



ПОСТАНОВЛЕНИЕ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА КОГАЛЫМА Ханты-Мансийского автономного округа - Югры

от 28.06.2023

№ 1218

Об использовании фирменного
стиля города Когалыма и брендбука

В соответствии со статьей 1229 Гражданского кодекса Российской Федерации, Концепцией развития территориального маркетинга и брендинга в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 19.10.2018 №539-рп, Уставом города Когалыма в целях развития территориального маркетинга в сфере инвестиций, туризма, продвижения товаров и услуг:

1. Утвердить:

1.1. порядок использования фирменного стиля города Когалыма согласно приложению 1 к настоящему постановлению;

1.2. брендбук города Когалыма согласно приложению 2 к настоящему постановлению.

2. Муниципальному казенному учреждению «Управление обеспечения деятельности органов местного самоуправления» (М.В.Владыкина) разместить брендбук города Когалыма на официальном сайте Администрации города Когалыма в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.admkogalym.ru).

3. Управлению инвестиционной деятельности и развития предпринимательства Администрации города Когалыма (В.И.Феоктистов) направить в юридическое управление Администрации города Когалыма текст постановления и приложения к нему, его реквизиты, сведения об источнике официального опубликования в порядке и сроки, предусмотренные распоряжением Администрации города Когалыма от 19.06.2013 №149-р «О мерах по формированию регистра муниципальных нормативных правовых актов Ханты-Мансийского автономного округа Югры» для дальнейшего направления в Управление государственной регистрации нормативных правовых актов Аппарата Губернатора Ханты-Мансийского автономного округа-Югры.

4. Опубликовать настоящее постановление и приложения к нему в газете «Когалымский вестник» и разместить на официальном сайте Администрации города Когалыма в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.admkogalym.ru).

5. Контроль за выполнением постановления оставляю за собой.

Глава города Когалыма



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Н.Н.Пальчиков

Сертификат

00D9F6AE729A7AE6A295E8B63E3C00EF06

Владелец Пальчиков Николай Николаевич

Действителен с 16.03.2023 по 08.06.2024

ПОРЯДОК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ГОРОДА КОГАЛЫМ
(далее - Порядок)

1. Общие положения

1. Настоящий Порядок разработан и утвержден в соответствии с Концепцией развития территориального маркетинга и брендинга в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Ханты-Мансийского автономного округа - Югры от 19.10.2018 №539-рп, в целях создания условий для повышения привлекательности территории, продвижения товаров и услуг местных производителей, привлечения инвесторов и туристов.

2. Основные термины, применяемые в настоящем Порядке:

- бренд города - комплекс ассоциаций, возникающих при упоминании названия города;

- брендбук - документ, в котором описываются атрибуты бренда города и механизмы его позиционирования. Брендбук содержит полное руководство по фирменному стилю города Когалыма, которое включает в себя подробное описание использования каждого фирменного элемента на различных носителях, а также рекомендации по его использованию;

- фирменный стиль города Когалыма - составная часть брендбука, система различных элементов, каждый из которых представляет собой значимую и характерную особенность бренда города, его оригинальные черты и уникальный ценностный смысл. К фирменному стилю города Когалыма относится набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских элементов, которые обеспечивают визуальное и смысловое единство информации об объекте;

- элементы бренда города - средства, которые обеспечивают уникальность бренда города. К основным элементам бренда города относятся логотип, слоган, графические элементы;

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

3. Элементы фирменного стиля города Когалыма содержатся в брендбуке, который размещается в свободном доступе на официальном сайте Администрации города Когалыма в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.admkogalym.ru).

4. Администрация города Когалыма, являясь обладателем исключительных прав на использование элементов фирменного стиля города Когалыма, предоставляет неограниченному кругу лиц на бесплатной основе без заключения каких-либо соглашений право на использование элементов фирменного стиля города Когалыма.

5. Элементы фирменного стиля города Когалыма не подменяют официальные символы города.

6. Элементы фирменного стиля города Когалыма могут использоваться:

- для художественного оформления города в дни государственных и городских праздников, при проведении общегородских мероприятий;

- на спортивной форме и наградной атрибутике для участников спортивных мероприятий;

- на зданиях, сооружениях, в помещениях, принадлежащих юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям;

- на объектах благоустройства (декоративные, технические, планировочные, конструктивные устройства, растительные компоненты, различные виды оборудования и оформления, некапитальные нестационарные сооружения, элементы облицовки фасадов, пешеходные переходы и другое);

- на малых архитектурных формах, служащих для удобства пребывания людей и для придания окружающей среде благоприятного вида (фонтаны, беседки, скамейки, лавочки, декоративные ограждения, клумбы, цветники, декоративные скульптуры, оборудование и покрытие детских площадок, хоккейных коробок и другое);

- при оформлении всех видов транспорта общего пользования, остановочных павильонов;

- на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- в презентациях и на выставках;

- на информационных указателях, в наружной рекламе, в том числе размещаемой в электронных и печатных средствах массовой информации;

- в наименованиях юридических лиц, зарегистрированных в городе Когалыме;

- на выпускаемой продукции, ярлыках, ценниках, упаковках товаров, рекламе данных товаров;

- на сувенирной продукции (футболки, бейсболки, информационно-печатная продукция, в том числе бланки документов, открытки, раскраски, марки, блокноты, визитки, пригласительные билеты, книжная продукция), аудиовизуальной продукции на любых видах носителей.

7. Используемые в оформлении элементы фирменного стиля города Когалыма должны поддерживаться в чистом и целостном состоянии, при необходимости обновляться.

8. Не допускается использование элементов фирменного стиля города Когалыма:

- на информационных ресурсах и материальных носителях, содержащих элементы негатива, признаки экстремизма, призывы к насилию и дискриминации (в том числе в виде общих лозунгов), в материалах порнографического содержания;

- на взрывчатых веществах и материалах, за исключением пиротехнических изделий;

- на лекарственных средствах, а также информационных ресурсах, содержащих информацию о лечебных свойствах продукции или услуги;

- на коммунально-бытовом оборудовании (мусоросборники: контейнеры и урны);

- если при его использовании происходит искажение смысла информации.

**БРЕНДБУК
МАРТ 2023**

**РУКОВОДСТВО
ПО ФИРМЕННОМУ
СТИЛЮ**



Приложение 2
к постановлению Администрации
города Когалыма
от 28.06.2023 № 1218

СОДЕРЖАНИЕ

Описание концепции бренда	3		
Механизмы бренд-коммуникации	6		
01. ЦВЕТА	8	03. ТИПОГРАФИКА	22
01.1. Карта цветов бренда	9	03.1. Основной шрифт	23
01.2. Пересечение цветов	10	03.2. Бренд-фразы	24
		03.3. Верстка бренд-фраз	25
02. БАЗОВЫЙ ЛОГОТИП	11	04. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ	26
02.1. Вертикальный трехцветный	12	04.1. Паттерн 1	27
02.2. Вертикальный одноцветный	13	04.2. Паттерн 2	28
02.3. Горизонтальный	14	04.3. Паттерн 3	29
02.4. Инверсное начертание	15	04.4. Пиктограммы	30
02.5. Сокращенная версия логотипа	16	04.5. Композиция пиктограмм	31
02.6. Критерии выбора логотипа в зависимости от его размера	17	05. ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛЯ	32
02.7. Использование логотипа на цветных фонах	18	Ссылка на дизайн-макеты	41
02.8. Критерии выбора логотипа в зависимости от цвета фона	19		
✘ 02.9. Неправильное использование трехцветного логотипа	20		
✘ 02.10. Неправильное использование одноцветного логотипа	21		

ОПИСАНИЕ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА

Какой город является культурной столицей Югры?

Конечно Когалым!

Какой город идеально подходит для спокойной семейной жизни? **Конечно Когалым!**

Где лучше получать нефтяную специальность: в Москве, Перми или Уфе? **Конечно Когалым!**

Посоветуйте нестандартное направление для путешествий по России. **Конечно Когалым!**

Какой город – моя малая родина? **Конечно Когалым!**

1. Уверенный ответ на вопрос:
«Какой город выбрать?»
2. Эмоциональное проявление идентичности.
3. Знак качества для маркировки проектов.

МЕХАНИЗМЫ БРЕНД- КОММУНИ- КАЦИИ

ТЕКСТ

Формулировка вопроса



ответ в виде слогана

РЕЧЬ

Слоган как фразеологизм
для самых разных ситуаций

ДИЗАЙН

Всестороннее использование
визуального стиля

БРЕНД-ПРОЕКТЫ

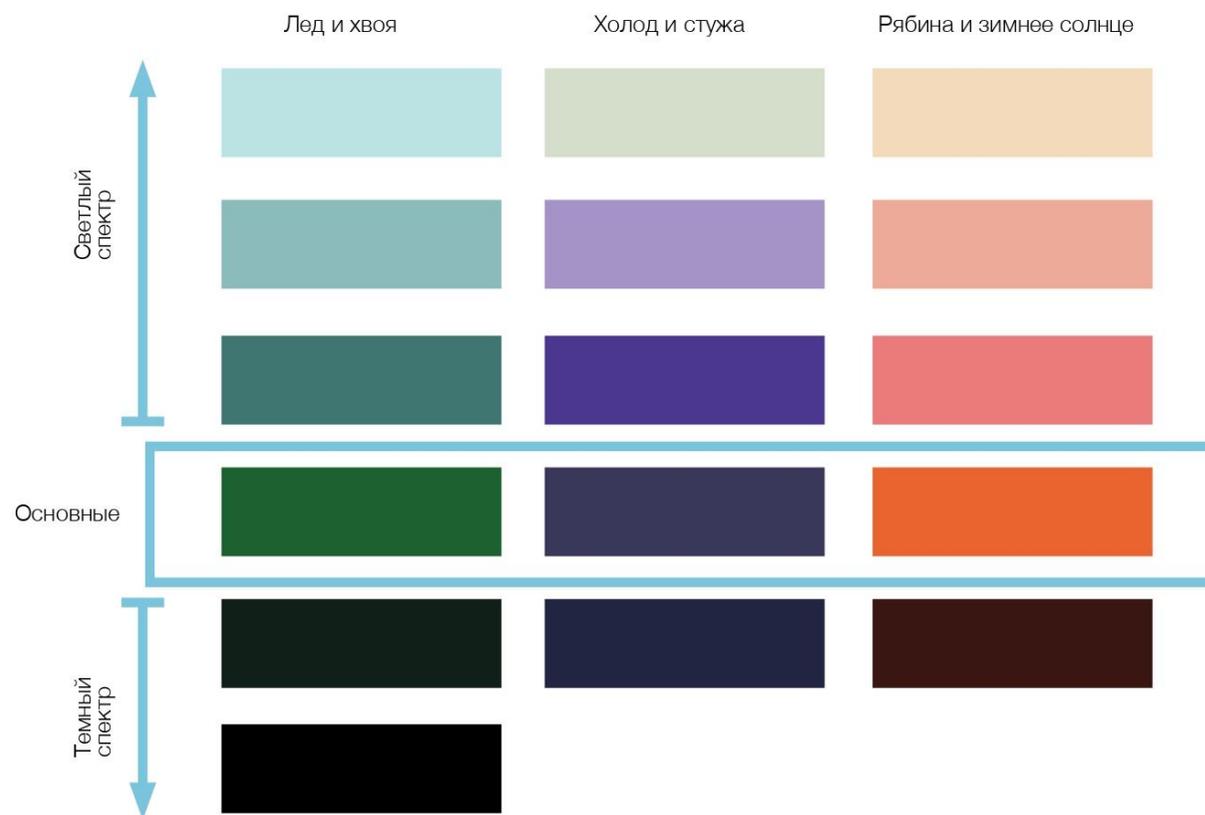
Издания, пространства,
сувениры, новые традиции



01. Цвета

01.1. Карта цветов бренда

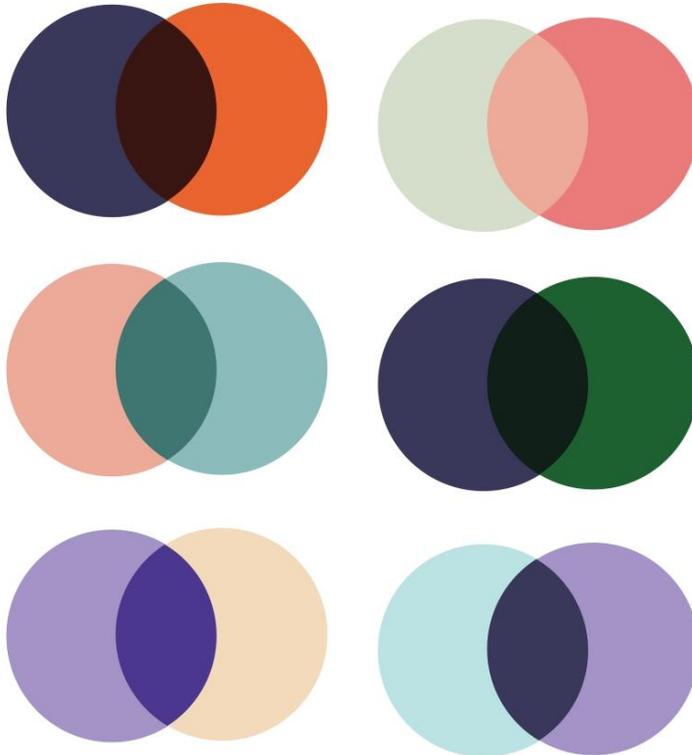
БРЕНД КОГАЛЫМА



01. Цвета

01.2. Пересечение цветов

БРЕНД КОГАЛЫМА



Стиль бренда во многом построен на пересечении фирменных цветов с образованием нового «перекрестного» цвета. Это обуславливает богатую цветовую палитру и разнообразие оттенков.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

A stylized logo consisting of the numbers '02'. The '0' is red and the '2' is green. They are positioned such that the '2' overlaps the right side of the '0'.

**БАЗОВЫЙ
ЛОГОТИП**

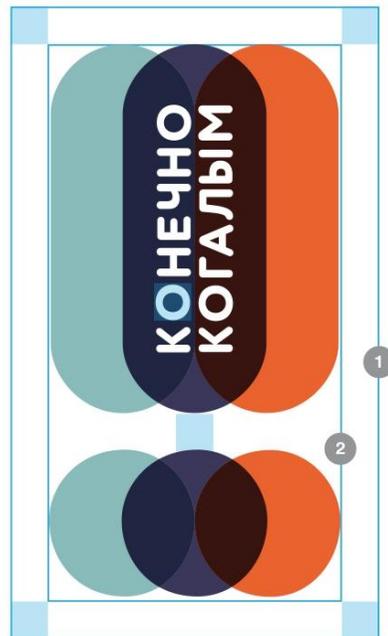
02. Базовый логотип

02.1. Вертикальный трехцветный

БРЕНД КОГАЛЫМА



Kogalim_logo_color_vertical.eps



Базовая версия логотипа представляет собой единое целое – соотношение его частей не может быть изменено. Самостоятельное построение логотипа запрещено. Кроме того, не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов.

Во всех случаях необходимо использовать исключительно варианты начертаний и цветов логотипа, представленные в этом Руководстве.

- 1 Внешнее охранное поле логотипа.
- 2 Внешний периметр логотипа.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

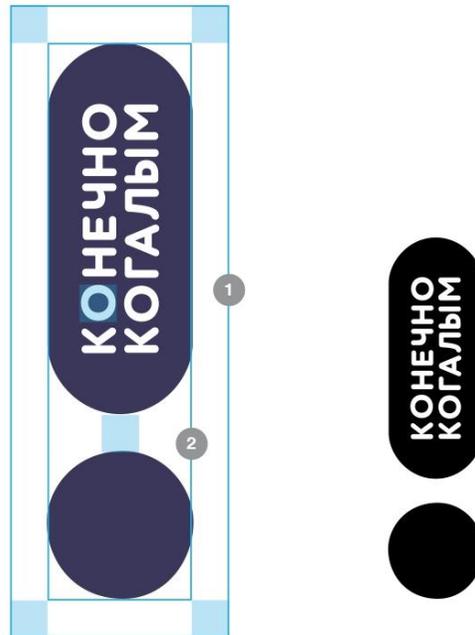
02. Базовый логотип

02.2. Вертикальный одноцветный

БРЕНД КОГАЛЫМА



Kogalim_logo_blue_vertical.eps
Kogalim_logo_black_vertical.eps



Одноцветный вертикальный логотип используется в коммуникации бренда в том случае, когда трехцветный сложно или невозможно воспроизвести.

Цвет вертикального одноцветного логотипа может быть фирменным синим или стандартным черным.

- 1 Внешнее охранное поле логотипа.
- 2 Внешний периметр логотипа.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.3. Горизонтальный

БРЕНД КОГАЛЫМА



Kogalim_logo_blue_horizontal.eps

Kogalim_logo_black_horizontal.eps



В горизонтальной версии логотипа возможно использование только монохромного (одноцветного) начертания.

Цвет горизонтального одноцветного логотипа может быть фирменным синим или стандартным черным.

Горизонтальная версия логотипа более консервативная и строгая, чем вертикальная. Ее предпочтительней использовать для официальных носителей.

1 Внешнее охранное поле логотипа.

2 Внешний периметр логотипа.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.4. Инверсное начертание

БРЕНД КОГАЛЫМА



Инверсное начертание логотипа (то есть использование его на темном или черном фоне) возможно только для одноцветной версии логотипа.

- 1 Инверсное начертание для вертикального логотипа
- 2 Инверсное начертание для горизонтального логотипа.
- ! Цвет букв внутри логотипа может соответствовать цвету внешнего фона подложки только в том случае, если сам фон является фирменным.



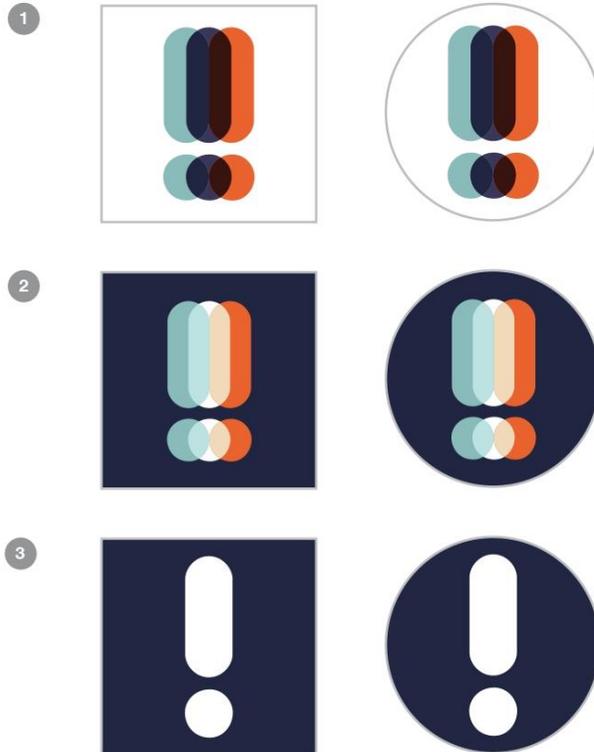
02. Базовый логотип

02.5. Сокращенная версия логотипа

БРЕНД КОГАЛЫМА



Kogalim_logo_color_short
Kogalim_logo_inverse_short



Сокращенная версия логотипа используется для брендирования небольших форматов сувенирной продукции, а также в качестве аватаров или юзерпиков в социальных сетях, чатах и форумах.

- 1 Использование на белом фоне
- 2 Инверсное начертание на темном фоне.
- 3 Более строгое исполнение сокращенной версии логотипа с использованием одноцветного инверсного начертания логотипа.

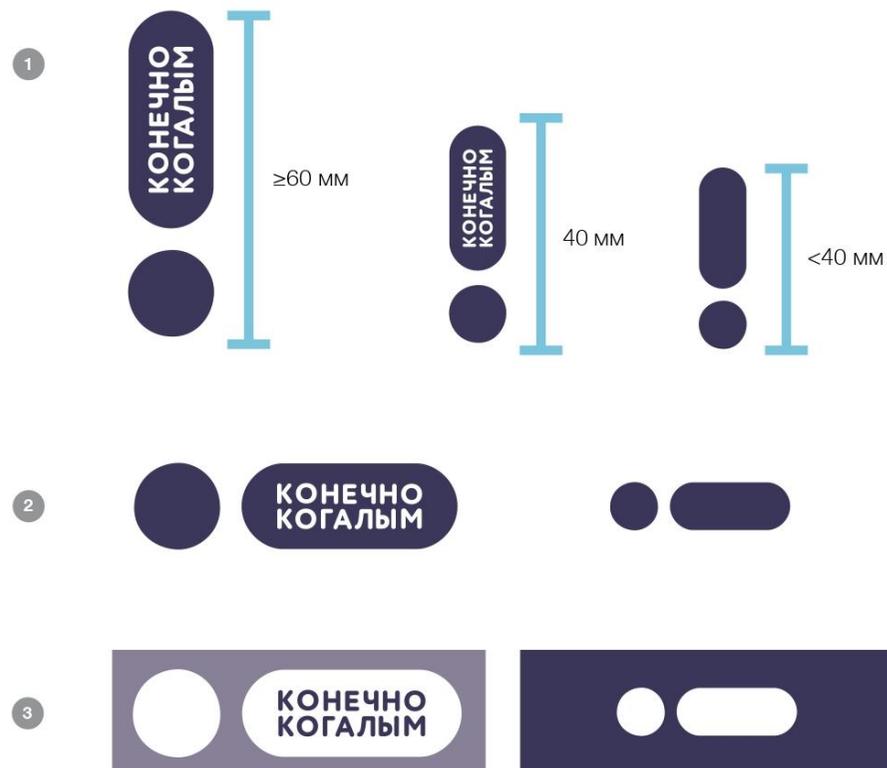


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.6. Критерии выбора логотипа в зависимости от его размера

БРЕНД КОГАЛЫМА



1 Оптимальный размер логотипа для использования в печатной раздаточной продукции – более 60 мм, тогда текст внутри с легкостью прочитывается.

Минимальный размер использования логотипа с текстом – 40 мм.

При более мелких размерах следует использовать логотип без текстовой части.

2 3 Эти правила также справедливы для горизонтального и инверсного начертаний.

! При печати больших форматов, например баннеров или уличных растяжек, логотип должен занимать разумную площадь и быть виден издалека.

02. Базовый логотип**02.7. Использование логотипа на цветных фонах**

БРЕНД КОГАЛЫМА



При нанесении логотипа на цветной яркий фон, пестрый фон, однотонный фон с мелким рисунком или фотоизображение, предпочтение в выборе логотипа отдается контрастности финального макета.

- 1 Прямое начертание логотипа на разных фонах.
- 2 Инверсное начертание логотипа на разных фонах.

Также справедливо для вертикальной одноцветной версии логотипа.

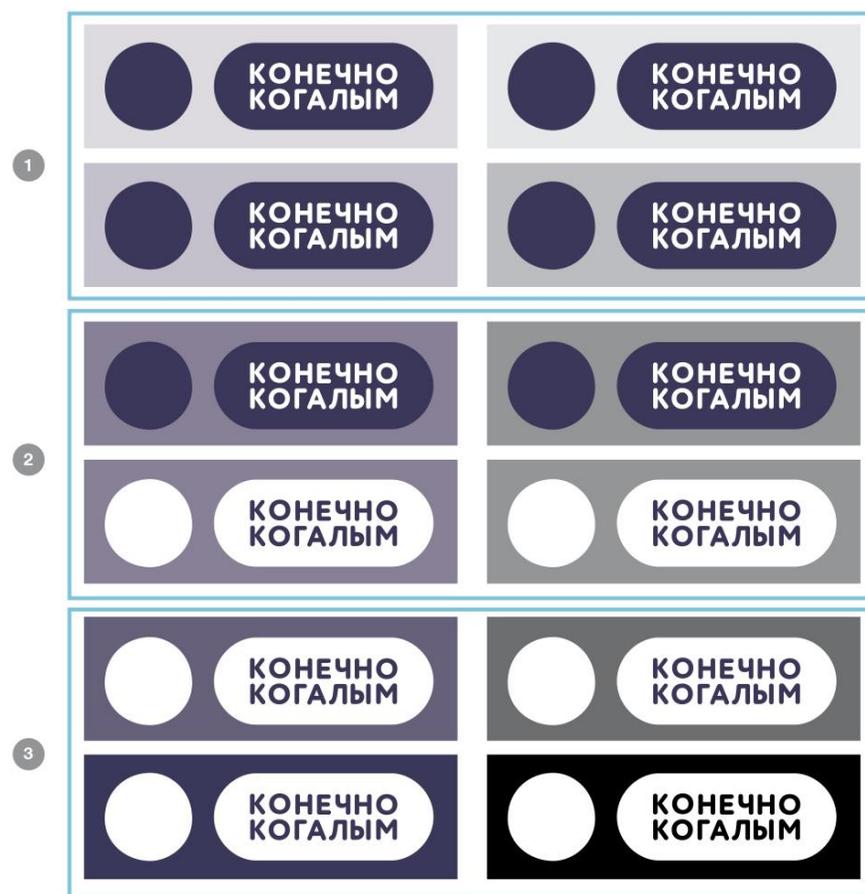


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.8. Критерии выбора логотипа в зависимости от цвета фона

БРЕНД КОГАЛЫМА



При разной насыщенности цвета фона для брендинга необходимого пространства могут быть использованы разные варианты базового логотипа: одноцветный или его инверсное начертание.

- 1 При насыщенности фона менее 50% используется цветная версия логотипа.
 - 2 При насыщенности фона около 50% можно использовать любую версию логотипа, опираясь в выборе на контекст брендируемого макета.
 - 3 При насыщенности цвета фона более 50% предпочтение отдается инверсному варианту начертания логотипа.
- ! Цвет букв внутри логотипа может соответствовать цвету внешнего фона подложки только в том случае, если сам фон является фирменным.

Также справедливо для вертикальной одноцветной версии логотипа.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.9. Неправильное использование трехцветного логотипа

БРЕНД ГОРОДА КОГАЛЫМ



Основной трехцветный логотип не может менять наклон и пропорции, также недопустимо менять порядок цветов, перекрашивать отдельные элементы, менять шрифт надписей или их содержание.

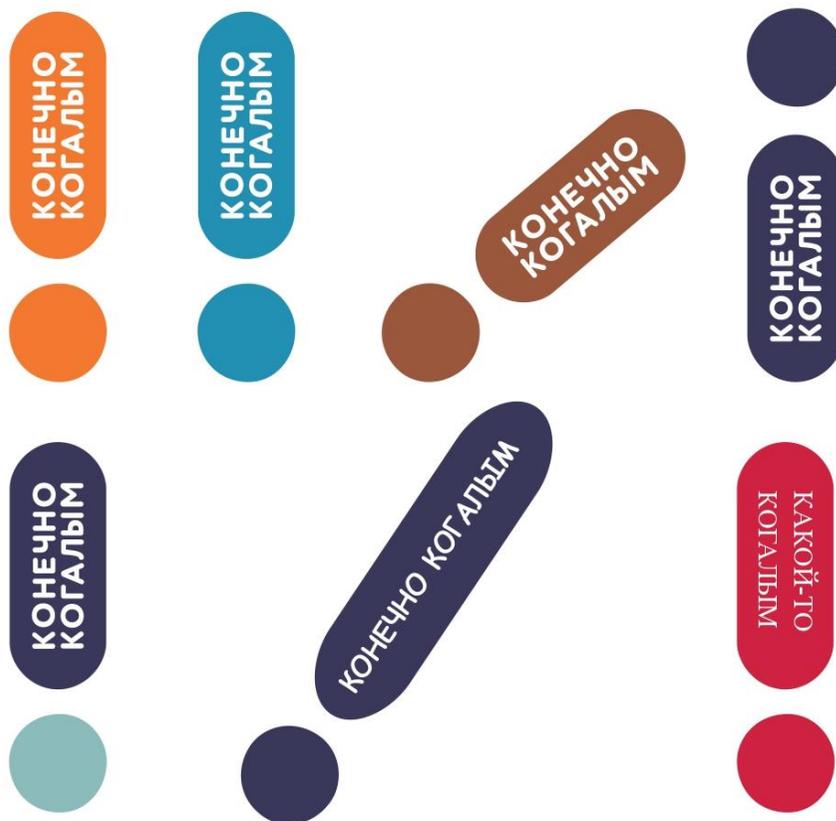


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

02. Базовый логотип

02.10. Неправильное использование одноцветного логотипа

БРЕНД ГОРОДА КОГАЛЫМ



Основной одноцветный логотип не может менять цвет, даже на другой фирменный, не может менять наклон и пропорции, также недопустимо изменение порядка цветов, перекрашивание отдельных элементов, замена шрифта в надписях или их содержание.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета



03

ТИПОГРАФИКА

Circe Rounded

Circe
Rounded
Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*()::?

Circe
Rounded
Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*()::?

Circe
Rounded
Extra Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*()::?

Шрифт Circe Rounded имеет несколько начертаний разной жирности, что удобно для коммуникационных надписей в предложенной стилистике бренда.

Также существует полный набор знаков препинания и цифровых символов, которые также участвуют в визуальной коммуникации бренда.

Circe Rounded – платный лицензионный шрифт компании ParaType.



Океанариум
на Крайнем
Севере?

Международные
соревнования по теннису?

Могут ли жить дружно
представители
32 национальностей?

Бренд-фразами считаются слова и предложения в вопросительной форме, ответ на которые звучит как позиционирование бренда – «Конечно Когалым!»
в положительном ключе.



03. Типографика

03.2. Верстка бренд-фраз

БРЕНД КОГАЛЫМА

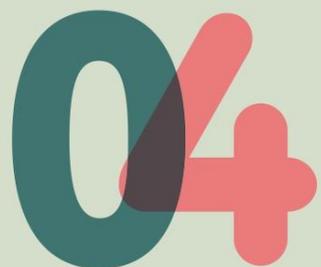


Так как основной логотип бренда – вертикальный, то бренд-фраза при использовании на различных носителях также разворачивается вертикально, что дает возможность компактно размещать даже длинные вопросительные фразы.

- 1 Бренд-фразы набираются с выключкой влево, таким образом, важно обратить внимание, чтобы самая длинная строчка не превышала высоту рядом стоящего логотипа.
- 2 Также возможно выравнивание текста вопроса относительно самой надписи внутри логотипа.
- 3 Размер шрифта, его жирность и цвет подбираются согласно ситуации использования.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

A stylized graphic element consisting of a dark teal '0' and a red '4' with a red plus sign integrated into its structure.

СТИЛЕ- ОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

04. Стилеобразующие элементы

04.1. Паттерн 1

БРЕНД КОГАЛЫМА



Паттерн 1 состоит из восклицательных знаков, форма которых полностью повторяет восклицательный знак в логотипе, пропорционально уменьшены и развернуты в хаотичном порядке.

1 Цвета восклицательных знаков взяты из светлого спектра цветов бренда (см. стр. 9).



2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку или использоваться отдельно.

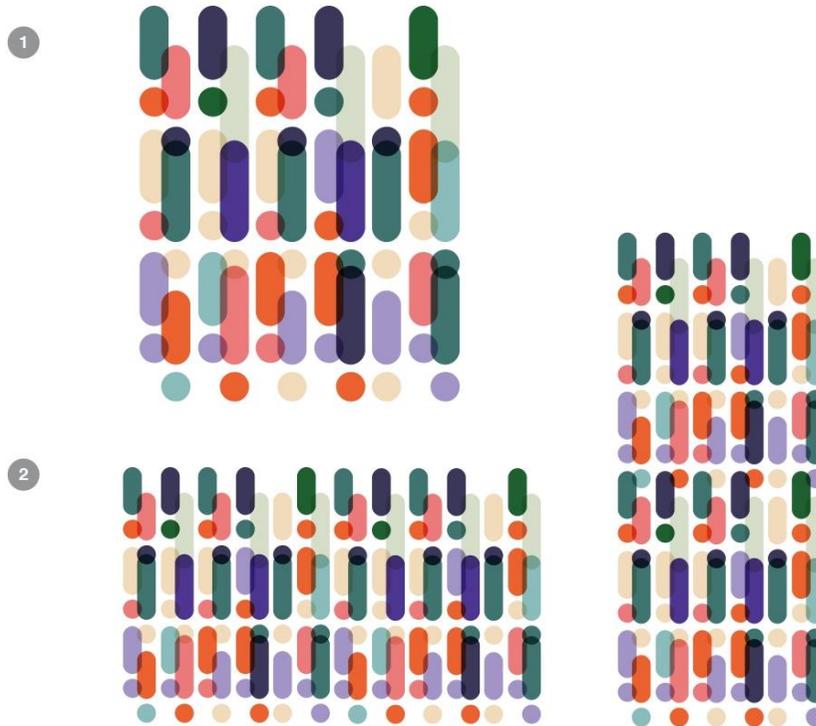


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

04. Стилеобразующие элементы

04.2. Паттерн 2

БРЕНД КОГАЛЫМА



Паттерн 2 состоит из разновеликих вертикальных элементов восклицательного знака, а также равных по размеру точек. Разные элементы могут иметь разные цвета. Элементы наслаиваются друг на друга, но не меняют наклон.

- 1 Цвета элементов паттерна используют всю цветовую палитру бренда (см. стр. 9).
- 2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку и столбик или использоваться отдельно.

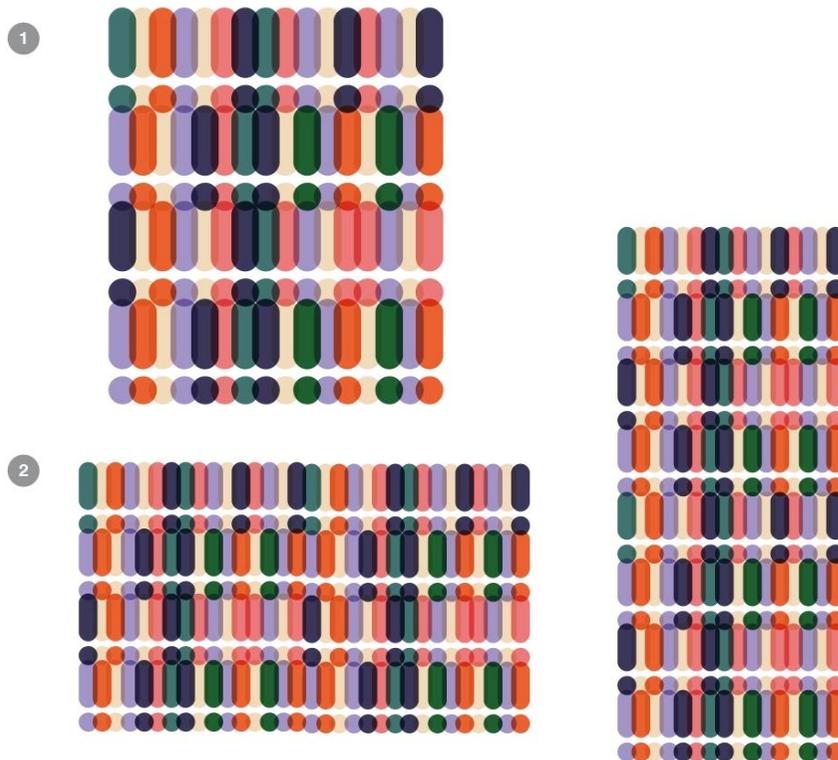


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

04. Стилеобразующие элементы

04.3. Паттерн 3

БРЕНД КОГАЛЫМА



Паттерн 3 состоит из восклицательных знаков, форма которых полностью повторяет восклицательный знак в логотипе. Они пропорционально уменьшены и плотно наложены друг на друга без изменения наклона.

- 1 Цвета элементов паттерна используют всю цветовую палитру бренда (см. стр. 9).
- 2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку и столбик или использоваться отдельно.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

04. Стилеобразующие элементы

04.4. Пиктограммы

БРЕНД КОГАЛЫМА



Пиктограммы символизируют существующие и будущие достопримечательности Когалыма.

Цвета пиктограмм могут использовать весь спектр фирменных цветов, но предпочтение отдается холодным оттенкам.

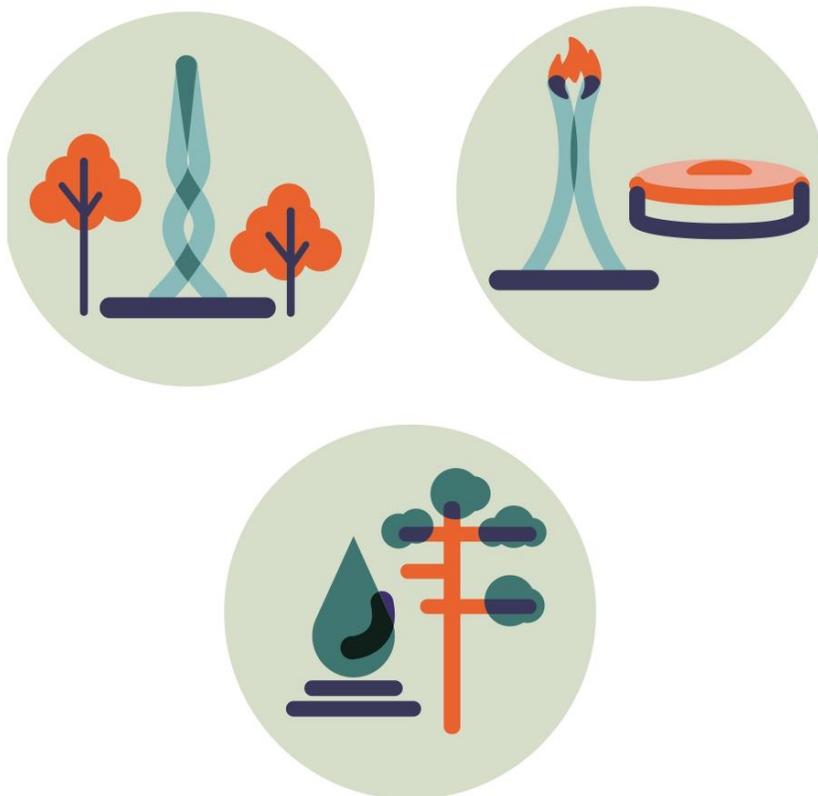


Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

04. Стилеобразующие элементы

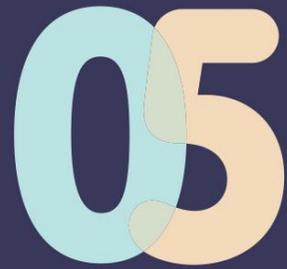
04.5. Композиция пиктограмм

БРЕНД КОГАЛЫМА



Так как пиктограммы представляют собой достопримечательности, то их комбинация или дополнительные элементы схематично воспроизводят конкретные места в городе.



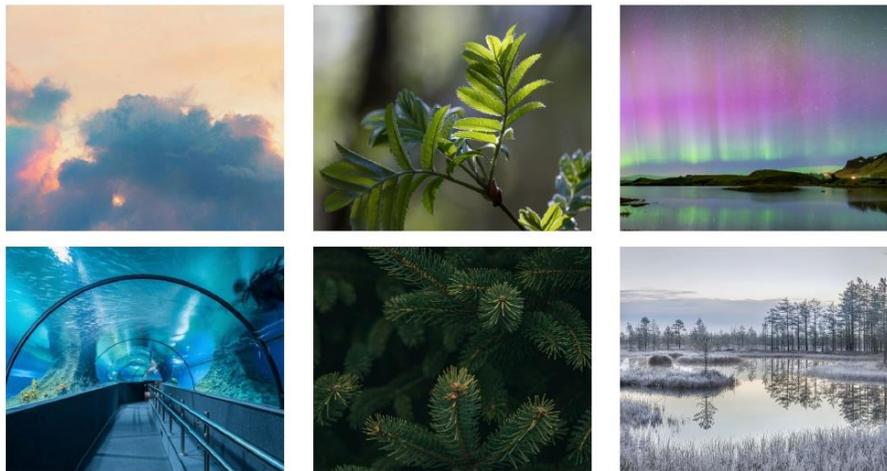
The number '05' is rendered in a stylized, rounded font. The '0' is light blue and the '5' is light orange. They are positioned at the top left of the slide, overlapping slightly.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОТО- ИЗОБРАЖЕНИЙ

05. Использование фотоизображений

05.1. Подбор фоновых фото

БРЕНД КОГАЛЫМА



Фотографии, используемые для коммуникации бренда, должны быть выполнены в фирменных цветах или быть нейтральными с дополнительными вкраплениями фирменных цветов.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

05. Использование фотоизображений

05.2. Подбор фото с людьми

БРЕНД КОГАЛЫМА



Фотографии, используемые для коммуникации бренда, должны быть выполнены в фирменных цветах или быть нейтральными с дополнительными вкраплениями фирменных цветов.

Для фотоизображений с людьми предпочтение отдается светлomu спектру цветов.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

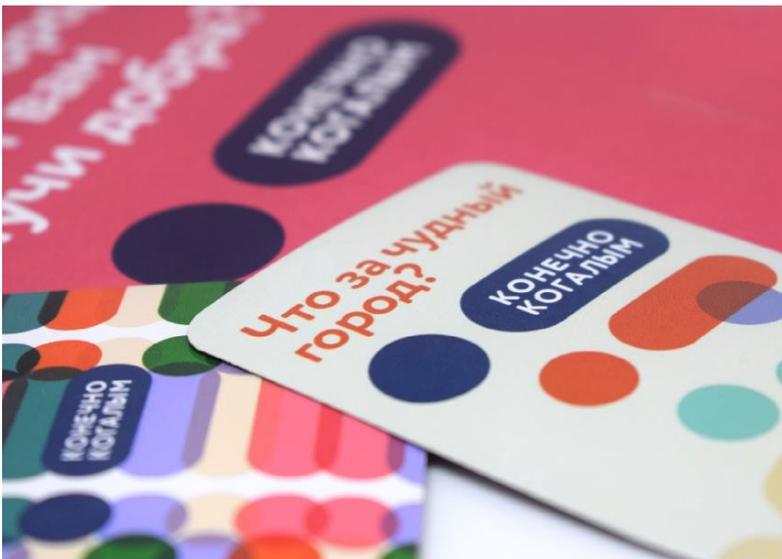
A stylized logo consisting of the number '0' in orange and the number '6' in a dark teal color. The '0' and '6' are overlapping, with the '6' partially covering the right side of the '0'.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛЯ



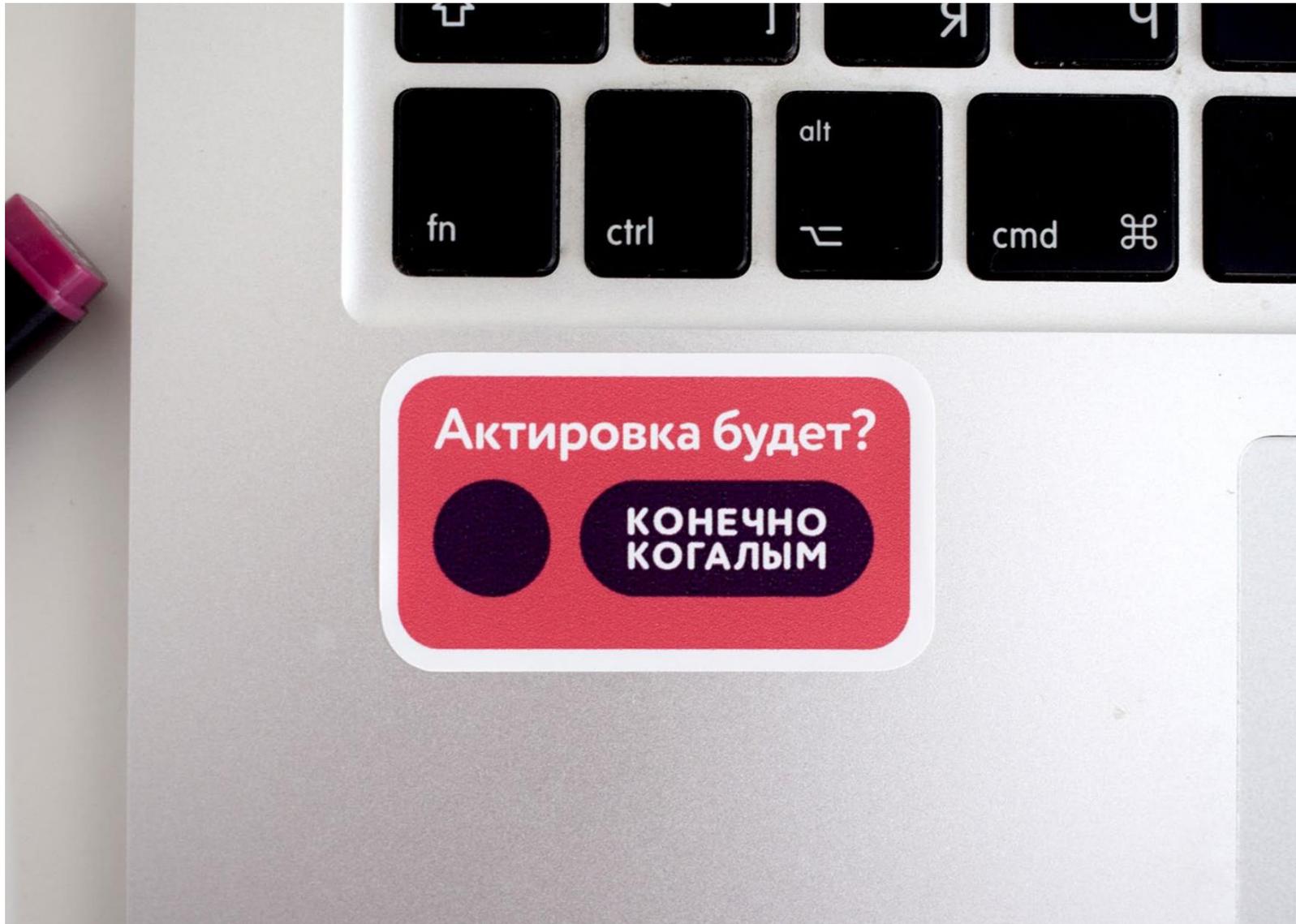












ДИЗАЙН- МАКЕТЫ

[ССЫЛКА](#)

**У КАКОГО
ГОРОДА
НОВЫЙ
БРЕНД?**

