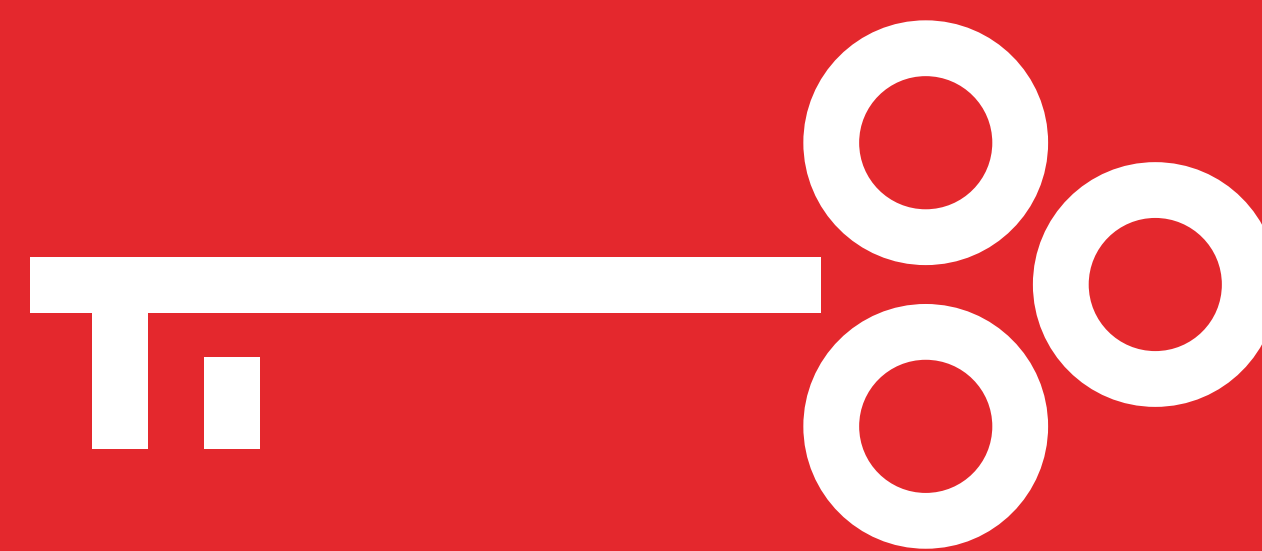
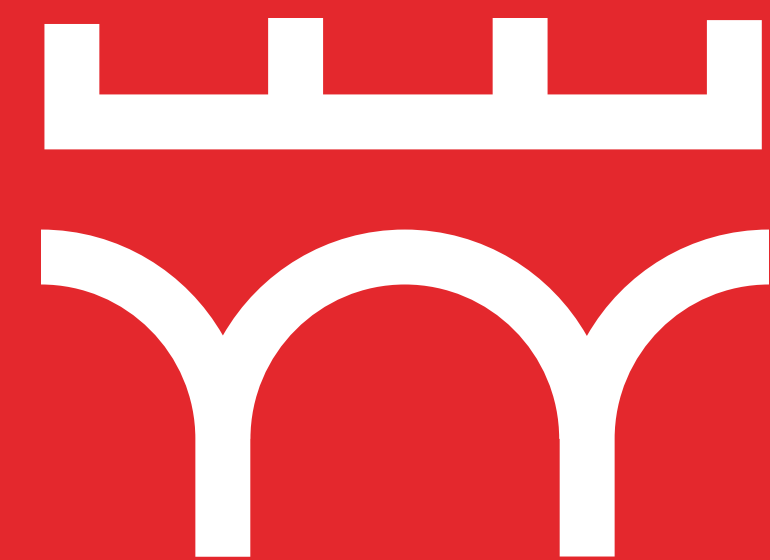


ВЛАДИ КАВКАЗ



РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



ЛОГОТИП

Основная версия логотипа 3

Дополнительные версии и малый знак 4

Запреты 5

БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Шрифты 7

Фирменные цвета 9

Цветовые сочетания 10

Пиктограммы 11

Орнаменты 12

Фотоэлементы 13

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ

Построение макета 15

Принцип размещения графических элементов на макете 16

Построение вертикального формата макета 17

Построение горизонтального формата макета 18

Построение квадратного формата макета 19

Ошибки при построении макетов 20

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ 21

ЛОГОТИП

ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

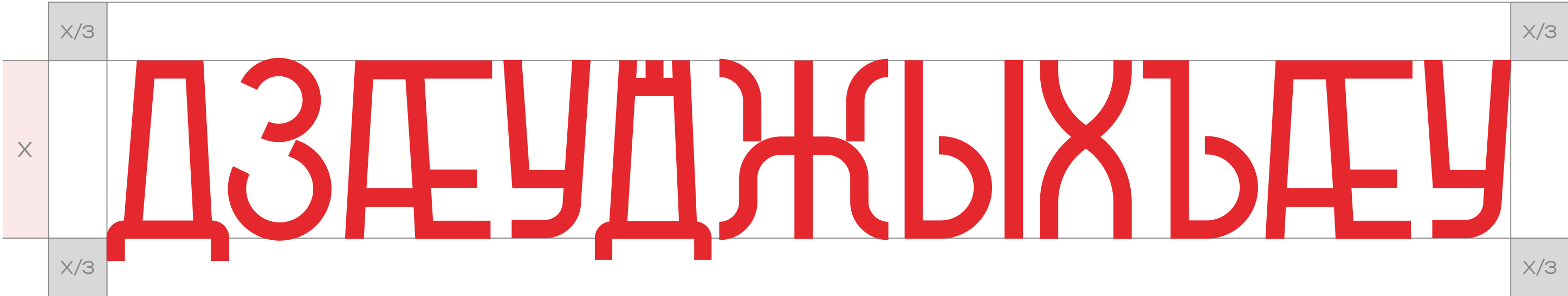
Логотип — основа графического стиля и самый узнаваемый фирменный элемент, поэтому важно корректно размещать его на макетах. Логотип Владикавказа существует в следующих версиях:

- Основная версия на русском и осетинском языках.
- Вертикальная версия с левой выключкой на русском и осетинском языках.
- Вертикальная версия со смещение на русском и осетинском языках.
- Знак.

Основная версия может быть использована на макетах с малым количеством текстового и графического контента, а также для корпоративной документации.

Охранное поле логотипа должно составлять не менее 1/3 высоты букв. В охранное поле не могут попадать какие-либо активные элементы — типографика, иконографика и т. д.

Скачать логотип



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВЕРСИИ И МАЛЫЙ ЗНАК

Дополнительные версии логотипа рекомендуется использовать для имиджевых макетов: рекламные баннеры, оформление соцсетей, мерч и т. д.

Малый знак может быть использован самостоятельно. Рекомендуемые форматы: некоторые форматы мерча, малые форматы, SMM. Охранное поле малого знака должно составлять не менее 1/3 высоты букв.

Скачать логотип

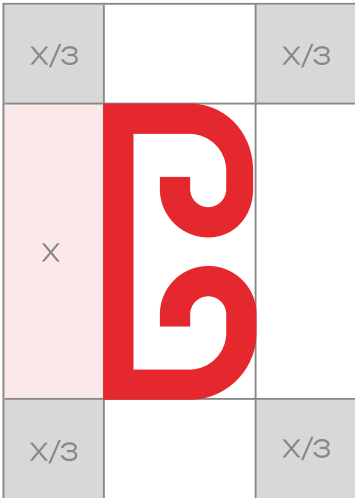
Вертикальная версия 1



Вертикальная версия 2



Малый знак



ЗАПРЕТЫ

- 1 . Растягивать или сжимать, нарушая исходные пропорции.
- 2 . Изменять композицию, кроме предусмотренных версий.
- 3 . Использовать логотип в контурной обводке.
- 4 . Добавлять эффекты (тени, градиенты, текстуры и т. п.).
- 5 . Редактировать или заменять шрифт.
- 6 . Добавлять к логотипу какие-либо чужеродные графические элементы.
- 7 . Размещать логотип на таких фрагментах фона и цветах, где нарушается его восприятие и считываемость.
- 8 . Недопустимо использовать цвета, не входящие в фирменную палитру, а также нарушать цветовые сочетания, описанные на странице 10.



①



②



③



④



⑤



⑥



⑦



⑧

БАЗОВЫЕ
ЭЛЕМЕНТЫ

ШРИФТЫ

Фирменный шрифт — это современный гротеск, разработанный специально для Владикавказа. В его формах заложены элементы национальной культуры: буква «А» отсылает к силуэту осетинских башен, а «В» стилизована под традиционный орнамент. Шрифт сочетает лаконичность и этническую самобытность, делая визуальный стиль города уникальным и легко узнаваемым.

Фирменный шрифт используется для оформления заголовков и подзаголовков, а также для написания логотипа.

Wix Madefor Display — дополнительный шрифт для более мелких подзаголовков (начертание Medium) и наборного текста (начертание Regular). Для использования этого шрифта требуется отдельное приобретение лицензии.

Скачать шрифты

Фирменный шрифт



Дополнительный шрифт

Wix Madefor Display Semibold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 .,:!/?/«»!()-

Wix Madefor Display Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 .,:!/?/«»!()-

ШРИФТЫ

Пропорции заголовков и наборного текста подчиняются следующей логике: за основу рекомендовано взять величину кегля крупного заголовка (S) и рассчитать по формуле:

- $\frac{2}{3} \times S$ для подзаголовков.
- $\frac{1}{4} \times S$ для мелкого подзаголовка.
- $\frac{1}{5} \times S$ для наборного текста.

Если результат расчета — дробное число, следует округлить до ближайшего целого.

Рекомендуем использовать величину межстрочного интервала для заголовков и подзаголовков, равную $\frac{1}{3}$ от высоты букв.

Для мелких подзаголовков рекомендуем использовать межстрочный интервал, равный 110% от величины кегля. Для наборного текста — 130%.

Скачать шрифты

S

S/3

$\frac{2}{3} \times S$

$\frac{1}{4} \times S$

$\frac{1}{5} \times S$

НЕДЕЛЯ

ТЕАТРАЛЬНОГО
ИСКУССТВА

ПОДЗАГОЛОВОК

Мелкий подзаголовок
в две строки

Современный Владикавказ — это редкое сочетание горного характера и городского комфорта. С одной стороны — панорамы Главного Кавказского хребта, кавказские ущелья, ледники и перевалы, а с другой — насыщенная культурная жизнь с театрами, музеями, филармонией, выставками и фестивалями.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

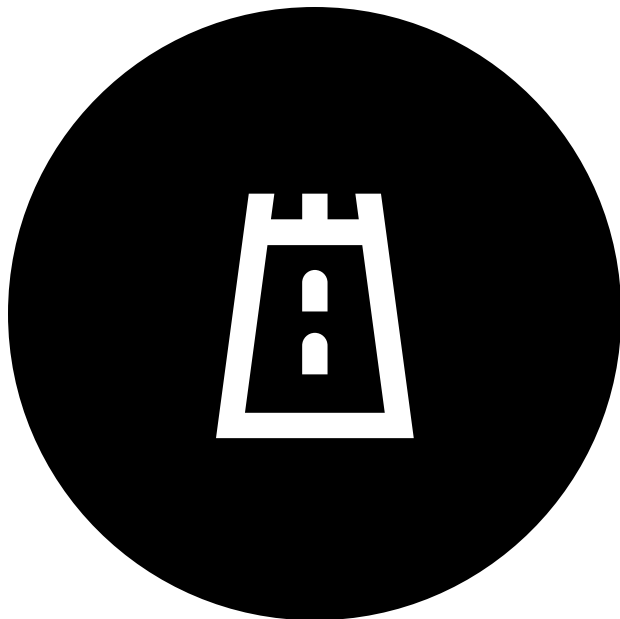
Цветовая палитра состоит из двух основных (красный и глубокий фиолетовый) и шести дополнительных цветов. На этой странице указаны их верные цифровые значения для различных цветовых моделей.

<div>КРАСНЫЙ</div> <div>E61C2B RGB 230 28 43 CMYK 0 96 82 0</div>			<div>ГЛУБОКИЙ ФИОЛЕТОВЫЙ</div> <div>2D2A6E RGB 45 42 110 CMYK 100 97 22 9</div>		
<div>ГЛУБОКИЙ ИЗУМРУДНЫЙ</div> <div>056163 RGB 5 97 99 CMYK 87 37 50 31</div>	<div>БЕЛЫЙ</div> <div>FFFFFF RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0</div>	<div>ГОЛУБОЙ</div> <div>3E87C7 RGB 62 135 199 CMYK 75 38 0 0</div>	<div>ОРАНЖЕВЫЙ</div> <div>D75E12 RGB 215 94 18 CMYK 11 72 100 2</div>	<div>СВЕТЛО-ЗЕЛЕНый</div> <div>9DCB84 RGB 157 203 132 CMYK 46 0 60 0</div>	<div>ЧЕРНЫЙ</div> <div>000000 RGB 0 0 0 CMYK 0 0 0 100</div>

ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ

На этой странице указаны допустимые цветовые сочетания. Данные правила применимы к фонам, графическим и текстовым элементам.

- Основные цвета, а также три дополнительных — глубокий изумрудный, голубой и белый — используются для фона и графических элементов.
- Для логотипа по умолчанию выбран красный цвет. На цветных фонах предпочтительно применять белый логотип.
- Оранжевый и светло-зеленый цвета не подходят для использования в качестве фона или для логотипа. Их следует применять только для графических элементов.
- Использование черного цвета допустимо в тех случаях, когда невозможно использовать цветной вариант: при ограничениях печати или в случае применения особых требований к размещению брендинга.



ПИКТОГРАММЫ

Пиктограммы — один из ключевых элементов фирменного стиля. Они используются как иллюстрации в макетах.

Все пиктограммы выполнены в единой стилистике, которая перекликается с фирменным написанием логотипа: простые формы, минимум деталей, сочетание округлых и угловатых линий.

При необходимости пакет пиктограмм может быть дополнен. Важно сохранять визуальное единство:

- Все пиктограммы на макете должны иметь одинаковый масштаб по вертикали — равный или немного превышающий высоту основного заголовка.
- Должны иметь схожий уровень детализации.
- Должны соответствовать общей стилистике.

Скачать пиктограммы



ОРНАМЕНТЫ

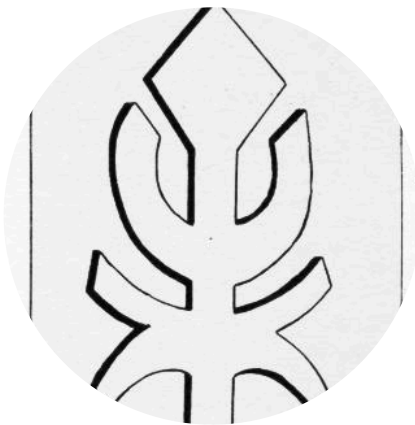
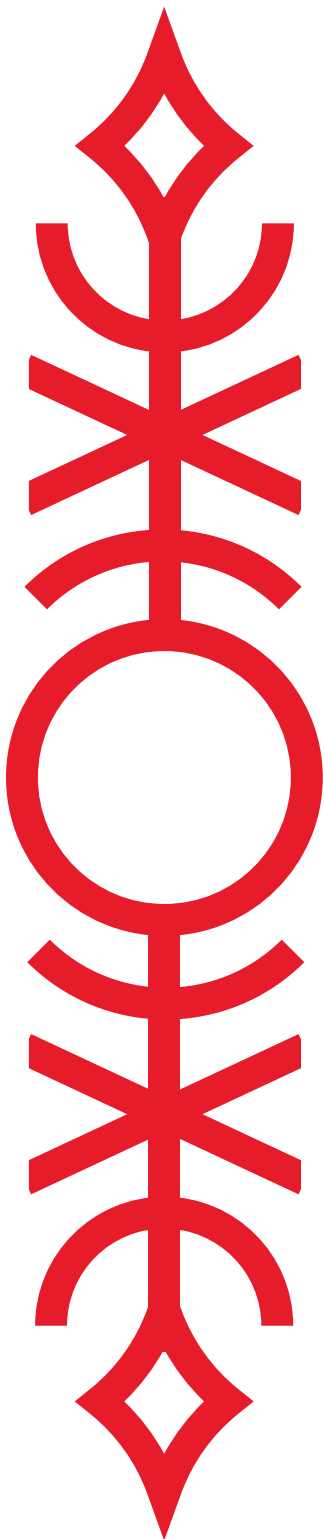
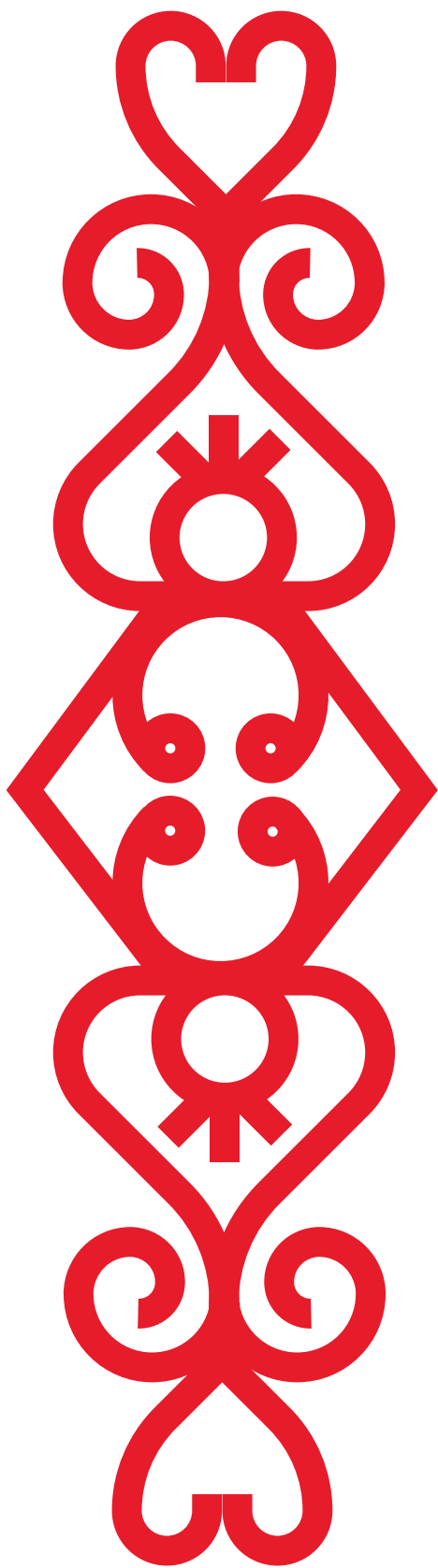
Орнаменты являются неотъемлемой частью визуального стиля. Они вдохновлены традиционными осетинскими орнаментами, вышивками и декоративным искусством. Графика отличается упрощённой пластикой и стилистически перекликается с логотипом.

Орнаменты служат для оформления фонов, акцентов и декоративных блоков. Они бывают двух типов:

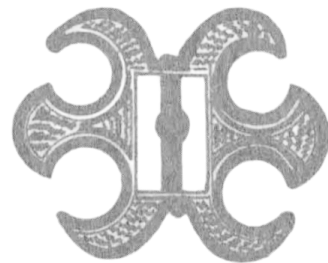
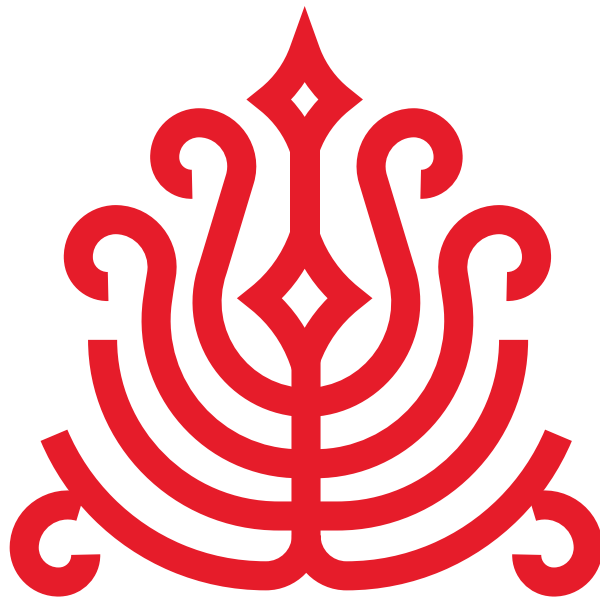
- 1. Вертикальный или горизонтальный фриз.
- 2. Медальон — более компактный вариант орнамента, имеющий пропорции, близкие к квадратным.

При необходимости пакет орнаментов может быть дополнен. Важно сохранять визуальное единство: упрощение форм, минимум деталей, сочетание округлых и угловатых линий, симметрию.

Скачать орнаменты



1



2

ФОТОЭЛЕМЕНТЫ

Фотоэлементы — один из центральных визуальных инструментов фирменного стиля. Они используются для создания ярких, узнаваемых и атмосферных макетов, подчеркивая уникальность города и его культурной среды. Фотоэлементы разделяются на следующие категории:

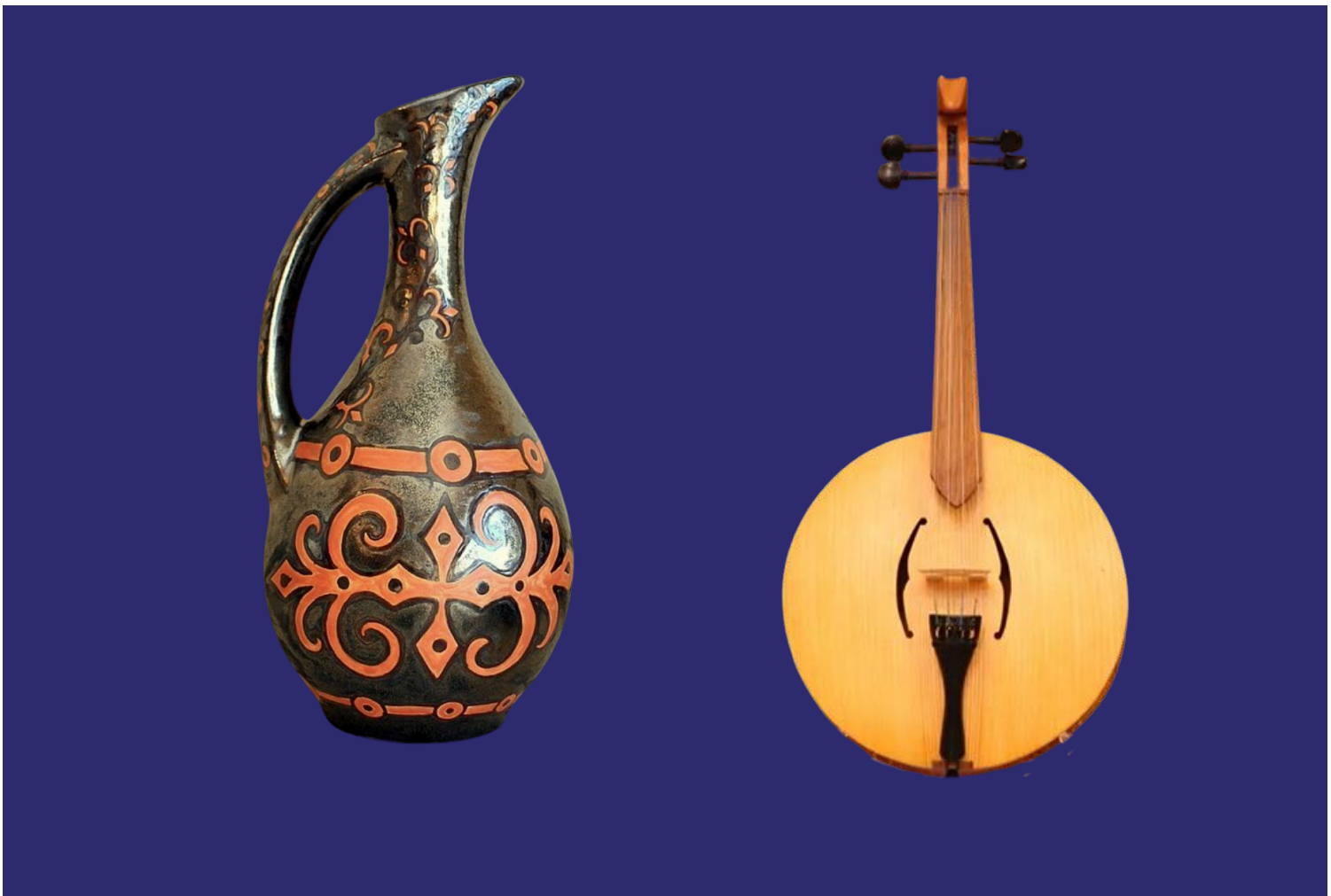
- 1 . Памятники города.
- 2 . Предметы зодчества, украшения, музыкальные инструменты и пр.
- 3 . Знаковые здания города.
- 4 . Люди.

- Все фотоэлементы используются только без фона (вырезаны по контуру).
- Элементы должны иметь четкие границы, аккуратный вырез и высокое качество.
- Не допускаются лишние тени, цветовые шумы, следы фона.
- Сохраняются естественные цвета объектов, возможно легкое выравнивание по тону/контрасту для согласования с макетом.
- Недопустимо использование цветowych фильтров и сильной ретуши — важно сохранять аутентичность.

Допускается использование полноформатных фотографий в качестве самостоятельного фона макета.



1



2



3



4

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ МАКЕТОВ

ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТА

- Весь контент, включая тексты и логотипы, размещается в рабочей области, ограниченной полями (не менее 20 px / 14 мм). Фотоэлементы, орнаменты и фоновая фотография могут выходить за ее пределы и за границы макета.
- Длинные заголовки разбиваются на несколько строк и оформляются асимметрично: строки могут сдвигаться относительно друг друга, неравномерно разбиваться; возможна произвольная расстановка по ширине формата, имитирующая «ступенчатую» верстку.
- Длинный заголовок становится главным визуальным и смысловым центром макета. Он масштабируется до крупного размера и занимает от 40% до 60% активной площади выбранного формата. Короткий заголовок — от 15% до 25%.
- В большинстве случаев для заголовков используется визуальное выравнивание по левому краю. Для дополнительных текстовых блоков возможно выравнивание как по левому, так и по правому краю.
- Логотип всегда размещается в нижнем левом углу макета и не должен конкурировать по масштабу с заголовком. В большинстве случаев ширина логотипа составляет от ¼ до ½ ширины макета.
- Все элементы располагаются так, чтобы создавать ощущение динамики, многоплановости и движения. На переднем плане — типографика, которая при необходимости может частично перекрывать графику. Пиктограммы размещаются поверх фотоэлементов, а фотоэлементы могут перекрывать орнаменты.



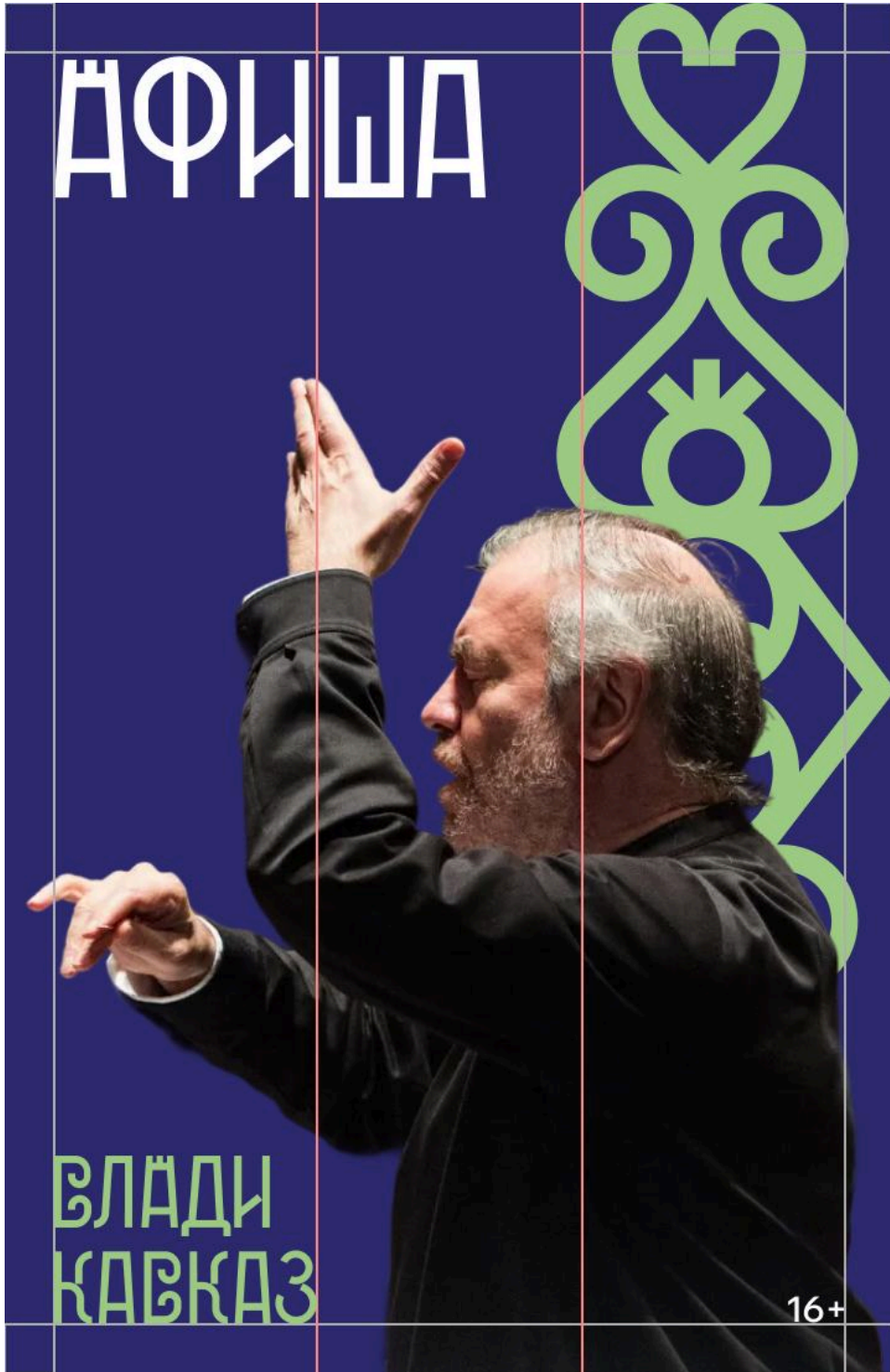
ПРИНЦИП РАЗМЕЩЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ НА МАКЕТЕ

Главная задача — создать гармоничную и запоминающуюся композицию за счет выразительного, но функционального размещения графических элементов.

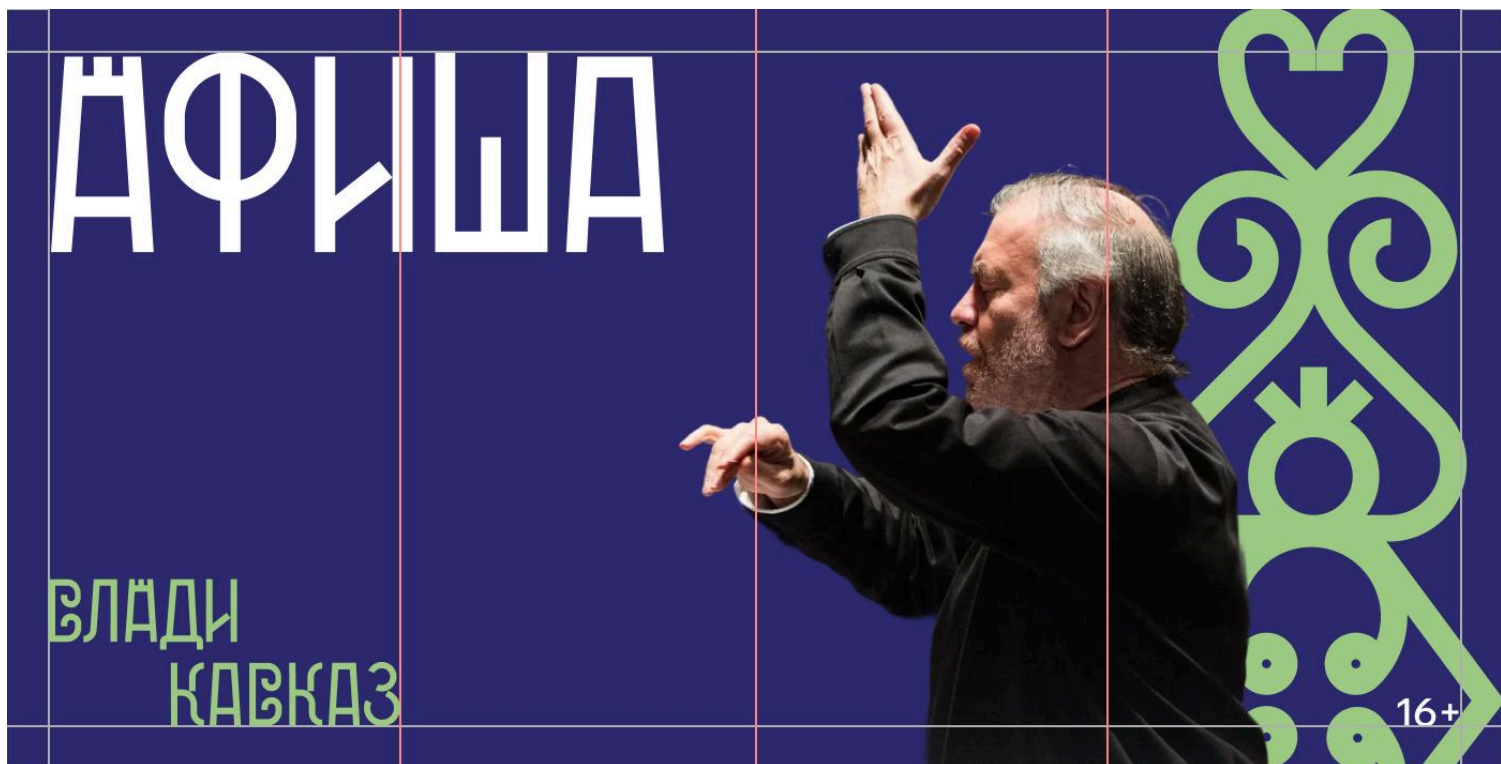
- Размер графических элементов выбирается исходя из общей иерархии макета: они должны быть визуально заметны, но не перекрывать ключевую информацию.
- На одном макете предпочтительно не использовать более двух фотоэлементов и не более трех пиктограмм, чтобы не перегружать композицию.
- Графические элементы почти всегда выравниваются по краям рабочей области макета.
- Пиктограммы и узоры могут использоваться как вместе с фотоэлементами, так и самостоятельно.
- Масштаб пиктограмм может варьироваться, но они не должны затмевать основные фото- и текстовые элементы. Возможна интеграция пиктограмм в заголовки.
- Недопустимо выводить пиктограммы за рабочую область макета.
- Фотоэлементы никогда не используются отдельно от пиктограмм или узоров.
- Важно сохранять достаточный контраст между объектами и фоном. Не допускается использование на одном макете пиктограмм нескольких цветов.



ПОСТРОЕНИЕ
ВЕРТИКАЛЬНОГО
ФОРМАТА МАКЕТА



ПОСТРОЕНИЕ
ГОРИЗОНТАЛЬНОГО
ФОРМАТА МАКЕТА



ПОСТРОЕНИЕ
КВАДРАТНОГО
ФОРМАТА МАКЕТА



ОШИБКИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ МАКЕТОВ

- 1 . Слишком мелкий логотип и избыточное количество пиктограмм на одном макете.
- 2 . Неправильно расставлены акценты и нарушена иерархия слоев на макете. Логотип размещен неверно, пиктограммы разного масштаба и цвета.
- 3 . Нарушена иерархия слоев на макете.
- 4 . Выравнивание всех элементов по центру, неверное сочетание цвета пиктограмм и фона.



ПРИМЕРЫ
НОСИТЕЛЕЙ




У ПРЕДГОРЬЯ
ВЕЩЕЙ
ГЛАЗ

ВЛАДИ
КАВКАЗ



БУДТО
ЮНОША
ПРЕКРАСНЫЙ

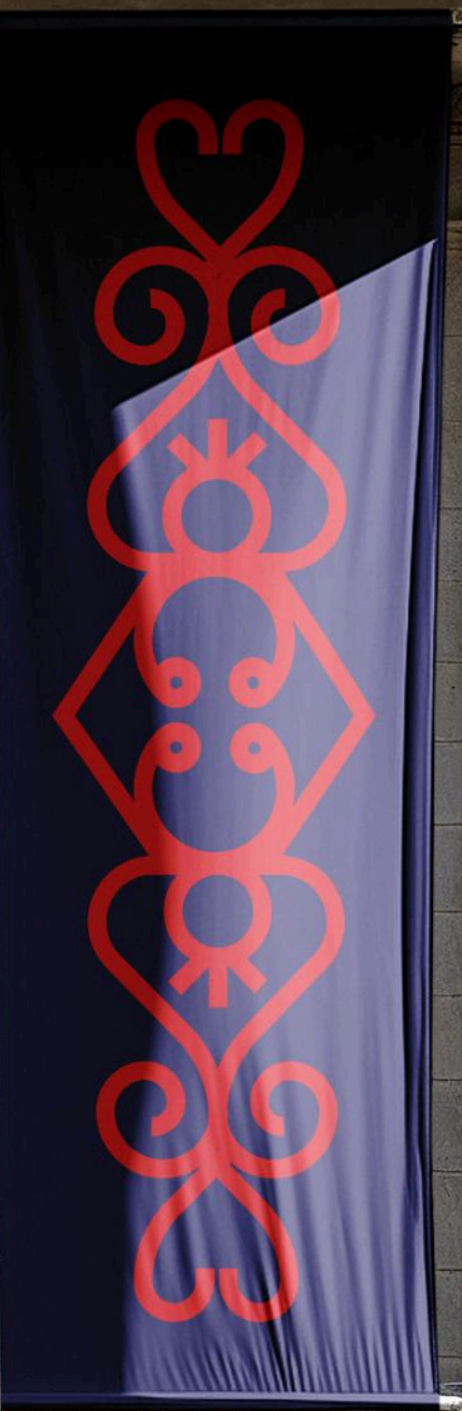
ВЛАДИ
КАВКАЗ



ВОЗНЕСЁН
ВЛАДИ
КАВКАЗ

ВЛАДИ
КАВКАЗ





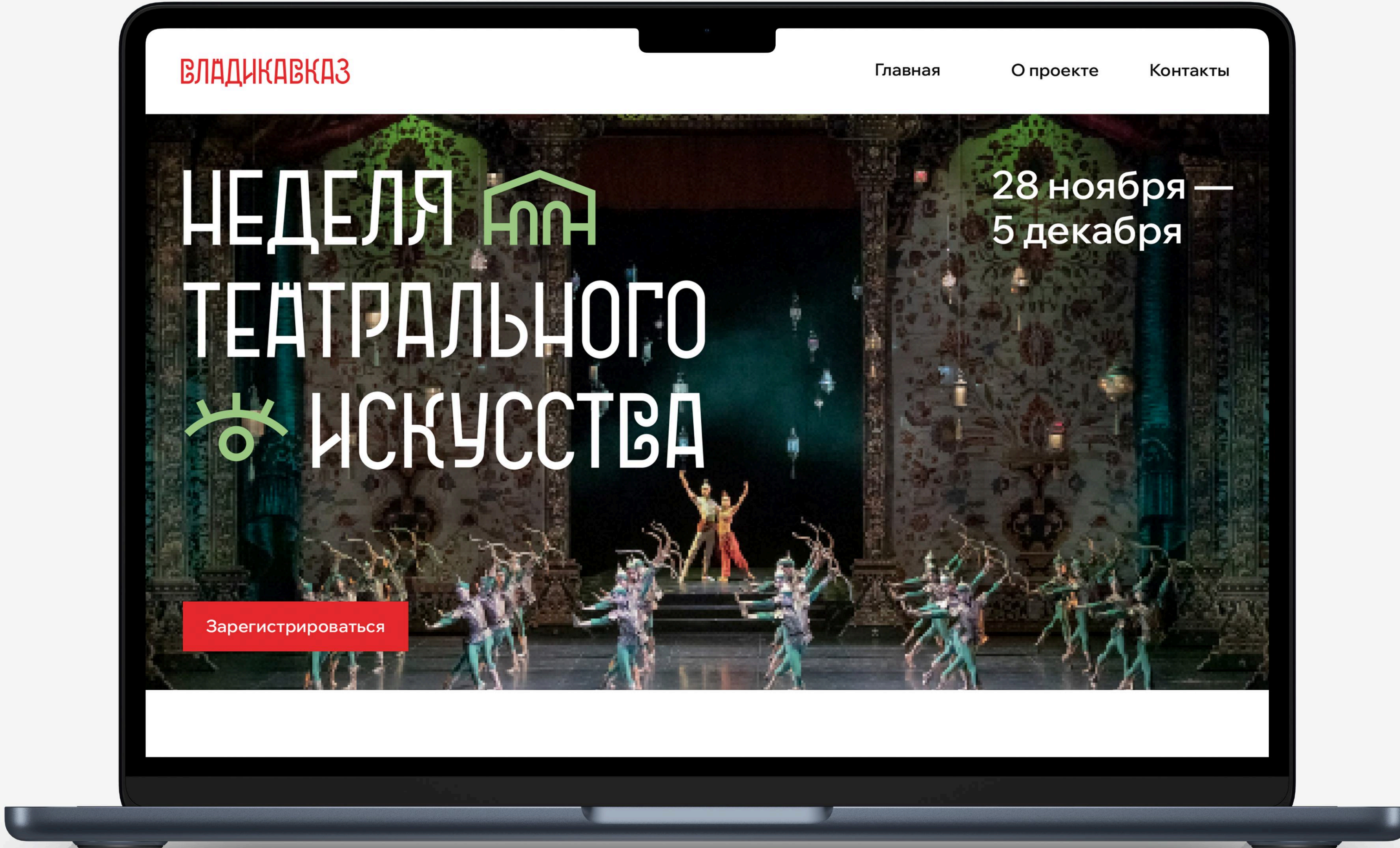


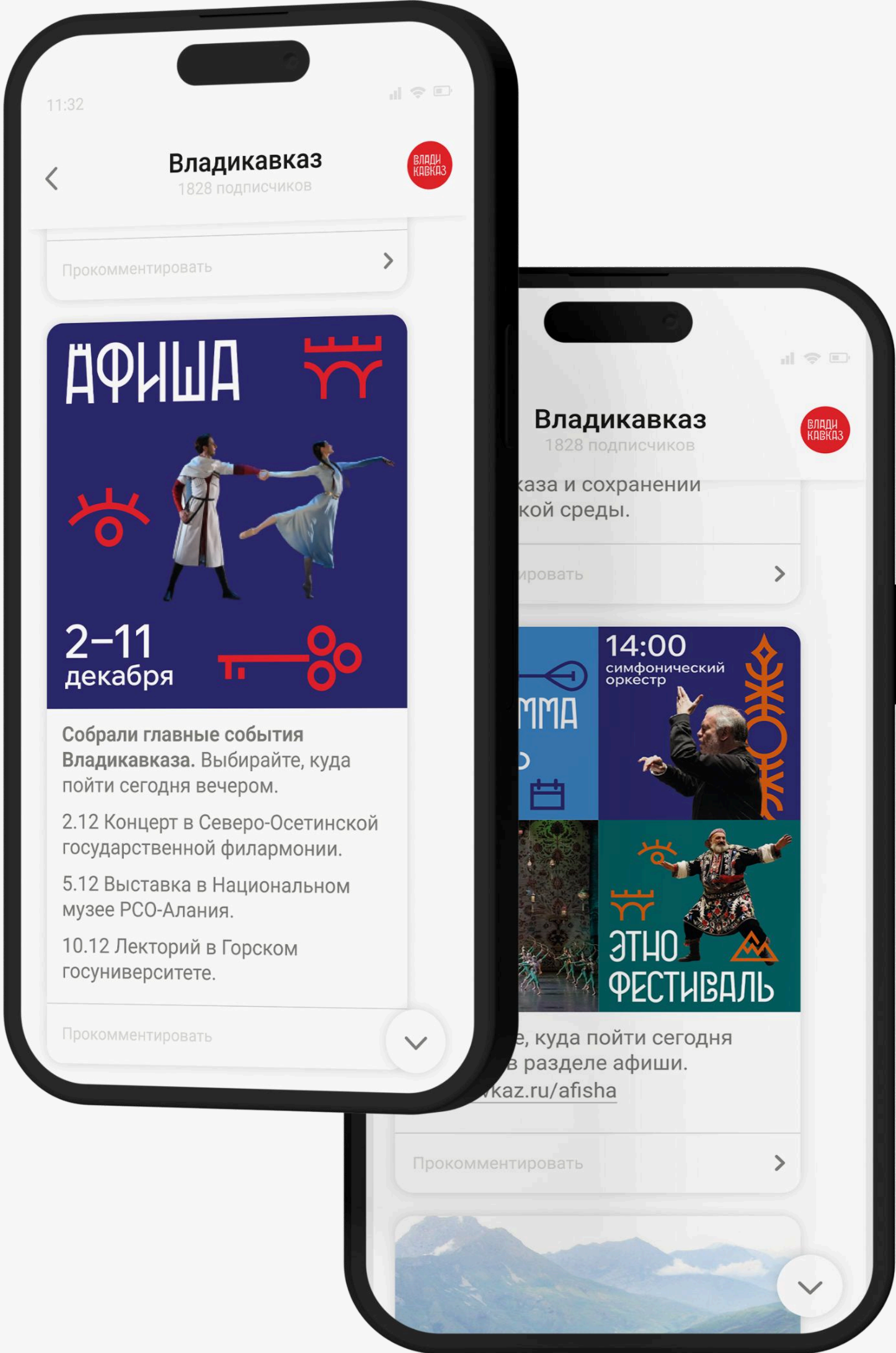
НОВОГОДНЕЕ
ОФОРМЛЕНИЕ



Примеры носителей















РАЗРАБОТАНО ПО ЗАКАЗУ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ВЛАДИКАВКАЗ

[Скачать фирменные материалы](#)

2025

