



Гайдбук

Документ с правилами и рекомендациями по использованию фирменного стиля компании, в котором описываются все ключевые визуальные элементы: логотипы, цвета, шрифты, графика, фотостилистика и принципы их применения на разных носителях.

ГИГАНТ Производство

Российский разработчик и производитель устройств нового поколения, включая клиентские решения, ИБП и BIOS собственной разработки.

Наше оборудование внесено в Реестр промышленной продукции РФ и успешно прошло сертификацию на совместимость с ключевыми российскими программными продуктами.

Подтверждённые преимущества

- ↻ Параллельное выполнение этапов производства, быстрая адаптация под требования заказчика
- ✓ Многочисленные государственные и коммерческие контракты подтверждают высокое качество продукции
- ⚙ Низкий уровень гарантийных случаев (не выше 0,8%), широкий спектр решений и производственных мощностей
- 🔧 Устройства проходят многоэтапный контроль качества: входной контроль комплектующих, тестирование после сборки и комплексные испытания техконтролем



Содержание

01 Логотип



- 1.1 Основная версия логотипа
- 1.2 Альтернативные версии
- 1.3 Англоязычная версия
- 1.4 Правильное использование
- 1.5 Недопустимое использование

02 Палитра



- 2.1 Основные цвета
- 2.2 Дополнительные цвета

03 Типографика



- 3.1 Фирменный шрифт
- 3.2 Фирменное наименование

04 Графика



- 4.1 Идентификация бренда
- 4.2 Паттерны
- 4.3 Стилиобразующие элементы
- 4.4 Фирменные иконки
- 4.5 UI иконки
- 4.6 Иллюстрации

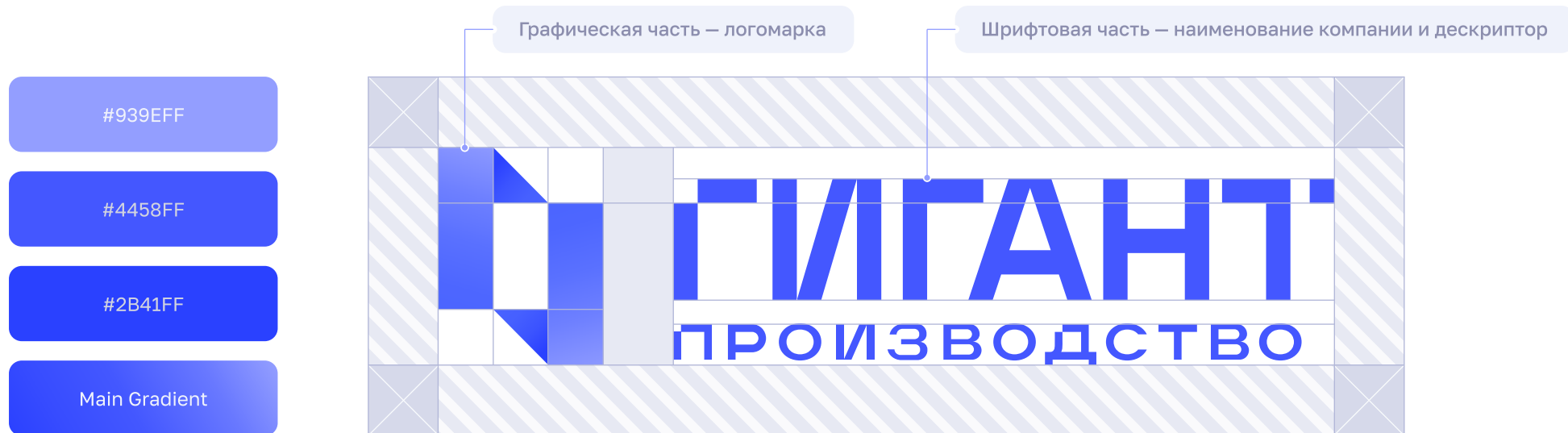
05 Фотостилистика



- 5.1 Обработка и стиль изображений
- 5.2 Недопустимое использование



1.1 | Основная версия логотипа



1.2 | Альтернативные версии

Сокращённая версия без дескриптора

Используется при ограниченном пространстве, например, для сувенирной продукции или фирменных бланков. Лаконичная версия необходима если нужно компактно разместиться и при этом сохранить узнаваемость и читаемость.



Вертикальная версия

Используется в тех случаях, где невозможно использовать основную версию, например, при оформлении вертикальных, вытянутых, круглых или квадратных по форме носителей.



1.3 | Англоязычная версия



Логотип на английском языке представляет собой транслитерацию основной версии.

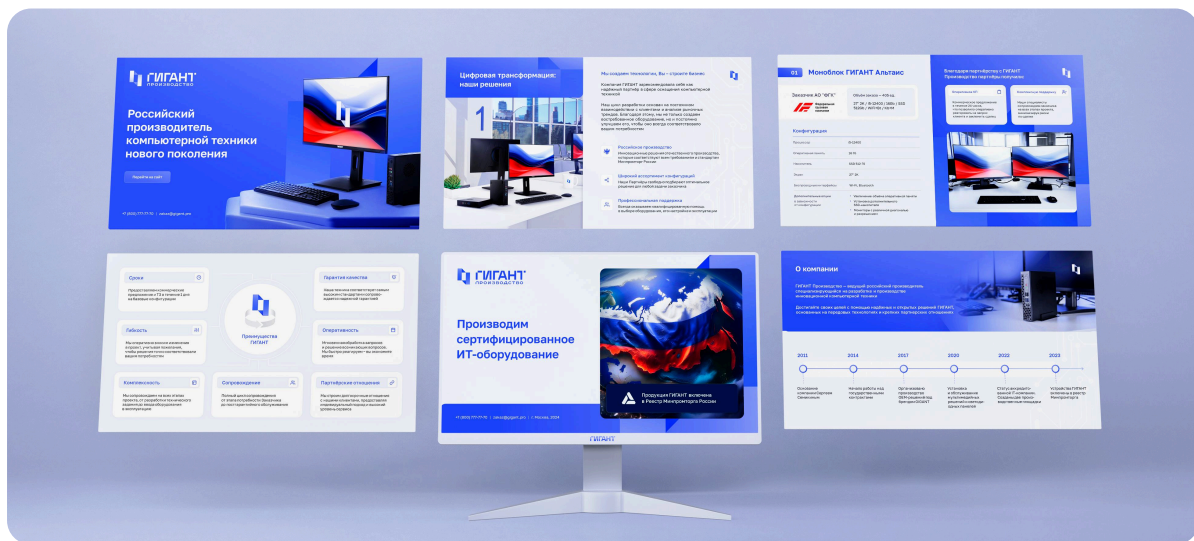
Используется в тех случаях, когда необходима коммуникация бренда с иностранными партнёрами, а также в нейминге НЕ реестровых моделей устройств для внутреннего рынка.

Он также представлен в разных версиях:

- Основная
- Сокращённая без дескриптора
- Вертикальная



1.4 | Правильное использование



Версии логотипа в коммуникации бренда:

- Основная

Это основной дизайн логотипа, который используется в большинстве случаев и на всех основных носителях бренда.

- Альтернативные

Вертикальная и сокращённая без дескриптора — это адаптации для использования на различных носителях, где требуется маленький размер или есть ограниченное пространство.

- Логомарка

Графически простой символ будет легко считываться и запоминаться, ведь это самостоятельный элемент идентификации, который можно использовать без шрифтовой части.

- Англоязычная

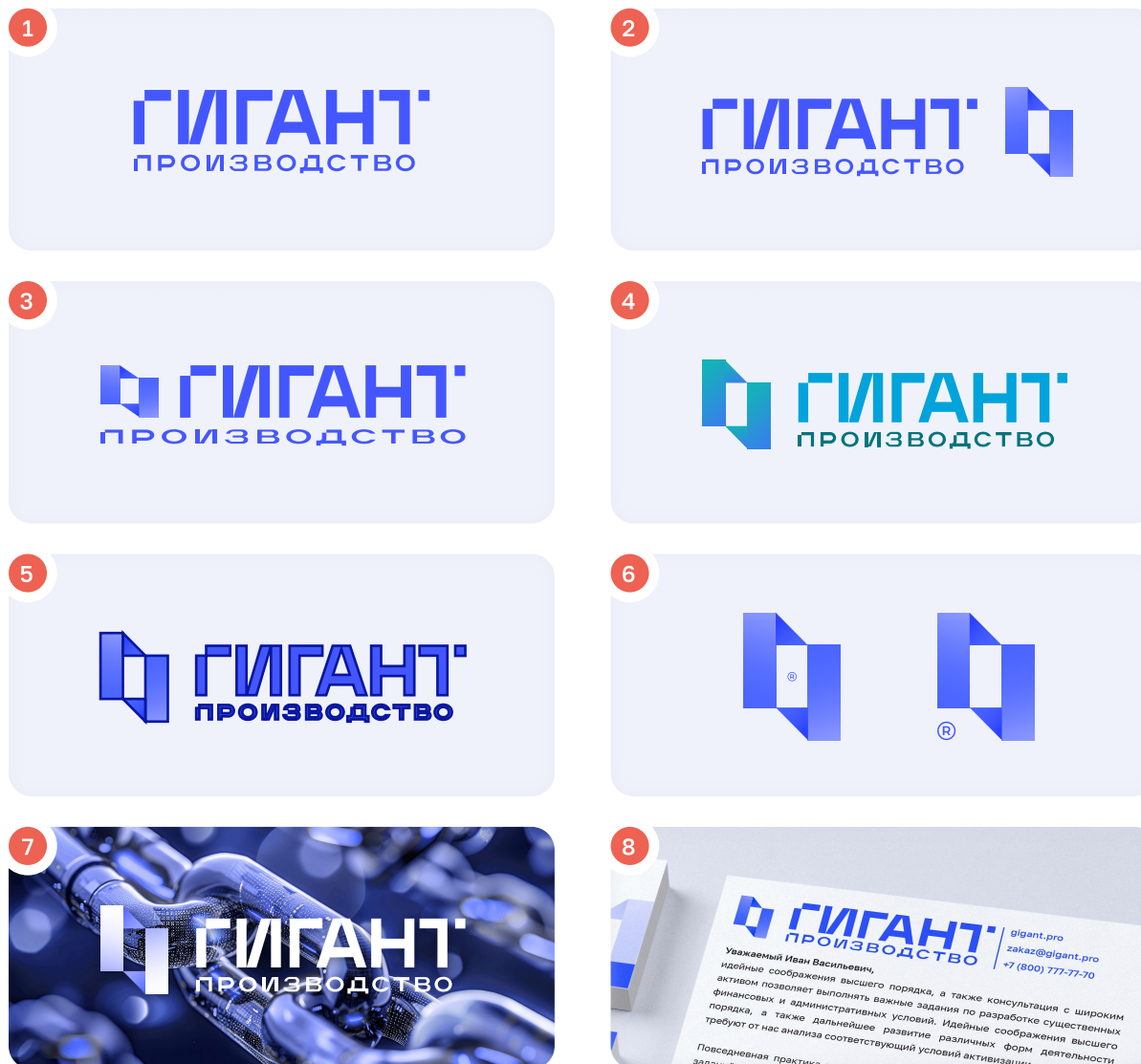
Та же версия, что и основная, но переведённая на английский и редко используется.

В каждой версии предусмотрены варианты:

- 1 | Цветной — как основной
- 2 | Светлый — для тёмных фонов
- 3 | Монохром — для печати ч/б

Адаптивность позволяет комфортно использовать логотип на разных рекламных носителях без потери качества и узнаваемости.

1.5 | Недопустимое использование

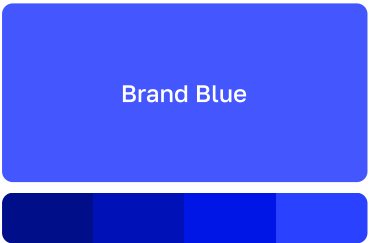


В работе с логотипом недопустимо:

- 1 | Использование только шрифтовой части (наименование + дескриптор).
Нужно в связке с логомаркой с/без дескриптора.

Наименование ГИГАНТ — полноценный логотип "ГИГАНТ Системный интегратор". Для обозначения Производства служит логомарка.
- 2 | Менять положение логомарки
- 3 | Искажать пропорции, увеличивать или уменьшать объекты
- 4 | Менять цвета
- 5 | Использование обводок, вычурных эффектов или контрастных теней.
Логотип сам по себе яркий и не требует дополнительного контраста, поэтому важно соблюсти баланс.
- 6 | Менять у логомарки расположение или размеры товарного знака — ®
- 7 | Размещение на слишком контрастном фоне
- 8 | Располагать логотип вплотную к краю макета или другие объекты слишком близко к нему

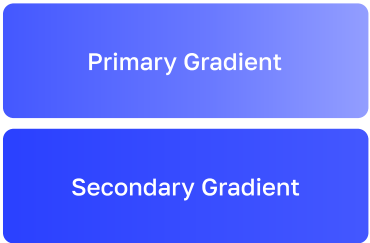
2.1 | Основные цвета



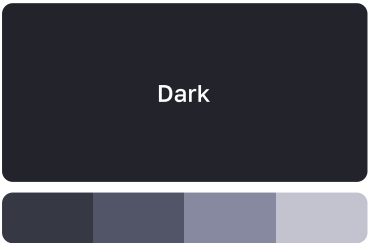
HEX	#4458FF
RGB	68, 88, 255
CMYK	86, 73, 0, 0
Pantone	2726 C



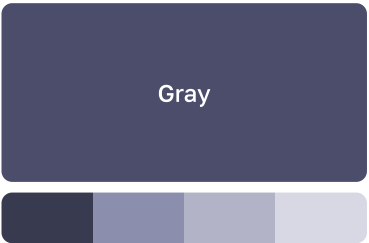
HEX	#939EFF
RGB	147, 158, 255
CMYK	47, 40, 0, 0
Pantone	2705 C



Main Blue #4458FF	+	Light Blue #939EFF
Main Blue #2B41FF	+	Main Blue #4458FF



HEX	#23242C
RGB	35, 36, 44
CMYK	82, 72, 50, 70
Pantone	532 C



HEX	#4C4E6B
RGB	76, 78, 107
CMYK	75, 66, 30, 25
Pantone	5275 C



HEX	#EFF2FB
RGB	239, 242, 251
CMYK	8, 4, 0, 0
Pantone	656 C

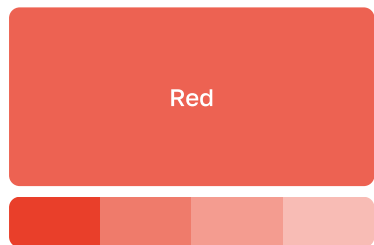
Brand / Light Blue — брендовые цвета, самые используемые в коммуникации, также с их помощью образуются Primary / Secondary градиенты.

Dark, Gray и Silver — цвета, используемые для текстов, фонов или вспомогательных графических элементов: обводок, плашек, теней и т. п.

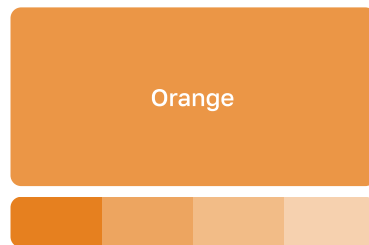
В таблице представлены значения разных цветовых моделей, которые не подлежат искажению:

- HEX и RGB — для отображения на экранах
- CMYK — для печати полиграфической продукции
- Pantone — для печати смесевыми красками

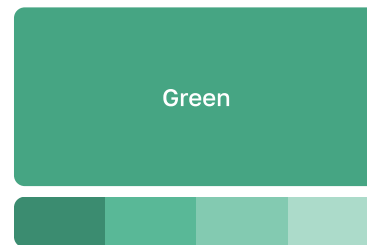
2.2 | Дополнительные цвета



HEX	#EE6352
RGB	238, 99, 82
CMYK	0, 73, 65, 0
Pantone	7416 C



HEX	#EC9647
RGB	236, 150, 71
CMYK	5, 50, 77, 0
Pantone	157 C



HEX	#47A684
RGB	71, 166, 132
CMYK	70, 10, 55, 0
Pantone	7723 C

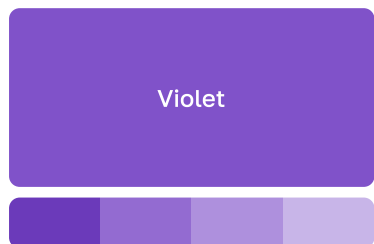
Дополнительная палитра является вспомогательной, и служит для дифференциации сообщений. Оказывает поддержку брендовым цветам, не противореча им по контрастности и тону.

Red / Orange / Green / Violet — используются в веб-среде, презентационных материалах, медиа, инфографике, а также в полиграфической продукции.

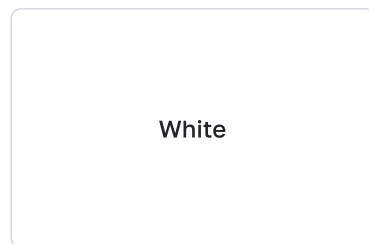
White и Black — ахроматические цвета, используемые под разные задачи, среды и форматы. Например, для печати на чёрно-белых носителях.

В таблице представлены значения разных цветовых моделей, которые не подлежат искажению:

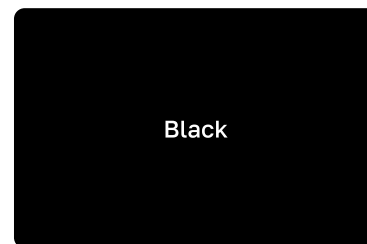
- HEX и RGB — для отображения на экранах
- CMYK — для печати полиграфической продукции
- Pantone — для печати смесевыми красками



HEX	#8052CA
RGB	128, 82, 202
CMYK	67, 70, 0, 0
Pantone	2665 C



HEX	#FFFFFF
RGB	255, 255, 255
CMYK	0, 0, 0, 0
Pantone	White



HEX	#000000
RGB	0, 0, 0
CMYK	0, 0, 0, 100
Pantone	Black C

3.1 | Фирменный шрифт

Golos Text

Символы

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Хх Фф Цц
Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ээ Юю Яя

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - + = . , № : % ; & ? * () /

Начертания

Regular — для набора текста

Medium — для подзаголовков, заголовков, акцентов в тексте

DemiBold — для крупного текста: заголовков и акцентов

Параграф

Мы используем передовые технологии и глубокие знания в своей области, чтобы разрабатывать решения, отвечающие самым высоким требованиям. С ГИГАНТ вы можете быть уверены, что получаете лучшие решения, отвечающие самым высоким требованиям.

Golos Text — основной фирменный шрифт ГИГАНТ

Этот универсальный закрытый гротеск полностью соответствует современным критериям для корректной работы в рунете. Рекомендован для сайтов государственных и социальных сервисов.

Лицензия SIL OFL 1.1

Можно использовать в коммерческой и не коммерческой деятельности. Шрифт подготовлен и выпущен компанией Паратайп в 2019 году.

Айдентика бренда

Шрифт используется на всех носителях фирменного стиля, где предполагается наличие текста: наружная реклама, полиграфическая продукция, сайт, социальные сети, визитки, POS-материалы.

В коммуникациях применяются три начертания — Regular, Medium и SemiBold. Каждое начертание служит своим целям.



Golos Text не системный шрифт и должен быть дополнительно установлен на компьютере для использования.

3.2 | Фирменное наименование

Правильное написание

В название бренда ГИГАНТ Производство – ГИГАНТ всегда пишется капслоком, а Производство с первой заглавной буквы "П"

"ГИГАНТ Производство" –

Производитель отечественной компьютерной техники нового поколения

- **Официальное полное название**

Общество с ограниченной ответственностью "ГИГАНТ – комплексные системы"

- **Официальное сокращённое название**

ООО "ГКС"

Склонение

При склонении названия компании, окончание пишется с заглавной буквы:

- В ГИГАНТЕ
- ГИГАНТУ
- С ГИГАНТОМ

Комбинация

При комбинировании названия компании в составе других слов, ГИГАНТ также пишется капсом:

- ГИГАНТ - Проект
- ГИГАНТ - Сервис
- ГИГАНТ - Инвест

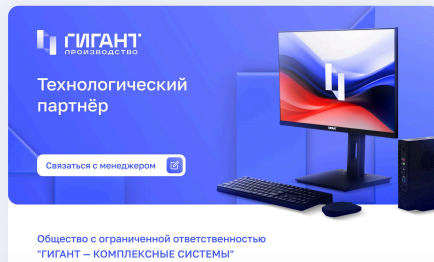
Недопустимое написание

- **С маленькой буквы**
 - "гигант"
 - "гигант производство"
- **Использование аббревиатур**
 - "ГП"
- **Отсутствие капслова**
 - "Гигант"
 - "Гигант Производство"
- **Другой порядок слов, кавычек**
 - "Производство ГИГАНТ"
 - "ГИГАНТ" Производство
 - ГИГАНТ "Производство"

4.1 | Идентификация бренда

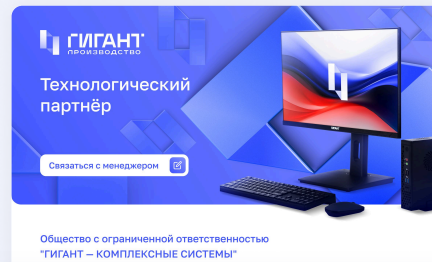
1

Пример масштабирования в макете



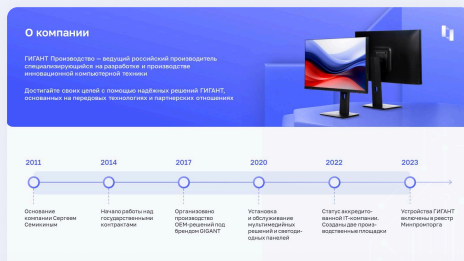
✗

Искажение пропорций и вращение знака



2

Гармоничная контрастность в макете



✗

Искажение цвета и высокая контрастность



3

Баланс и воздух в пространстве макета



✗

Визуальный шум и перегруженность



Логомарка – мощное средство идентификации бренда

Это ключевой стилеобразующий элемент в айдентике ГИГАНТ Производство, используется в качестве паттерна на рекламных и информационных носителях, создавая единообразие в дизайне.

Правила использования:

1 | Масштабирование

Логомарка должна использоваться в чётком размере без искажений. Допустимо использовать горизонтальное отражение и выводить знак за пределы фрейма макета, показывая только часть.

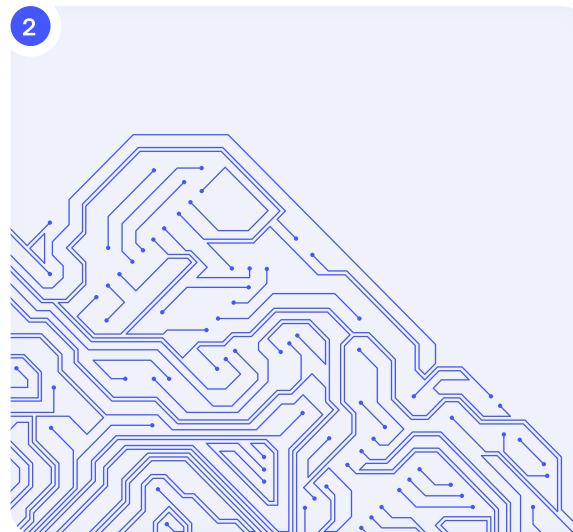
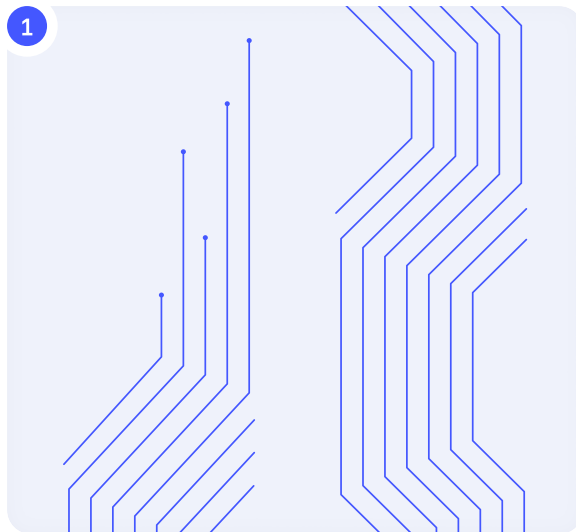
2 | Цвет и контрастность

Знак используется в соответствии с установленной цветовой палитрой, в том числе и дополнительной при необходимости. Контрастность знака должна быть уместной, не создавать визуальный шум. Разрешено применение прозрачности знака ~40-60% в качестве паттерна для тёмного фона.

3 | Визуальная гармония

Необходимо следить за тем, чтобы паттерн не перегружал информацию и не отвлекал внимание от основного содержания. На макете элементы должны быть соразмерны друг другу.

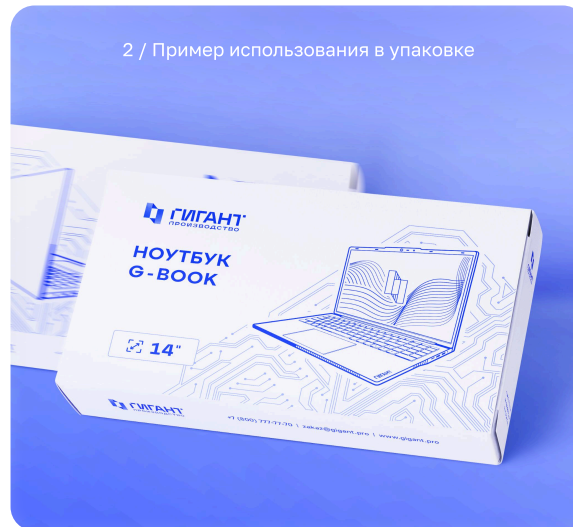
4.2 | Паттерны



1 / Пример использования в открытке



2 / Пример использования в упаковке



Паттерны материнской платы

Бренд в коммуникации использует два паттерна, выбор которых зависит от контекста использования и целевой аудитории:

1 | Лаконичный вариант

Для внутренних документов, презентаций и различных коммуникаций, где важно не отвлекать внимание от основного контента, сохраняя узнаваемость фирменного стиля.

2 | Детализированный вариант

Для маркетинговых материалов, упаковки устройств и рекламных кампаниях, где нужно привлечь внимание и запомниться.

Редактирование:

• Стиль линий

Толщина — 1.5 px по умолчанию, но допустимо уменьшать/увеличивать при масштабировании
Концы и стыки — скруглённые

• Эффекты и редактирование

При необходимости можно использовать прозрачность, режимы наложения, градиенты, менять цвета в рамках фирменной палитры

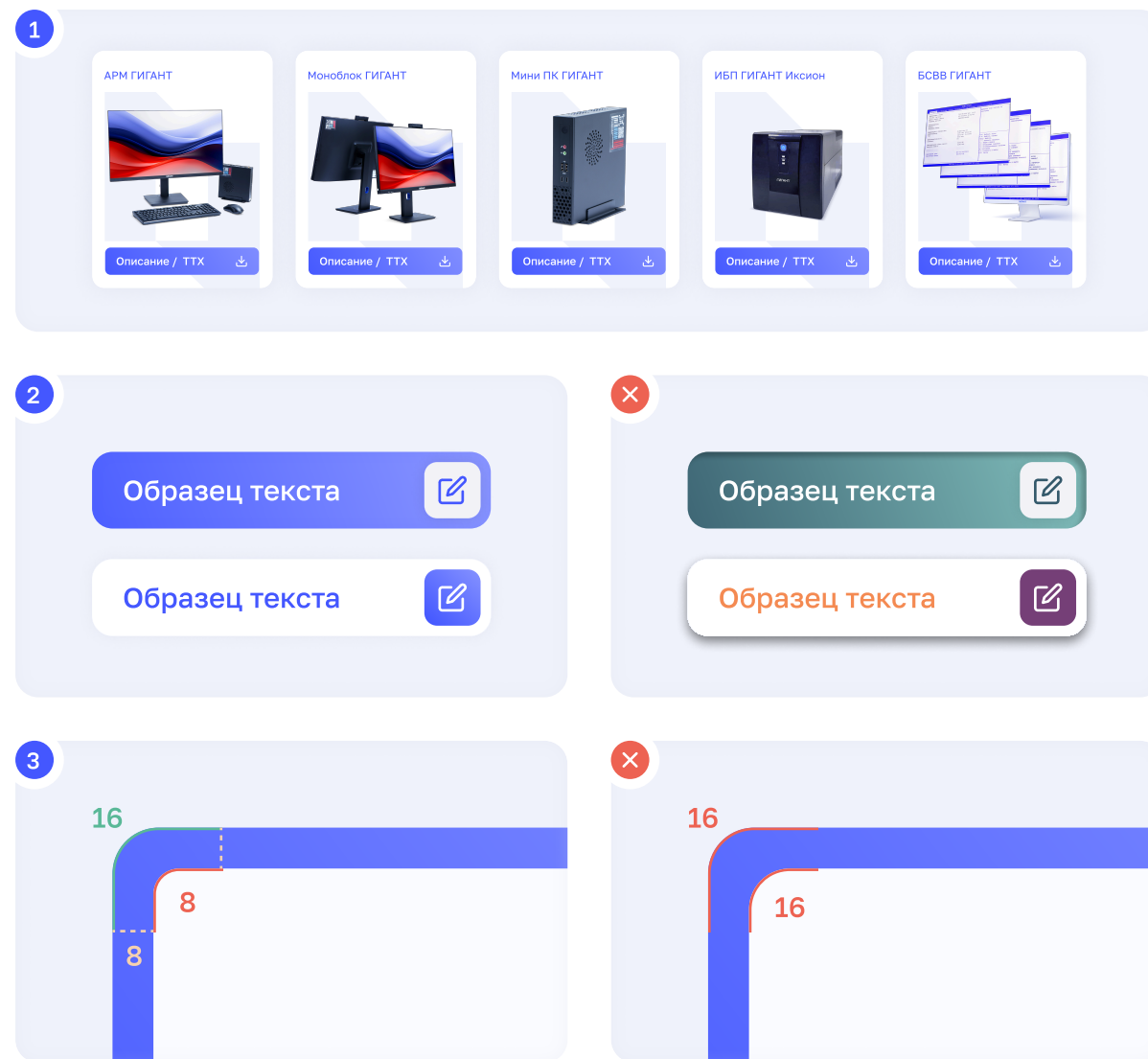
• Комбинация

Два паттерна могут располагаться в одном макете, если это позволяет пространство

• Модификация

Допустимо редактирование элементов в локальных случаях, когда это композиционно обосновано и уместно для макета

4.3 | Стилеобразующие элементы



Закруглённые плашки как стилеобразующий элемент

Они придают айдентике дружелюбный и современный облик, что соответствует концепции бренда. Округлые формы визуально смягчают восприятие, делая коммуникацию с клиентами более комфортной и приятной.

Правила использования:

1 | Применение

Плашки выделяют ключевую информацию, создают акценты и структурируют контент в различных дизайн-макетах.

2 | Цвет и эффекты

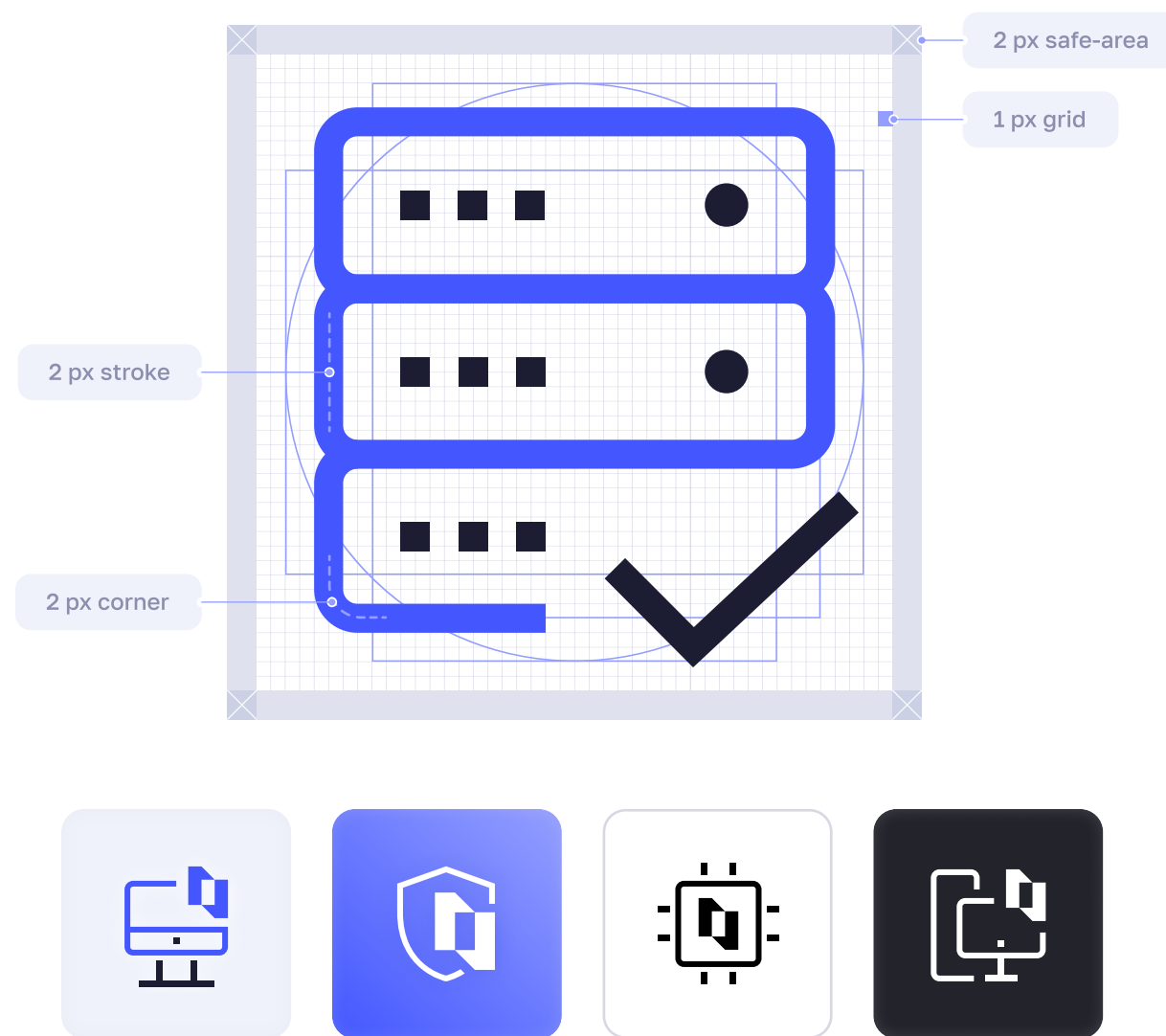
Цвета должны соответствовать палитре бренда, в том числе и дополнительной. Плашки должны контрастировать на фоне: легко различаться, но не перегружать. Для этих целей допустимы мягкие эффекты тени, прозрачности или свечения.

3 | Пропорции и скругления

Масштабирование плашек зависит от размера макета или объёма контента. При изменении пропорций меняется радиус закругления углов. Среднее значение для всего = 8-12 px - достаточно для гармоничной мягкости.

Случай плашка в плашке: радиус внешнего контейнера = внутреннему минус отступ между ними. Используйте числа, которые делятся на 4: 8, 12, 16, 20, 24, 32...

4.4 | Фирменные иконки



Фирменные иконки - это иллюстративные иконки

Такой тип иконок обладает элементами фирменного стиля. Нужен для обозначения ключевых моментов и упрощения восприятия большого количества информации в различных материалах, требующих дизайн-оформление.

Правила использования:

1 | Стилистика

Линейный тип иконок: простые геометрические формы без детализации

2 | Построение

Иконки строятся по сетке 48 x 48 px с отступами по 2 px с каждой стороны

Толщина линий – 2 px

Углы комбинированные: острые и скруглённые радиусом 2 px

Визуальная гармония: важно соблюдение баланса в композиции и весовой равномерности, а не точное следование сетки

3 | Использование

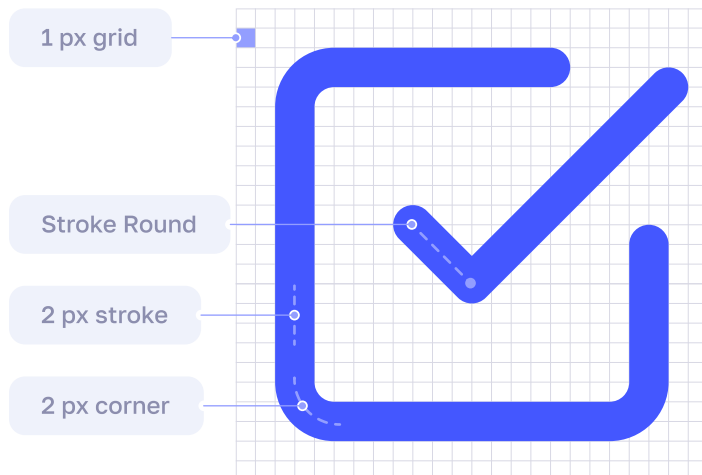
Основные цвета: брендовый синий #4458ff тёмный #1d1e33 и белый #ffffff. Можно применять дополнительные цвета.

Используются как самостоятельно, так и на плашках, с эффектами и без.

Допустимый минимум 24 x 24 px

Иконки разбиты на паки по темам: бизнес, устройства, технологии и т. д.

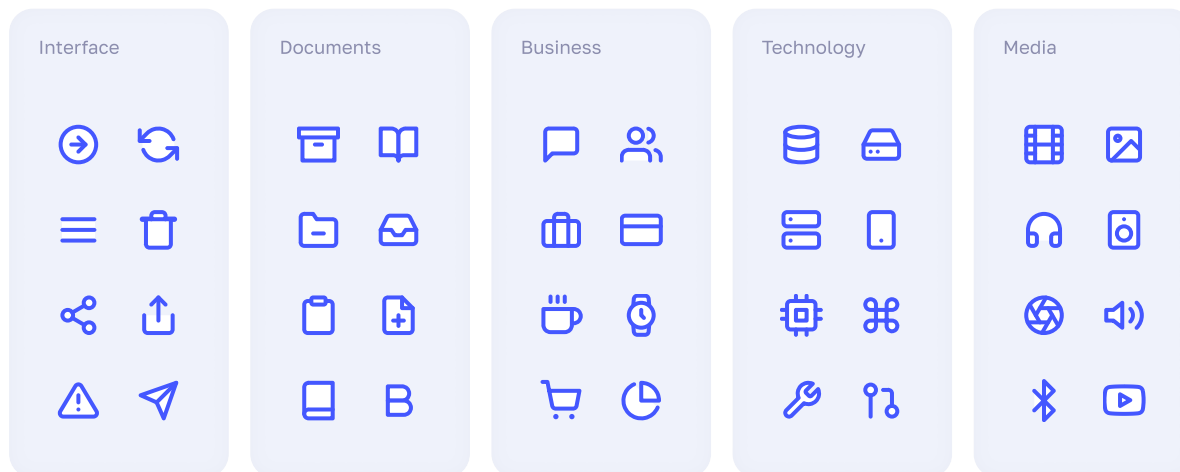
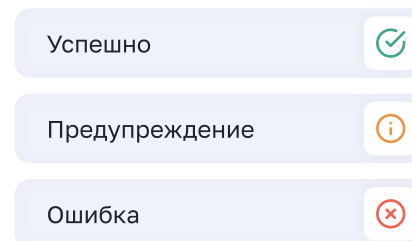
4.5 | UI иконки



Использование плашек



Пример с дополнительными цветами



UI иконки - это универсальные технические иконки для web

Небольшие узнаваемые иконки с минималистичным и понятным каждому дизайном.

Выполняют функциональную роль якорных точек и должны сливаться с остальным интерфейсом, не отвлекая внимание от основного контента. Используются как в web-дизайне, так и в маркетинговых материалах (схемы, инфографика, таблицы т.д.)

Правила использования:

1 | Построение

Максимальный размер 24 x 24 px

Толщина линий — 2 px

Концы линий скруглённые

Углы скруглённые радиусом 2 px

2 | Использование

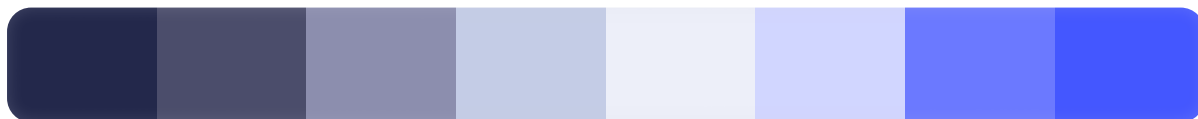
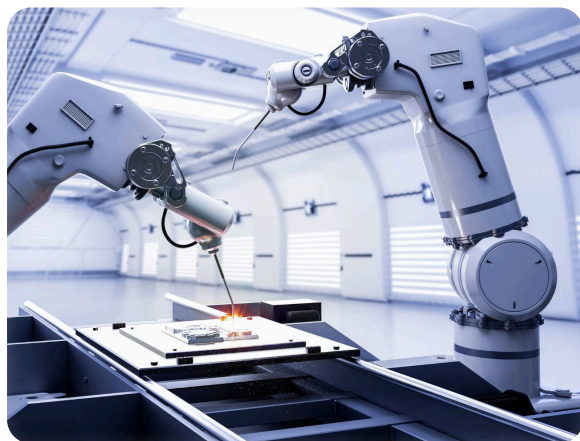
Основные цвета: брендовый синий #4458ff и белый #ffffff. Допустимы цвета из дополнительной палитры.

Используются как самостоятельно, так и на плашках, с эффектами и без.

Иконки разбиты на паки по темам:

- Interface - функциональные элементы
- Documents - файлы и документы
- Business - коммерция и коммуникация
- Technology - технологии и безопасность
- Media - медиа-контент и соц. сети

5.1 | Обработка и стиль изображений



Рекомендации по работе с изображениями

- Тематика и стиль

Фотографии должны быть стилистически однородными, передавать атмосферу профессионализма, сотрудничества и инноваций. Включайте производственные процессы, отражая деятельность компании. Соблюдайте композиционный баланс, чтобы главные объекты были чёткими и занимали центральное место. Фоны предпочтительно нейтральные, не отвлекающие от основных объектов, однотонные или текстурированные. В изображениях допустимо внедрять фрагменты стилеобразующих элементов там, где это уместно.

- Цветовая гамма и освещение

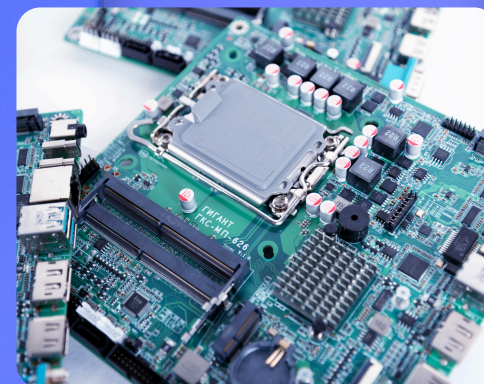
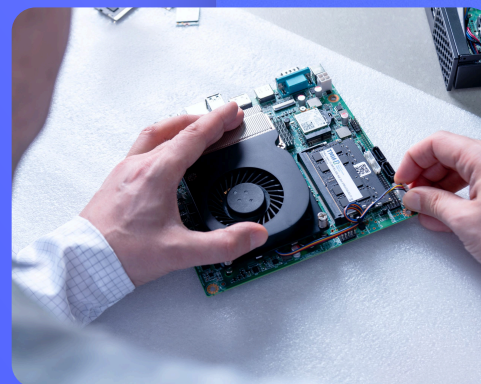
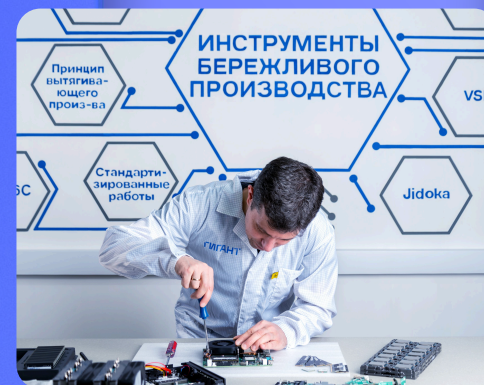
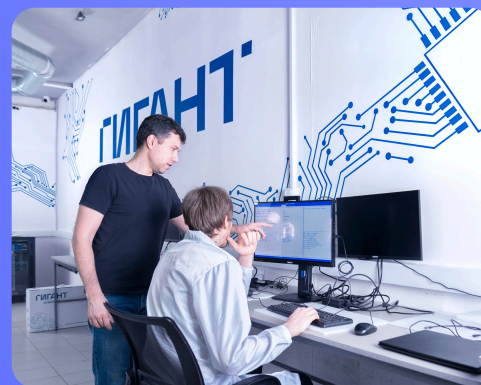
Палитра должна соответствовать бренду — холодная серо-синяя и фиолетовая гамма. Хорошее освещение, подчеркивающее детали и текстуры объектов. Желательно использовать естественный свет, но допустим и мягкий искусственный.

- Ретушь

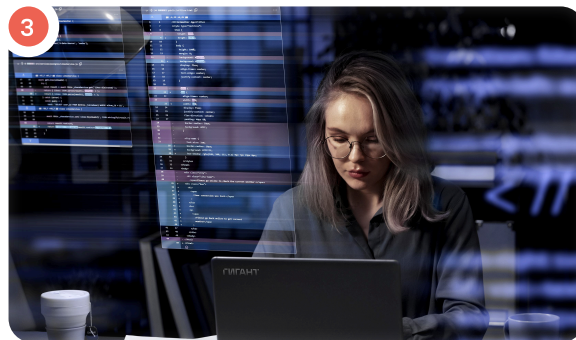
В качестве фильтра используйте чистый цвет: синий #4458FF или серый #8C8EAE в режиме наложения "цветовой тон".

- Качество изображений

Разрешение не менее 300 dpi для печати и 72 dpi для экранов. Избегайте низкое качество, только чёткая детализация, без пикселизации и размытия.



5.2 | Недопустимое использование



В работе с изображениями и фотографиями недопустимо:

- 1 | Выставлять высокий контраст или яркость
- 2 | Использовать тёплую тональность и палитру цветов, которая не соответствует бренду
- 3 | Слишком сильно затемнять фотографию
- 4 | Использование изображения низкого разрешения
- 5 | Использование откровенно стоковых не аутентичных фотографий, которые не отражают суть бренда. Избегайте эффекта шаблонности, излишних улыбок и корпоративных поз.