

М.ВидеоЭльдорадо

---

# ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ДИЗАЙНА

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ГРУППЫ

# ЛОГОТИП

**Логотип** — это графический элемент, которым брендируются все материалы Группы.

Логотип Группы представлен в двух версиях: английская и русская. Выбор версии определяется тем, на каком языке написан текст документа.

**М.ВидеоЭльдорадо**



**M.VideoEldorado**



# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА РАЗНЫХ ФОНАХ

**Логотип** – это графический элемент, которым брендируются все материалы Группы.

Логотип Группы представлен в двух версиях: английская и русская. Выбор версии определяется тем, на каком языке написан текст документа.

М.ВидеоЭльдорадо

The logo consists of a horizontal line with a red segment on the left and a green segment on the right.

М.ВидеоЭльдорадо

The logo consists of a horizontal line with a red segment on the left and a green segment on the right.

М.ВидеоЭльдорадо

The logo consists of a horizontal line with a red segment on the left and a green segment on the right.

М.ВидеоЭльдорадо

The logo consists of a horizontal line with a red segment on the left and a green segment on the right.

# ОХРАННЫЕ ПОЛЯ ЛОГОТИПА

**Охранное поле** – прямоугольная зона вокруг логотипа, в которой не допускается размещение каких-либо визуальных и текстовых элементов, если только эти элементы дизайна не являются фоном, а этот фон в свою очередь допускается правилами использования фирменного блока.

Охранное поле вокруг логотипа должно составлять не менее, чем высота буквы **М** шрифтовой части логотипа.



# РАЗМЕР ЛОГОТИПА ДЛЯ ПЕЧАТИ

Размер логотипа для каждого макета рассчитывается индивидуально, исходя из размеров объекта, на который планируется нанесение.

**Для удобства в расчёты размера были сразу включены размеры охранного поля.**

Ширина логотипа рассчитывается по формуле:

$$L = W \times 0,35$$

где  $L$  — ширина логотипа с учётом охранных полей,  
 $W$  — ширина запечатываемого материала.

Например, для формата А4 ширина логотипа будет такой:

$$L = 210 \times 0,35 = 73 \text{ мм}$$

Высота логотипа изменяется пропорционально ширине и рассчитывается программой, в которой разрабатывается макет.



## ВАЖНО!

При брендировании сувенирной продукции и декораций для мероприятий логотип может быть увеличен или уменьшен для достижения наилучшего внешнего вида брендированного объекта.

# РАЗМЕР ЛОГОТИПА

Размеры логотипа  
для популярных форматов.

**52 мм**



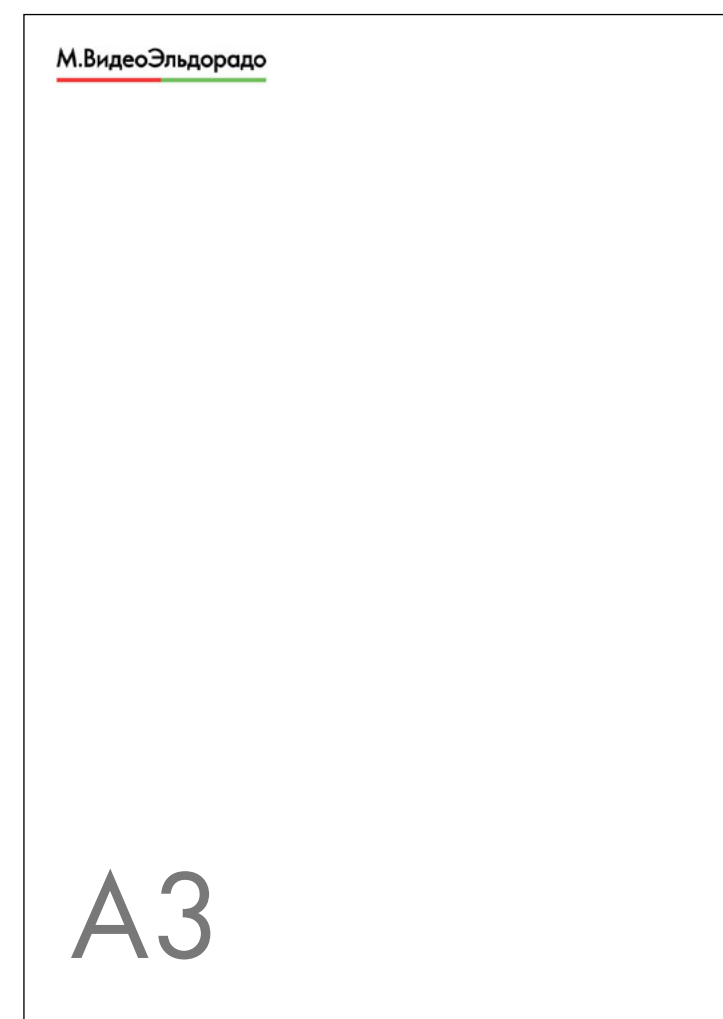
A5

**73 мм**



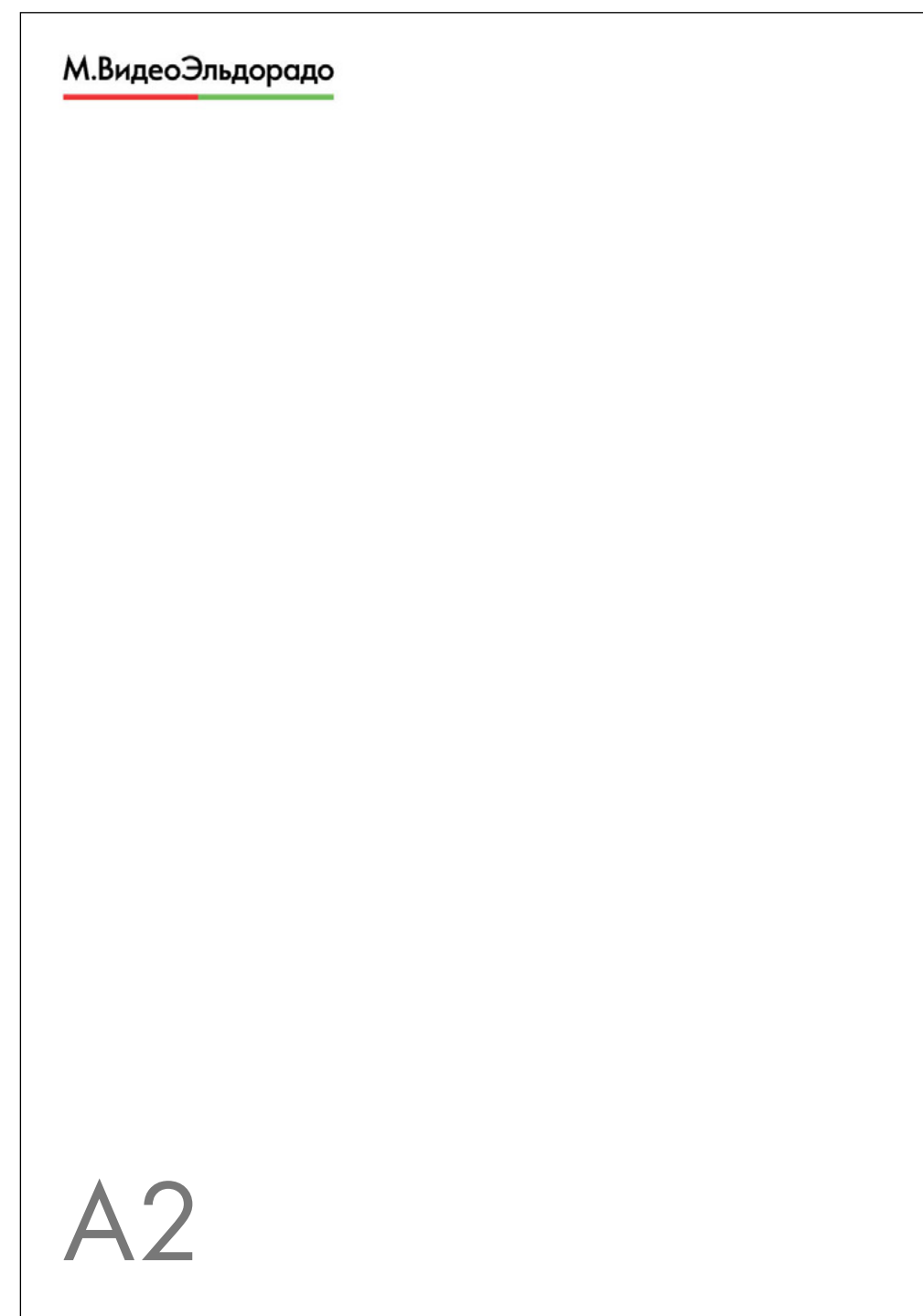
A4

**104 мм**



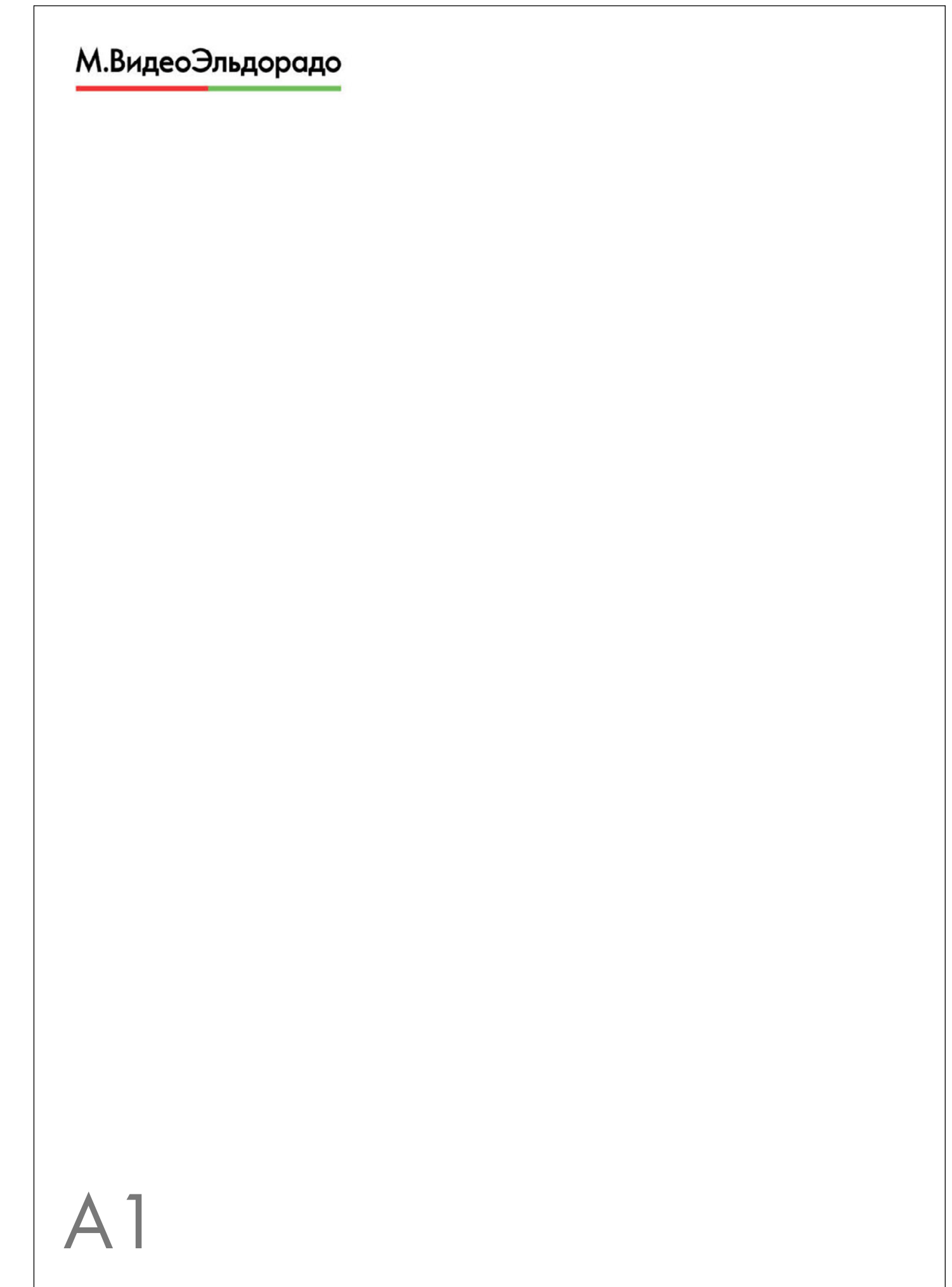
A3

**147 мм**



A2

**208 мм**

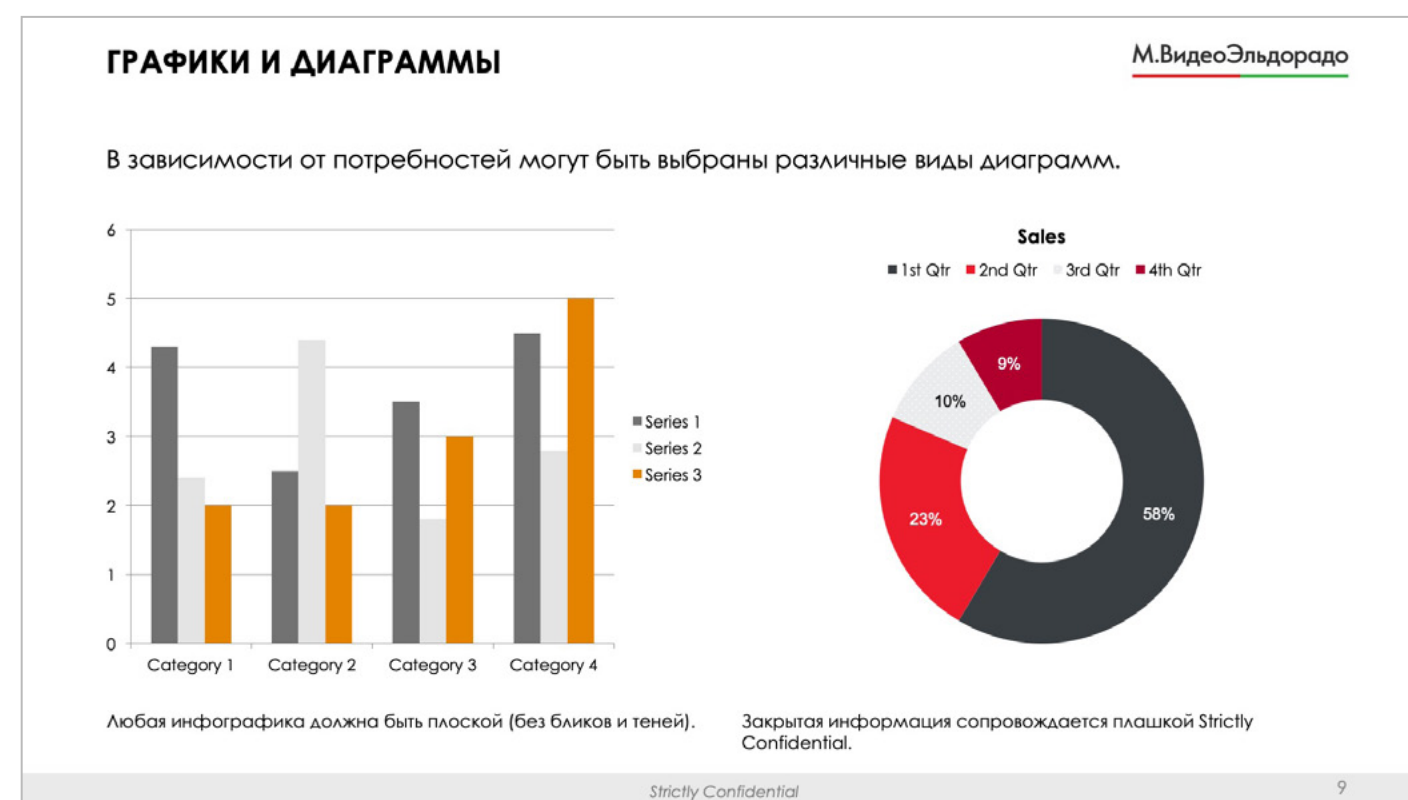


A1

# РАСПОЛОЖЕНИЕ ЛОГОТИПА

Логотип всегда размещается вверху страницы. В зависимости от разрабатываемого материала он может находиться как в левом, так и в правом углу.

В случае, когда на макете нет других элементов, логотип может размещаться по центру запечатываемого материала.



М.ВидеоЭльдорадо



## ГРУППА «М.ВИДЕО-ЭЛЬДОРАДО» ОБРЕЛА СВОЙ СТИЛЬ

Стратегия объединения «М.Видео» и «Эльдорадо» подразумевает развитие двух брендов — «М.Видео» и «Эльдорадо» — в рамках одной бизнес-модели и одной компании.

Наша организационная структура нацелена на максимально эффективное воплощение этой стратегии в жизнь: мы централизовали бэк-офисные функции и имеем две ритейловые сети со своими функциями в области продаж, маркетинга и e-commerce. Те несколько месяцев, которые мы проработали вместе после закрытия сделки — как одна команда и одна компания, — показали, что объединение было верным и своевременным. Параллельно мы работали над дифференциацией CVR двух брендов. Мы создали то, что называем стратегией двух брендов — dual-brand strategy.

Объединённая компания, как вы знаете, получила название Группа «М.Видео-Эльдорадо» — этот бренд мы используем для

всех внешних и внутренних коммуникаций Группы. Группа М.Видео-Эльдорадо — такое название выбрано неслучайно. Позиции двух брендов абсолютно паритетные, «Эльдорадо» и «М.Видео» равны, и каждый имеет свою роль и вносит свой вклад в общее развитие Группы.

При этом мы планируем развивать и укреплять каждый бренд: «М.Видео» — как лидера инноваций, «Эльдорадо» — как удобный формат магазинов рядом с домом.

Объединив «М.Видео» и «Эльдорадо», мы получаем доступ к новым клиентам, новым партнёрам и новым городам, у нас появляются новые возможности для позиционирования и роста, которые были



С уважением,  
**Александр Тынкован,**  
президент Группы «М.Видео-Эльдорадо»

# НЕЛЬЗЯ!

Логотип нельзя искажать каким-либо образом, перекрашивать и изменять с помощью графических эффектов.

Также нельзя размещать логотип на фоне с большим количеством мелких деталей.





# ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Фирменные шрифты — это специально подобранные гарнитуры шрифтов для оформления текстовой информации, отождествляемой с брендом Группы.

Все тексты набираются в чёрном или белом цвете (в зависимости от фона, на котором текст размещён).

## 1. FUTURA PT

---

**BOLD**  
**ПРОПИСНЫЕ**

BOOK  
ПРОПИСНЫЕ

**ЭТОТ ШРИФТ**  
**ИСПОЛЬЗУЕТСЯ**  
**ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ**

ЭТОТ ШРИФТ  
ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ  
ПОДЗАГОЛОВКОВ

## 2. Roboto

---

Book  
Любой регистр

**Bold**  
**Любой регистр**

Light  
Любой регистр

Этот шрифт  
используется  
для текста  
в абзацах

**Этот шрифт**  
**используется**  
**для выделения**  
**слов в тексте**

Этот шрифт  
используется  
для выделения  
слов в тексте

# ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

В случае, если материалы создаются с помощью программы, в которую шрифты не могут быть внедрены, и существует большой риск неправильного отображения текста на компьютере стороннего получателя, у которого не установлены фирменные шрифты Группы, необходимо использовать шрифт Century Gothic.

## 3. Century Gothic

---

**BOLD**  
**ПРОПИСНЫЕ**

Regular  
Любой регистр

**Bold**  
**Любой регистр**

**ЭТОТ ШРИФТ  
ИСПОЛЬЗУЕТСЯ  
ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ**

Этот шрифт  
используется для  
текста в абзацах

**Этот шрифт  
используется для  
выделения слов в тексте**

# ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Фирменная цветовая палитра — это набор цветов, которые используются при создании любых графических элементов бренда Группы.

**CO MO YO KO**  
**WEB #FFFFFF**  
**R255 G255 B255**

Белый цвет — наиболее предпочтительный цвет фона. Он является образующим для основной части любых материалов, связанных с группой.

Также этим цветом может набираться текст, если фон макета тёмный.

**PANTONE BLACK**  
**CO MO YO K100**  
**WEB #000000**  
**RO GO BO**

Чёрный цвет — это цвет текста. Все тексты в материалах компании набираются этим цветом.

Также может служить фоновым цветом. В таком случае текст, размещаемый на нём будет белым.

# ЦВЕТА БРЕНДОВ

Цвета брендов входят в палитру фирменных цветов. Они соответствуют цветам в логотипах брендов. Их используют, если необходимо отобразить дифференциацию брендов. Например, в финансовых диаграммах и т.д.

**ЦВЕТ «М.ВИДЕО»**  
**PANTONE 485**  
**CO M100 Y100 K0**  
**WEB #E51C24**  
**R237 G28 B36**

**ЦВЕТ «ЭЛЬДОРАДО»**  
**PANTONE 200C**  
**C10 M100 Y75 K10**  
**WEB #C10230**  
**R179 G0 B46**

При использовании этих цветов необходимо соблюдать баланс, чтобы ни один из них не превалировал над другим — иначе будет нарушено правило паритета.

# МОНОХРОМНЫЕ ЦВЕТА

Для расширенных возможностей при разработке макетов в палитру фирменных цветов вводятся дополнительные цвета.

Монохромные (серые) цвета используются в качестве плашек, отображения общих показателей в графиках и т.п. Также их рекомендуется использовать при комбинации с цветами брендов, чтобы не перегружать макет слишком большим количеством цветов.

**C8 M0 Y0 K90**  
**WEB #393E42**  
**R57 G62 B66**

**C13 M9 Y11 K0**  
**WEB #E4E4E3**  
**R228 G228 B227**

**C53 M42 Y43 K27**  
**WEB #717271**  
**R113 G114 B113**

**C35 M25 Y28 K6**  
**WEB #ADAЕAC**  
**R173 G174 B172**

# ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Акцидентный набор дополнительных цветов также необходим для расширенных возможностей разработки макетов. Эти цвета используются для выделения каких-то важных элементов в инфографике, на которые читатель или зритель конечного продукта должен обратить внимание.

**C0 M100 Y100 K0**  
**WEB #F2979A**  
**R242 G151 B154**

**C60 M0 Y100 K0**  
**WEB #76BC21**  
**R118 G188 B33**

**C81 M17 Y66 K2**  
**WEB #169370**  
**R23 G148 B112**

**C10 M100 Y75 XK10**  
**WEB #E48300**  
**R228 G131 B0**

**C94 M87 Y28 K19**  
**WEB #333366**  
**R51 G51 B102**

**C78 M71 Y0 K0**  
**WEB #6355E0**  
**R99 G85 B224**

# КАК ПРАВИЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЦВЕТА

Чтобы макет соответствовал фирменному стилю Группы, необходимо придерживаться следующих правил:

1. Основной цвет фона — белый.
2. Основной цвет текста — чёрный.
3. Допустимы следующие варианты комбинации цветов:

**Белый + Чёрный + Цвета Двух Брендов + Монохромные цвета + Один дополнительный цвет**

**Белый + Чёрный + Цвет Бренда + Монохромные цвета + Два дополнительных цвета**

**Белый + Чёрный + Цвет Бренда + Монохромные цвета + Один дополнительный цвет**

**Белый + Чёрный + Монохромные цвета + Два дополнительных цвета**

**Белый + Чёрный + Монохромные цвета + Один дополнительный цвет**

**Несколько дополнительных цветов (если необходимо организовать цветовую дифференциацию, и каждый конкретный цвет будет нести конкретный смысл, вкладываемый в него автором макета)**

# **КАК ПРАВИЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЦВЕТА**

4. Допустимо использовать цвета, не указанные в данном Руководстве, если:

- **Цвета присутствуют на цветной фотографии.**
- **Цвета присутствуют на произведении искусства.**
- **Цвета присутствуют на ключевом визуальном элементе, который разработан для оформления мероприятия или проекта федерального уровня.**