

Приложение № 11
к решению Вологодской городской Думы
от 30 октября 2025 года № 290

«Приложение № 13
к Правилам благоустройства
городского округа города Вологды

Руководство
по применению фирменного стиля (дизайн-бук) города Вологды (далее – руководство)

1. Общие положения

1.1. Настоящее руководство является графическим приложением к настоящим Правилам.

1.2. Руководство содержит иллюстрированные рекомендации, следование которым позволит разработать проект, соответствующий этим требованиям.

1.3. Основные положения дизайн-бука направлены на гармонизацию архитектурного облика и дополнительных элементов на фасадах зданиях и создание единого стиля городской среды – от формирования бренда города до оформления внешнего вида элементов благоустройства.

1.4. Важной частью дизайн-бука является разработка бренда – уникального стиля города. Фирменную айдентику предлагается использовать в оформлении элементов благоустройства – ограждений, инженерных люков и покрытий, а также для создания сувенирной и печатной продукции.

1.5. Реализация положений дизайн-бука позволит улучшить визуальную среду города Вологды, в том числе снизить уровень визуального шума, придать городу единый облик и поможет развитию его идентичности.

1.6. Настоящее руководство носит рекомендательный характер и рассчитано на лиц, ответственных за эксплуатацию зданий, собственников и арендаторов помещений, застройщиков объектов капитального строительства, проектировщиков.

1.7. Запрещено использовать графические решения дизайн-кода (символку, эмблемы и т.д.) для рекламы алкогольной, табачной и никотинсодержащей продукции, рекламы наркотиков, а также запрещенных на территории Российской Федерации общественных и религиозных организаций и объединений.

2. Термины и определения

Фирменный стиль города – система различных элементов, каждый из которых представляет собой значимую и характерную особенность города, его оригинальные черты и уникальный ценностный смысл. К фирменному стилю города относится набор цветowych, графических, словесных, типографических, дизайнерских элементов, которые обеспечивают визуальное и смысловое единство информации об объекте

Дизайн-бук – комплексный документ, объединяющий требования к единому визуальному облику города.

Бренд города – комплекс ассоциаций, возникающих при упоминании названия города.

Элементы бренда города – средства, которые обеспечивают уникальность бренда города. К основным элементам бренда города относятся логотип, слоган, графические элементы, маскот (персонаж).

Позиционирование – деятельность по формированию и поддержанию имиджа территории. На основе позиционирования вырабатываются внешние и внутренние коммуникации со всеми аудиториями.

3. Брендбук

3.1. Брендбук содержит полное руководство по фирменному стилю города Вологды, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, а также рекомендации по его использованию;

3.2. Фирменный стиль города Вологды представлен: логотипом города, шрифтовыми и цветовыми решениями, паттернами, а также информацией об оформлении элементов городской среды, сувенирной и печатной продукции, с учетом разработанной айдентики.

3.3. Базовые элементы.

3.3.1. Знак/фавикон.

Знак лежит в основе создания идентификации и может быть использован как в составе логотипа, так и самостоятельно как стилиобразующий элемент.

3.3.2. Логотип.

Логотип является основным элементом идентификации, который включает в себя знак и текстовый блок.

Запрещено менять порядок размещения и пропорции элементов логотипа. В целях сохранения целостности восприятия логотипа никакие иные графические элементы не могут располагаться в пределах охранного поля.

3.3.2.1. Основная версия логотипа.

Основная версия логотипа

Логотип является основным элементом идентификации, который включает в себя знак и шрифтовой блок.

Запрещено менять порядок размещения и пропорции элементов логотипа. В целях сохранения целостности восприятия логотипа никакие иные графические элементы не могут располагаться в пределах окранный поля.



Logotype /

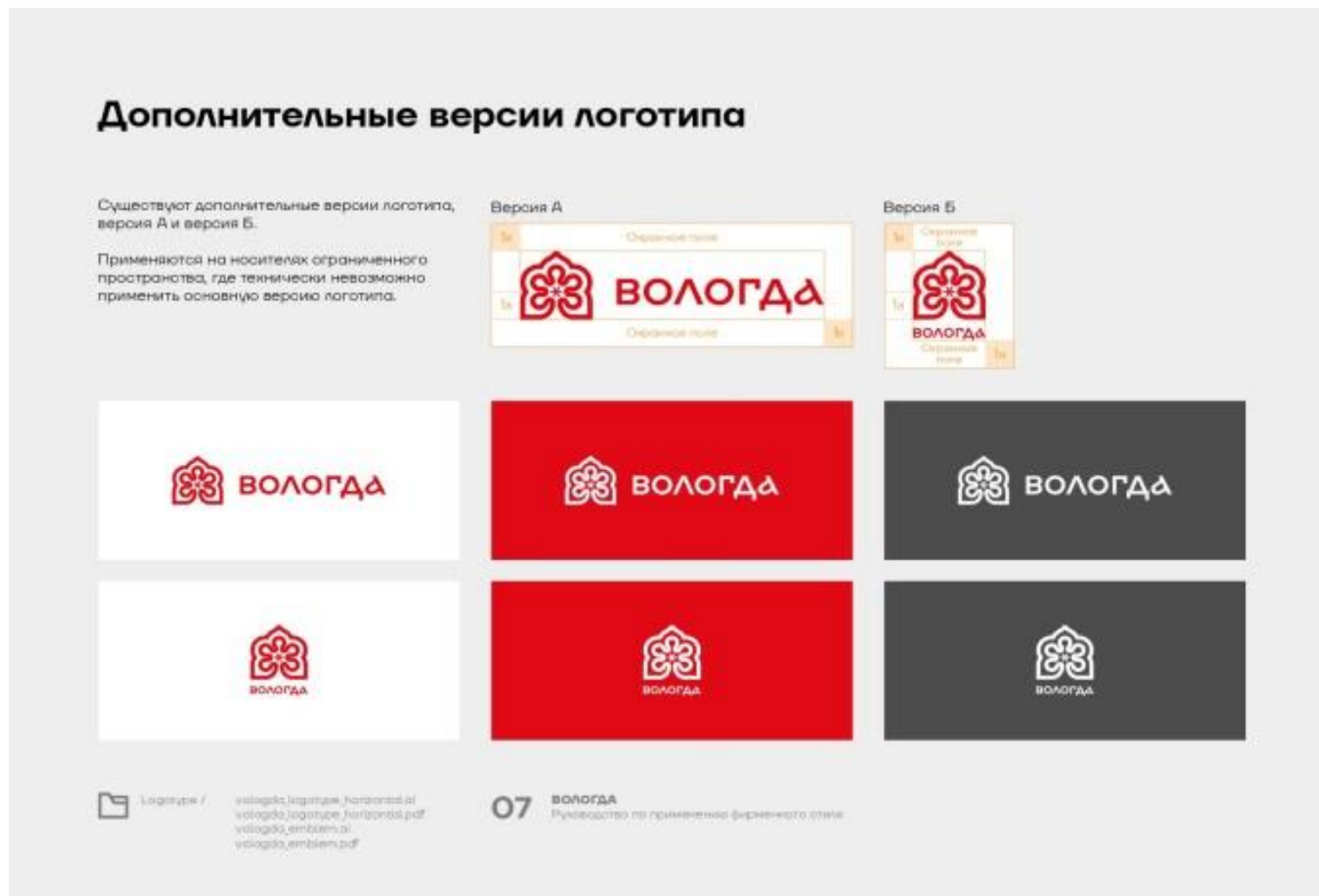
volodga_logotype_basic.ai
volodga_logotype_basic.pdf

06

ВОЛОГДА
Руководство по применению фирменного стиля

3.3.2.2. Дополнительная версия логотипа (применяется на носителях в тех случаях, когда технически невозможно применить основную версию логотипа):

Применяются на носителях ограниченного пространства, где технически невозможно применить основную версию логотипа.



4. Цветовые решения (палитра)

Основные цвета. Для соблюдения цветового кода логотипа были выбраны основные цвета, которые служат основой фирменного стиля и не подлежат изменению.

Цветовая палитра

Основные цвета. Для соблюдения цветового кода логотипа были выбраны основные цвета, которые служат основой фирменного стиля и не подлежат изменению.

Белый
CMYK 0 0 0 100
RGB 255 255 255
HEX FFFFFFFF

CMYK 0 100 95 0
RGB 227 5 27
HEX E3051B

Красный

CMYK 0 0 0 84
RGB 76 76 76
HEX 4C4C4C

Серый

5. Размер

Для успешного воспроизведения логотипа был установлен минимальный размер для каждой версии.

Размер

Для успешного воспроизведения логотипа был установлен минимальный размер для каждой версии.



Минимальный допустимый размер логотипа используется без дескриптора



6. Фирменные графические элементы



7. Правила использования

Правила использования

Сетка 4 x 6

Вариации композиции для
форматов: А6, А5, А4, А3.



Правила использования

Сетка 10 x 5

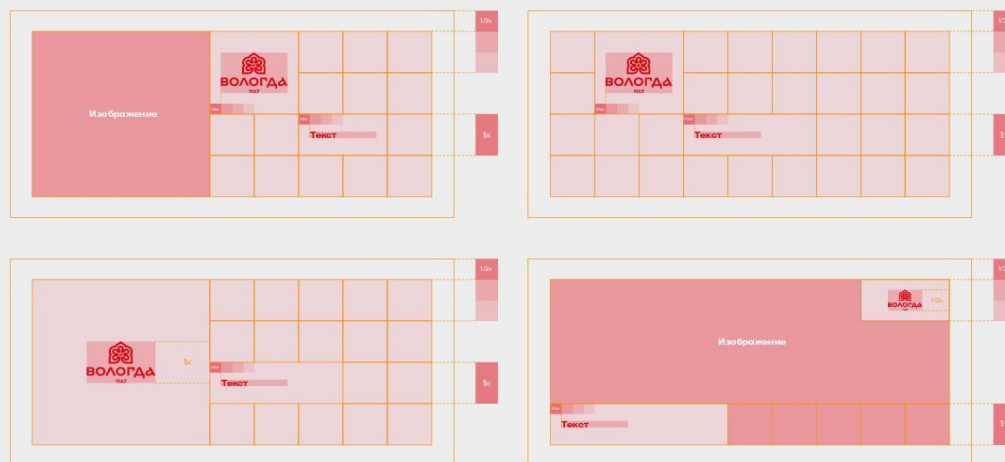
Вариации композиции для
форматов 16 : 9 (1920 x 1080
px).



Правила использования

Сетка 9 x 4

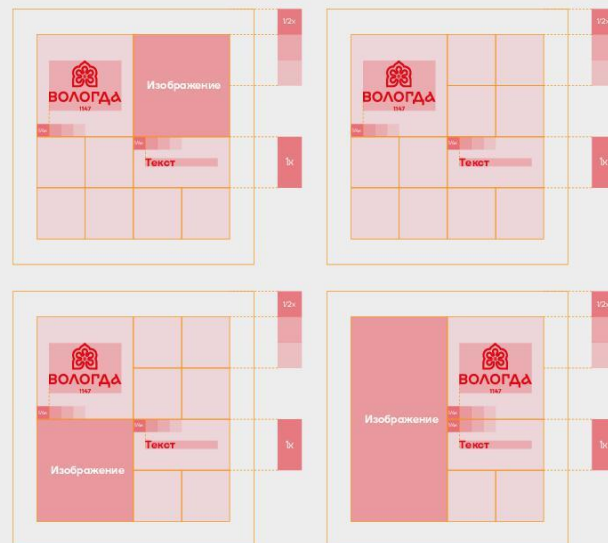
Вариации композиции для
формата билборда: 6 x 3 м.



Правила использования

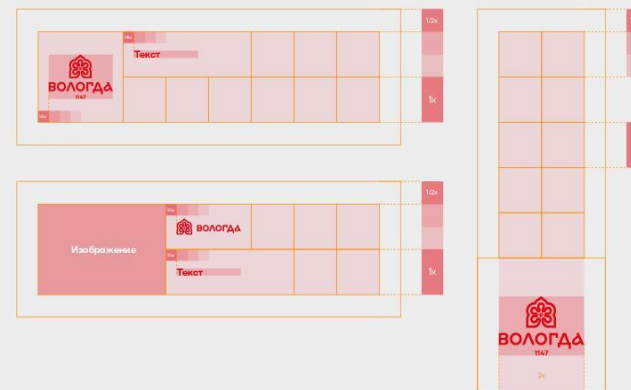
Сетка 4 x 4

Вариации композиции для нестандартных форматов 1 : 1.



Сетка 8 x 2 и 5 x 2 + 1

Вариации композиции для нестандартных горизонтальных и вертикальных форматов.



8. Типографика

Фирменный шрифт является важным элементом фирменного стиля.
Он используется в документации, рекламной и другой фирменной продукции.

Типографика

Фирменный шрифт является важным элементом фирменного стиля. Их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда.

Он используется в документации, рекламной и другой фирменной продукции. Основным наборным шрифтом является TT Firs Neue.

TT Firs Neue

Заголовок

20 pt

Аа Бб Вв Гг Дд Ее

Подзаголовок

15 pt

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Цифровыми системами с компьютерным управлением можно управлять с помощью программного обеспечения, добавляя новые функции без замены аппаратных средств. Часто это может быть сделано без участия завода-изготовителя путём простого обновления программного продукта.

10 pt



Артур Иванов

Специалист по связям
с общественностью

Ул. Название, 01, 000000 Вологда,
Российская Федерация

Телефон: +7 (123) 456 78 90

Моб.: +7 123 456 78 90

E-mail: ivanov.a@vologda.ru

vologda.ru



Fonts /

tt_firs_neue

15

ВОЛОГДА

Руководство по применению фирменного стиля