой линии на расстоянии не менее минимального «охранного поля» логотипа:

- в верхнем правом углу
- в верхнем левом углу
- во всю ширину как в верхней, так и в нижней части макета

## Запрещено:

- расположение логотипа дальше охранного поля
- расположение логотипа не в верхнем или нижнем левых углах формата дублирование знака (одиночное размещение вместе вместе с использованием полного логотипа).

Фирменная графика размещается во всю ширину колонок и может менять свое положение относительно высоты макета. Текстовая часть может размещаться в любой части макета, главное — выравнивать ее положение относительно колонок в макете.



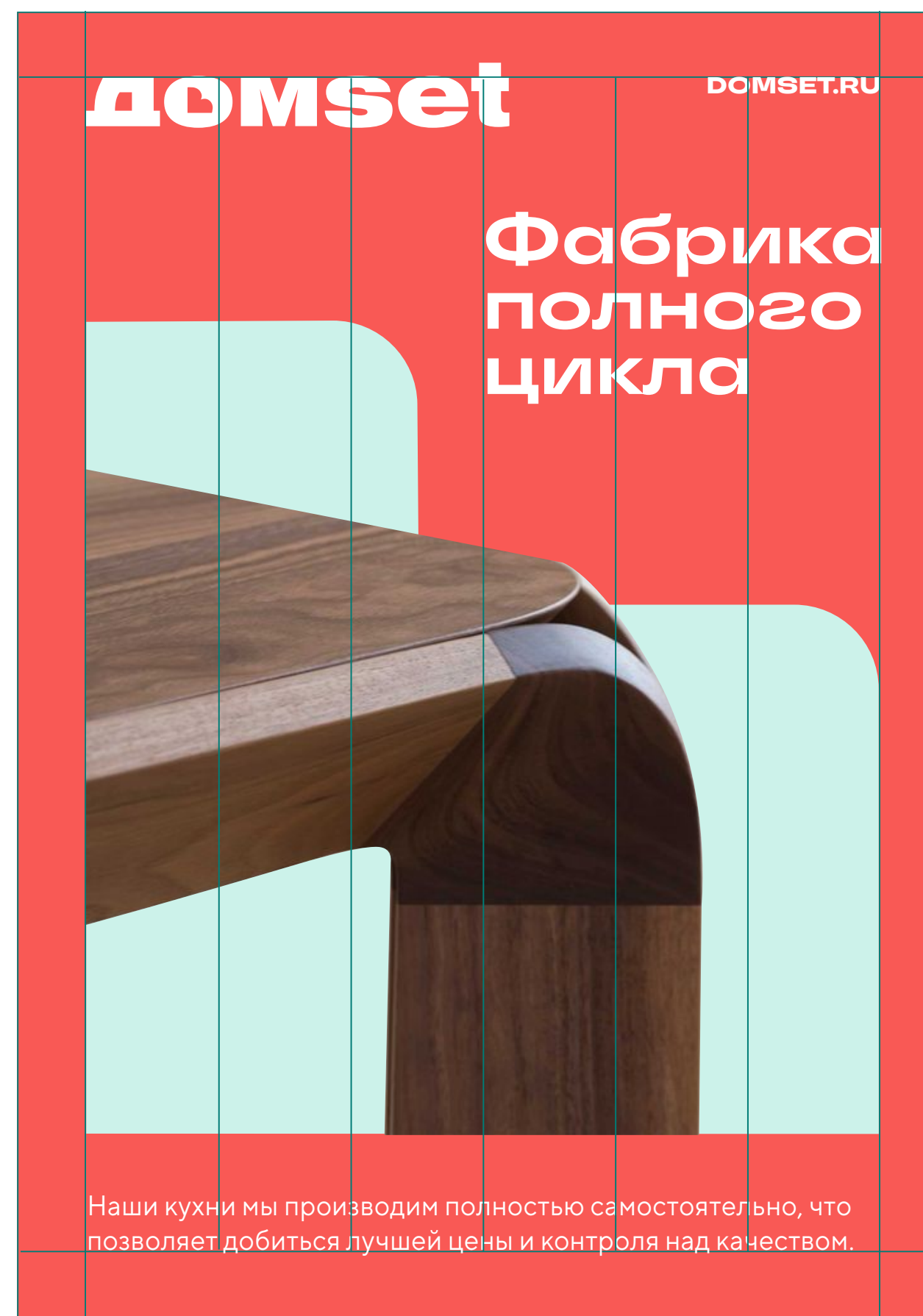
# Рекламные носители с графикой

Расположение графики, фото, верстка текста

Текстовые блоки набираются с выравниванием по левому краю. В зависимости от фона выбирается цвет текста из возможных фирменных цветов.

Важно соблюдать выравнивание по направляющим и колонкам.

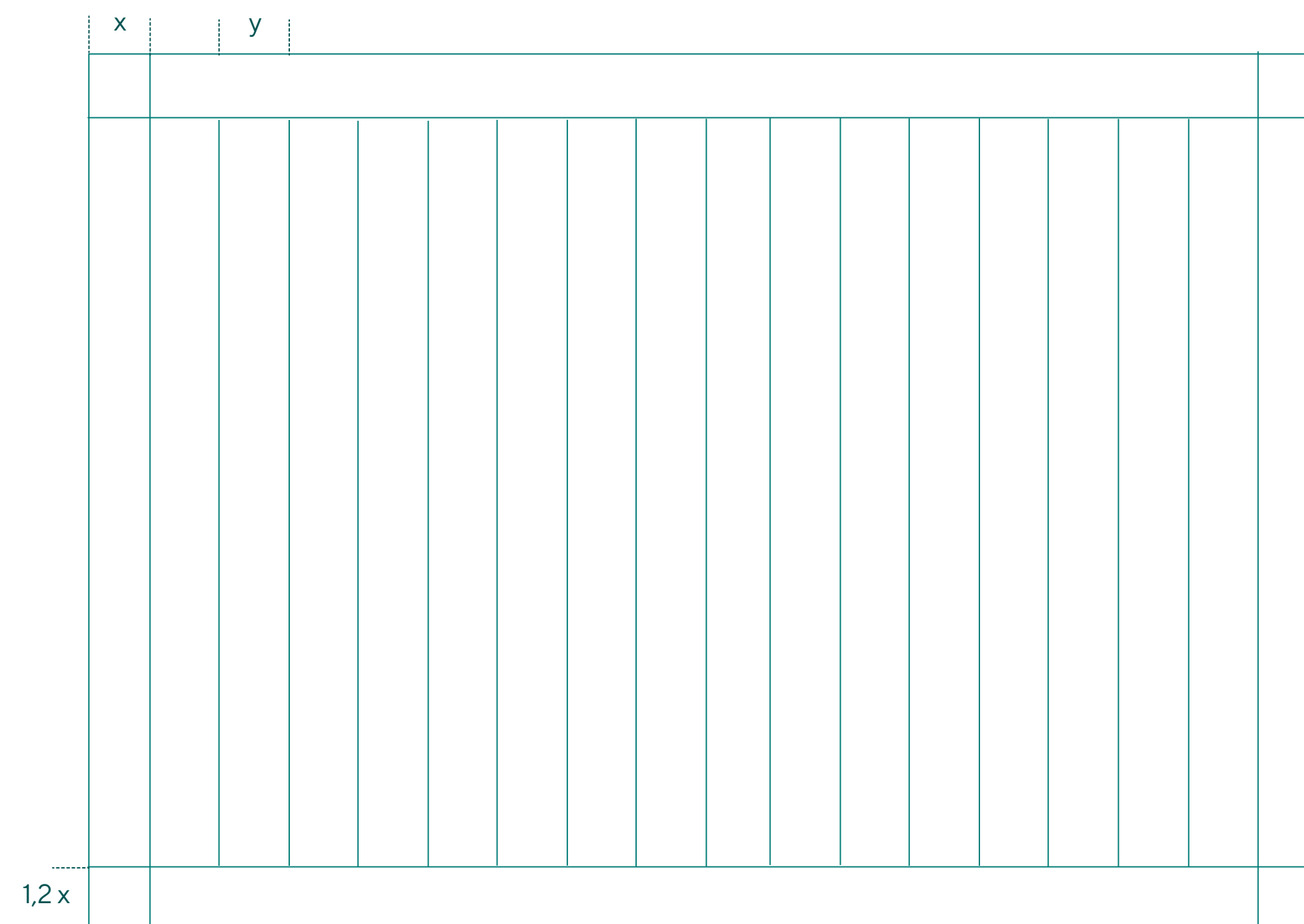
Акцентные слова могут выделяться цветом.



# Фирменная сетка

Сетка для горизонтальных макетов А4

- сетка состоит из полей и 16 колонок, где  $y$  — ширина 1 колонки
- верхнее и боковые поля макета равняются  $X$  — охранному полю логотипа
- нижнее поле равно  $1,2 X$  — оно сделано специально чуть больше, для оптической компенсации (При невозможности просчитать это поле, рекомендуется использовать поле  $X$ ).





# Горизонтальный формат

## Расположение элементов

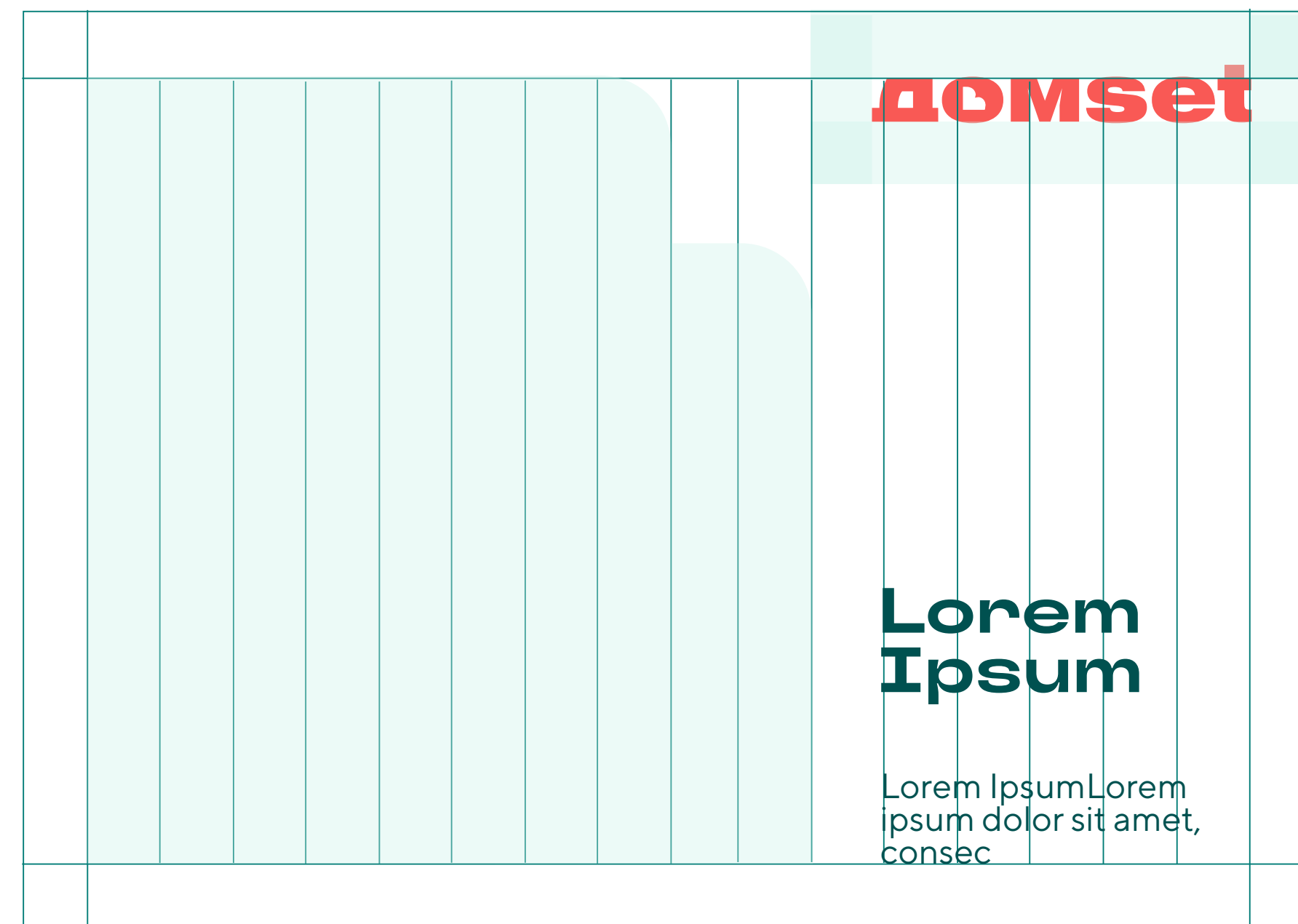
Размер логотипа равен 3 колонкам.  
Логотип выравнивается по базовой линии на расстоянии не менее минимального «охранного поля» логотипа:

- в верхнем правом углу
- в верхнем левом углу
- во всю ширину как в верхней, так и в нижней части макета

### Запрещено:

- расположение логотипа дальше охранного поля
- расположение логотипа не в верхнем или нижнем левых углах формата дублирование знака (одиночное размещение вместе вместе с использованием полного логотипа).

Фирменная графика размещается во всю ширину колонок и может менять свое положение относительно высоты макета. Текстовая часть может размещаться в любой части макета, главное — выравнивать ее положение относительно колонок в макете.



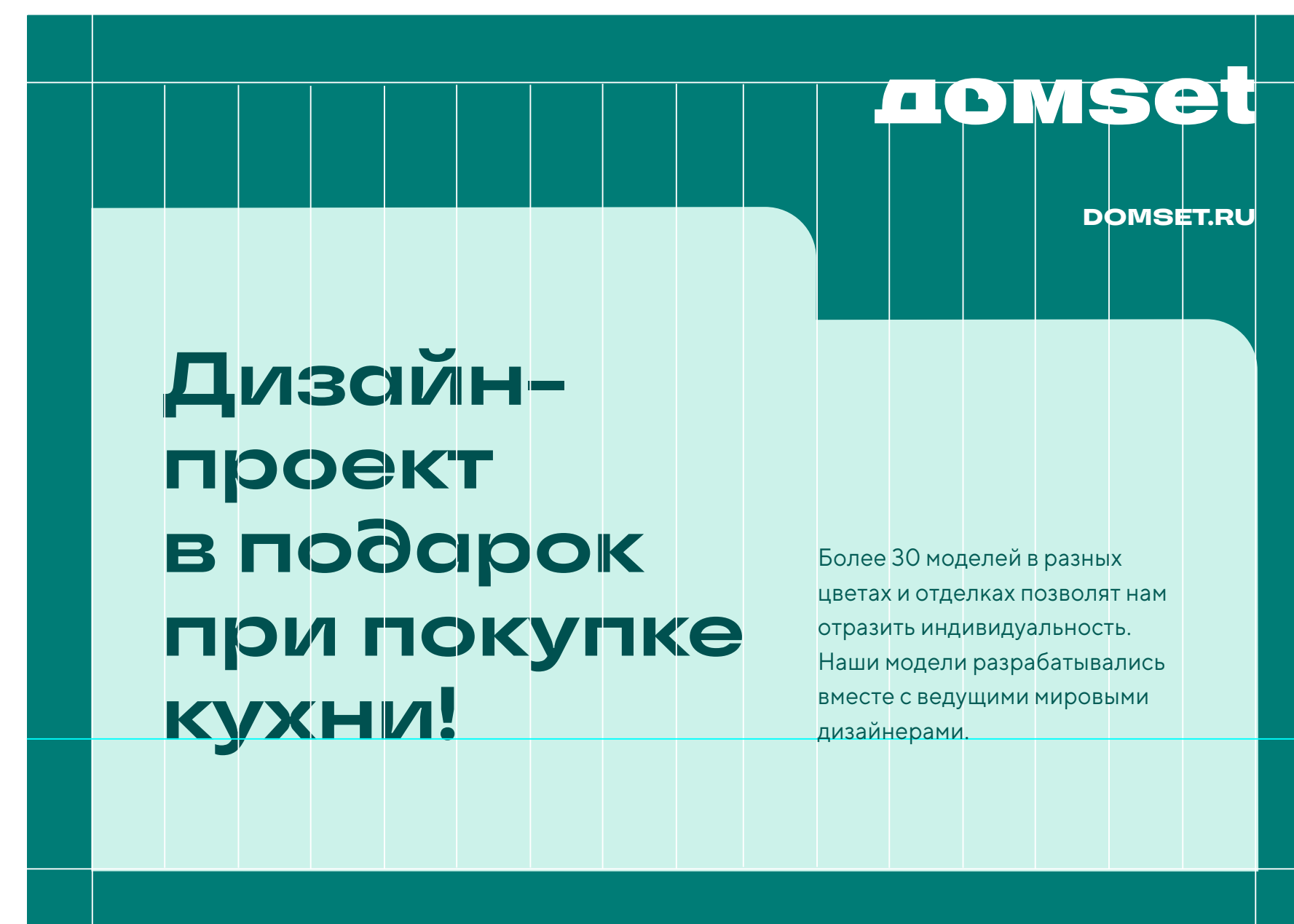
# Рекламные носители с графикой

Расположение графики, фото, верстка текста

Текстовые блоки набираются с выравниванием по левому краю. В зависимости от фона выбирается цвет текста из возможных фирменных цветов.

Важно соблюдать выравнивание по направляющим и колонкам.

Акцентные слова могут выделяться цветом.



08

Деловая  
документация

# Визитная карточка

 Brandbook / Documentation / BC

Для набора визиток используются шрифт TT Travels Next Bold и TT Norms Pro Regular с выравниванием по левому краю.

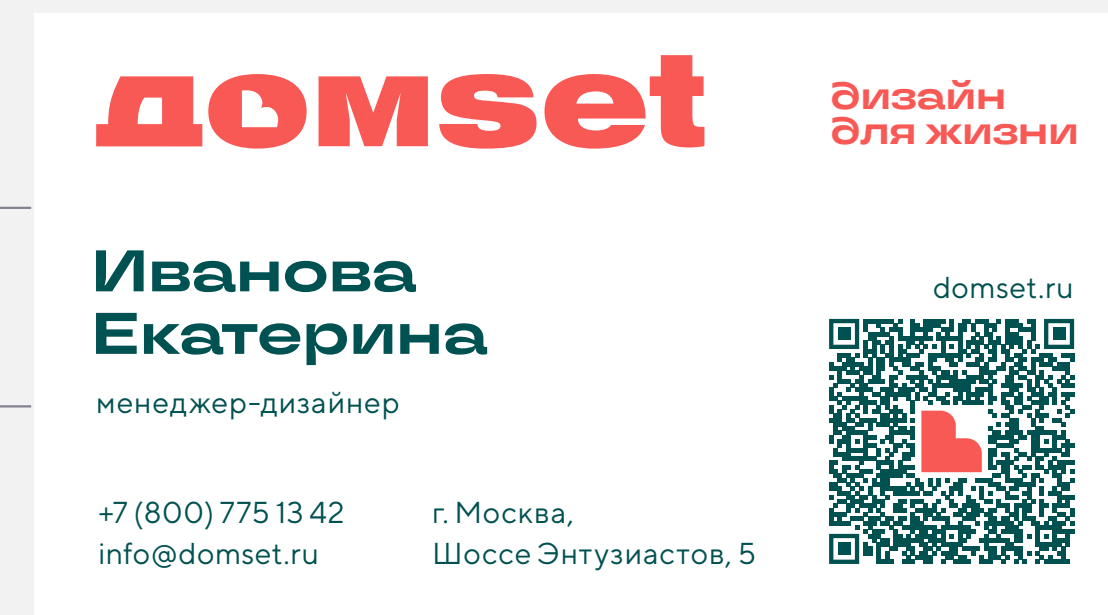
Рекомендации по изготовлению визиток:  
формат: 90x50 мм  
материал: бумага белая мелованная,  
либо дизайнерская Color Style smooth CSM  
white (00) (Europapier) плотность: 300 г/м2  
печать: шелкография или офсетная,  
двухсторонняя.

**Использовать только электронную версию, прилагаемую к Гайду. В фирменной визитке запрещается изменять начертания, размеры шрифта или интерлиньяж.**



6,5 pt,  
Bold

9,5 pt,  
Bold



8 pt,  
Regular

8 pt,  
Regular

# Визитная карточка



# Бланк

 Brandbook / Documentation / Blank

Для деловой переписки используются фирменные бланки компании.

Для набора бланка используется фирменный шрифт TT Travels Next, TT Norms Pro или Arial.

Рекомендации по изготовлению бланка:  
формат: А4 (210x297 мм)  
материал: бумага высокой белизны  
плотностью 80–100 г/м<sup>2</sup>  
печать: цифровая или офсетная,  
односторонняя.

**domset**

ИНН 5614058548 | КПП 771901001  
105318, г. Москва, ул. Ибрагимова, 31

## Заголовок

Уважаемый, Пётр Константинович

Равным образом дальнейшее развитие различных форм деятельности позволяет оценить значение позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач. Значимость этих проблем настолько очевидна, что сложившаяся структура организации играет важную роль в формировании существенных финансовых и административных условий. Значимость этих проблем настолько очевидна, что дальнейшее развитие различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Задача организации, в особенности же консультация с широким активом требуют от нас анализа соответствующий условий активизации. Не следует, однако забывать, что рамки и место обучения кадров играет важную роль в формировании форм развития.

С уважением,  
Константин Константинопольский



DOMSET.RU

info@domset.ru  
+7 (499) 517 94 32

# Бланк



ИНН 5614058548 | КПП 771901001  
105318, г. Москва, ул. Ибрагимова, 31

**домset**

## Заголовок

Уважаемый, Пётр Константинович

Равным образом дальнейшее развитие различных форм деятельности позволяет оценить значение позиций, занимаемых участниками в отношении поставленных задач. Значимость этих проблем настолько очевидна, что сложившаяся структура организации играет важную роль в формировании существенных финансовых и административных условий. Значимость этих проблем настолько очевидна, что дальнейшее развитие различных форм деятельности обеспечивает широкому кругу (специалистов) участие в формировании системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Задача организации, в особенности же консультация с широким активом требуют от нас анализа соответствующий условий активизации. Не следует, однако забывать, что рамки и место обучения кадров играет важную роль в формировании форм развития.

С уважением,  
Константин Константинопольский

DOMSET.RU

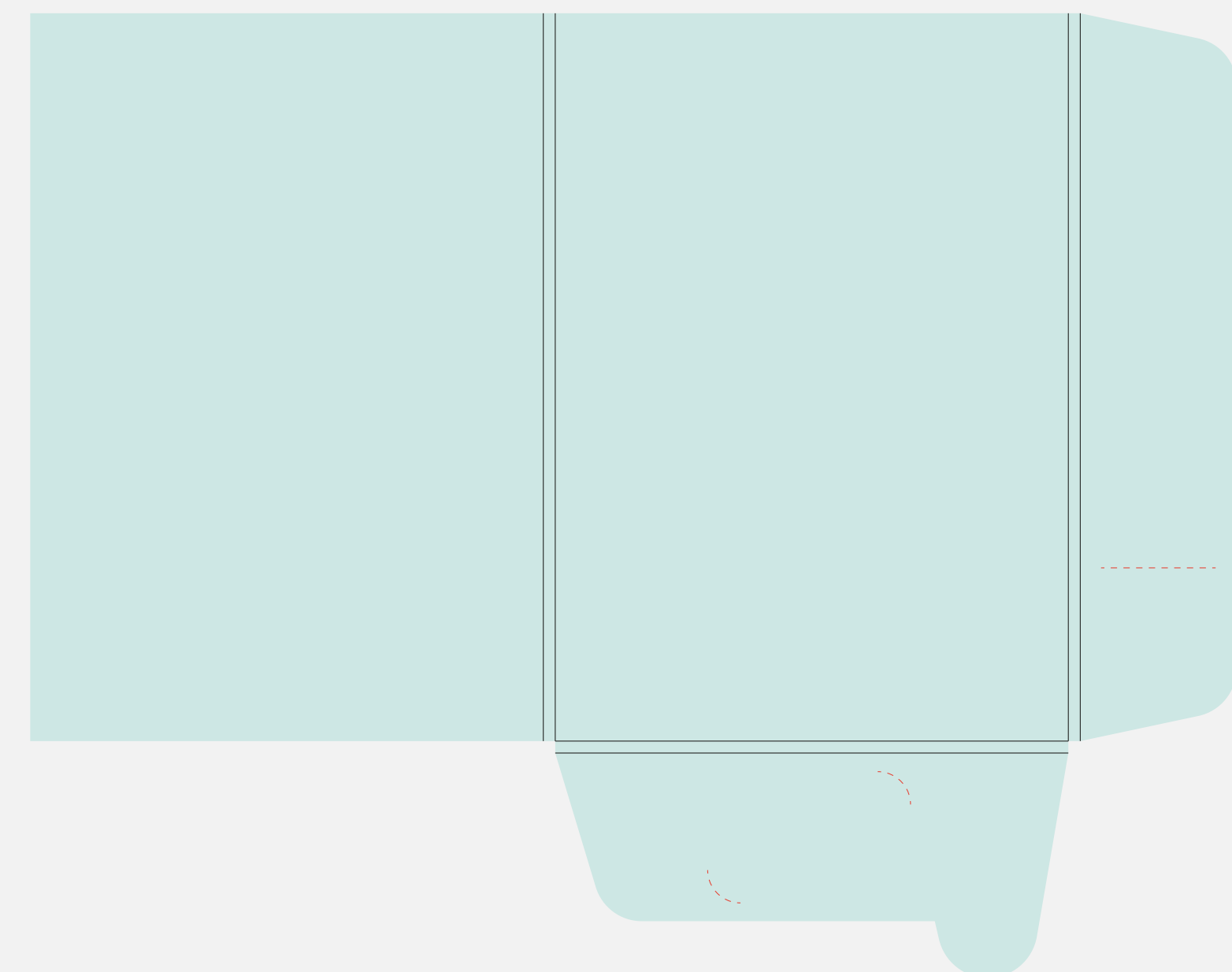
info@domset.ru  
+7 (499) 517 94 32

# Папка

 Brandbook / Documentation / Folder

В качестве фирменных папок используются папки формата А4 фирменного цвета снаружи и внутри.

Рекомендации по изготовлению папок:  
формат: 213х300 мм (в закрытом виде)  
материал: бумага мелованная  
плотность: 270–300 г/м<sup>2</sup>  
печать: цифровая или офсетная, двухсторонняя  
ламинация: матовая





# Папка



# Бейдж на выставку



# Бейдж продавца



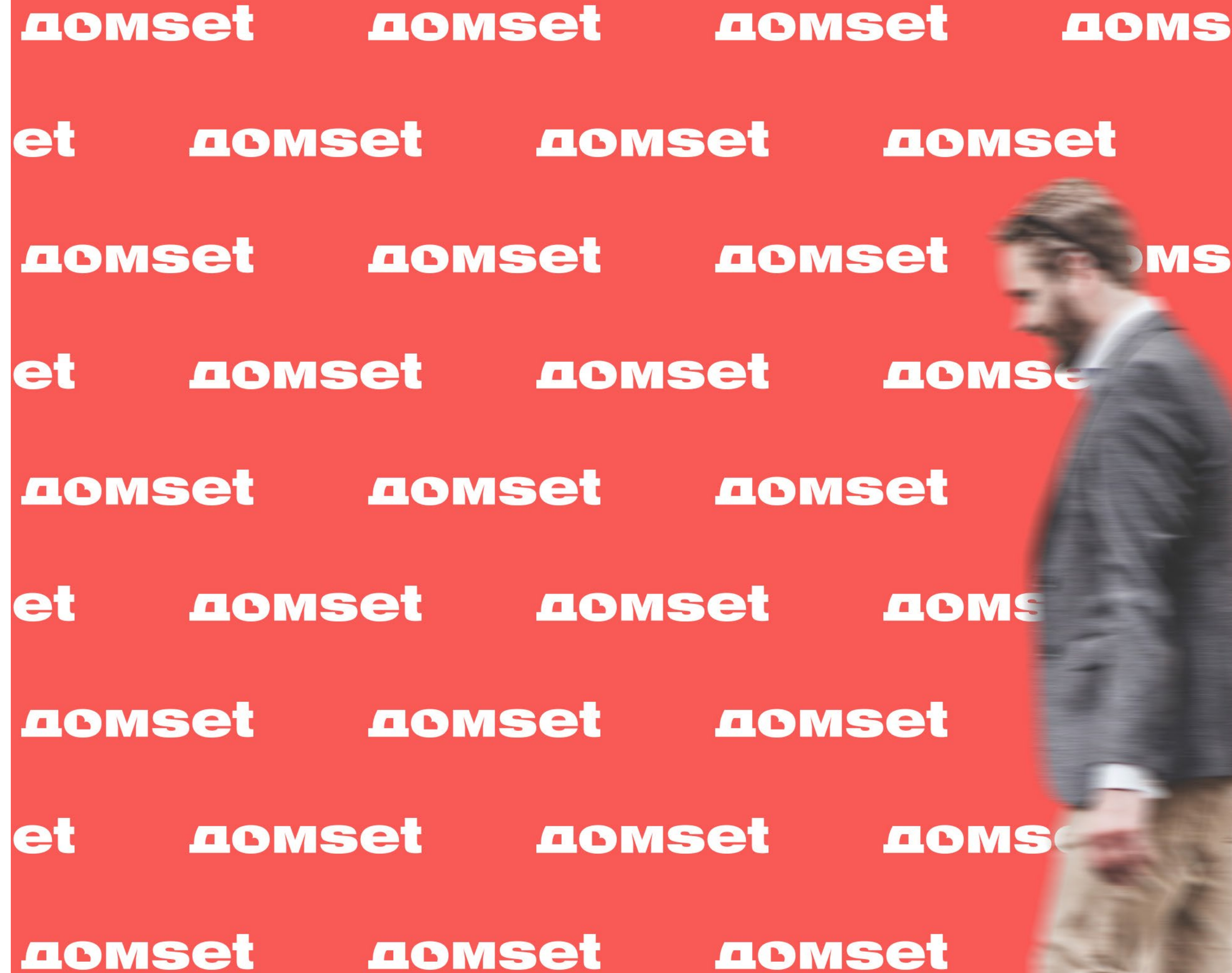
09

# Рекламные материалы

# Press wall



# Press wall



# Флаер

A5



# Макет в прессе


Полоса А4





# Наружная реклама

Биллборд 6х3 м



**DOMset**

**Дизайн  
для жизни**

Кухни  
и интерьеры

+7 (800) 775 13 42

**DOMSET.RU**

The billboard is mounted on a wall with vertical grey slats. It features a red background with a black border. On the left, there is a photograph of a modern kitchen with green cabinets, a black oven, and a dining table with four pink chairs. A large, metallic, dome-shaped pendant light hangs over the table. On the right, the brand name 'DOMset' is written in large white letters. Below it, the slogan 'Дизайн для жизни' is written in white. Further down, the text 'Кухни и интерьеры' is written in a smaller white font. At the bottom, the phone number '+7 (800) 775 13 42' and the website 'DOMSET.RU' are displayed in white.

# Наружная реклама

Сити-формат  
1200x1800 мм



# Реклама на транспорте



# Соцсети

Аватар и оформление  
Хайлайтс, баннеры

Brandbook / Social media

В качестве главного аватара для соцсетей используется исключение — логотип, разделенный на 2 строки. Это правило распространяется только на digital форматы самых маленьких размеров. В остальных случаях используется оригинальная версия логотипа. Фон для логотипа используется только в цветах Salmon и Mint.

В графике для хайлайтс используется фирменный знак, и здесь можно использовать самые разные сочетания фирменных цветов бренда.

Для шапок и баннеров соцсетей также есть вариативность — простая плашка фирменного цвета с логотипом, или же макет в фирменных цветах с фотоизображением продукта.



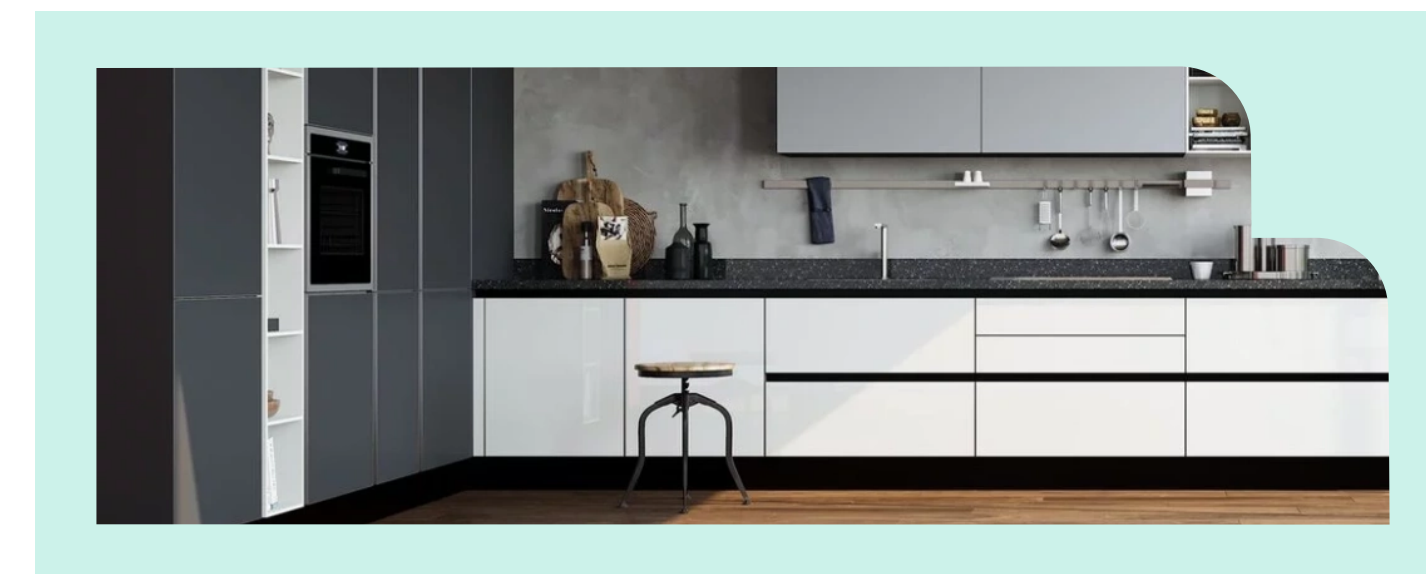
Аватар



Графика для Хайлайтс



Варианты баннера для соцсетей

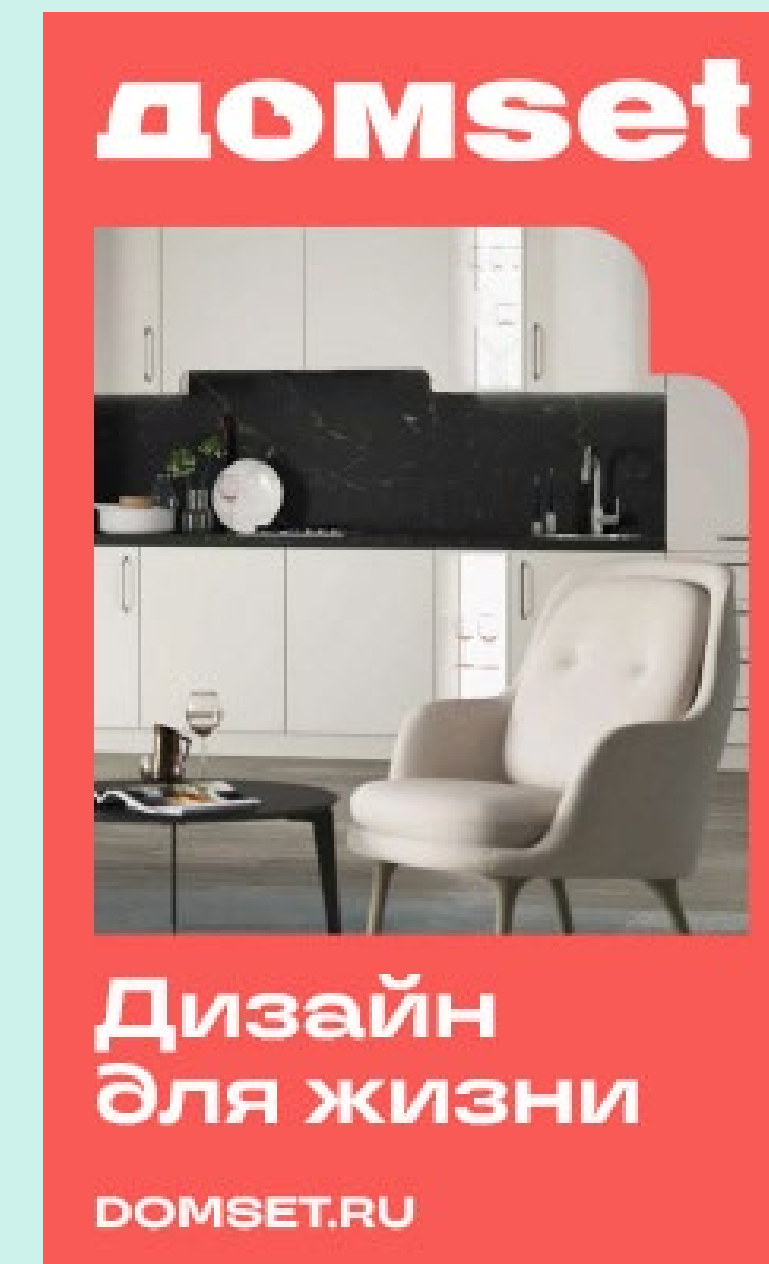
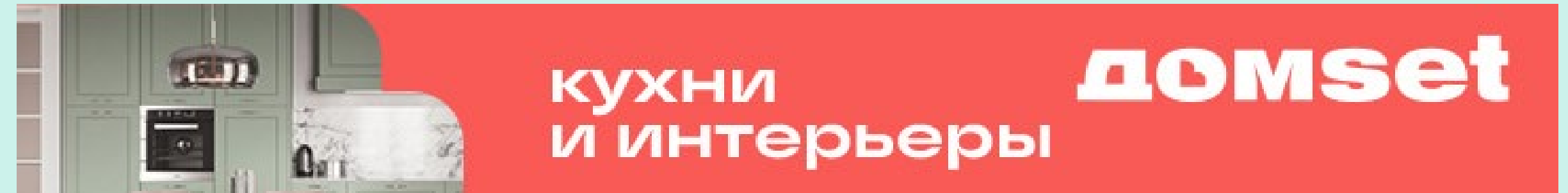


Вариант баннера для соцсетей

# Web-баннеры

240x400 px / 728x90 px

 Brandbook / Web banners



# 10

Сувенирная  
продукция  
и другие  
носители

# Флешка



# Power bank





# Термос



# Ручки



# Ежедневник



# Кружка



# Календарь настенный



# Пакет бумажный



# Пакет ПВХ



# СКОТЧ



## Логотип на петлях и столешнице



