

# Выбор в пользу будущего

Brand Book X5 Group 2022



# Содержание

<b>Вводная часть</b>	<b>3–13</b>	<b>Бренды компании</b>	<b>110</b>
		Архитектура брендов	111
<b>Визуальная айдентика</b>	<b>14–18</b>	Обзор брендов	112
		Программы, проекты, инициативы	113–115
<b>Базовые константы</b>	<b>19</b>	Суббренды	116–121
Название бренда	20	<b>Кобрендинг</b>	<b>122</b>
Логотип	21–35	Территория корпоративного бренда	125
Цвета	36–39	Территория суббрендов и брендов	138
Шрифты	40–41	Территория сторонних брендов	146
<b>Графика</b>	<b>42</b>		
Паттерны	43–51		
Пиктограммы	52–58		
Иллюстрации	59–80		
Изометрические изображения	81		
<b>Фотостиль</b>	<b>83–91</b>		
<b>Примеры коммуникационных материалов</b>	<b>92–109</b>		

# Вводная часть

## Наше прошлое. Наше будущее

История X5 Group берет начало в 2006 году, когда произошло слияние торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Новая компания, объединяющая более 600 магазинов, получила название X5 Retail Group (X – Перекрёсток, 5 – Пятёрочка).

В 2021 году компания отметила 15-летие. За это время был проделан большой путь от управления магазинами торговых сетей – магазины у дома «Пятёрочка», супермаркеты «Перекрёсток», гипермаркеты «Карусель», дискаунтеры «Чижик», – к созданию экосистемы вокруг темы питания, которая включает передовые отраслевые практики и ставит задачу построения лучшего пользовательского опыта.

В свое пятнадцатилетие компания X5 Group вступила с обновленным видением – лидера в области продуктов питания и в ключевых клиентских миссиях, связанных с едой. Мы видим себя технологичной компанией, присутствующей на всех этапах клиентского пути, заботящейся о сообществе и окружающей среде.

Мы черпаем вдохновение в общении с нашими клиентами и партнерами, слышим, что важно для них.

Мы вместе выбираем лучшее будущее.

Поэтому уверенно заявляем: X5 – выбор в пользу будущего.



Нам 15 лет. Время нового выбора [↗](#)

# Манифест

Выбор. Он всегда был важным для нас.

Выбор определял неизменно большой ассортимент товаров и разнообразие форматов магазинов.

Независимо от размера, одинаково любимыми для покупателей становились и просторные гипермаркеты, и уютные форматы у дома.

Мы работали над тем, чтобы выбор был всегда и у каждого: у тех, кому нужны самые доступные продукты, и у искущённых гурманов.

Нам 15 лет. Время нового выбора для наших клиентов и партнеров.

Ходить в магазин, самостоятельно выбирая фрукты и овощи, или покупать онлайн, пользуясь удобными цифровыми сервисами.

Совершать ежедневные кулинарные подвиги или заказывать готовую еду, посвящая себя другим делам.

Мы даем этот выбор и делаем его сами.

Мы выбираем лидерство на рынке еды, создавая экосистему вокруг питания и внедряя лучшие отраслевые практики.

Мы делаем выбор в пользу заботы о здоровье людей, предлагая продукты для сбалансированного образа жизни.

Мы делаем выбор в пользу благополучия общества, ответственного потребления и внимания к окружающей среде.

Мы делаем выбор в пользу будущего!  
X5 – выбор в пользу будущего.



## Экосистемный бренд

Амбициозные задачи, стоящие перед компанией сегодня, требуют раскрытия потенциала единого бренда X5 Group, актуализации системы айдентики и проектирования бренд-архитектуры, которая бы охватила всю экосистему B2B-, B2C-брендов, сервисов, продуктов и инициатив, реализуемых Группой X5.

Обновлённый бренд X5 Group призван создать объединяющую систему айдентики для различных подразделений компании, унифицировать решение для повышения коммуникационной эффективности и построения знания и целостного образа компании и её сервисов в глазах потребителей, партнеров, инвесторов и других заинтересованных лиц. Эти шаги будут способствовать нашему эффективному развитию и использованию объединяющей силы нашего бренда.

За дополнительной информацией,  
пожалуйста, обращайтесь на [brand@x5.ru](mailto:brand@x5.ru)





## Миссия

это смысл существования нашей компании, предназначение X5 Group

---

Улучшать качество жизни людей, предлагая доступные и полезные продукты, вкусную еду, помогая в ежедневных заботах.

## Ценности

это основа корпоративной культуры компании, значимые и разделяемые сотрудниками X5 Group убеждения и принципы, помогающие принимать решения и регулирующие наше поведение

---



Уважение



Честность и порядочность



Клиентоориентированность



Стремление к достижениям [↗](#)

## Видение

это амбиции X5 Group, то, чего мы хотим достичь в перспективе 5–10 лет, след, который мы хотим оставить в сообществе

---

Лидер в области продуктов питания, лидер в ключевых клиентских миссиях, связанных с едой; технологичная компания, которая присутствует на всех этапах клиентского пути, заботится о сообществе и окружающей среде.

## Цели и стратегия

приоритетные задачи X5 Group и план их достижения до 2023 года

---

Подробно отражены в документе

«[Стратегия 2023](#)» [↗](#)



Обещания – то, что разные аудитории получают от взаимодействия с нами. Обещания помогают каждой бизнес-единице, проекту или бренду, входящему в экосистему, реализовать Миссию X5 Group. Обещания – не просто слова. Мы не делаем ярких заявлений, но доказываем своё стремление улучшать качество жизни людей нашими каждодневными поступками.

## B2B

Специализированная экосистемная платформа, обеспечивающая эффективное и ответственное взаимодействие заинтересованных сторон на рынке еды

X5 Transport

X5 Food Tech

X5 Import

X5 Ready Food

X5 Dialog

X5 Tech

X5 Real Estate

## B2C

Лучшее решение всех вопросов питания для каждого

X5 Банк

Vprok.ru  
Перекрёсток

5 Пятёрочка

X5 Pay

5post

Перекрёсток

X5 ID

ОКОЛО

ГИПЕРМАРКЕТ  
КАРУСЕЛЬ

Подписка

ЧИЖИК

## B2B

- 1 Специализированная экосистема на рынке еды, бизнесы вокруг еды и смежных потребностей
- 2 Заботится об обществе и окружающей среде. Заслужила уважение и одобрение общества
- 3 Операционно-эффективная компания
- 4 Нацелена на открытый диалог с партнерами
- 5 Самый привлекательный работодатель в food-ритейле
- 6 Визионер и эксперт. Ведет отрасль за собой
- 7 Цифровая компания

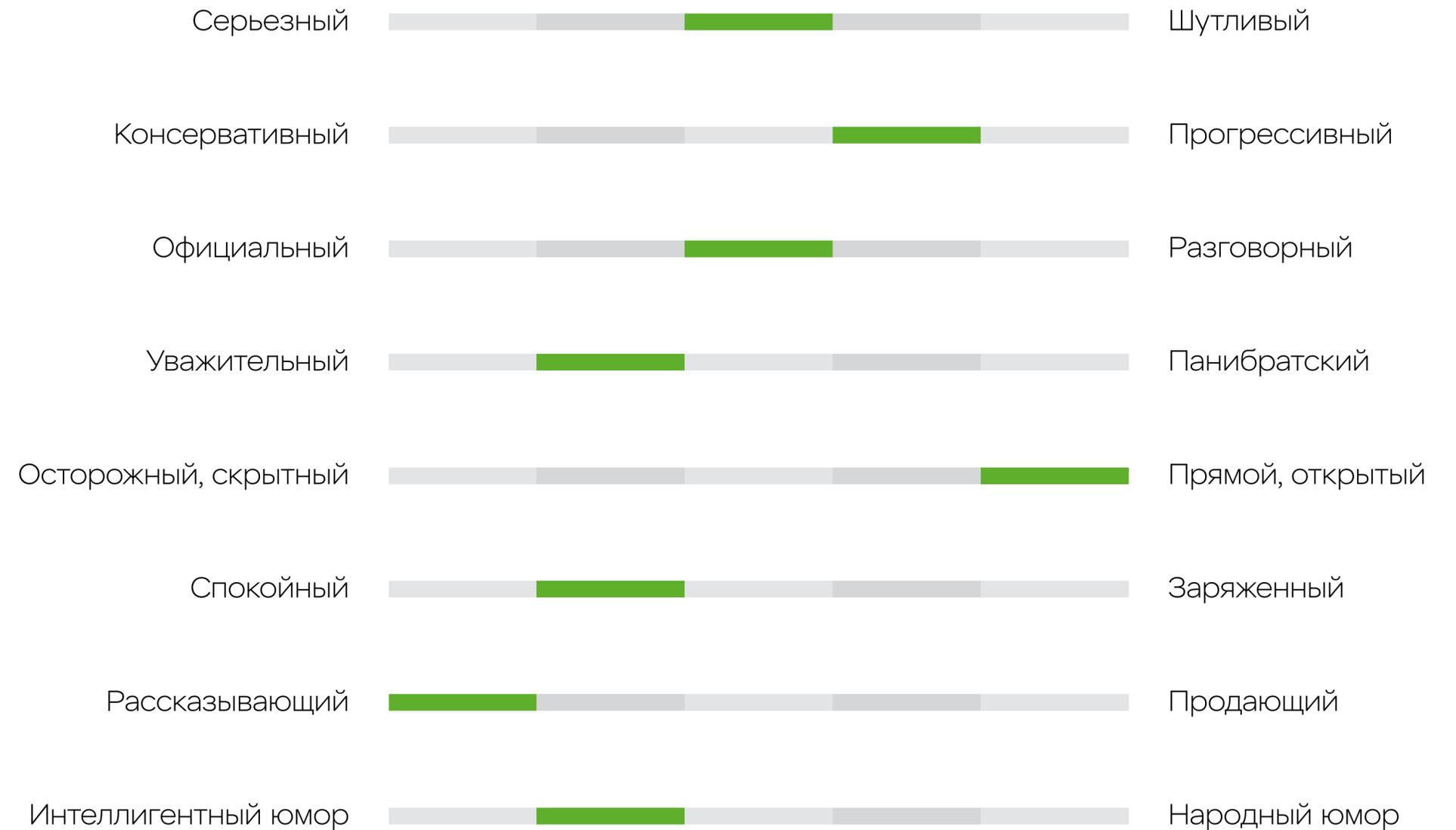
## B2C

- 1 Все можно купить или заказать внутри системы
- 2 Ощутимая выгода для постоянных покупателей
- 3 Единая регистрация и платежный сервис
- 4 Упрощает планирование покупок
- 5 Уверенность в высоком качестве предоставляемых товаров и услуг
- 6 Широкий выбор и доступность сервисов и точек предоставления услуг
- 7 Может ответить на все мои потребности в еде: как повседневные, так и особые
- 8 Содействие ответственному потреблению, забота о здоровье, планете и сообществе
- 9 Экспериментальные форматы магазинов и уникальные сервисы

## Характер и тональность бренда X5 Group

Характер позволяет представить бренд в метафорическом виде, «оживить» его и наделить человеческими качествами. Характер бренда X5 Group – простой и легкий, гибкий и адаптивный, при этом пунктуальный, ответственный и внимательный к деталям.

В поиске верной тональности характера можно ориентироваться на шкалы, показанные справа



Тональность бренда, как и любого человека, может варьироваться в зависимости от аудитории, контекста и темы коммуникации.

Например, в общении с потенциальными кандидатами в сотрудники компании тональность может быть более теплой и человечной, а в сообщениях официальных пресс-релизов или инвестиционных отчетов – более сдержанной и официальной.

Бренд старается говорить на языке понятном и близком конкретной аудитории. Однако, важно чтобы ключевые характеристики бренда оставались неизменными для формирования целостного и непротиворечивого образа X5 Group.

**Мы придерживаемся следующих принципов коммуникации:**

- |   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| 1 | Мы в целом ведем коммуникацию довольно серьезно, но юмор и шутки тоже используем, когда это уместно.                  | 5 | Нам нечего скрывать, мы максимально открыты этому миру.  |
| 2 | Мы уверенно смотрим в будущее и придерживаемся прогрессивных взглядов.  | 6 | Наша коммуникация скорее спокойная.  |
| 3 | Чаще мы говорим нейтрально, однако, в одних каналах мы используем официальную речь, в некоторых других – разговорную. | 7 | Мы – рассказчики, настоящие истории – самое главное для нас.   |
| 4 | Мы уважительно обращаемся ко всем, вне зависимости от канала коммуникации.  | 8 | Мы шутим исключительно с умом и интеллигентно.   |
|   |   | 9 | Мы обращаемся к аудитории на «вы» пишем обращение с маленькой буквы – демократично, но без панибратства. |



Цифровая экология – наша  
визуальная метафора

Лаконичность стиля  
и чистота макета – наши  
основные принципы

Создание целостной  
экосистемной айдентики –  
наша цель

Мы стремимся к осознанному потреблению и использованию ресурсов, в том числе визуальных. Это выражается в отказе от ненужных графических решений и декора. Наш стиль – это лаконичность и чистота макета.

Компания X5 Group и её суббренды коммуницируют с разными аудиториями в различных секторах бизнеса: от B2B и GR коммуникаций до B2C коммуникаций и проектов с социальной направленностью.

Графические отсылки к природным формам лежат в основе всего визуального языка бренда X5 Group: логотипа, цветовой палитры, паттернов, пиктограмм, иллюстраций.

X5 Group – высокотехнологичная компания. Визуальная айдентика интерпретирует природные мотивы и формы посредством технологичной графики. Цифровая экология – наша визуальная метафора.

Визуальные коммуникации осуществляются в рамках сквозной экосистемной айдентики, предоставляющей набор графических решений и приёмов, которые формируют визуальную карту бренда. Данные решения и приёмы позволяют адаптировать тональность коммуникаций для выбранной целевой аудитории.

Логотип



Бренд дескриптор



Цвета



Шрифты



Фотостиль



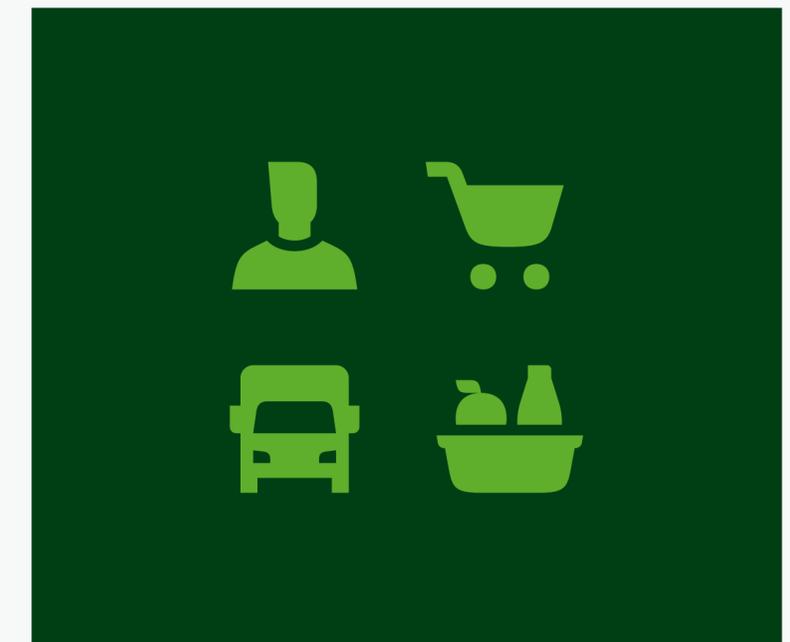
Паттерны



Иллюстрации



Пиктограммы



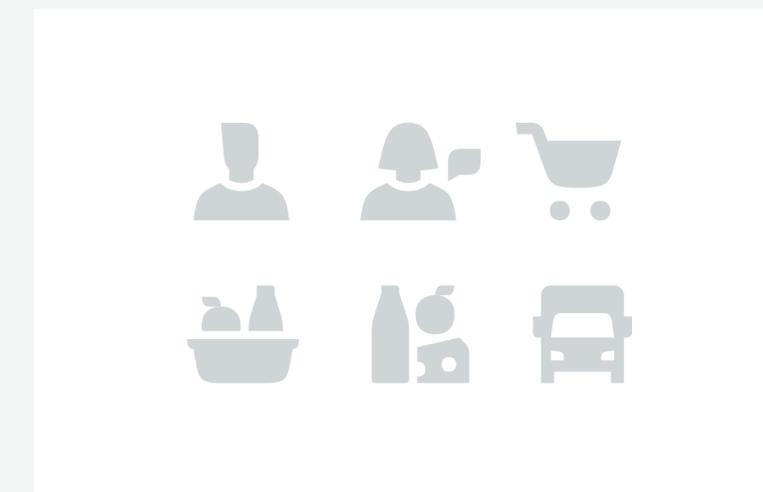
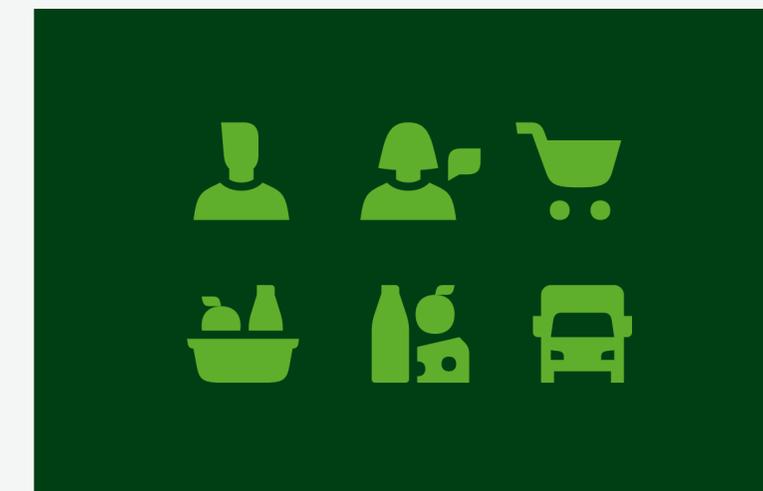
Паттерны



Фотостиль



Пиктограммы

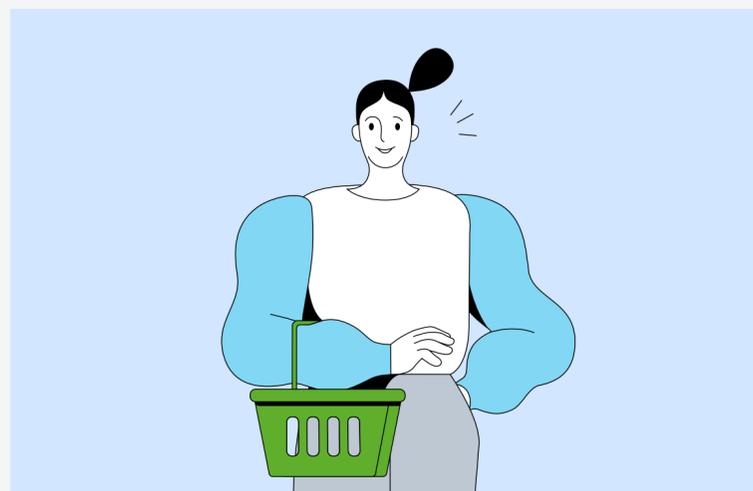


Символизируют инновационность и технологичность компании с отсылками к природным формам. Выполняют брендинговую функцию.

Выполняют коммуникативную функцию. Благодаря тематике изображений позволяют изменять тональность коммуникаций: от глобальных B2B тем – до изображения потребителей и социальных тематик.

Малые формы графики буллитного типа.

Иллюстрации

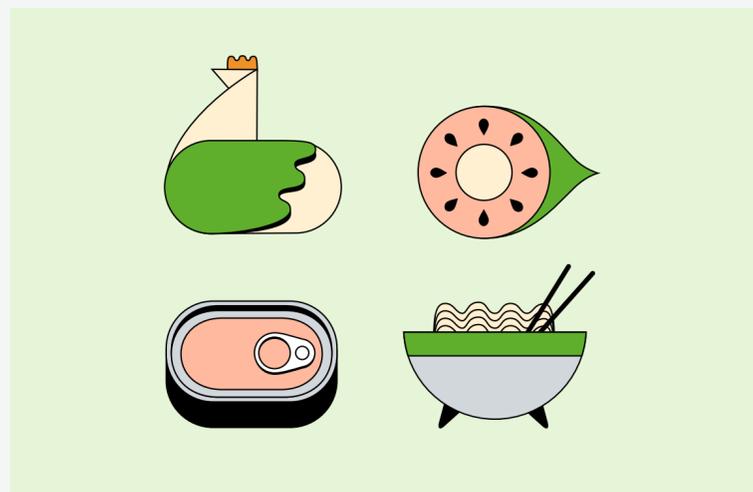


3D-иллюстрации



Корпоративный шрифт

X5 Sans Light  
X5 Sans Regular  
X5 Sans Medium  
X5 Sans Bold



Наиболее эмоциональный инструмент для создания коммуникаций.

Выполняют иллюстративную и инфографическую функции.

Типографический «голос» бренда, используемый во всех коммуникациях компании, а также для создания логотипов суббрендов.



Теперь, когда мы говорим или пишем о нашей группе компаний, мы используем фразу «компания X5 Group» вместо «компания X5 Retail Group».

При этом все юридические названия – ООО «Корпоративный центр Икс 5», ООО «Агроторг» и прочие, в том числе акционерная компания X5 Retail Group N.V., – остаются неизменными.



Цвета логотипа



RGB 95 175 45  
CMYK 65 0 100 0  
Pantone 361 C



RGB 0 0 0  
CMYK 0 0 0 100  
Pantone Process Black C

Минимальный размер логотипа для печати равен 5 мм по высоте (без учета выносных элементов).

Для воспроизведения на экранах – 25 px (без учета выносных элементов).



5 мм / 25 px

X		X
		
X	<b>X5 Group</b>	
X		X

# Базовые константы

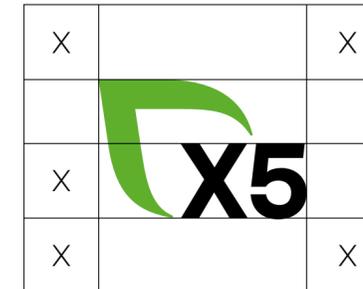
## Бренд дескриптор

Бренд дескриптор является минимальной единицей брендинга. Бренд дескриптор используется при создании сувенирной продукции, а также на экстремальных форматах или носителях, на которых нет возможности размещения основной версии логотипа.

Также бренд дескриптором маркируются бренды с поддержкой.



Охранное поле  
бренд дескриптора



Минимальный размер  
бренд дескриптора  
для печати равен 5 мм  
по высоте.

Для воспроизведения  
на экранах – 15 px.



5 мм / 15 px

# Базовые константы

## Логотип и слоган

### Расположение слогана справа

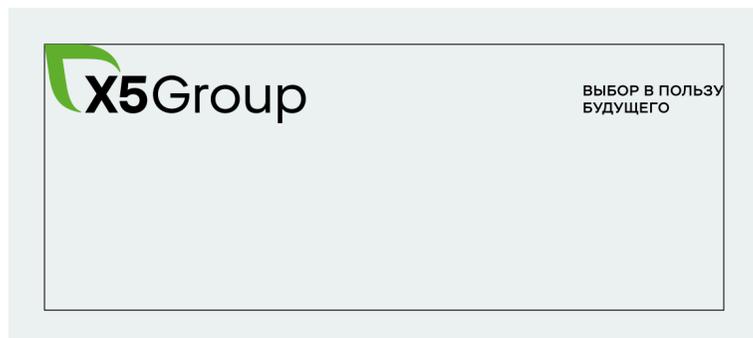
В коммуникационных материалах логотип используется преимущественно со слоганом. Логотип в сочетании со слоганом представлен в кириллической и латинской версиях.

Относительно логотипа слоган располагается в фиксированных пропорциях.

Нет необходимости повторять и воссоздавать логотип со слоганом. Версия логотипа со слоганом представлена в формате векторного исходного файла, запрашиваемого у компании X5 Group.

При размещении слогана справа от логотипа допускается разнесение логотипа и слогана по краям макета.

Пример разнесения логотипа и слогана по краям макета



Пропорции и выравнивания слогана относительно логотипа. Правила применимы к кириллической и латинской версиям слогана. Слоган набран прописными буквами, корпоративным шрифтом X5 Sans Medium с разрядкой 20 pt.



Кириллическая версия логотипа и слогана



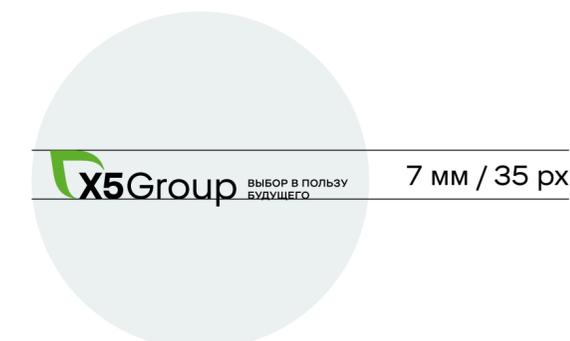
Латинская версия логотипа и слогана



Охранное поле

X		X
X		X
X		X

Минимальный размер логотипа и слогана



# Базовые константы

## Логотип и слоган

### Расположение слогана снизу

Логотип в сочетании со слоганом представлен в кириллической и латинской версиях.

Относительно логотипа слоган располагается в фиксированных пропорциях.

Нет необходимости повторять и воссоздавать логотип со слоганом. Версия логотипа со слоганом представлена в формате векторного исходного файла, запрашиваемого у компании X5 Group.

При размещении слогана снизу от логотипа допускается разнесение логотипа и слогана по краям макета.

При разнесении логотипа и слогана по краям макета слоган выравнивается по всей ширине логотипа. Допускается разносить только логотип с кириллической версией слогана.

Пропорции и выравнивания слогана относительно логотипа. Правила применимы к кириллической и латинской версиям слогана. Слоган набран прописными буквами, корпоративным шрифтом X5 Sans Medium с разрядкой 20 pt.



Кириллическая версия логотипа и слогана



Латинская версия логотипа и слогана



Охранное поле



Минимальный размер логотипа и слогана



## Базовые константы

### Бренд дескриптор и слоган

Бренд дескриптор в сочетании со слоганом представлен в кириллической и латинской версиях.

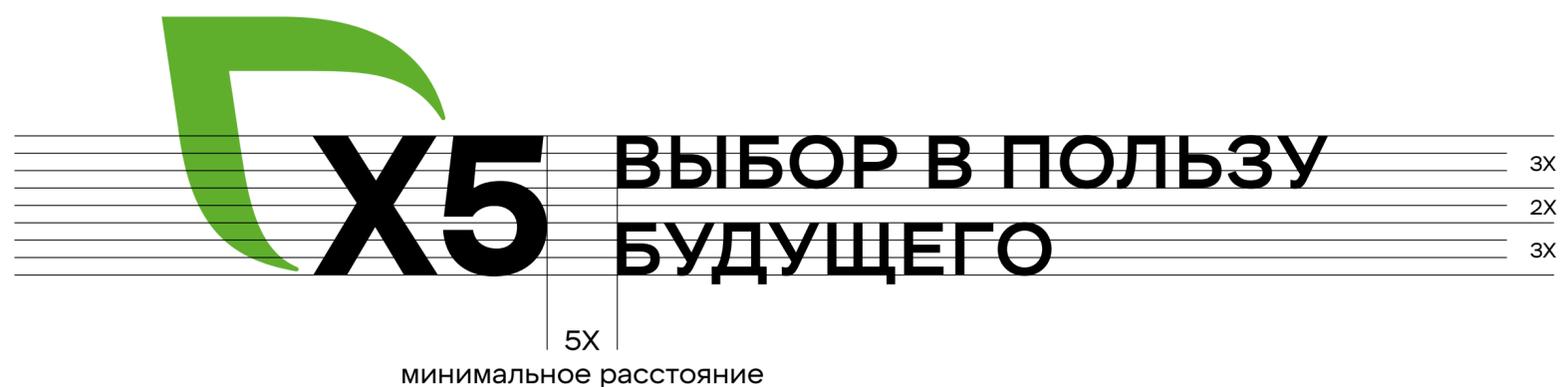
Относительно бренд дескриптора слоган располагается в фиксированных пропорциях.

Нет необходимости повторять и воссоздавать бренд дескриптор со слоганом. Версия бренд дескриптора со слоганом представлена в формате векторного исходного файла, запрашиваемого у компании X5 Group.

Пример разнесения бренд дескриптора и слогана по краям макета



Пропорции и выравнивания слогана относительно бренд дескриптора.  
Правила применимы к кириллической и латинской версиям слогана.  
Слоган набран прописными буквами, корпоративным шрифтом X5 Sans Medium с разрядкой 20 pt.



Кириллическая версия  
бренд дескриптора и слогана



Латинская версия  
бренд дескриптора и слогана

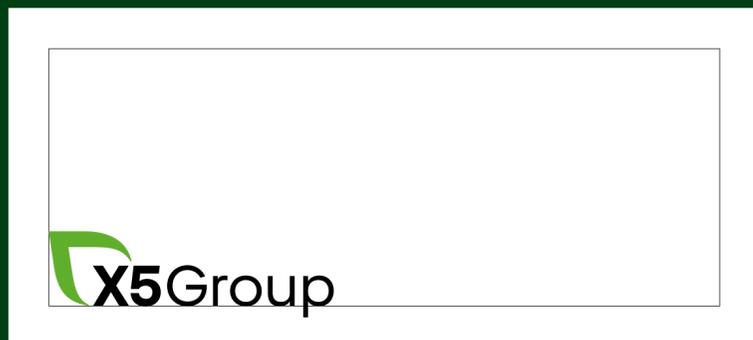
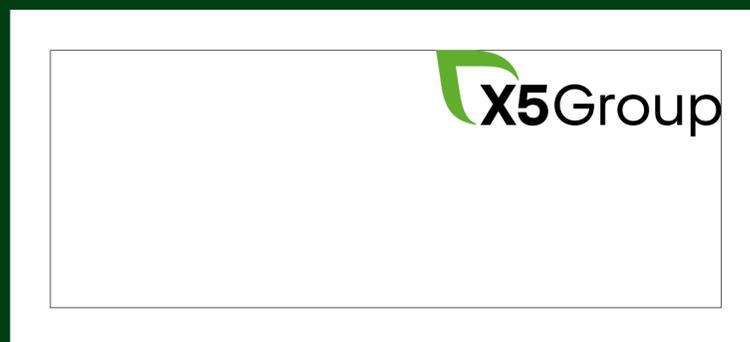
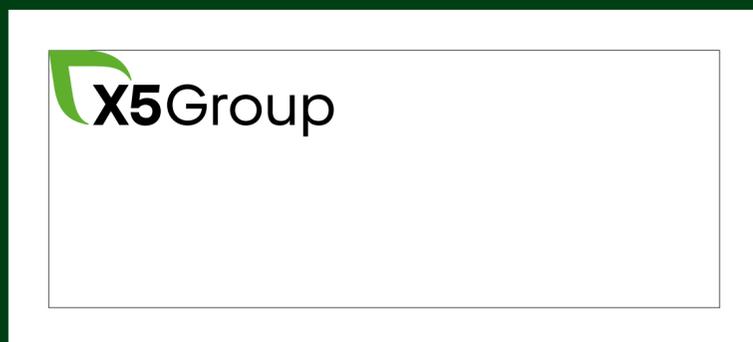


Охранное поле

X		X
		
X	<b>X5</b> ВЫБОР В ПОЛЬЗУ БУДУЩЕГО	
X		X

Минимальный размер  
бренд дескриптора  
и слогана





Примеры размещения логотипа в углах формата.  
Отступ от края макета до логотипа равен охранному полю.



Середина экрана

Примеры размещения логотипа по центру формата.











Запрещается воспроизводить логотип в один цвет  
(за исключением монохромного использования логотипа)



Запрещается менять цвет листа в логотипе



Запрещается применять к логотипу трёхмерные эффекты



Запрещается менять пропорции листа в логотипе



Запрещается менять шрифтовые начертания в логотипе



Запрещается менять композицию логотипа



Запрещается переворачивать логотип



Запрещается размещать логотип под углом



Запрещается использовать лист в отрыве от логотипа

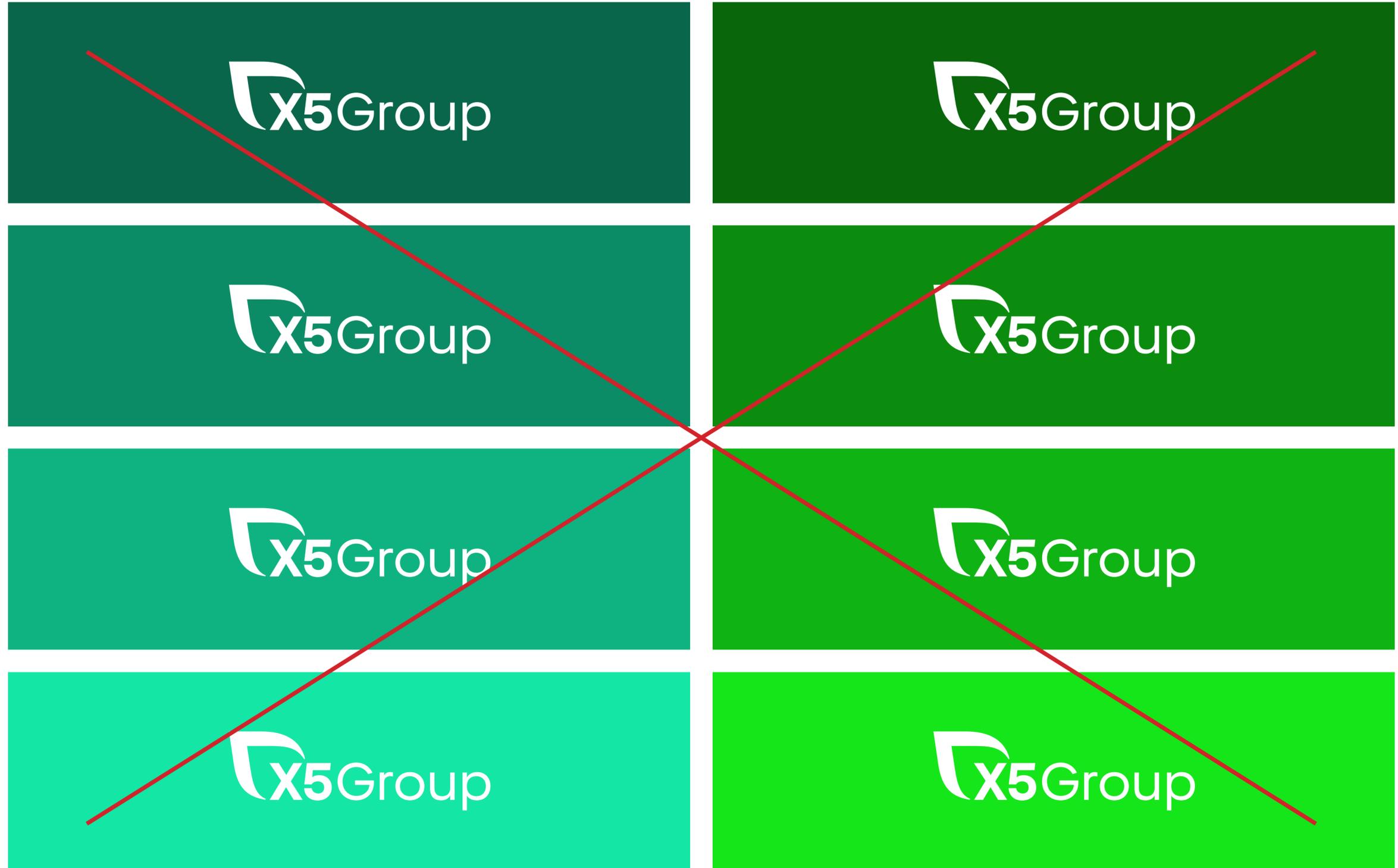


Запрещается использовать лист в качестве графического элемента

Запрещается размещение логотипа на зелёных цветах, отличных от фирменных цветов X5 Group.

Фирменные корпоративные цвета показаны на странице 35.

Если при производстве корпоративной или сувенирной продукции цвет материалов (текстиль, пластик, тонированный картон и т. д.) отличается от корпоративного зелёного цвета, следует использовать материалы белого или чёрного цветов.





# Базовые константы

## Цвета

### Основные цвета

Основные цвета используются во всех коммуникациях компании и во всех типах материалов.

#### Светло-зелёный

CMYK 65 0 100 0  
Pantone 361 C  
RGB 95 175 45  
HEX #5faf2d  
Oracal 641: 064  
Ral classic: 6018

#### Тёмно-зелёный

CMYK 100 15 100 65  
Pantone 357 C  
RGB 0 62 20  
HEX #003E14  
Oracal 641: 060  
Ral classic: 6002

#### Белый

CMYK 0 0 0 0  
RGB 255 255 255  
HEX #FFFFFF  
Oracal 641: 010  
Ral classic: 9003

#### Чёрный

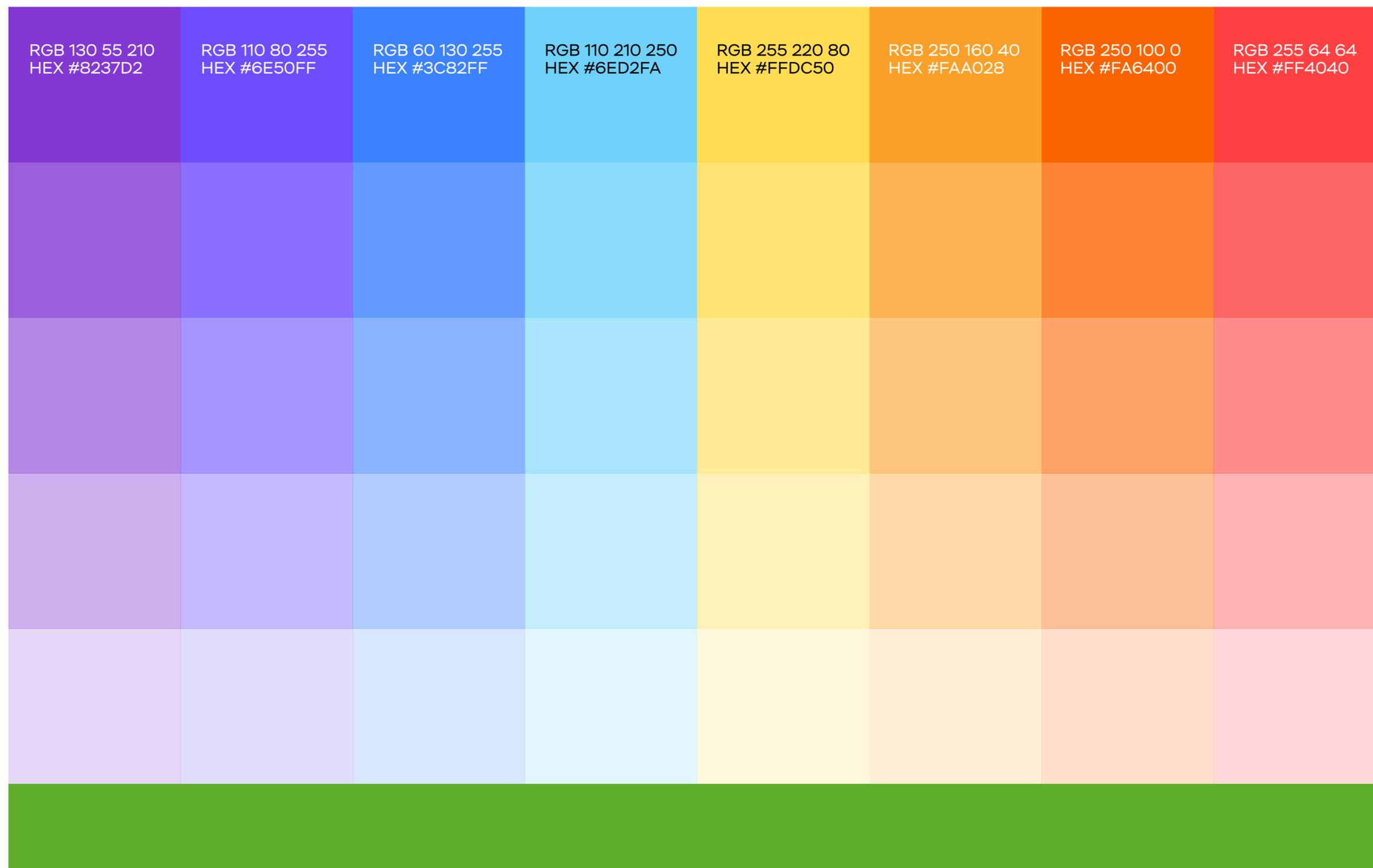
CMYK 0 0 0 100  
Pantone Process Black C  
RGB 0 0 0  
HEX #000000  
Oracal 641: 070  
Ral classic: 9005

# Базовые константы

## Цвета

### Дополнительные цвета

Палитра дополнительных цветов может использоваться при создании иллюстраций, инфографики, графиков и диаграмм, при оформлении корпоративных презентаций, при этом акцентными остаются основные цвета.



# Базовые константы

## Цвета

### Оттенки серого

В цифровых носителях оттенки серого могут использоваться для зонирования экрана и разделения информационных блоков.

Оттенки серого для использования в цифровых носителях

**Светлый серый**  
RGB 235 240 240  
CMYK 4 0 0 8  
HEX #EBFOFO

**Тёмный серый**  
RGB 225 230 230  
CMYK 6 0 0 12  
HEX #E1E6E6

Оттенки серого для использования в офлайн носителях

Pantone Cool Gray 11 C

Pantone Cool Gray 10 C

Pantone Cool Gray 9 C

Pantone Cool Gray 5 C

Pantone Cool Gray 4 C

Pantone Cool Gray 3 C

Pantone Cool Gray 2 C

Pantone Cool Gray 1 C

# Базовые константы

## Цвета

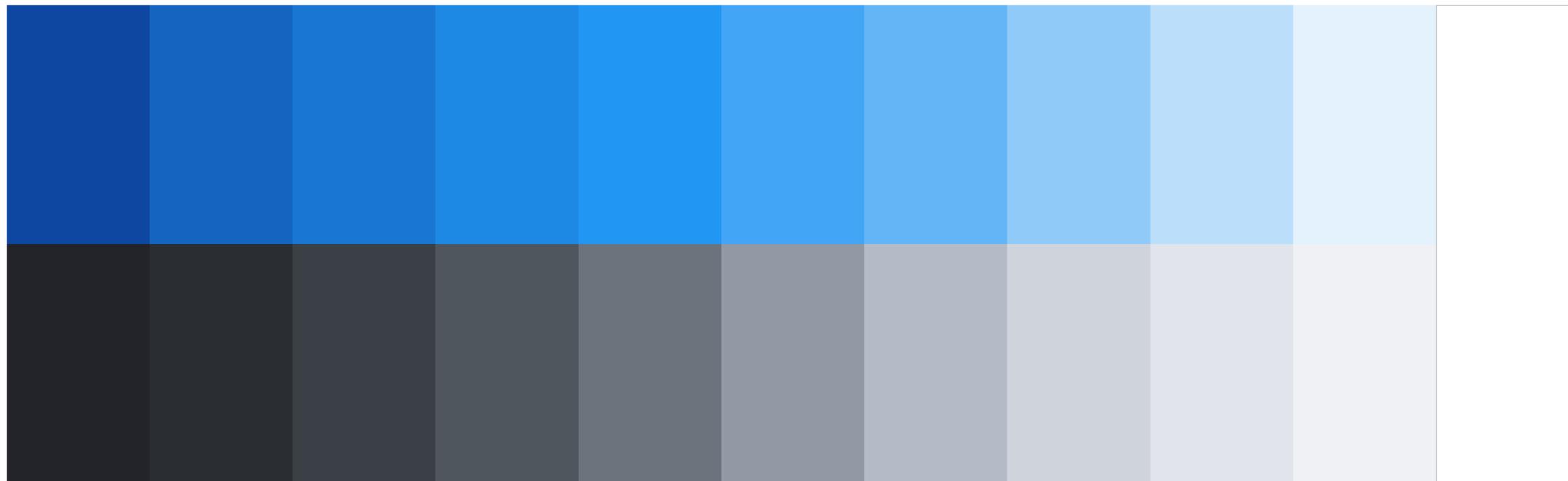
### Интерфейсные цвета

Во внутренних цифровых сервисах, пользователями которых являются сотрудники X5 и ТС, нет необходимости в активном брендинге: брендинг сохраняется на уровне логотипа в левом верхнем углу.

Основной фокус в таких сервисах – на удобство работы и минимализацию совершения ошибок, поэтому в качестве акцентного цвета мы используем синий, как наиболее комфортный для восприятия. Акцентный цвет занимает не более 15% площади экрана.

Цвета этой палитры используются только вместе с библиотекой компонентов дизайн-системы X5 Tech и не используются в коммуникационных материалах.

По вопросам использования цвета в интерфейсах внутренних цифровых сервисов: stanislav.ignatev@x5.ru



Пример использования оттенков синего в интерфейсе

What if > Выбор промо > 2021 ПРОМО 2 WI (D6 · Уф Челябин · Недельное · 2021 · №2) [#57318654]

1 1 Все ретро-данные 2020 Показывать выбранные

Код PLU	Наименование	УИЗ	УИ4	Бренд	Код линейки	Участник	Ценовой сегмент	Потребность
<input type="checkbox"/>	3982171 RICH Соk ягодно-фруктовый пр.отж.0,9л	Соки, нектары	Соки, нектары в стек.	RICH	3982171	Нед. 8	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input type="checkbox"/>	3982170 RICH Соk ягодно-фруктовый пр.отж.0,9л	Соки, нектары	Соки, нектары в стек.	RICH	3982170	Нед. 16	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input type="checkbox"/>	3982172 RICH Пюре пит.ябл/ан/вин/к/шп/л/б.0,9л	Соки, нектары	Соки, нектары в стек.	RICH	3982172	Нед. 8	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input checked="" type="checkbox"/>	3659836 RICH Пюре пит.ябл/ан/вин/к/шп/л/б.0,9л	Соки, нектары	Соки, нектары в пак.	RICH	3659836	Нед. 8	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input type="checkbox"/>	3190898 RICH Соk гранатовый 1л	Соки, нектары	Соки, нектары в стек.	RICH	3190898	Нед. 16	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input checked="" type="checkbox"/>	3190898 RICH Соk гранатовый 1л	Соки, нектары	Соки, нектары в стек.	RICH	3190898	Нед. 16		Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input type="checkbox"/>	3429341 GL_VILLAGE Нектар мультифрукт 0,95л	Соки, нектары	Соки,нектары в пак.	GLOBAL VILLAGE	680	Мес. 2		Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч
<input type="checkbox"/>	42800 Соk ДОБРЫЙ яблочный 1л	Соки, нектары	Соки, нектары в пак.	ДОБРЫЙ	42800	Нед. 6	СЦС	Пересмотр соки 2 Крупный формат, вкусы (ежевика, ч

Всего строк: 1200. Показывать по 100 < 1 / 12 >

## Базовые константы

### Шрифты

#### Основной шрифт

Для основных коммуникаций компании используется шрифт X5 Sans.

Права на шрифт передаются на основе исключительной лицензии на многократное использование в любой форме и любым способом в соответствии с законодательством РФ (п. 2.5. договора). Это подразумевает, что X5 может использовать выбранный шрифт как угодно и где угодно (т.е. все возможные способы и носители использования – ст. 1270 ГК РФ), но только для целей группы компаний X5.

Ограничения выражаются только в запрете на переработку / существенную модификацию шрифта и запрете на передачу прав на него третьим лицам (сторонним компаниям). Поэтому X5 может использовать шрифт на неограниченном количестве компьютеров, может давать его в пользование (без передачи прав) подрядчикам, но использование шрифта должно быть только для целей X5, т.е. в материалах, на сайте и на иных носителях, которые принадлежат X5 и создаются только для X5, а не для других компаний.

# X5 Sans

Light

Однажды съев фейхоа, я, как зацикленные

Regular

Однажды съев фейхоа, я, как зацикленные

Medium

Однажды съев фейхоа, я, как зацикленные

**Bold**

**Однажды съев фейхоа, я, как зацикленные**

Для документооборота и создания офисных презентаций формата PPT используется шрифт Arial.

Шрифт не используется для внешней коммуникации.

# Arial

Regular

Однажды съев фейхоа, я, как зацикленный

**Bold**

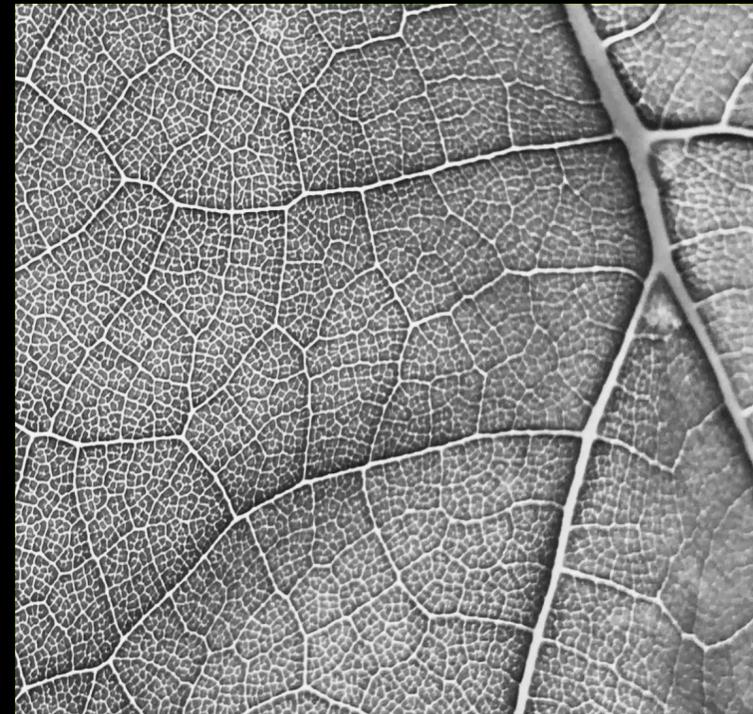
**Однажды съев фейхоа, я, как зацикленный**



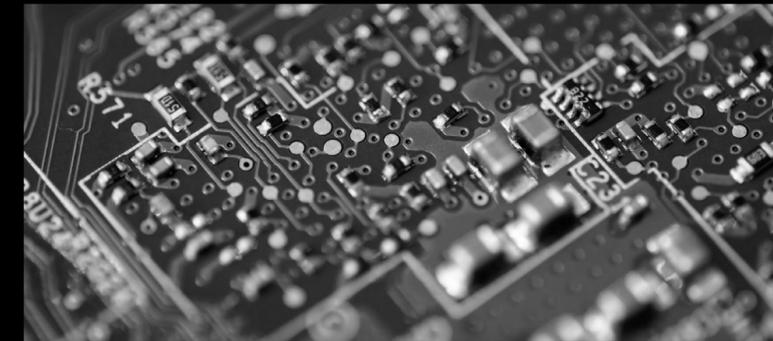
Графика.  
Паттерны

Для брендинга рекламных и имиджевых носителей используется библиотека 3D-паттернов. Метафора айдентики – цифровая экология. Органические структуры, выполненные в технологичной стилистике, с одной стороны, отсылают нас к изображению листа под микроскопом, с другой стороны, к изображениям, снятым со спутника, и другим технологическим образам.

Природные образы



Технологичные образы



# Паттерны

## Паттерн 1

### Зелёный

В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.



Паттерн 1×1  
Размер: 15000×15000 px



Паттерн 2×1  
Размер: 15000×7500 px



Паттерн 4×1  
Размер: 20000×5000 px

# Паттерны

## Паттерн 1

### Белый

В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.



Паттерн 1×1  
Размер: 15000×15000 px



Паттерн 2×1  
Размер: 15000×7500 px



Паттерн 4×1  
Размер: 20000×5000 px

# Паттерны

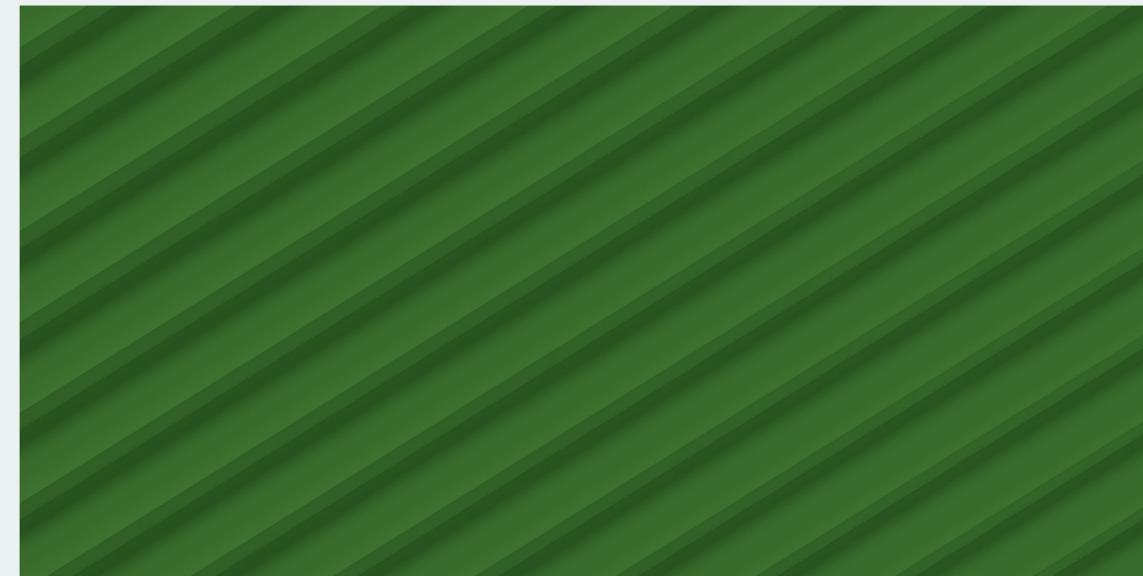
## Паттерн 2

### Зелёный

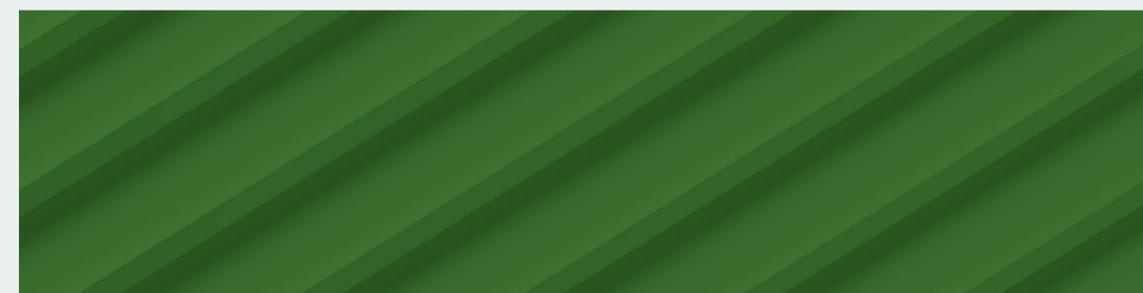
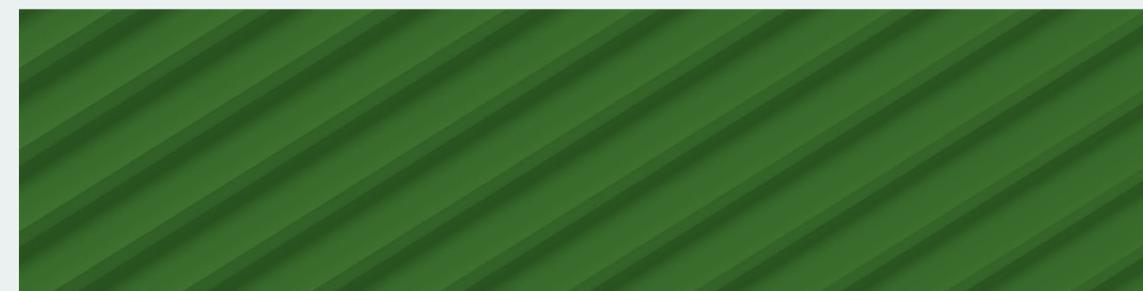
В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.



Паттерн 1×1  
Размер: 15000×15000 px



Паттерн 2×1  
Размер: 15000×7500 px



Паттерн 4×1  
Размер: 20000×5000 px

# Паттерны

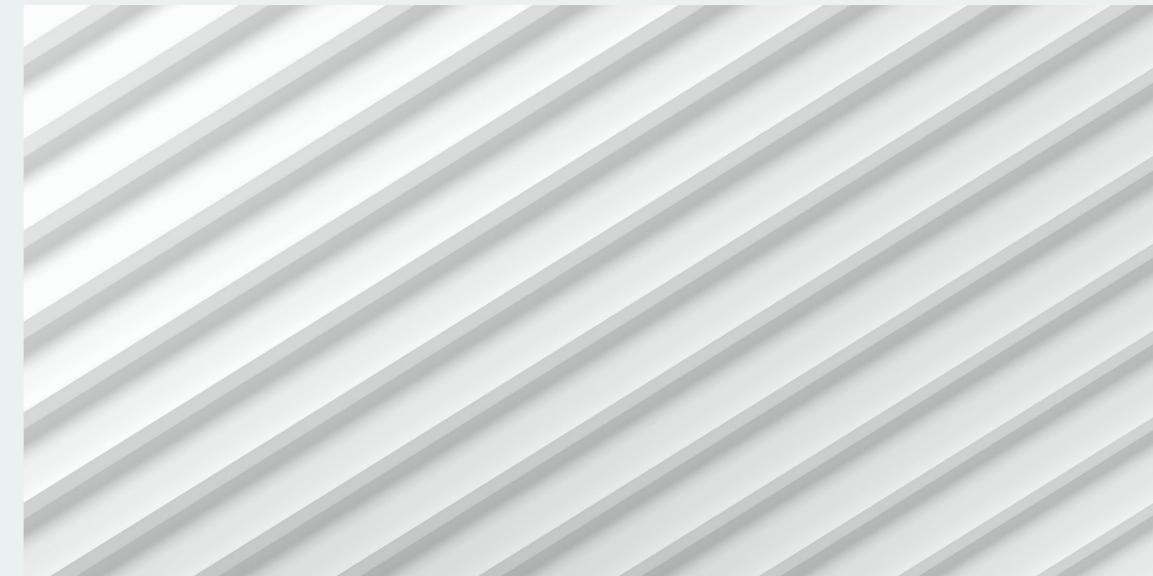
## Паттерн 2

### Белый

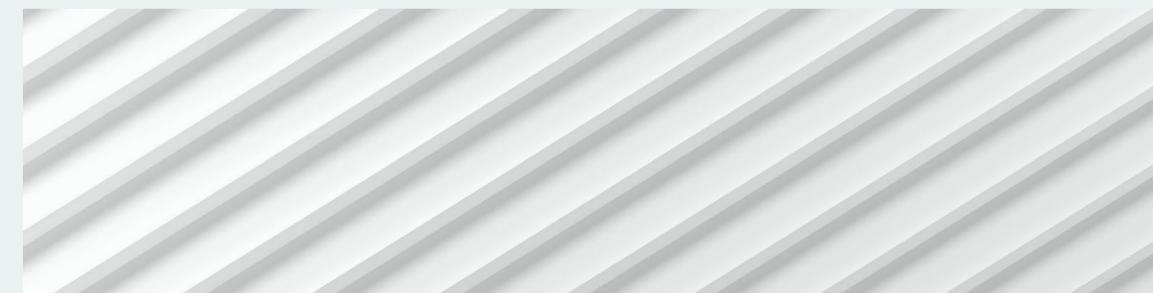
В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.



Паттерн 1×1  
Размер: 15000×15000 px



Паттерн 2×1  
Размер: 15000×7500 px



Паттерн 4×1  
Размер: 20000×5000 px

# Паттерны

## Паттерн 3

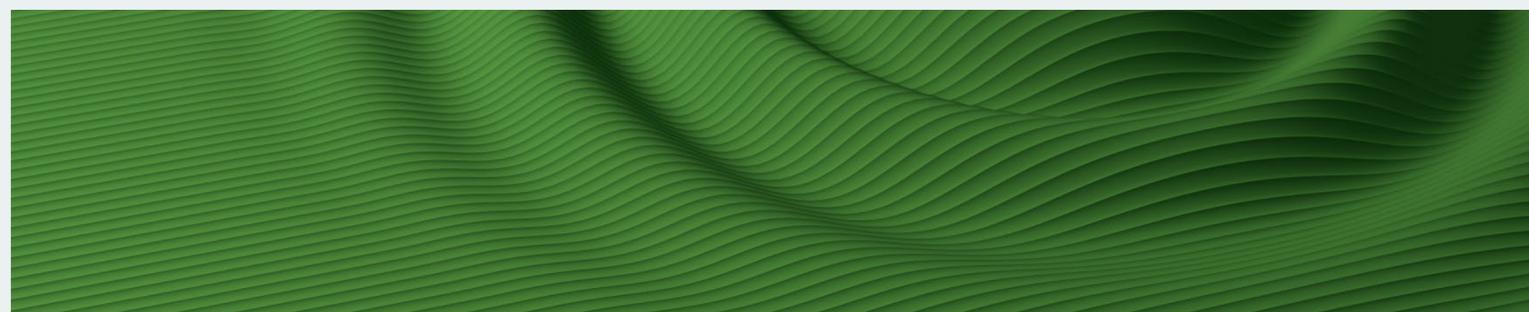
В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.

Паттерн 4.1

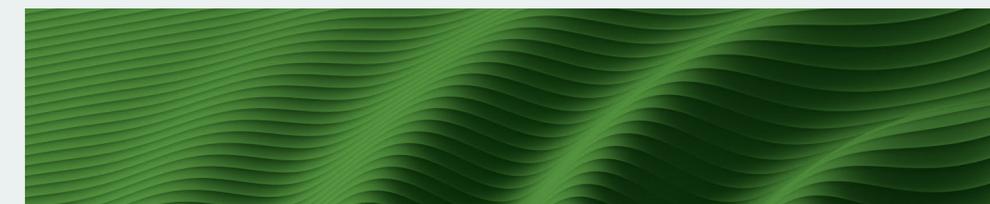
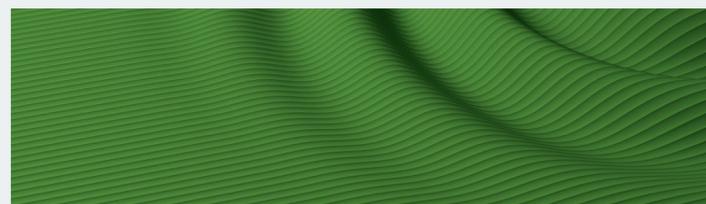


Паттерн 10×2 модуля  
Размер: 30000×6000 px  
Размер модуля: 3000×3000 px

Паттерн 4.2



Примеры кадрирования паттернов для получения изображений разного формата

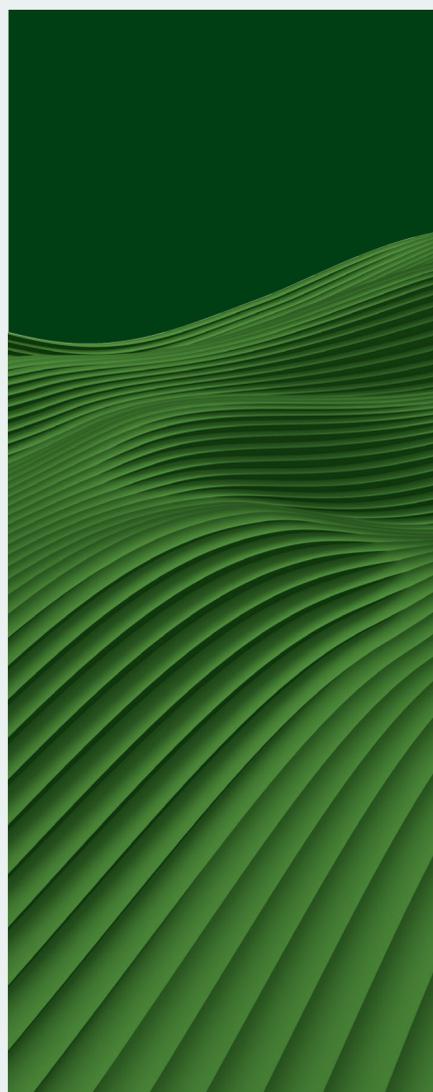


# Паттерны

## Паттерн 4

В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.

Паттерн 2×4 модуля  
Размер: 8000×16000 px  
Размер модуля: 4000×4000 px



---

Сегмент с заливкой тёмно-зелёного цвета. При разработке носителей данный сегмент может увеличиваться в зависимости от композиции носителя

---

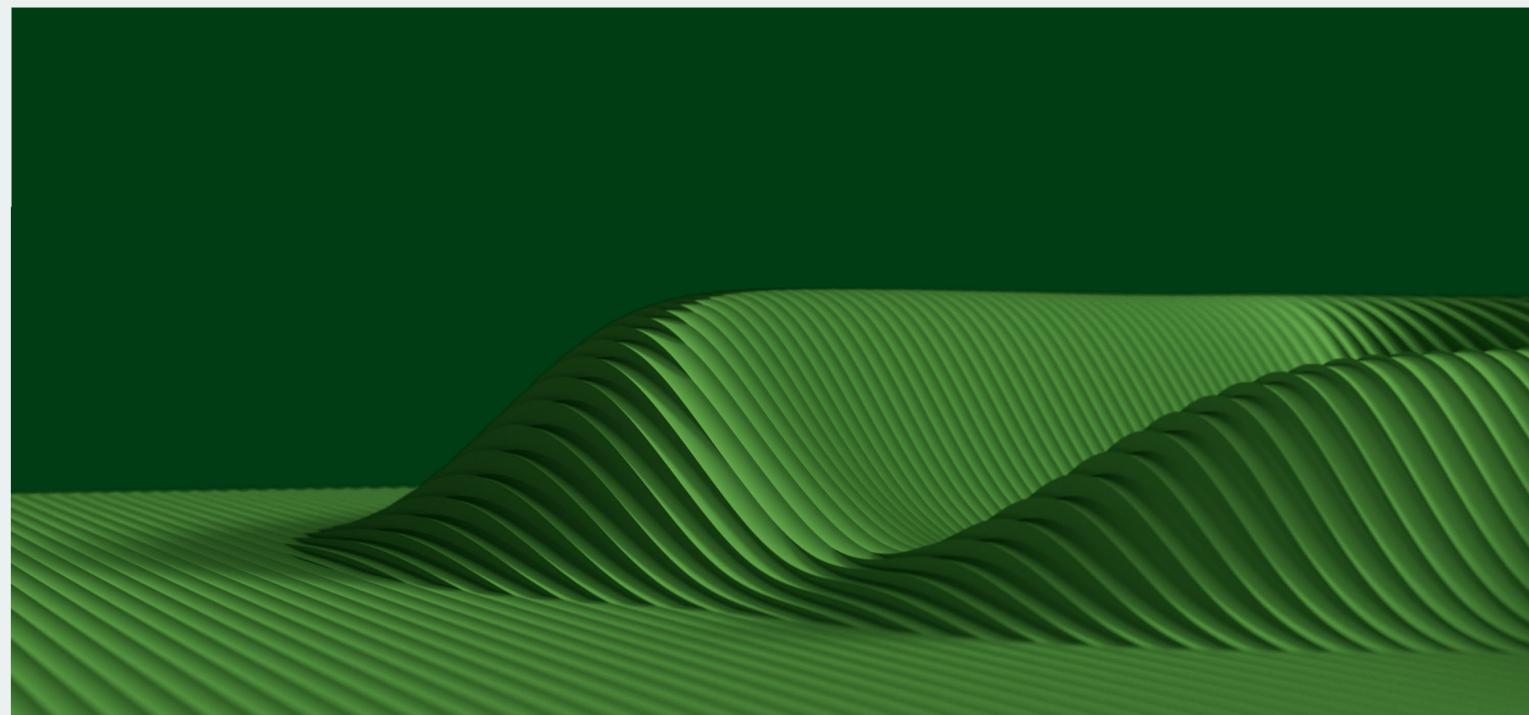
Примеры кадрирования паттерна для получения изображений разного формата



# Паттерны

## Паттерн 5

В качестве брендированных фоновых изображений используются 3D-паттерны.



Паттерн 3×1 модуль  
Размер: 24000×8000 px  
Размер модуля: 8000×8000 px

---

Сегмент с заливкой тёмно-зелёного цвета. При разработке носителей данный сегмент может увеличиваться в зависимости от композиции носителя

---

Пример работы с паттерном

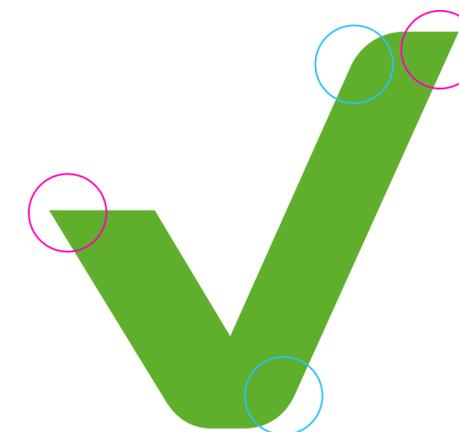
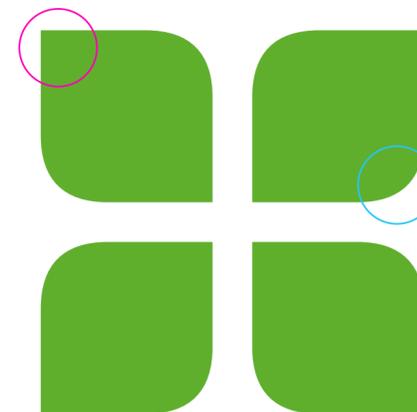
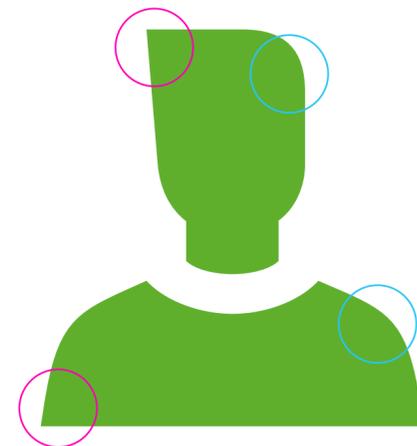


Графика

Пиктограммы

Для использования в различных информационных носителях X5 Group разработан сет уникальных пиктограмм.

Плоскостные пиктограммы с визуальными отсылками к форме листа, достигаемые за счет скругления углов в сочетании с заостренными элементами.



 – заостренные элементы

 – скругления

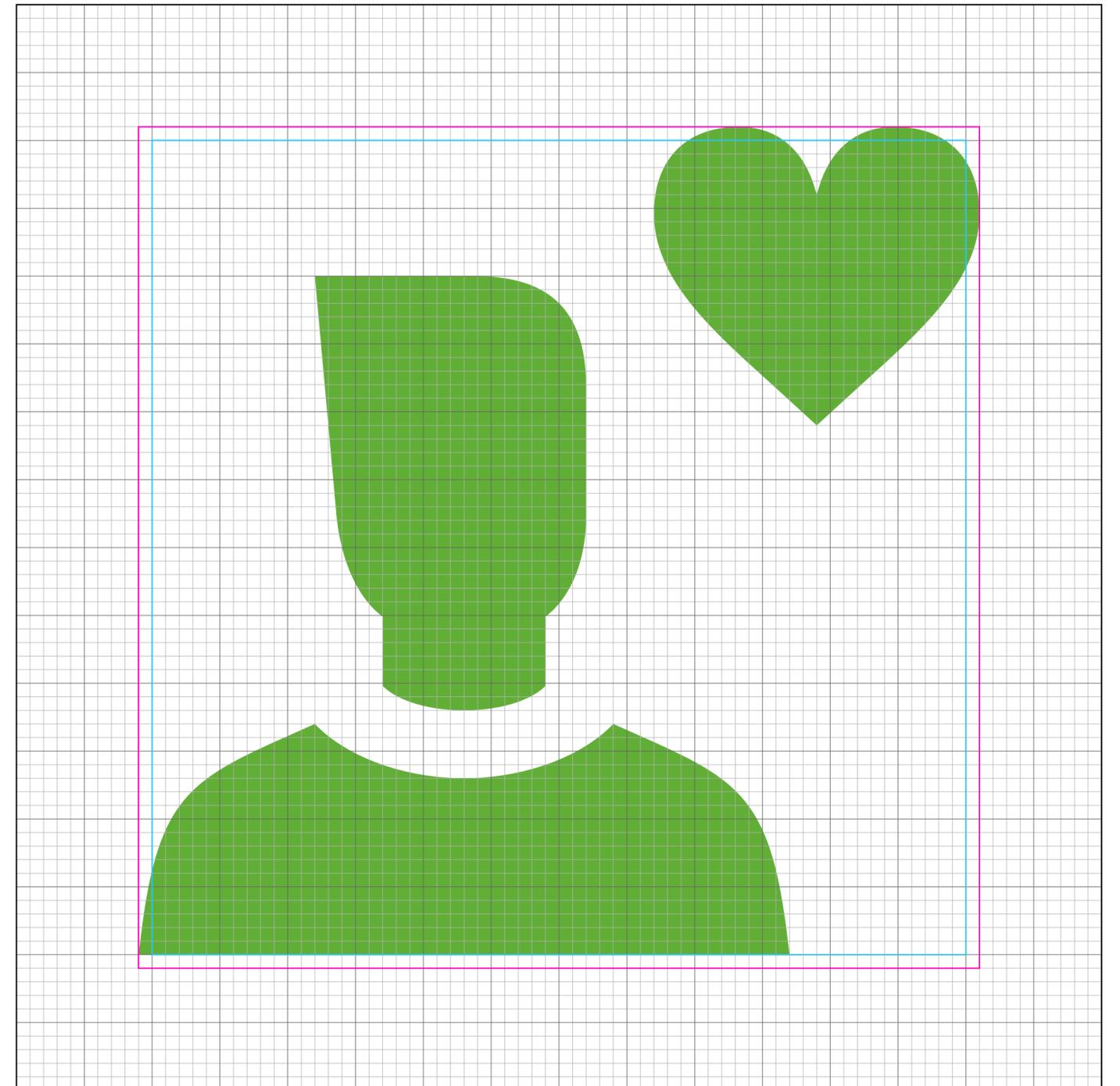
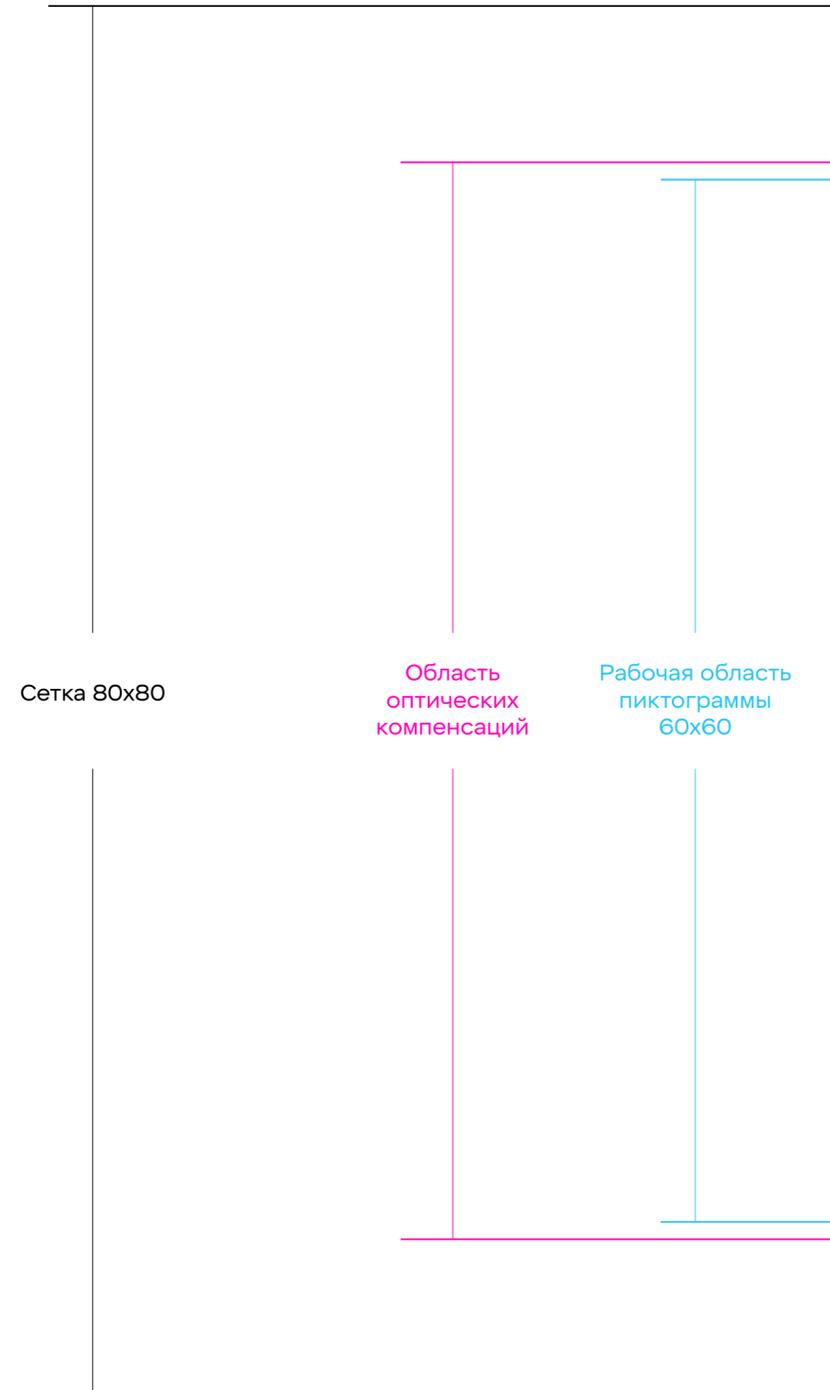
# Графика

## Пиктограммы

### Правила построения

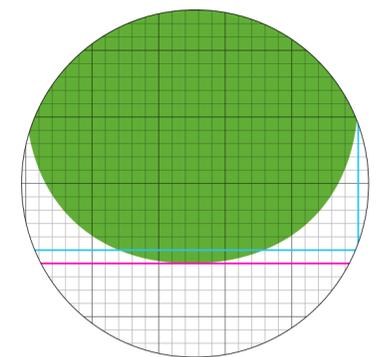
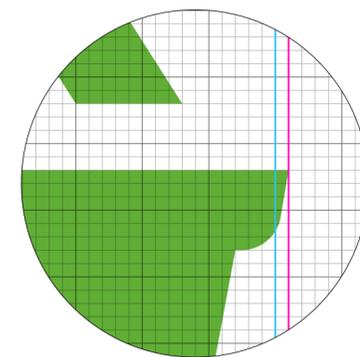
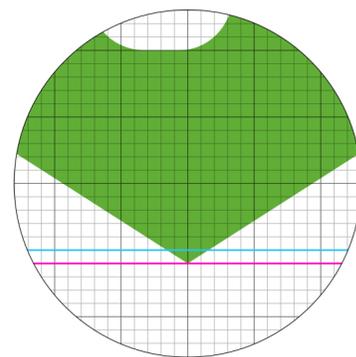
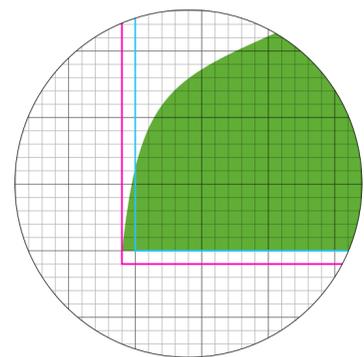
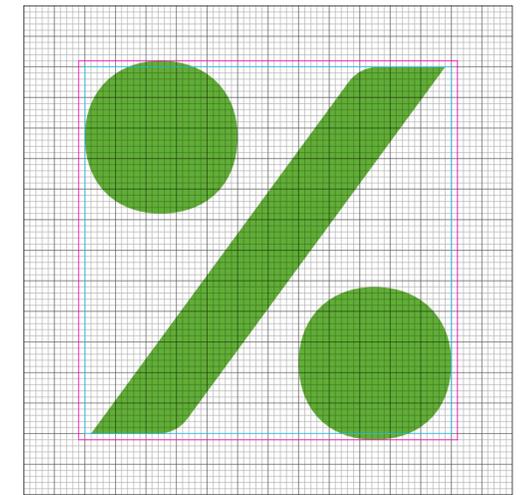
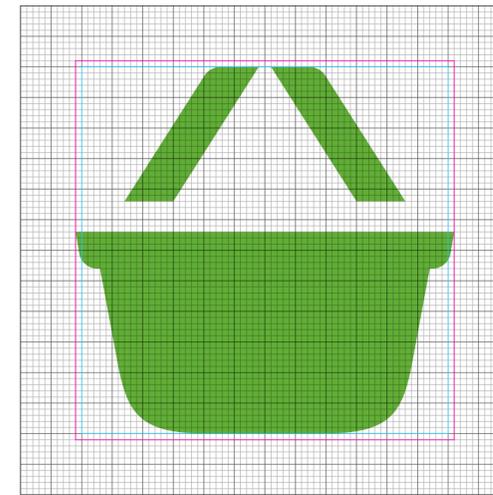
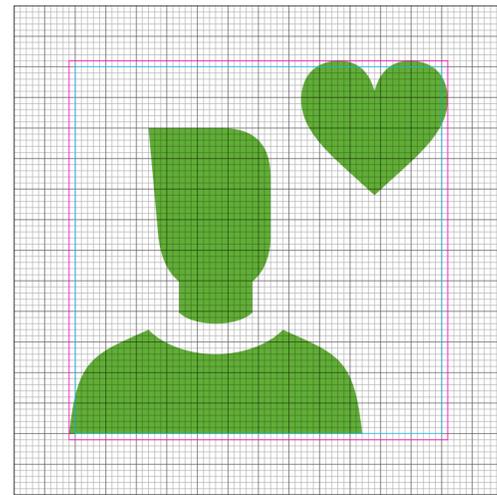
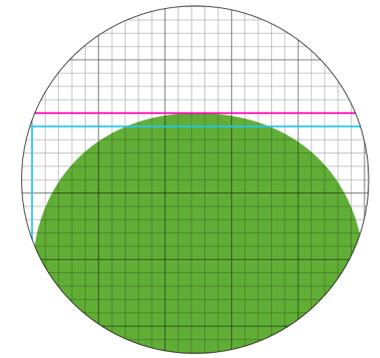
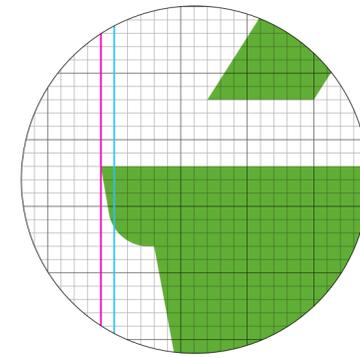
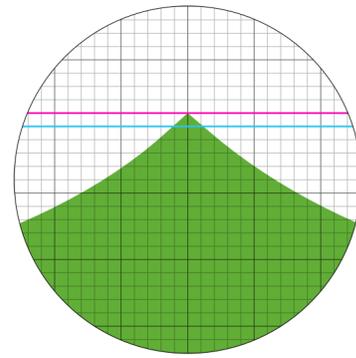
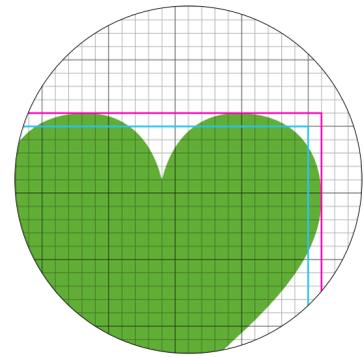
Все пиктограммы строятся по сетке 80x80.  
Рабочая область самой пиктограммы – 60x60.

Для таких элементов, как острые углы и скругления, существует область оптических компенсаций, равная 1 модулю по каждой из сторон.



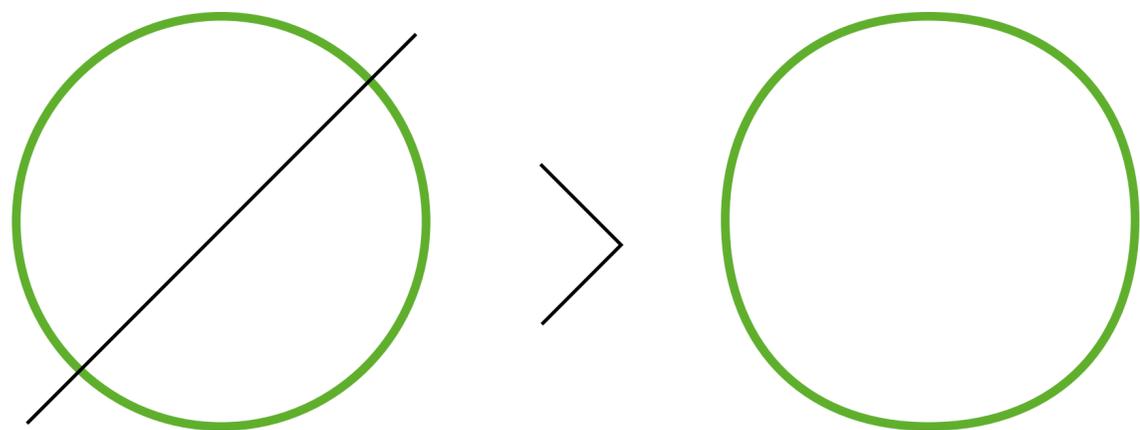
Графика  
Пиктограммы  
Правила построения

На данной странице показаны примеры построения оптических компенсаций в пиктограммах.

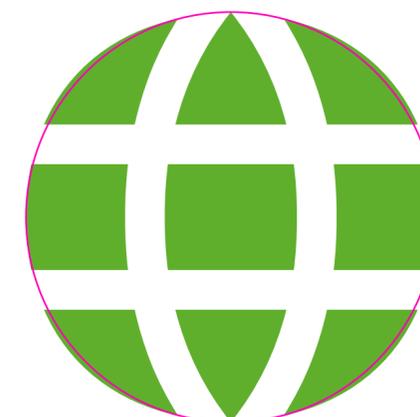


Ещё одной уникальной особенностью пиктограмм X5 Group является характерное построение круглых элементов.

Все круглые элементы в пиктограммах имеют оптические компенсации и «бочкообразную» форму.



Все круглые элементы имеют «бочкообразную» форму



Графика  
Пиктограммы  
Минимальный размер

Минимальный размер пиктограмм при  
использовании – 60 px.

Минимальный размер пиктограммы – 60 px





Графика

Иллюстрации

Иллюстрации – это наиболее эмоциональный графический инструмент для создания коммуникаций. X5 Group использует свой уникальный иллюстративный стиль, идентифицирующий компанию и являющийся частью бренд-системы X5.

Стиль прост и лаконичен, эмоционален. В нём присутствует лёгкая доля иронии, при этом он не уходит в «мультяшность».

Стиль многофункциональный и позволяет создавать сложные пейзажные, интерьерные, фигурные композиции, портретные и предметные иллюстрации.

Фигурные композиции позволяют изобразить действия, будь то стремительная доставка заказа курьером или вручение подарка на день рождения. Портретные иллюстрации раскрывают эмоции персонажей и их характеры.

Форма иллюстраций сочетает в себе геометричную пластику и использование плавных гуманистичных форм.

Пропорции фигур намеренно слегка преувеличены и гротескны – это придаёт иллюстрациям уникальность и характер, создаёт наш собственный мир. Кроме того, гротескный взгляд на пропорции помогает нам оторваться от стереотипов в изображении людей. Мы разные.

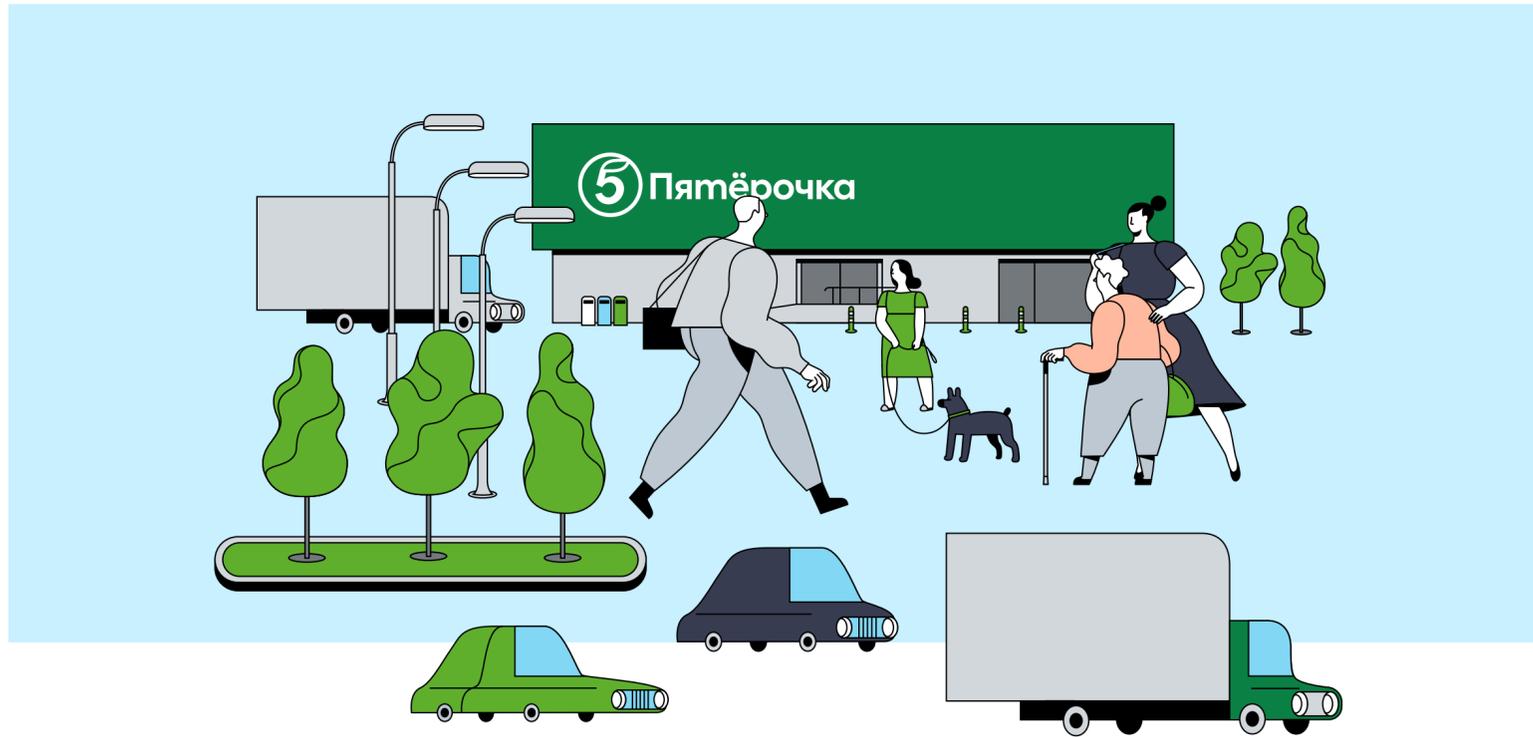
Цветовая гамма иллюстраций пастельная и мягкая. Благодаря этому корпоративный зелёный цвет выступает акцентом.

При создании иллюстративного материала важно сохранять преемственность и консистентность к разработанной стилистике.

Основные правила и рекомендации по созданию иллюстраций описаны в данном руководстве.

**Композиции**

Задачи: изображение сложных тематических сюжетов



В сюжетах присутствуют люди. Лица и эмоции не прорисовываются. Используется разномасштабность фигур на разных планах.

**Фигуры**

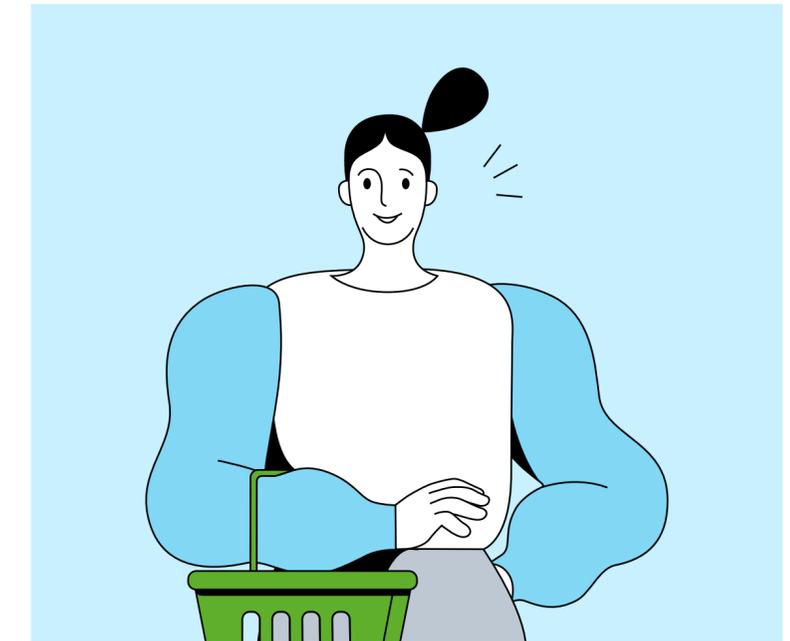
Задачи: изображение действия



Присутствуют детали на лицах: причёски, бороды, очки и минимальные эмоции (улыбка, удивление).

**Портреты**

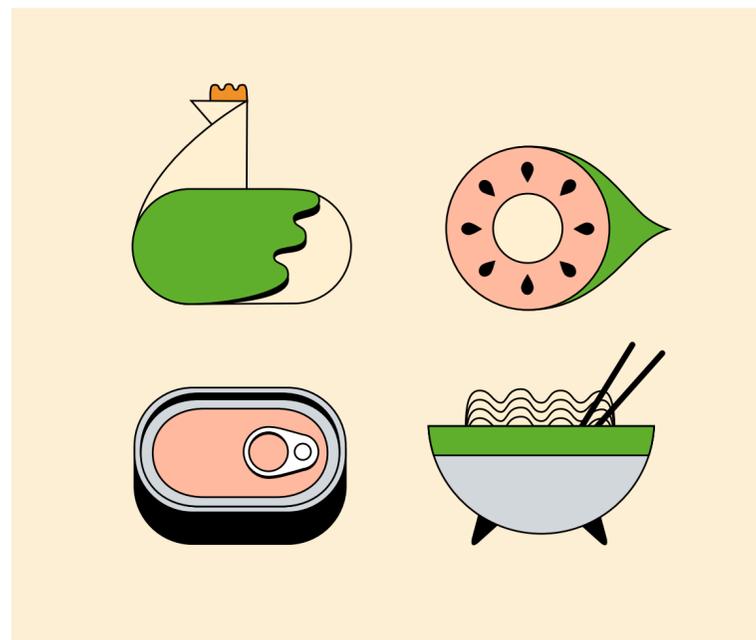
Задачи: изображение эмоций



Кадрированные выше колена и крупные изображения людей с акцентом на лицо, мимику, эмоцию, настроение.

**Предметы**

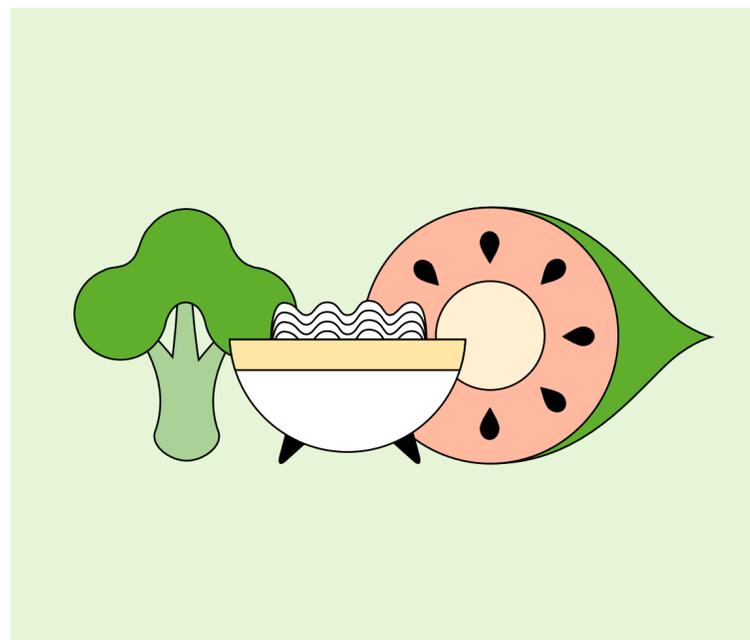
Задачи: изображение объектов



Наименее детализированный тип иллюстраций, изображающий продукты, предметы, элементы интерфейсов и прочие объекты.

**Предметные композиции**

Задачи: изображение объектов



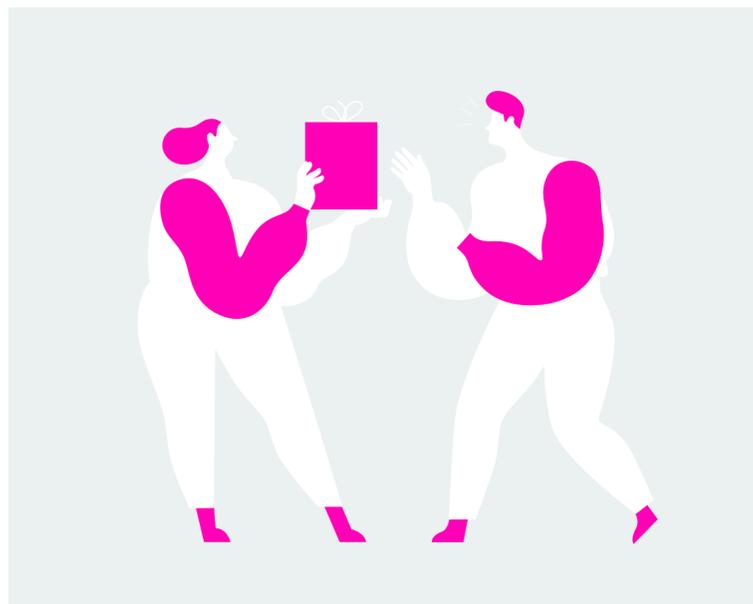
Композиции, изображающие несколько предметов.

**Технологии**

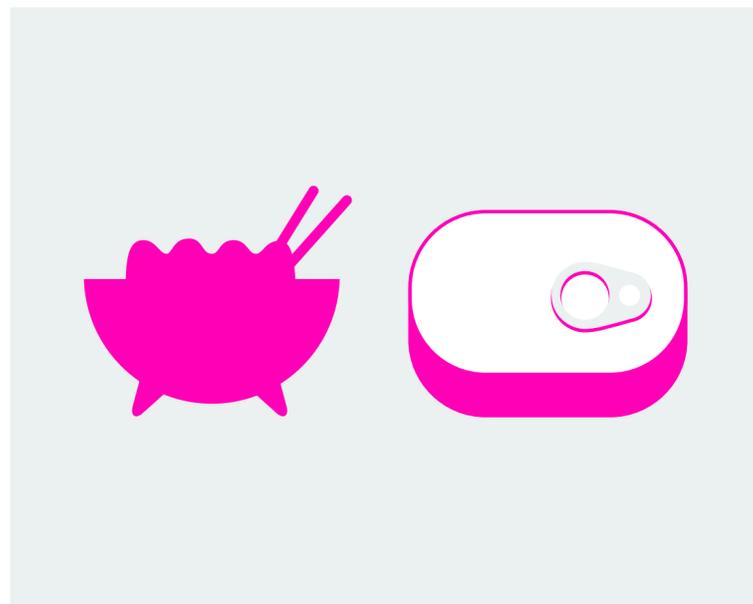
Задачи: изображение технологической тематики



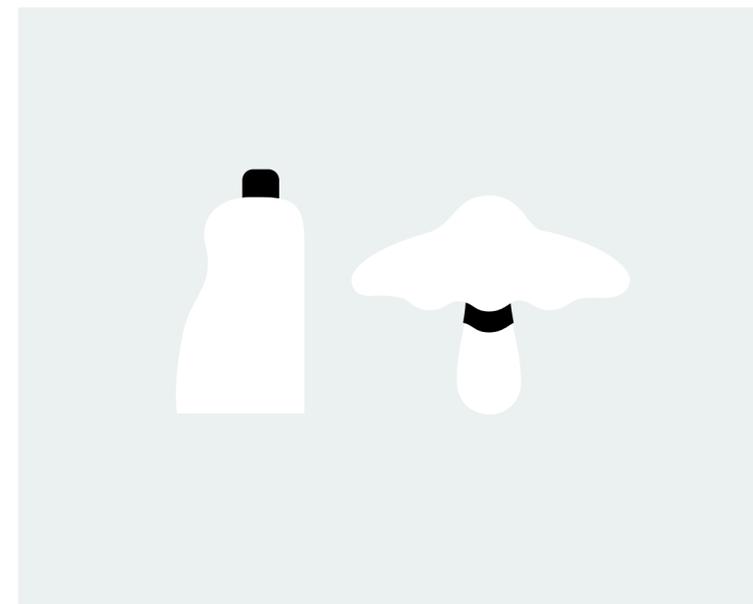
Технологические объекты и композиции с их участием, элементы интерфейсов, а также абстрактные изображения, символизирующие технологичность компании.



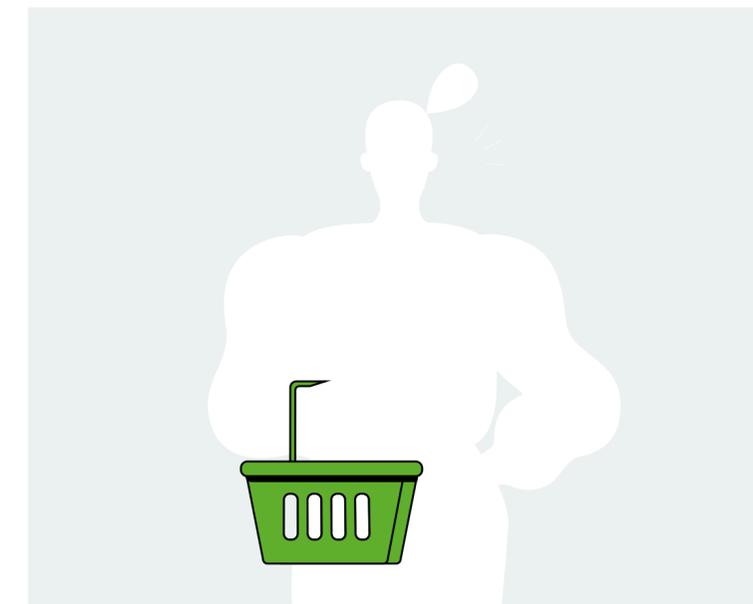
1. Форма



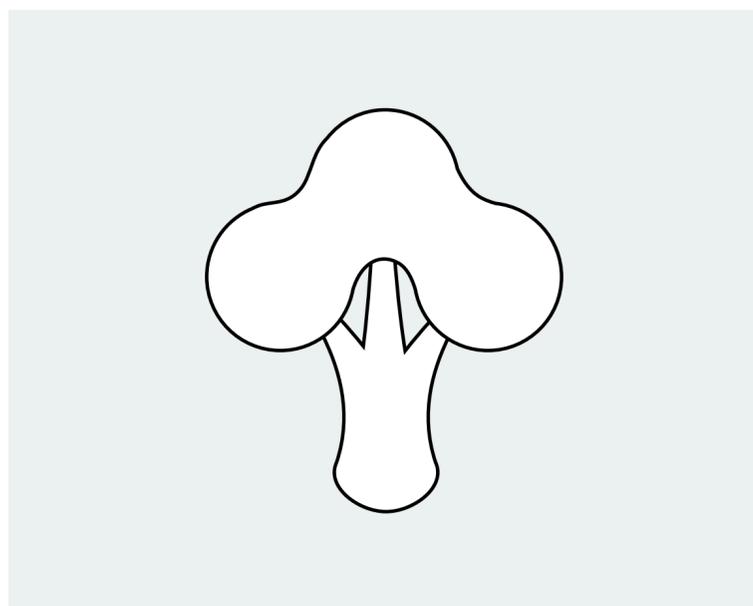
2. Плоское изображение объектов и иллюзия объёма



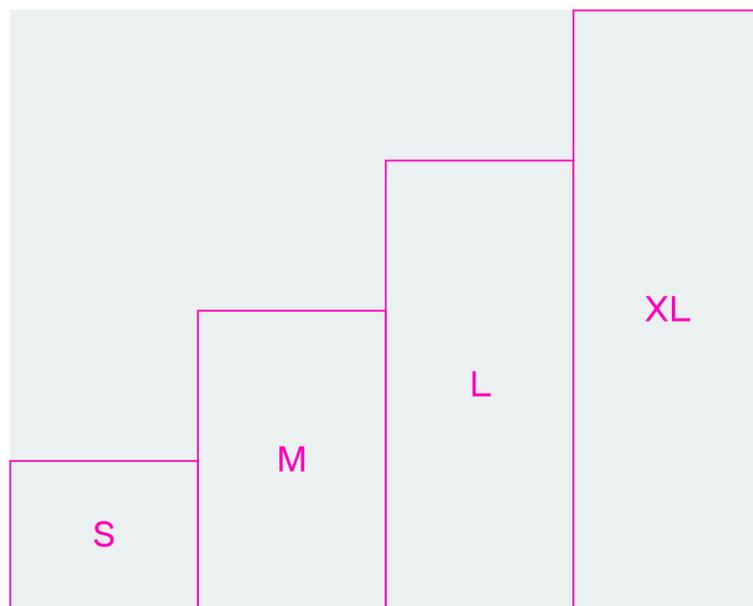
3. Чёрные акценты и тени



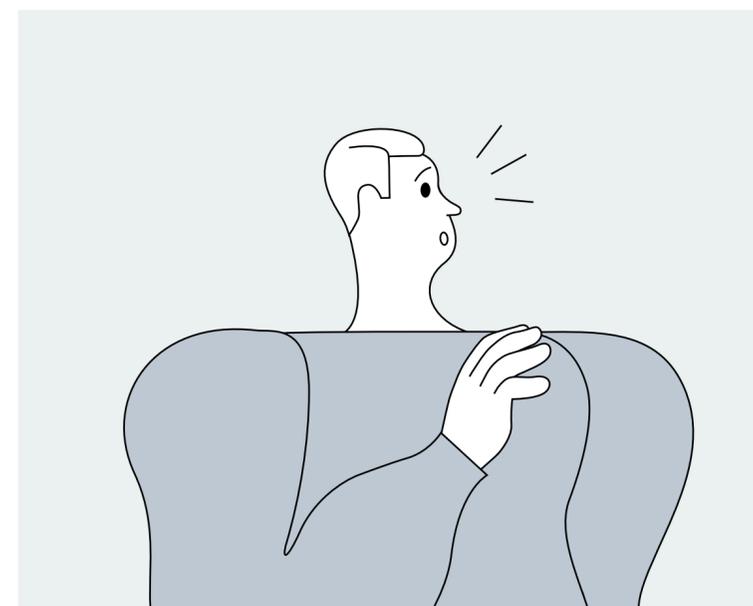
4. Зелёные акценты



5. Контур



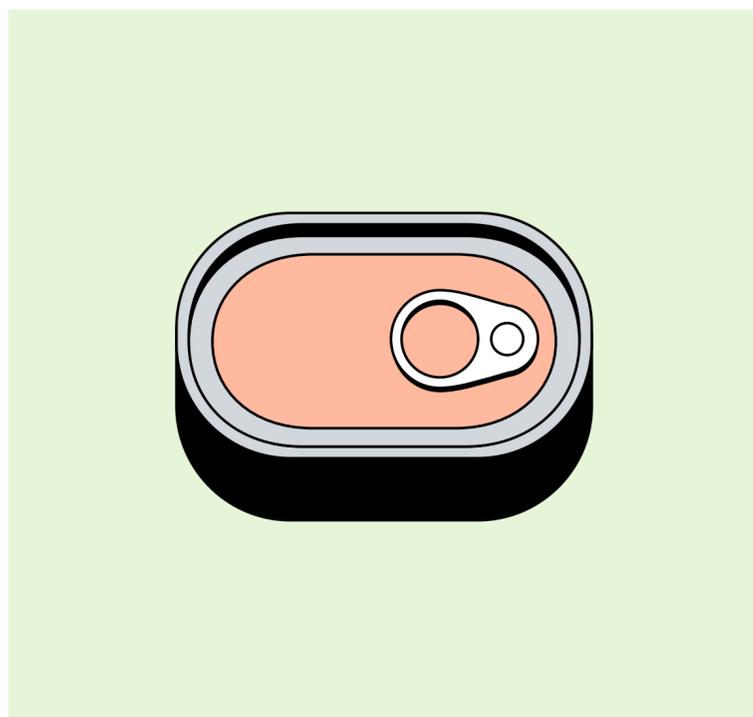
6. Размеры иллюстраций



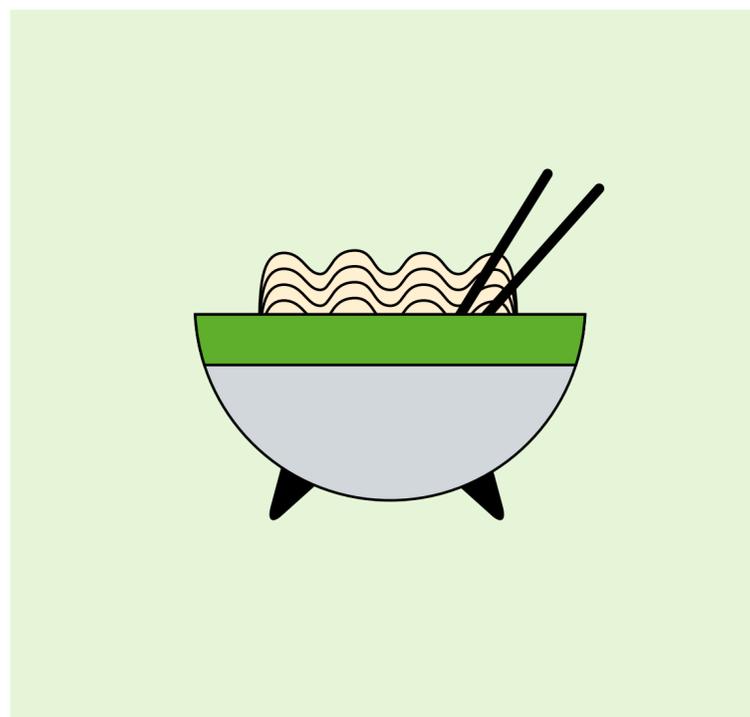
7. Эмоции

## 1. Форма

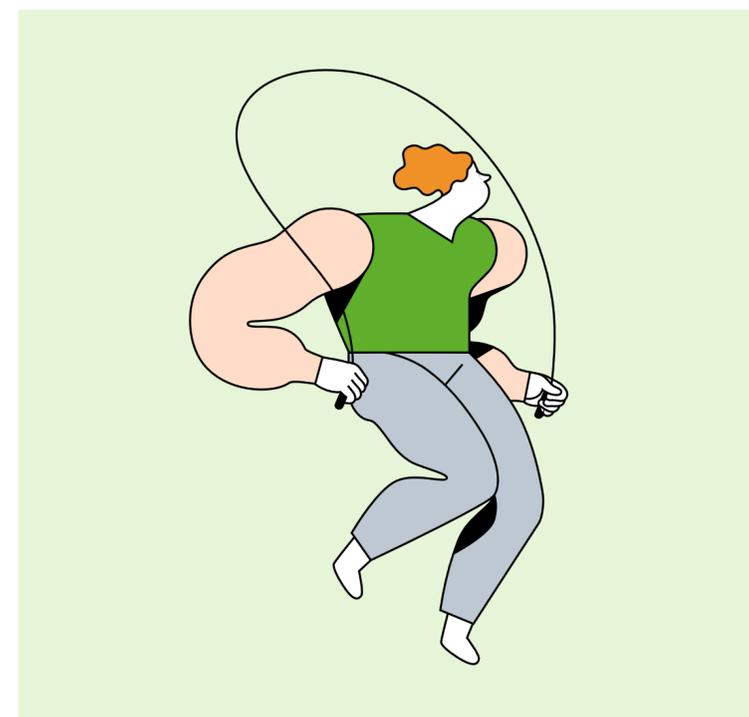
Пластика изображений строится на сочетании геометрических форм, подчёркивающих конструкцию предмета, и плавных волнообразных форм, использующихся при изображении предметов, не имеющих чётких конструктивных особенностей, а также при изображении людей.



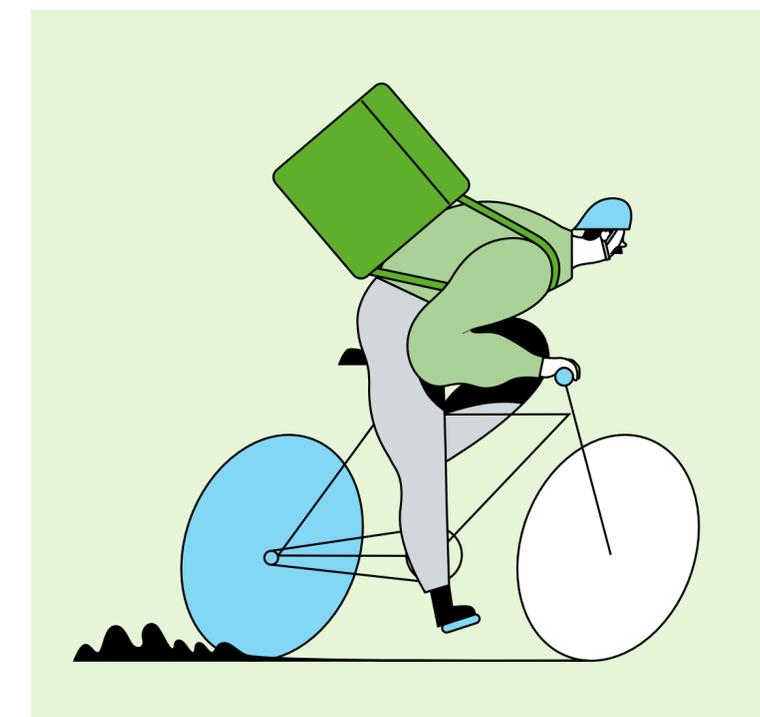
Пример использования геометрической пластики, подчёркивающей конструкцию предмета.



Пример использования геометрической пластики и плавных форм.



Пример использования плавных форм в изображении людей.



Пример использования плавных форм в изображении людей и геометрической пластики.

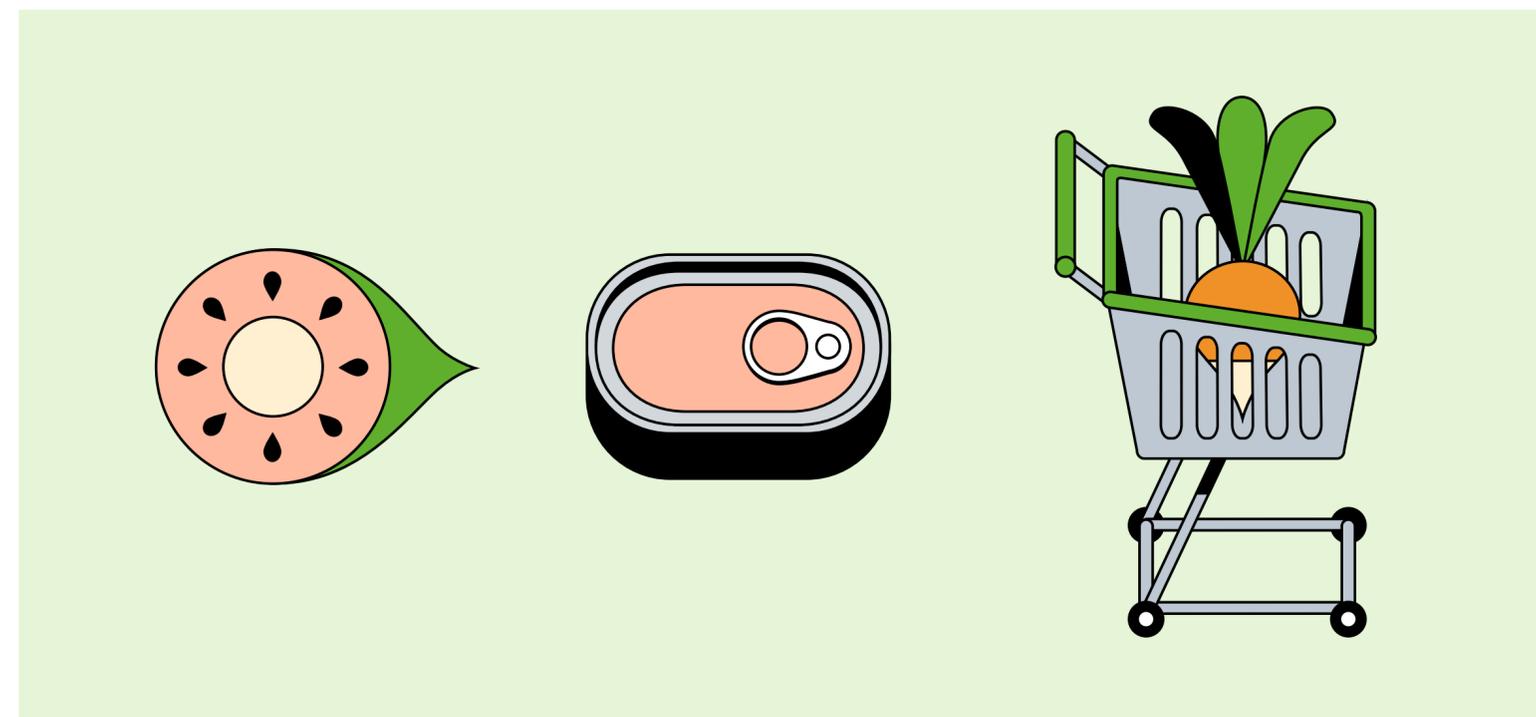
## 2. Плоское изображение объектов и создание имитации объёма

Объекты и предметы могут изображаться в плоском виде или с имитацией объёма. Имитация объёма используется для усиления узнаваемости объекта, подчёркивает его характерные конструктивные особенности. В случае если предмет узнаваем в плоском виде, в имитации объёма нет необходимости.



Объекты изображены плоско. Объекты узнаются в плоском виде, поэтому в имитации объёма нет необходимости. Кроме того, данные объекты не имеют явных конструктивных особенностей.

Тележка изображена плоско. Нет необходимости изображать тележку с имитацией объёма.



Объекты изображены с имитацией объёма. При отсутствии объёма объекты потеряют свои характерные черты и узнаваемость.

В данном случае имитация объёма позволяет показать действие – продукт кладётся в тележку.

## 2. Плоское изображение объектов и создание имитации объёма

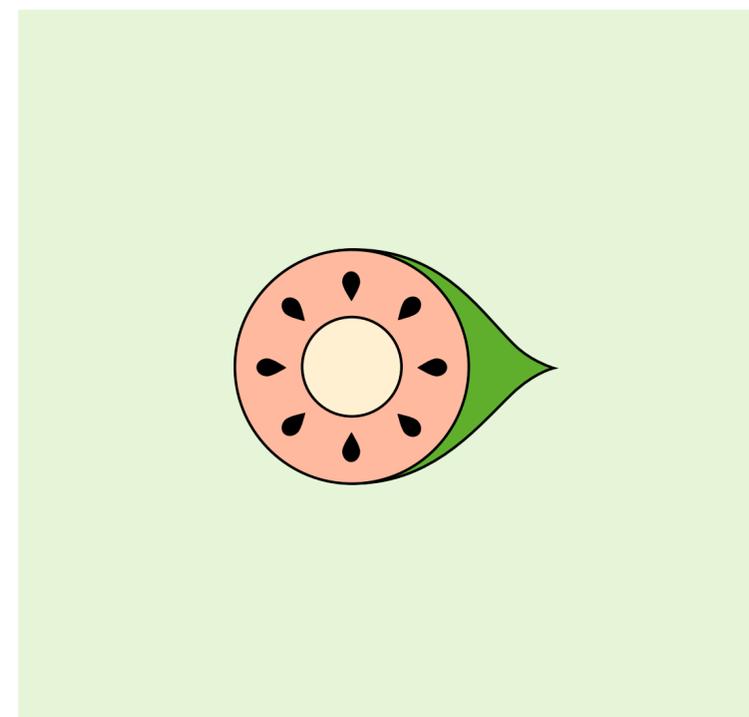
Объекты и предметы могут изображаться в плоском виде или с имитацией объёма. Имитация объёма используется для усиления узнаваемости объекта, подчёркивает его характерные конструктивные особенности. В случае если предмет узнаваем в плоском виде, в имитации объёма нет необходимости.



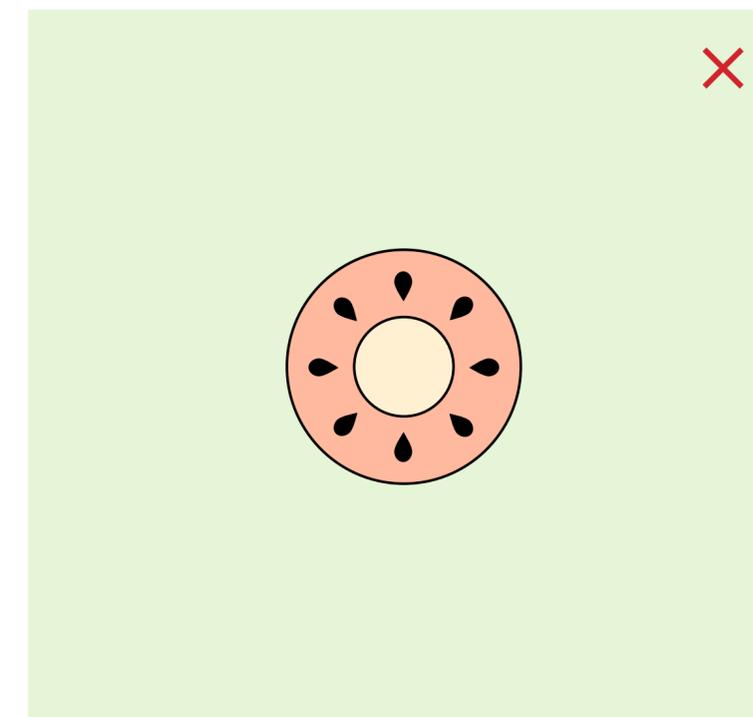
Удачный пример имитации объёма. Объем подчёркивает конструктивные особенности и характерные черты предмета.



Пример неудачен. При отсутствии объёма предмет потерял свою узнаваемость.



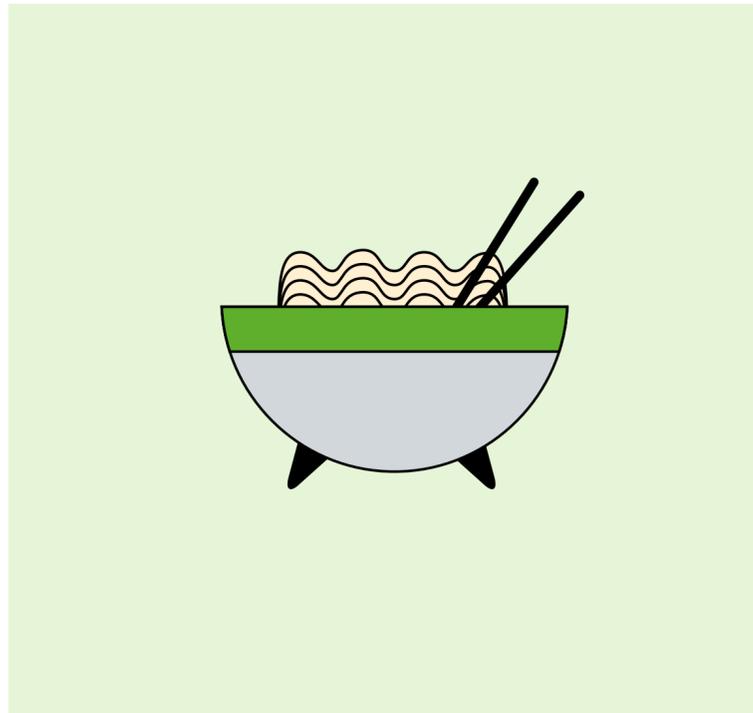
Удачный пример имитации объёма. Объем подчёркивает конструктивные особенности и характерные черты предмета.



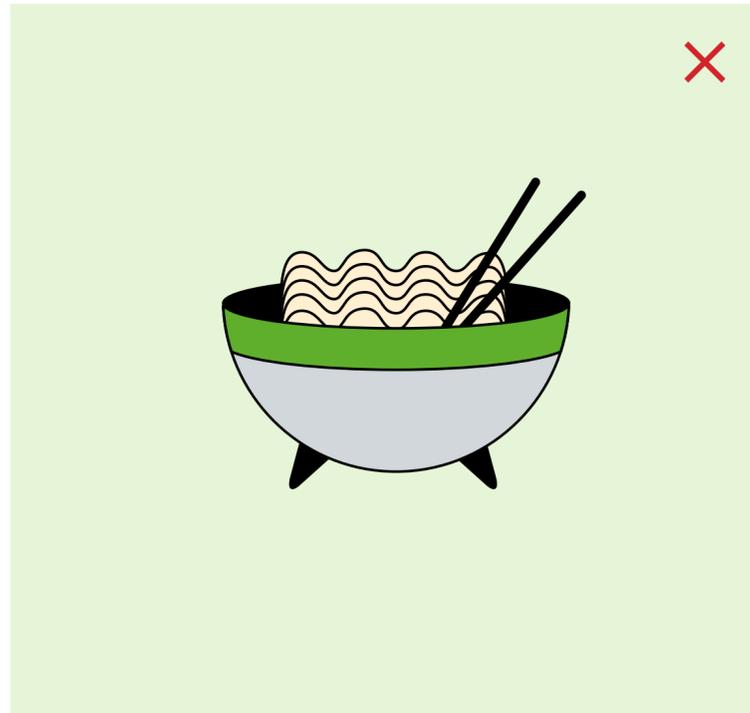
Пример неудачен. При отсутствии объёма предмет потерял свою узнаваемость.

## 2. Плоское изображение объектов и создание имитации объёма

Объекты и предметы могут изображаться в плоском виде или с имитацией объёма. Имитация объёма используется для усиления узнаваемости объекта, подчёркивает его характерные конструктивные особенности. В случае если предмет узнаваем в плоском виде, в имитации объёма нет необходимости.



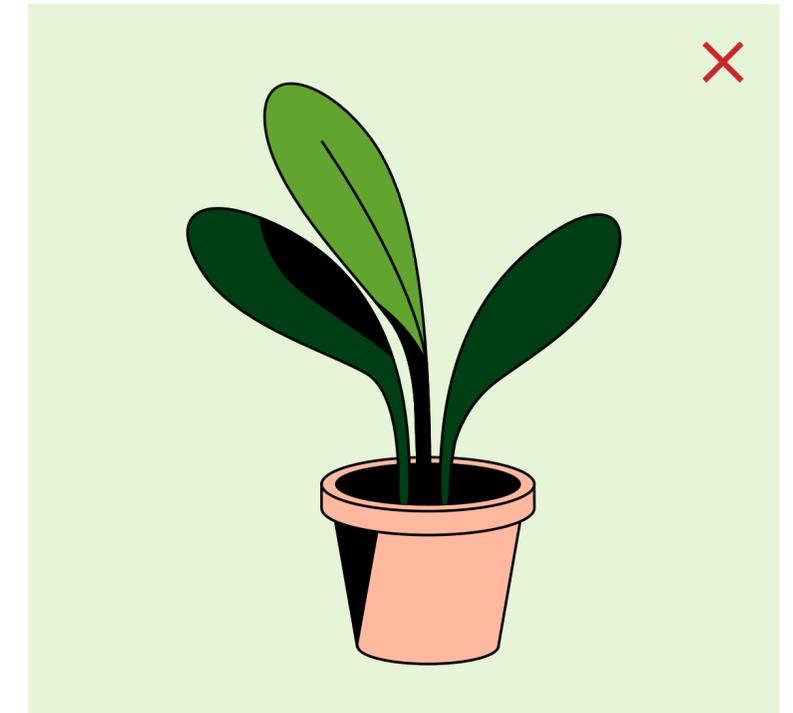
Удачный пример. Объект узнаётся в плоском виде, объём не нужен.



Пример неудачен. Присутствие объёма усложняет иллюстрацию, но не несёт никакой функции.



Удачный пример. Объект узнаётся в плоском виде, объём не нужен.



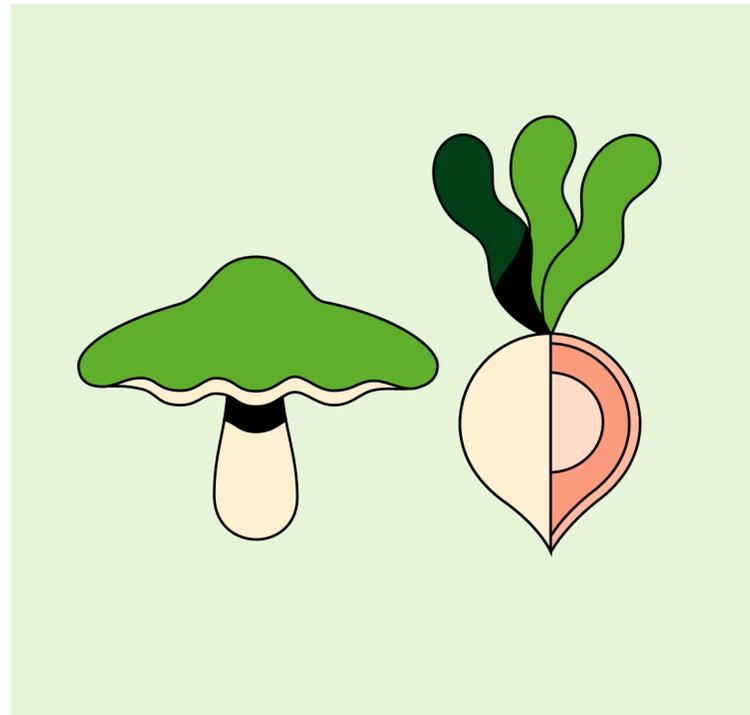
Пример неудачен. Присутствие объёма усложняет иллюстрацию, но не несёт никакой функции.

### 3. Чёрные акценты и тени

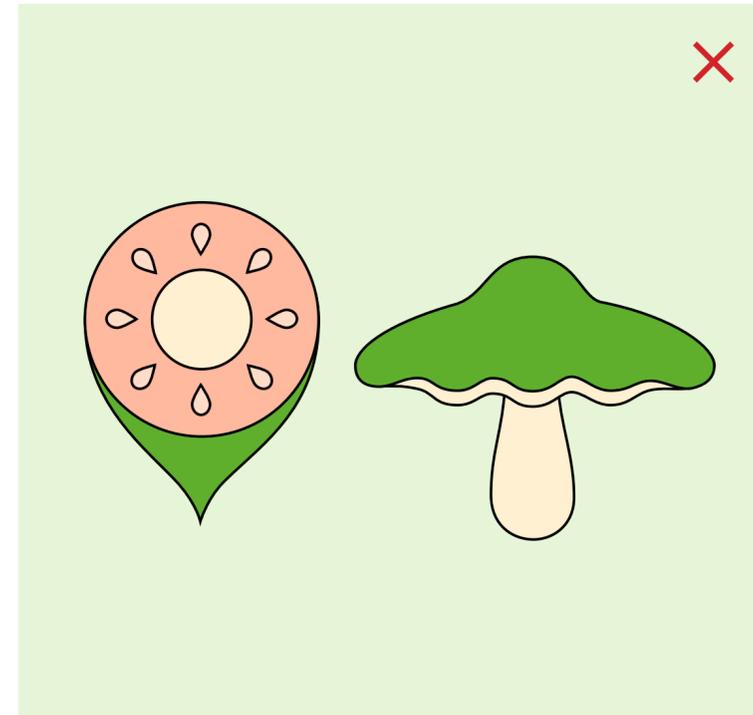
Целостность цветового восприятия иллюстраций достигается за счёт использования чёрных акцентов. Кроме того, чёрные акценты придают иллюстрациям контрастность. Акценты вводятся за счёт окрашивания отдельных элементов в чёрный цвет. Если в объекте отсутствуют элементы, которые можно окрасить в чёрный цвет, акценты делаются при помощи изображения теней.



В объектах присутствуют чёрные элементы, изображение теней в данном случае необязательно.



В данных объектах нет элементов, которые можно окрасить в чёрный цвет. Чёрные акценты вводятся благодаря изображению падающих теней.



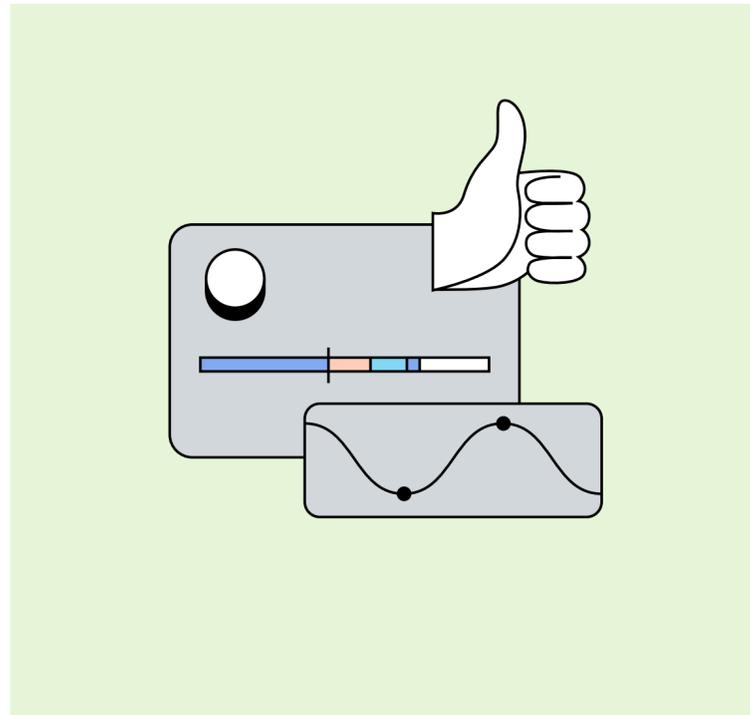
Данный пример иллюстраций неверен. В объектах отсутствуют чёрные акценты, в результате чего иллюстрации выбиваются из общего ряда и выглядят неконтрастными.

### 3. Чёрные акценты и тени

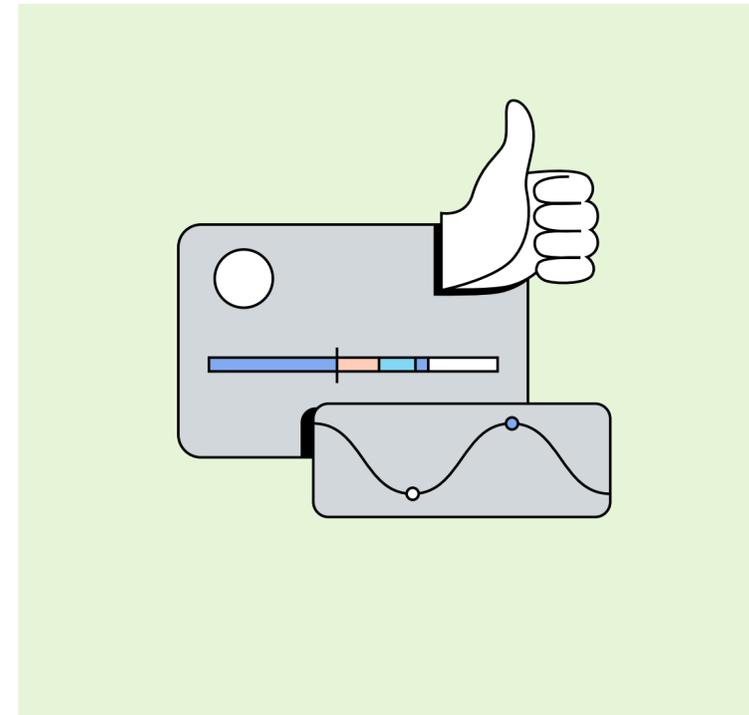
Целостность цветового восприятия иллюстраций достигается за счёт использования чёрных акцентов. Кроме того, чёрные акценты придают иллюстрациям контрастность. Акценты вводятся за счёт окрашивания отдельных элементов в чёрный цвет. Если в объекте отсутствуют элементы, которые можно окрасить в чёрный цвет, акценты делаются при помощи изображения теней.



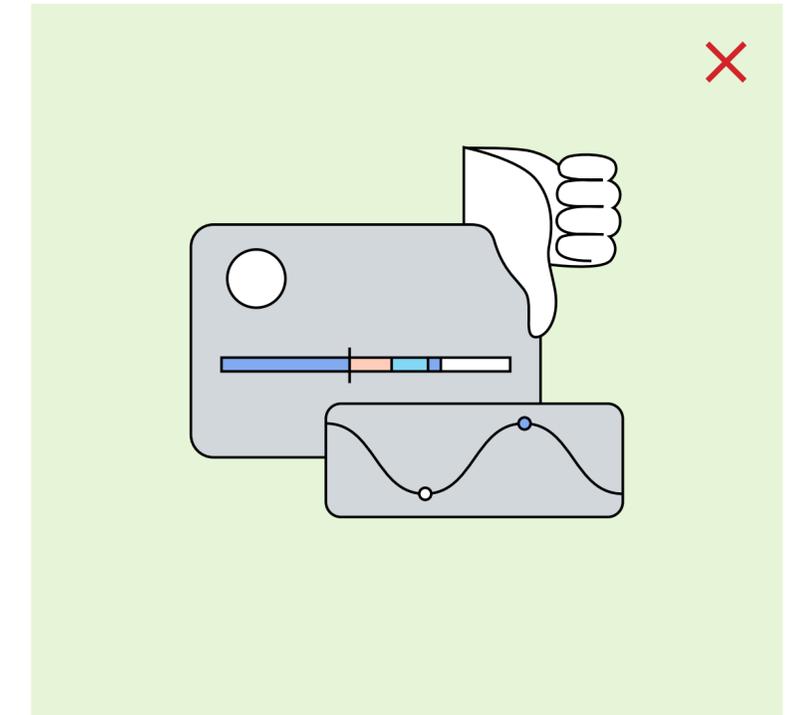
Правило присутствия чёрных акцентов применимо и к предметным композициям. В данном примере чёрный акцент присутствует в самом объекте.



Чёрные акценты присутствуют в объектах.



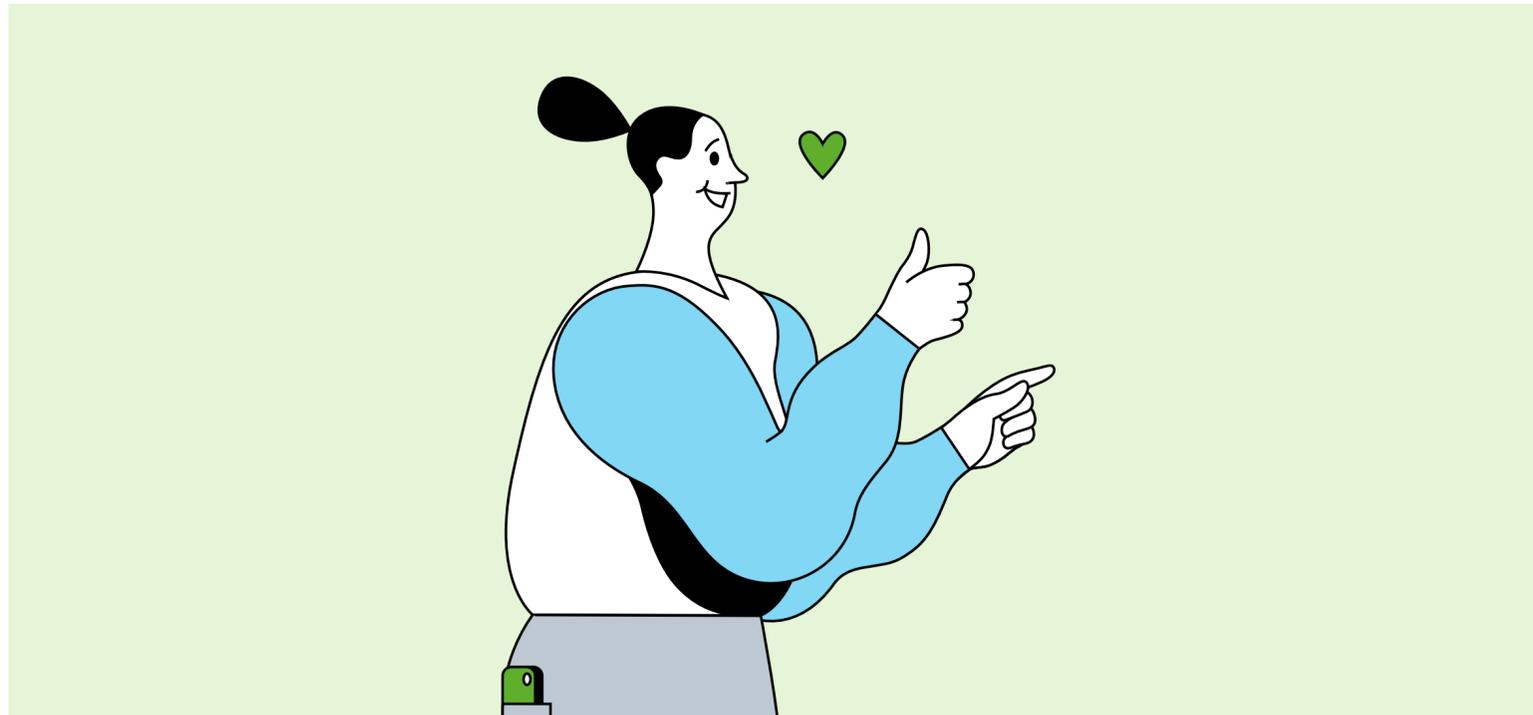
Пример создания акцентов при помощи падающих теней.



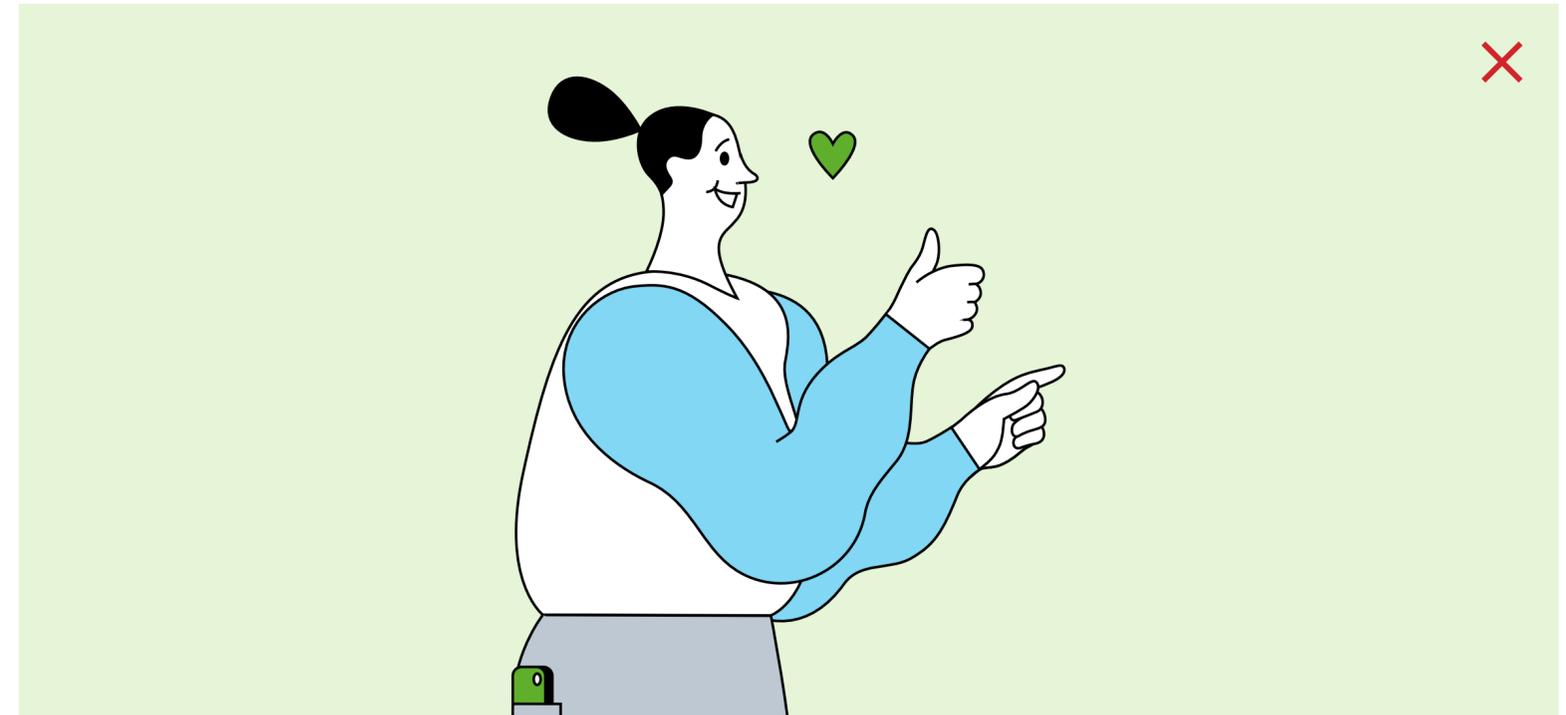
Пример неверен. В композиции отсутствуют чёрные акценты.

### 3. Чёрные акценты и тени

Целостность цветового восприятия иллюстраций достигается за счёт использования чёрных акцентов. Кроме того, чёрные акценты придают иллюстрациям контрастность. Акценты вводятся за счёт окрашивания отдельных элементов в чёрный цвет. Если в объекте отсутствуют элементы, которые можно окрасить в чёрный цвет, акценты делаются при помощи изображения теней.



В иллюстрациях с людьми изображение падающих теней обязательно. Тени не только создают акценты, но и придают иллюстрациям глубину. В данном примере падающая тень усиливает контрастность иллюстрации, создаёт иллюзию глубины.



Данный пример неудачен. В иллюстрации присутствует чёрный акцент, но из-за отсутствия падающей тени она выглядит неконтрастной.

#### 4. Зелёные акценты

Корпоративный зелёный цвет присутствует в иллюстрациях на уровне цветовых акцентов. Для этого необходимо соблюдать цветовой баланс, количество и площадь зелёных заливок относительно остальной пастельной цветовой гаммы. Допустимая площадь зелёного цвета: 5–20% от площади иллюстрации.



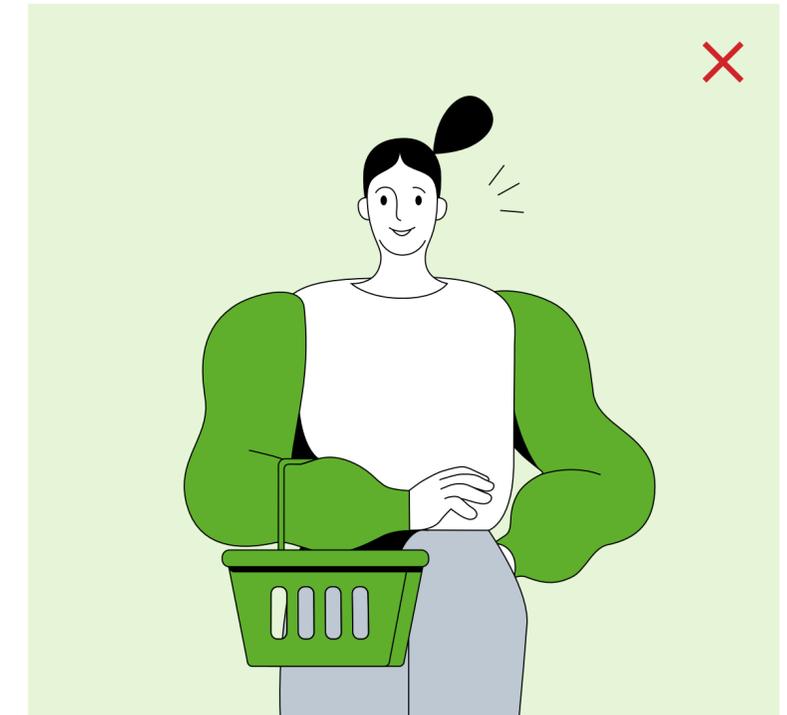
Удачный пример. Корпоративный зелёный цвет является акцентным.



Удачный пример. Корпоративный зелёный цвет является акцентным.



Неудачный пример. Слишком большое количество зелёного цвета. В результате цвет перестаёт восприниматься как акцент и начинает доминировать.



Неудачный пример. Слишком большое количество зелёного цвета. В результате цвет перестаёт восприниматься как акцент и начинает доминировать.

#### 4. Зелёные акценты

Корпоративный зелёный цвет присутствует в иллюстрациях на уровне цветовых акцентов. Для этого необходимо соблюдать цветовой баланс, количество и площадь зелёных заливок относительно остальной пастельной цветовой гаммы. Допустимая площадь зелёного цвета: 5–30% от площади иллюстрации.



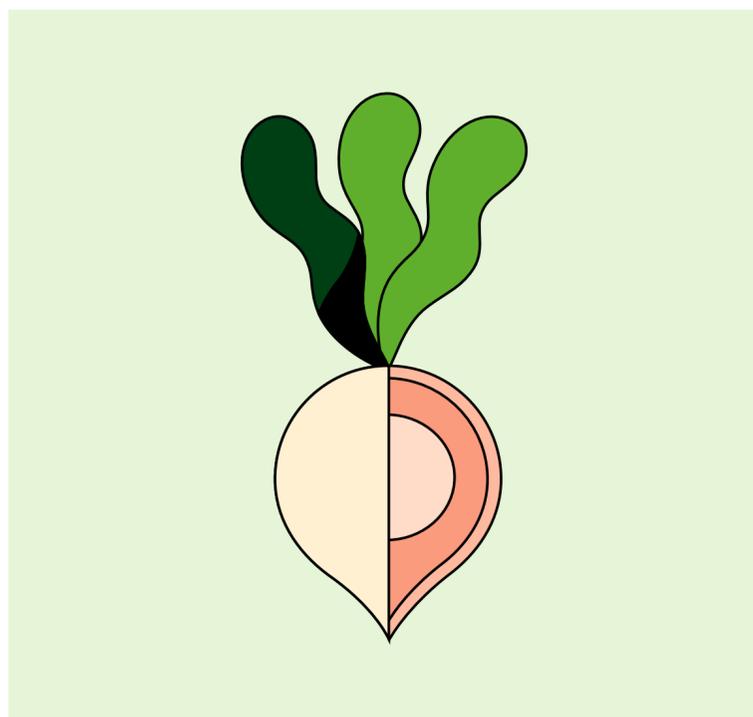
Удачный пример. Корпоративный зелёный цвет является акцентным.



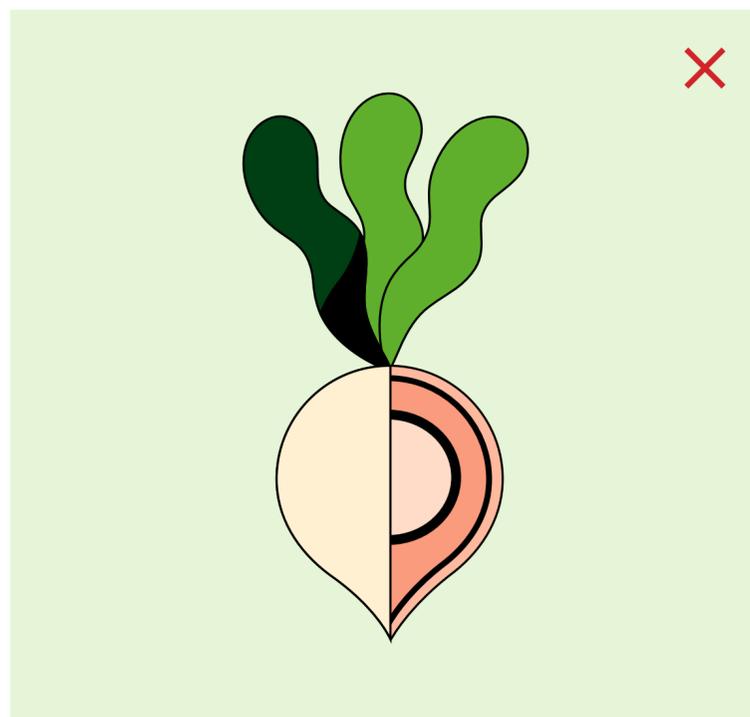
Неудачный пример. Слишком большое количество зелёного цвета. В результате цвет перестаёт восприниматься как акцент и начинает доминировать.

## 5. Контур

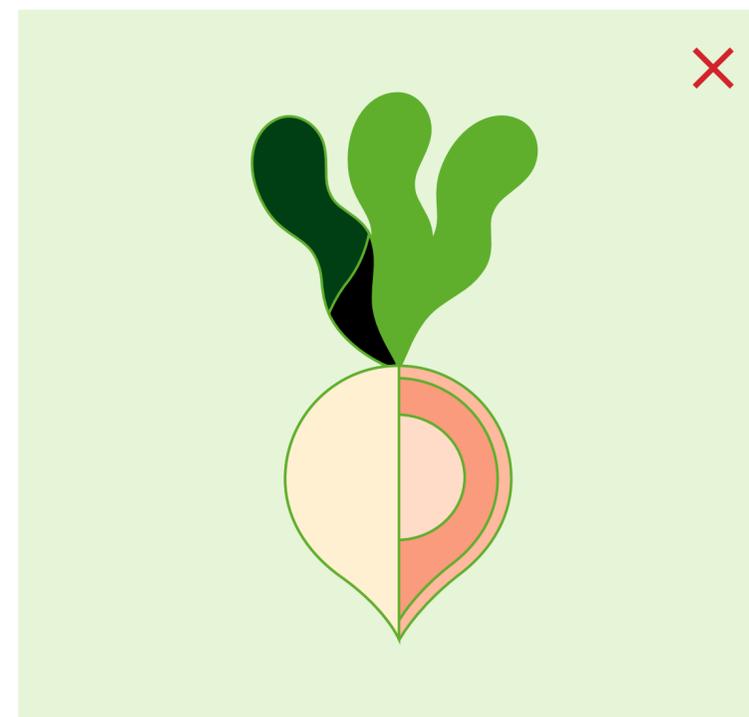
В иллюстрациях используется моноширинная чёрная контурная обводка. Обрамляя формы и заливки, контур усиливает контрастность, а также позволяет подчеркнуть детали иллюстрации.



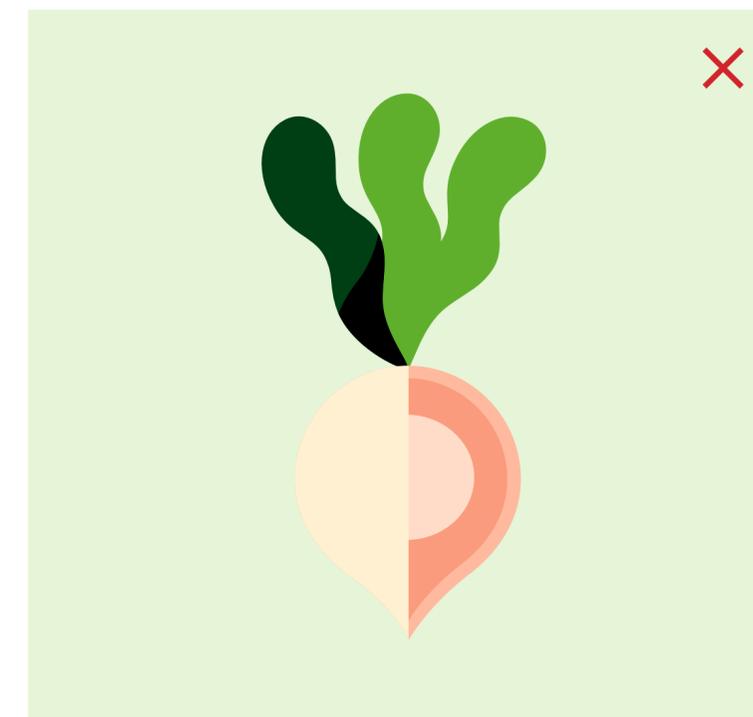
Правильный пример работы с контуром.



Пример неверен. В иллюстрациях должен использоваться контур одной толщины. Использование контуров разной толщины недопустимо.



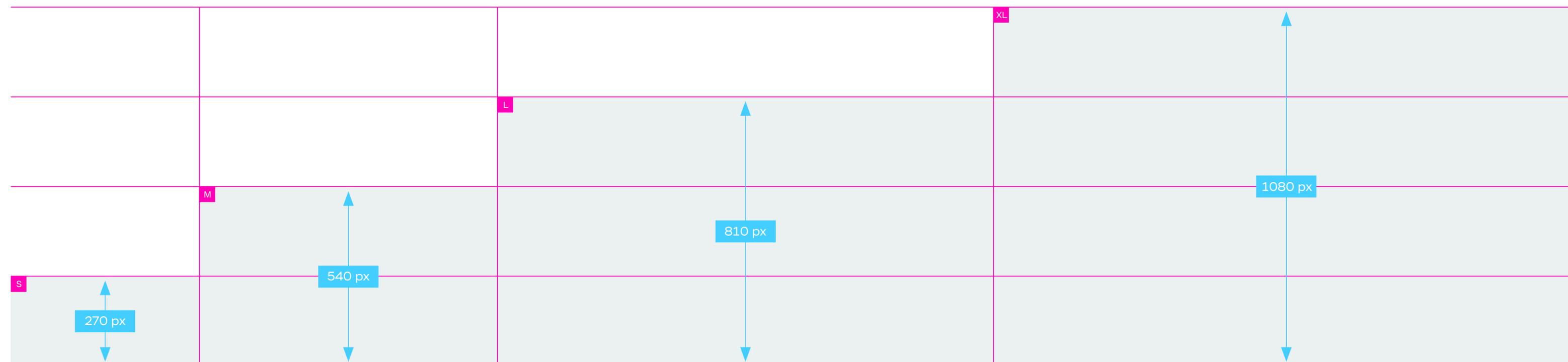
Пример неверен. Контур всегда окрашивается только в чёрный цвет.



Пример неверен. Все элементы изображения обрамляются контуром. Отсутствие контура недопустимо.

### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

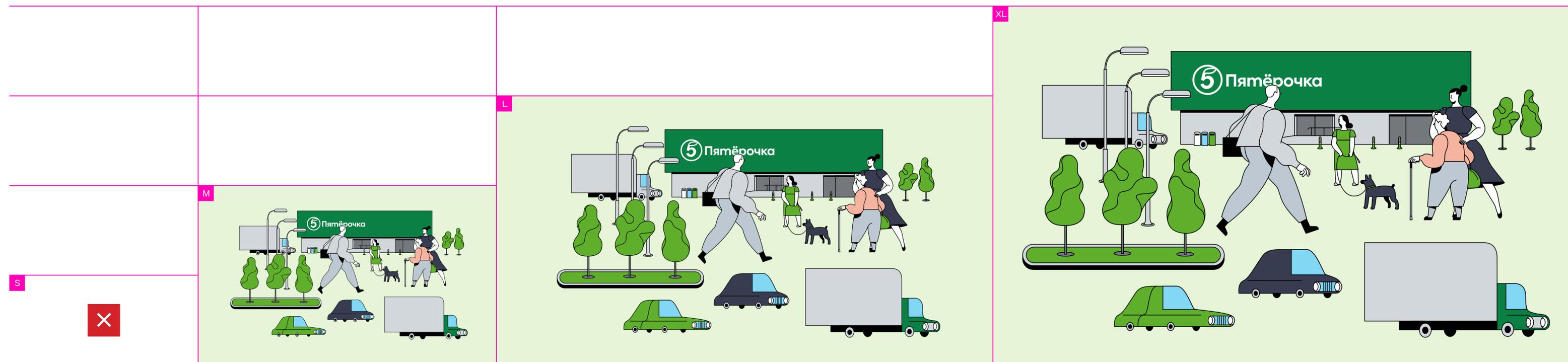
Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.



### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.

#### Сюжетные композиции. Размеры иллюстраций и толщина контура



**Размер S** (макс. высота 270 px)  
Уменьшение сюжетных композиций  
до данного размера недопустимо

**Размер M** (макс. высота 540 px)  
Толщина контура: 1 px

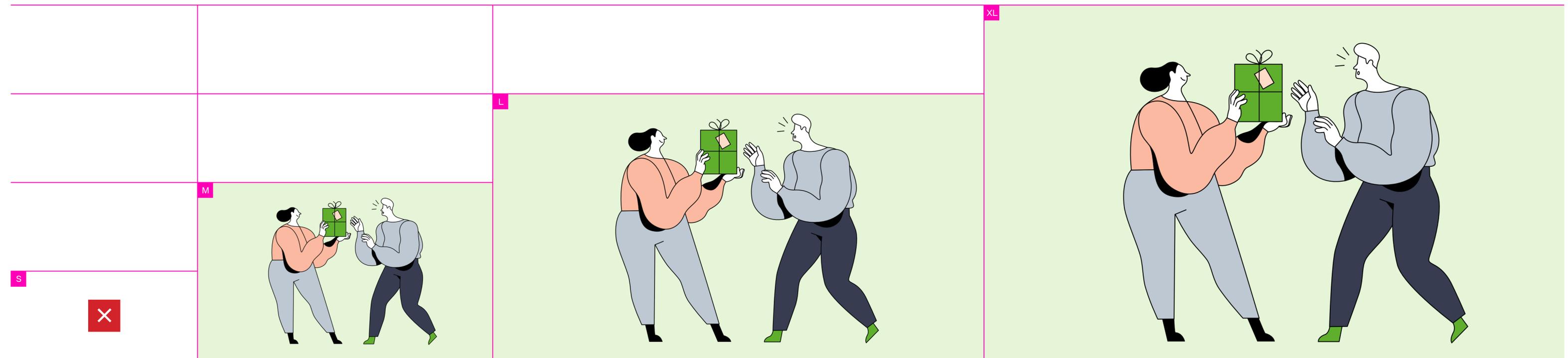
**Размер L** (макс. высота 810 px)  
Толщина контура: 1.5 px

**Размер XL** (макс. высота 1080 px)  
Толщина контура: 2 px

### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.

#### Фигурные композиции. Размеры иллюстраций и толщина контура



**Размер S** (макс. высота 270 px)  
Уменьшение фигурных композиций до данного размера недопустимо

**Размер M** (макс. высота 540 px)  
Толщина контура: 1.5 px

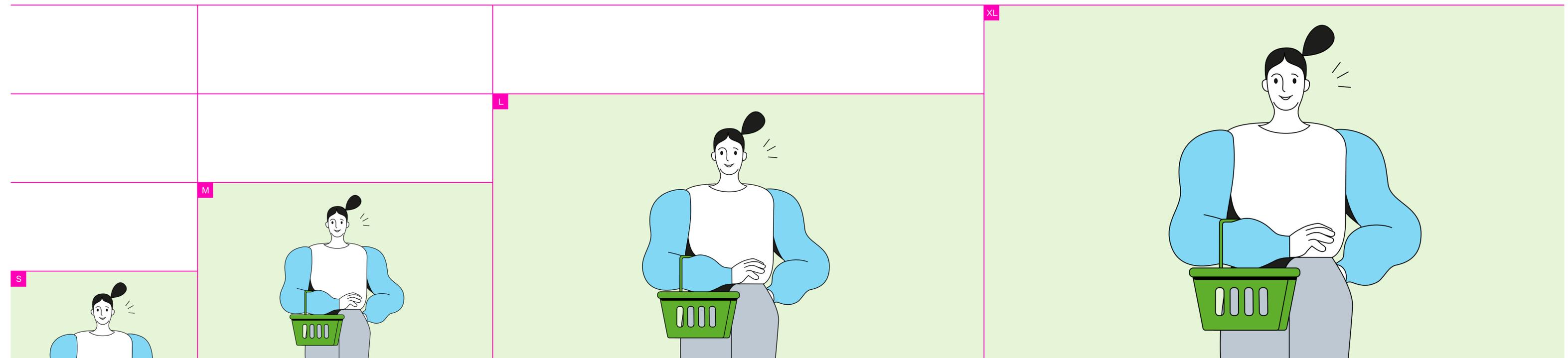
**Размер L** (макс. высота 810 px)  
Толщина контура: 2 px

**Размер XL** (макс. высота 1080 px)  
Толщина контура: 2.5 px

### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.

#### Портреты. Размеры иллюстраций и толщина контура



**Размер S** (макс. высота 270 px)  
Толщина контура: 1.5 px

**Размер M** (макс. высота 540 px)  
Толщина контура: 1.5 px

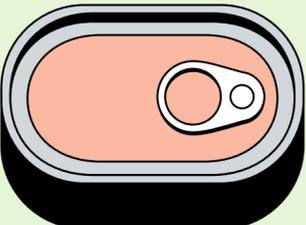
**Размер L** (макс. высота 810 px)  
Толщина контура: 2 px

**Размер XL** (макс. высота 1080 px)  
Толщина контура: 2.5 px

### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.

#### Предметы. Размеры иллюстраций и толщина контура

				XL
		L		
	M			
S				

**Размер S** (макс. высота 270 px)  
Толщина контура: 1.5 px

**Размер M** (макс. высота 540 px)  
Толщина контура: 3 px

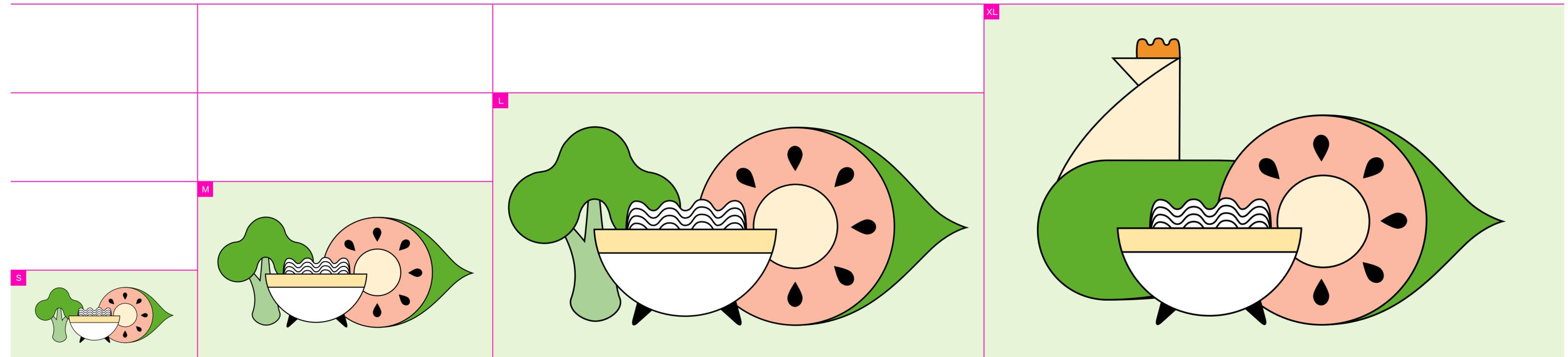
**Размер L** (макс. высота 810 px)  
Увеличение предметных  
иллюстраций до данного размера  
недопустимо

**Размер XL** (макс. высота 1080 px)  
Увеличение предметных  
иллюстраций до данного размера  
недопустимо

### 6. Размер иллюстраций и толщина контура в цифровых носителях

Толщина контура иллюстрации связана с типом данной иллюстрации и её размером. Для цифровых носителей создана таблица пропорций, позволяющая определить толщину контура в иллюстрации, а также минимальный размер иллюстрации. В качестве постоянного значения берётся высота рабочей области, в которой размещается иллюстрация. Размеры толщины указаны в пикселях.

#### Композиции из предметов. Размеры иллюстраций и толщина контура



**Размер S** (макс. высота 270 px)  
Толщина контура: 1.5 px

**Размер M** (макс. высота 540 px)  
Толщина контура: 3 px

**Размер L** (макс. высота 810 px)  
Толщина контура: 4.5 px

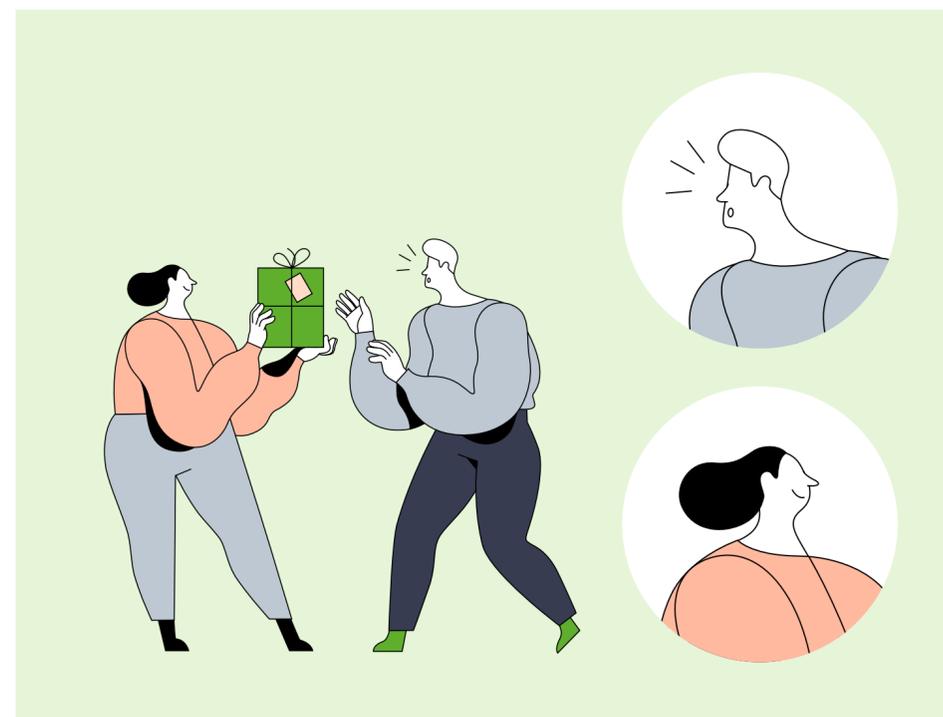
**Размер XL** (макс. высота 1080 px)  
Толщина контура: 5 px

### 7. Лица и эмоции

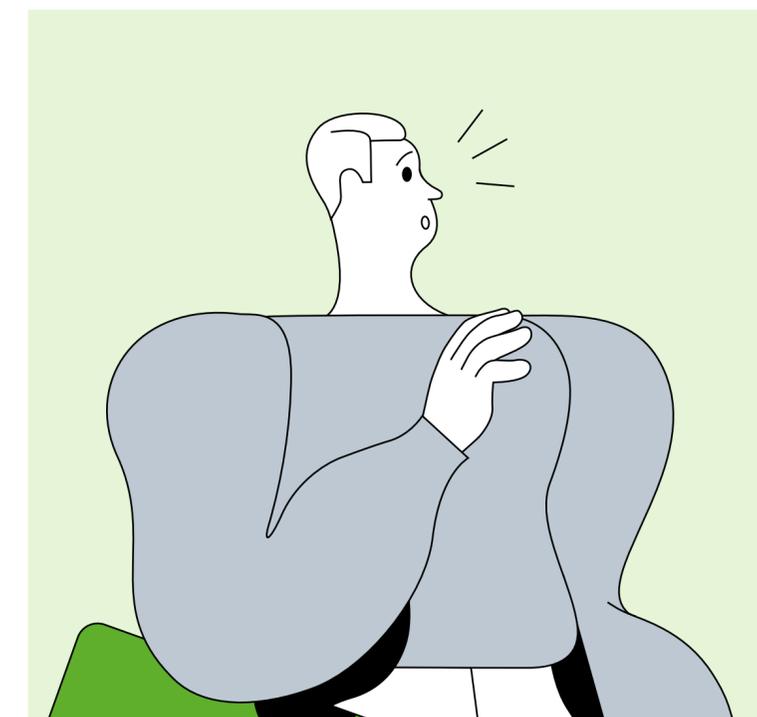
Детализация лиц и эмоций варьируется от типа иллюстрации. В сюжетных композициях эмоции не прорисовываются. В фигурных композициях появляется детализация первого уровня: причёски, бороды, очки и минимальные эмоции (улыбка, удивление). Цель портретных иллюстраций – демонстрация эмоций: акцент на лицо, мимику, настроение.



Сюжетная композиция  
Лица и эмоции не прорисованы.



Фигурная композиция  
На лицах появляется детализация первого уровня.



Портретная иллюстрация  
Лица детализированы, сделан акцент на эмоцию человека.

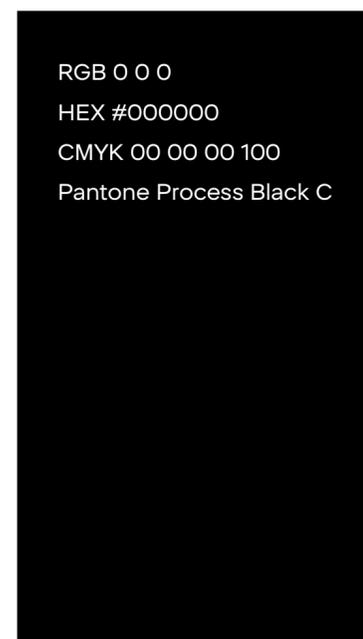
# Графика

## Иллюстрации.

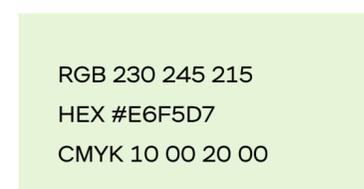
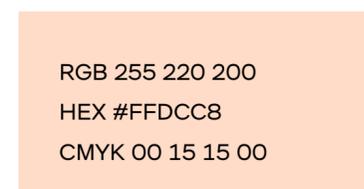
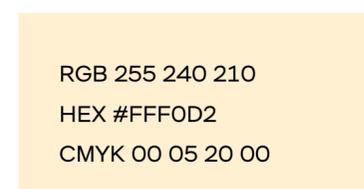
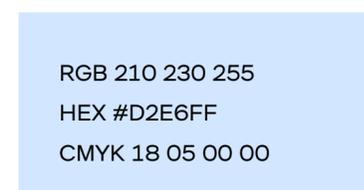
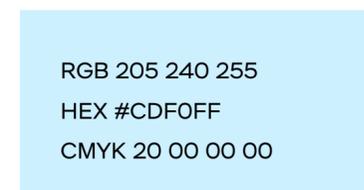
### Цветовая гамма иллюстраций

Цветовая гамма иллюстраций построена на сочетании акцентных цветов из основной палитры X5 Group с более мягкими пастельными оттенками.

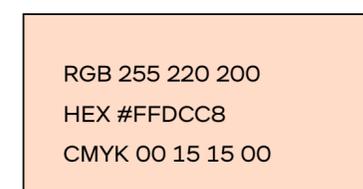
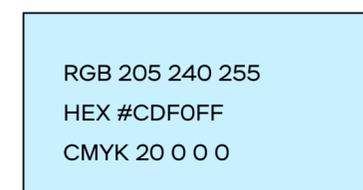
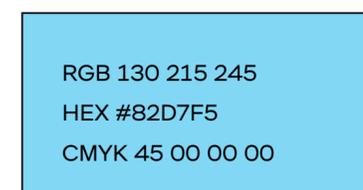
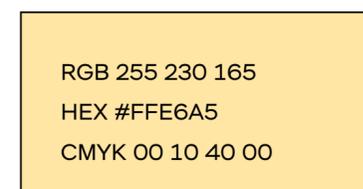
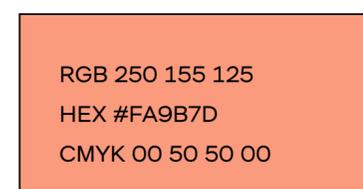
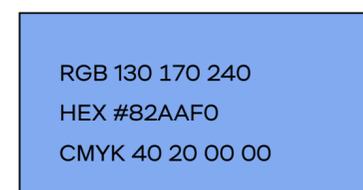
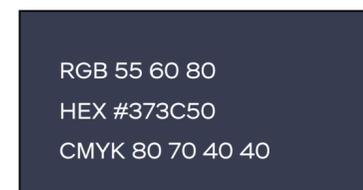
Акцентные цвета иллюстраций



Цвета для заливки фонов в иллюстрациях



Палитра цветов, использующихся в иллюстрациях. При расширении иллюстративного ряда могут появляться новые цвета



Графика.

3D-иллюстрации

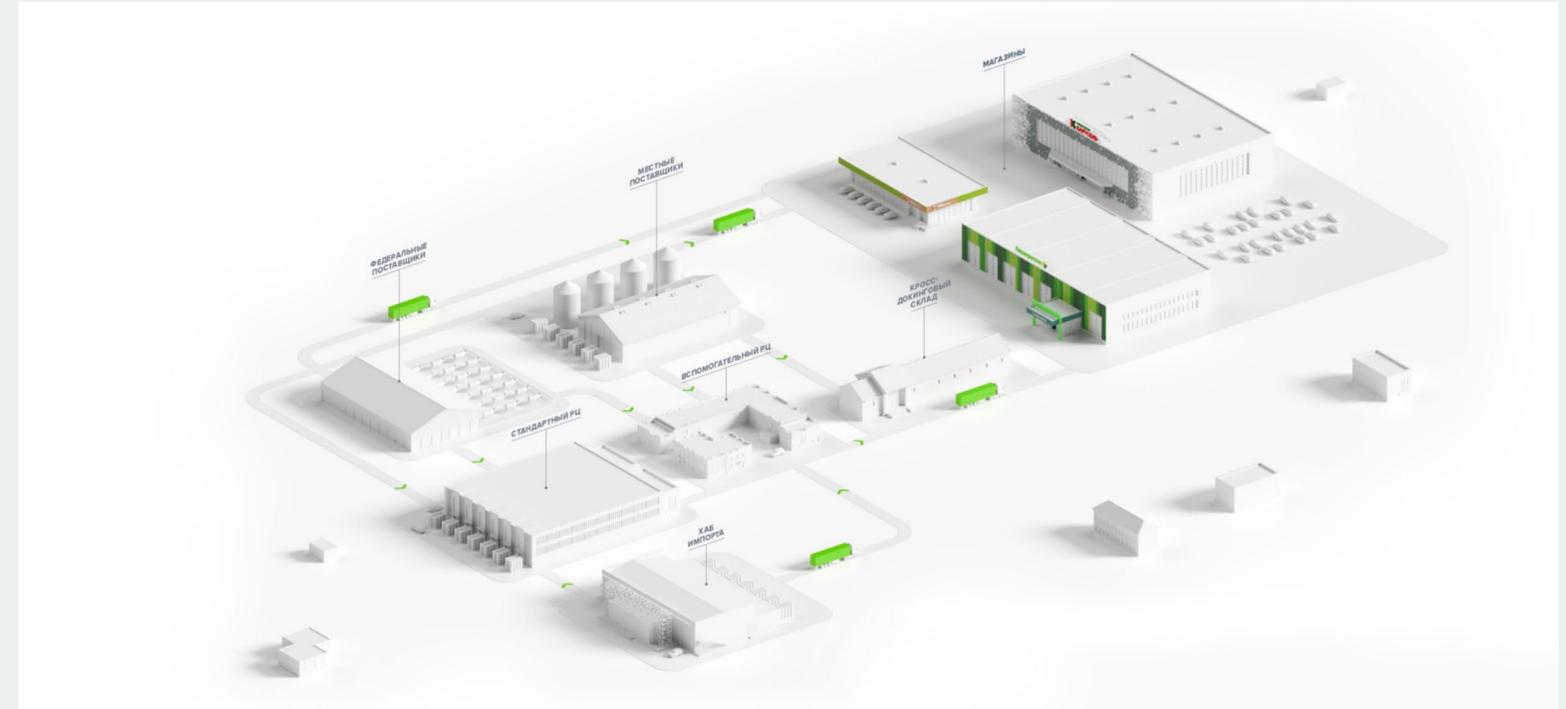
# Графика

## Изометрические изображения

Изометрические изображения позволяют взглянуть на сцены и объекты с максимально информативной точки зрения. Изометрия позволяет увидеть полноту картины.

Изометрические изображения создаются в трёхмерных редакторах и являются 3D-моделью, а не её имитацией.

Правильно:  
Изображение создано в 3D-редакторе



Неправильно:  
Изображение является имитацией 3D-графики. Такое изображение выглядит наивно



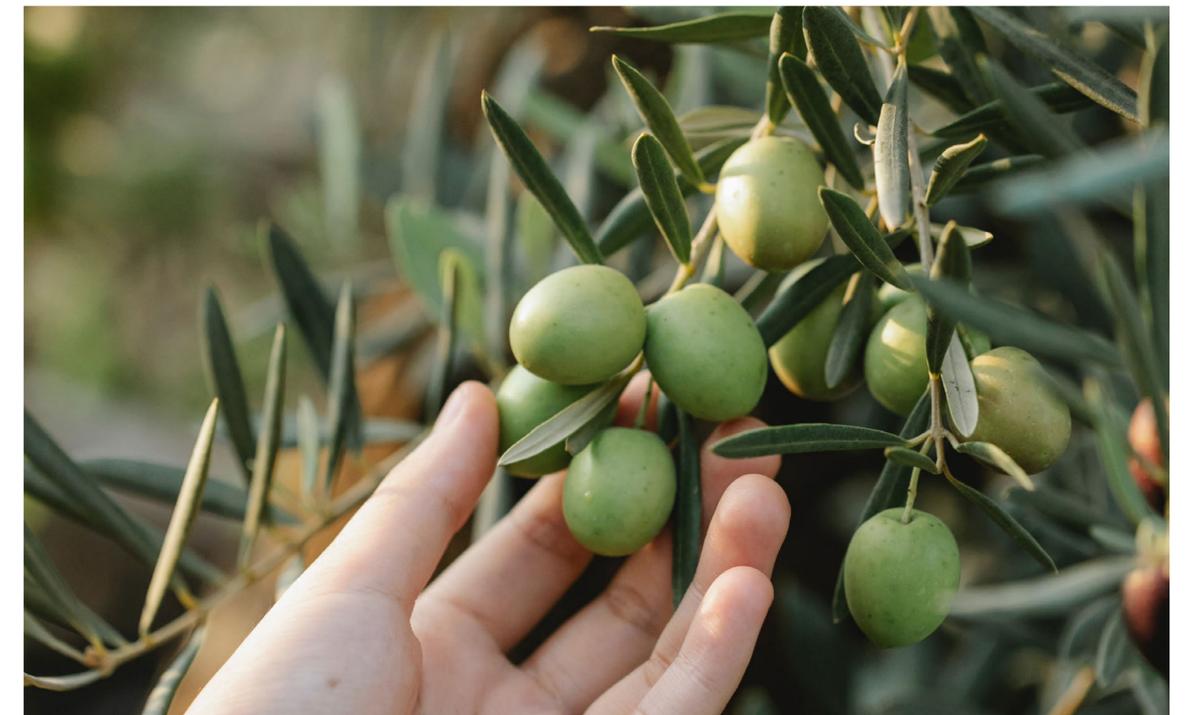


Фотостиль  
Продуктовые фотографии

Не студийные фотографии, с естественным освещением, демонстрирующие продукты. Приветствуется присутствие зелёного цвета в самих продуктах, либо зелёный цвет на фоне.



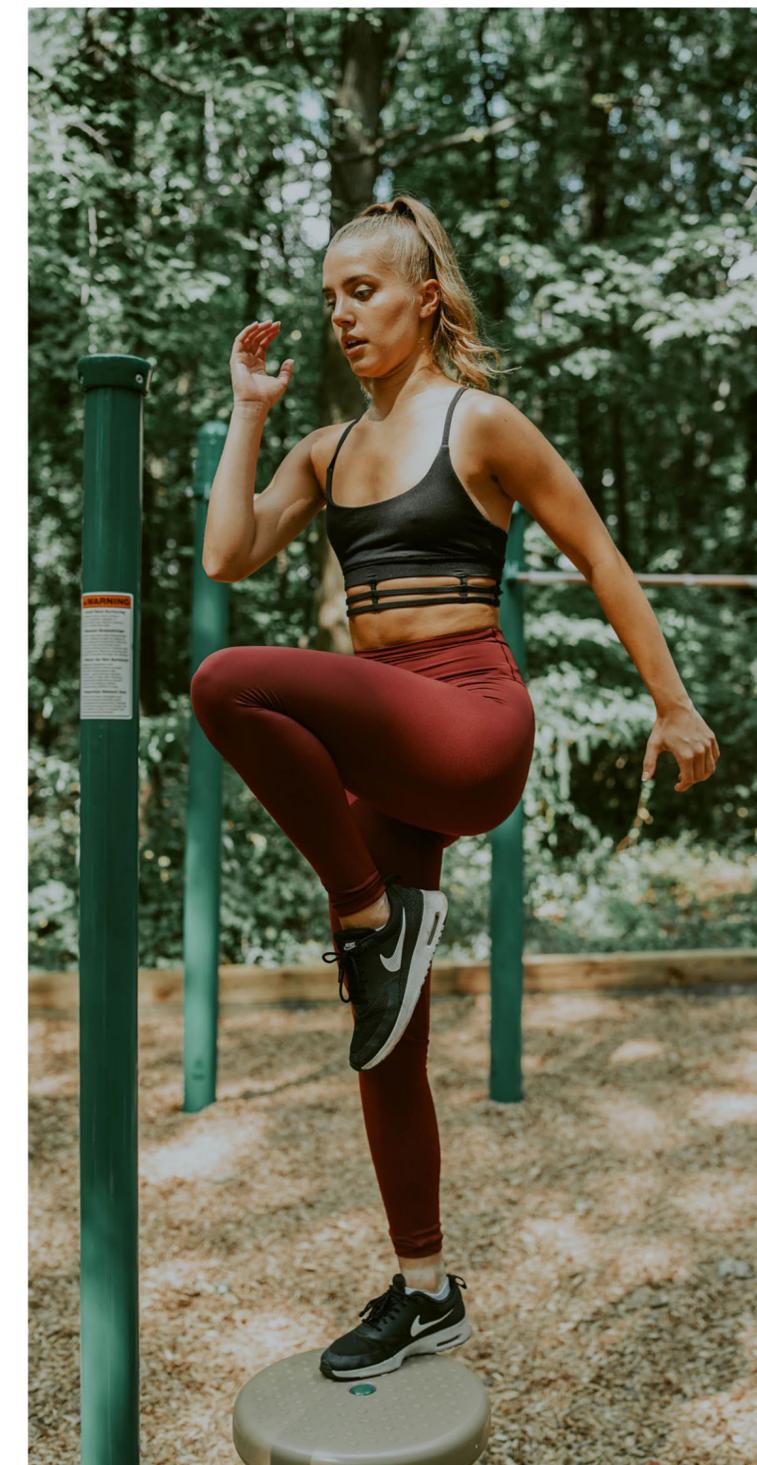
Не студийные фотографии, демонстрирующие продукты в среде, а также технологии их выращивания и производства.



# Фотостиль

## Люди

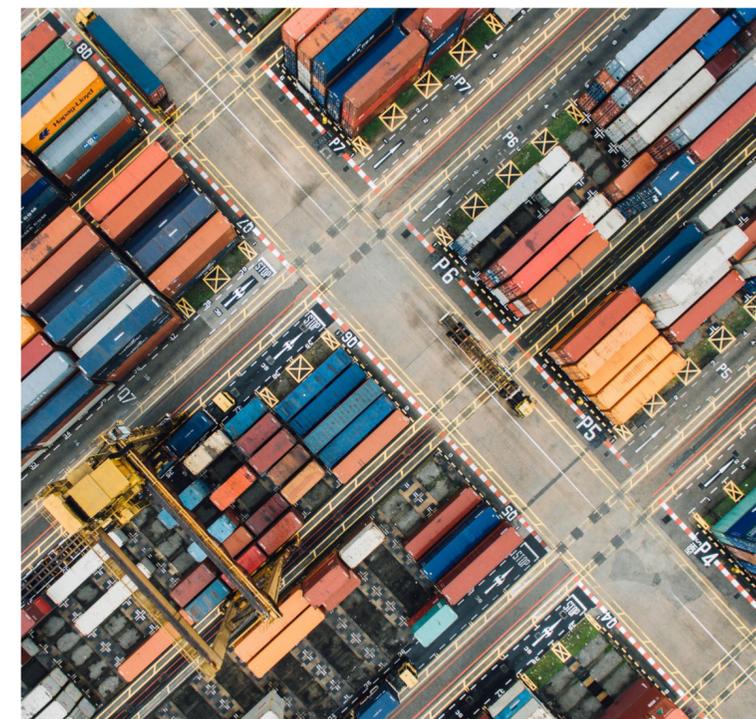
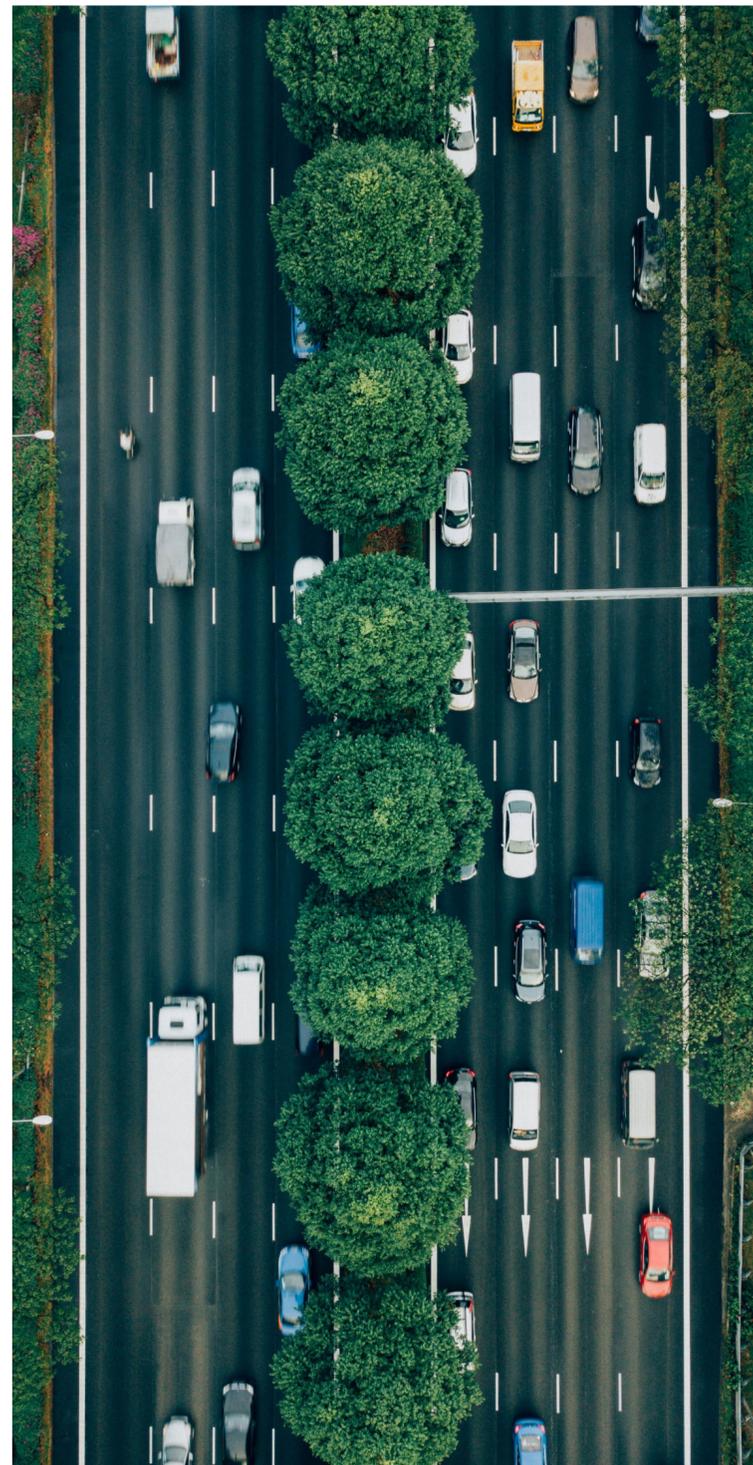
Не студийные, не постановочные фотографии людей, ведущих здоровый образ жизни, в их естественной среде. Фотографии, демонстрирующие бережное отношение к окружающей среде, семейные ценности.



# Фотостиль

## Top view

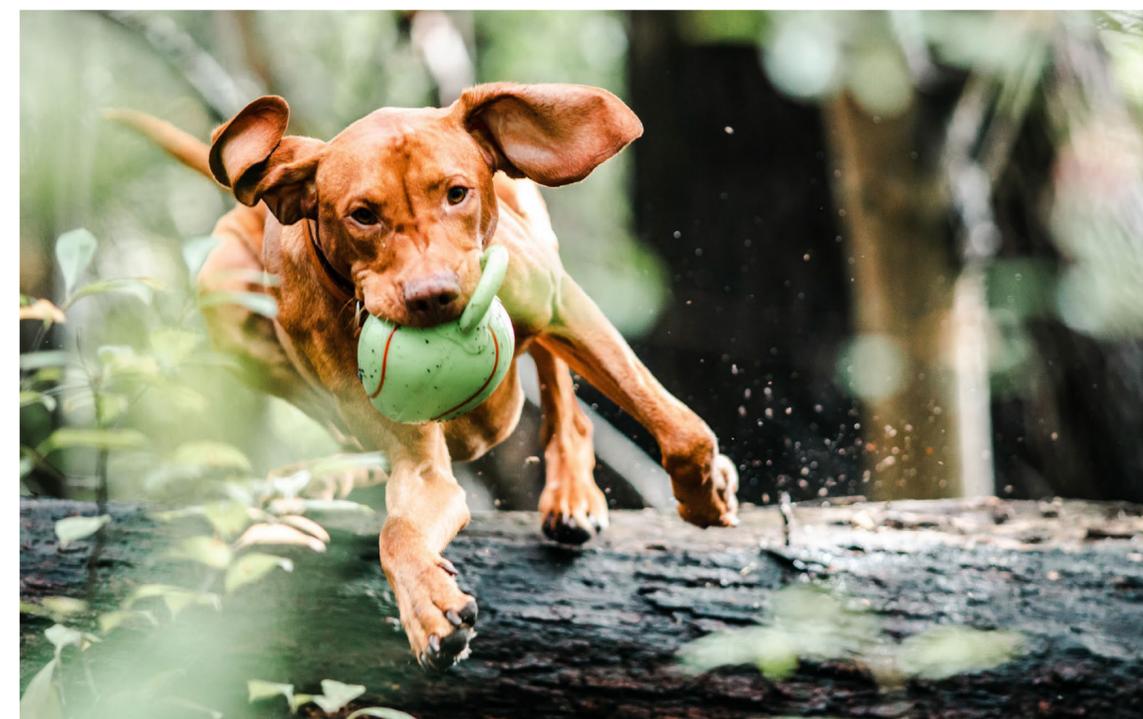
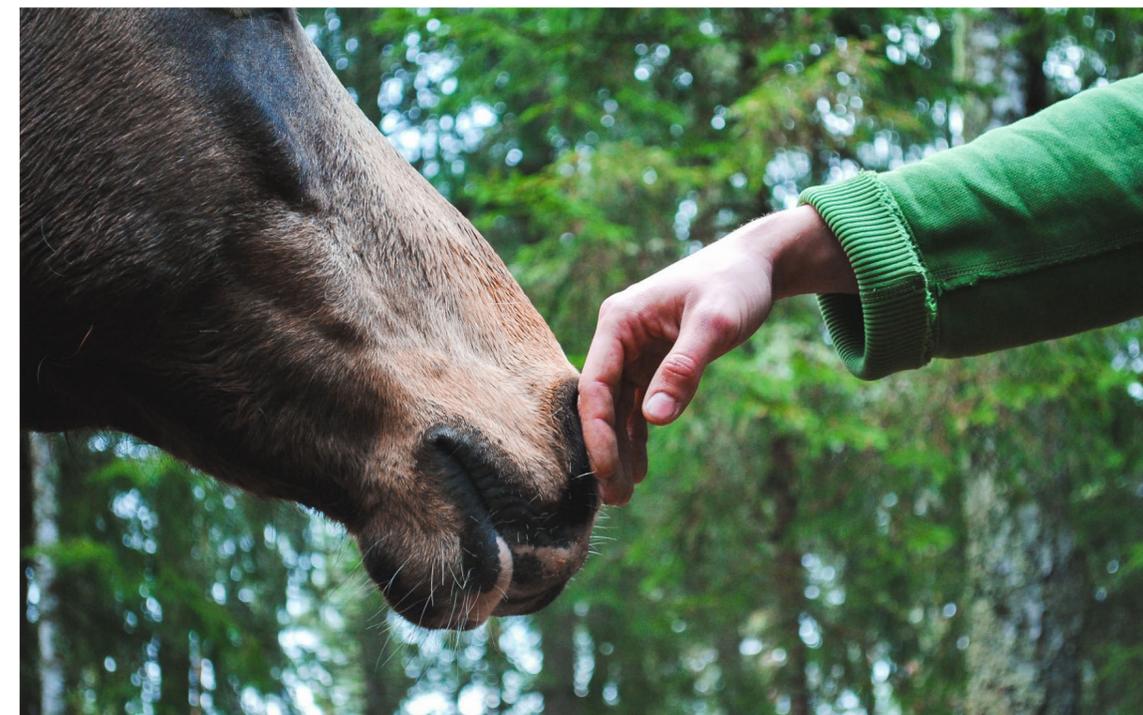
Фотографии природных ландшафтов, сделанные с высокой точки обзора либо с самолета. Фотографии должны демонстрировать глобальность и масштаб компании.



Изображения, демонстрирующие фокус компании на технологии, которые несут позитивные изменения и позволяют оптимизировать ресурсы.

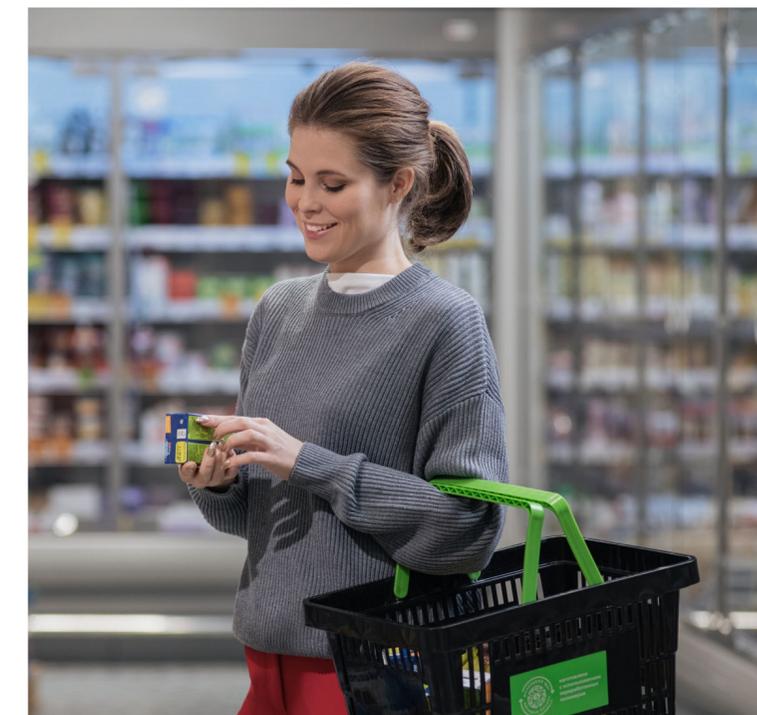


Бережное отношение к животному миру – маркер  
сознательности современного общества.



# Фотостиль Магазины

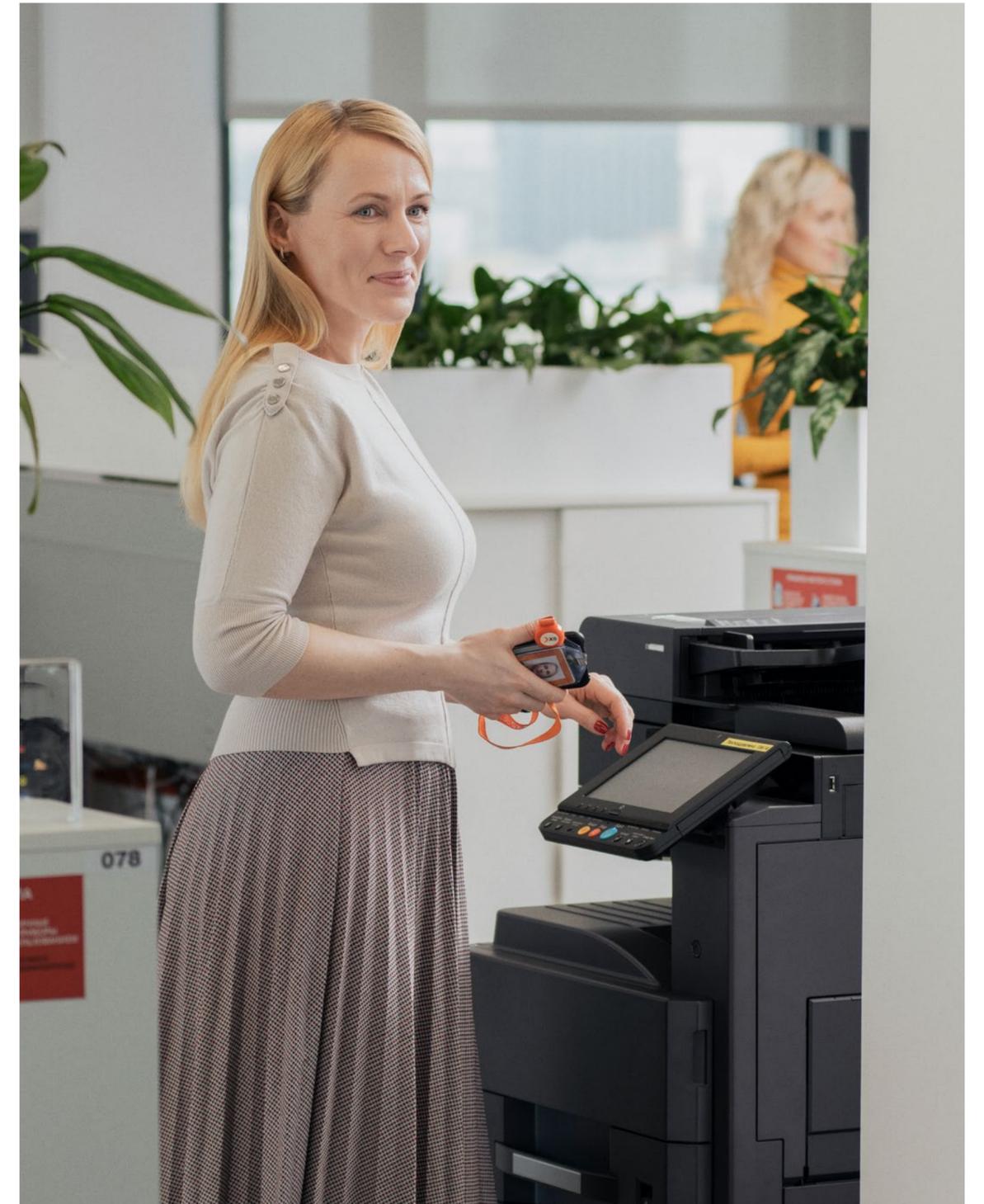
Повседневная жизнь магазинов, покупатели, делающие свой выбор, и сотрудники при выполнении своих обязанностей. Цветовая гамма холодноватая, с внедрением зелёных акцентов.



# Фотостиль

## Офис

Сотрудники компании в рабочей обстановке за выполнением своих обязанностей или на отдыхе. Цветовая гамма нейтральная или холодная, в качестве акцентных цветов выступают оттенки зелёного.





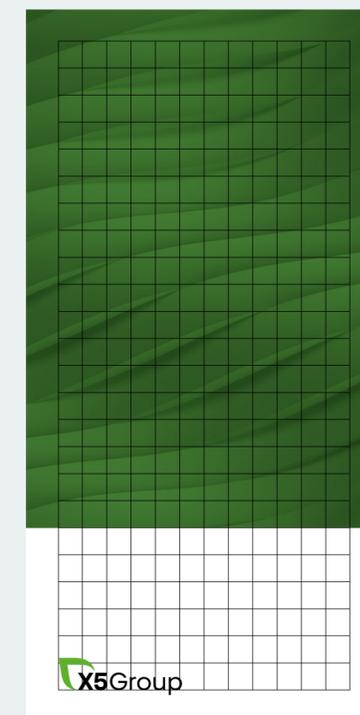
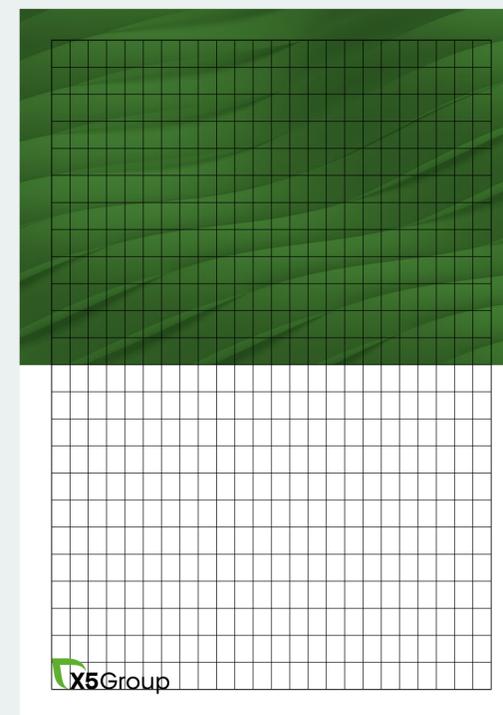
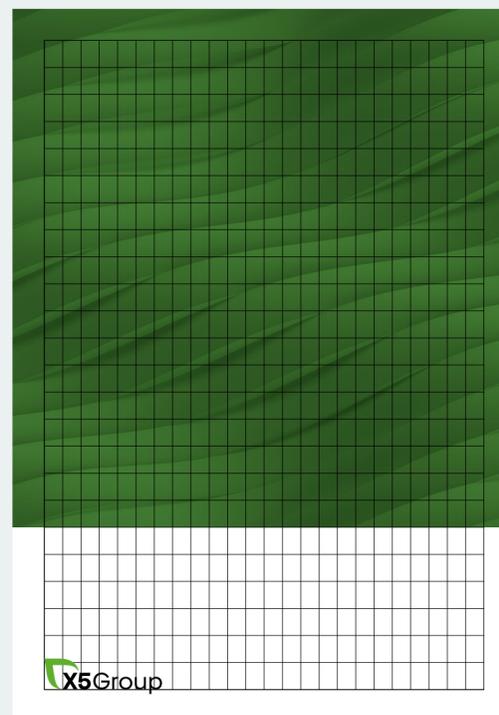
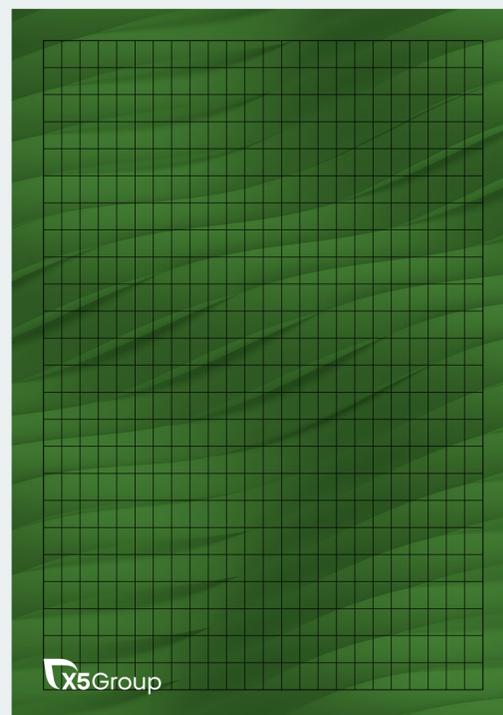
Мы стремимся к осознанному потреблению и использованию ресурсов, в том числе визуальных. Это выражается в отказе от ненужных графических решений и декора. Наш стиль – это лаконичность и чистота макета.

## Основные принципы создания коммуникационных макетов

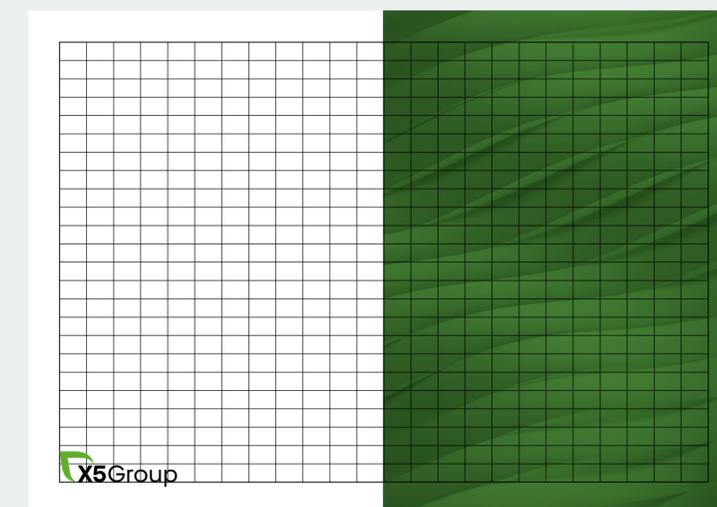
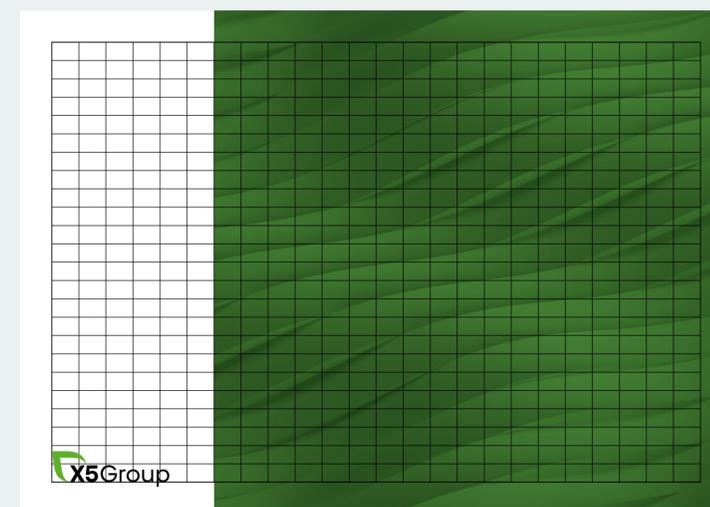
Все коммуникационные макеты строятся по сетке 24×24.

Для ультраузких форматов, чьи пропорции равны или меньше 2:1 или 1:2, используется сетка 24:12 или 12×24, где на 12 делится короткая сторона.

Фотоизображения и иллюстративные материалы на макетах могут занимать как весь макет целиком, так и его часть. Располагать их стоит также по сетке.

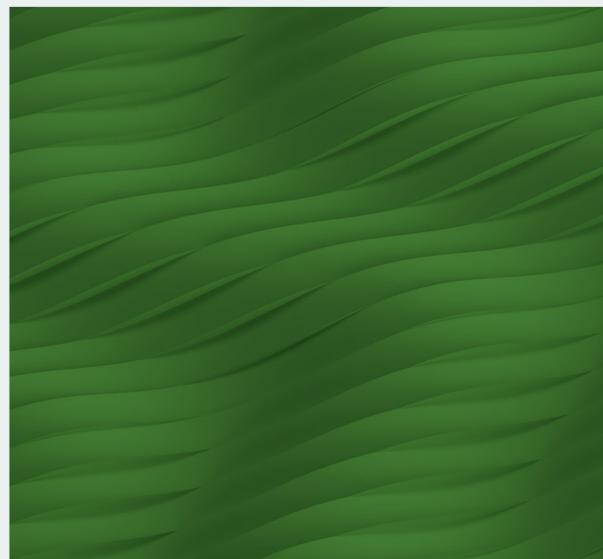


Пример сетки на ультраузком формате



## Основные принципы создания коммуникационных макетов

На плашках могут размещаться 3D-паттерны,  
фотоизображения или иллюстрации.



Устойчивое  
развитие



Устойчивое  
развитие



Устойчивое  
развитие



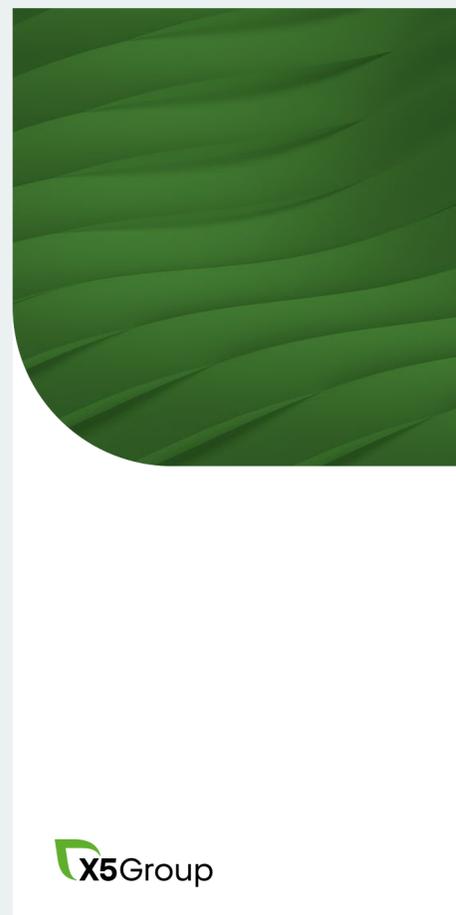
## Основные принципы создания коммуникационных макетов

Изображения размещаются на прямой плашке  
в край формата.

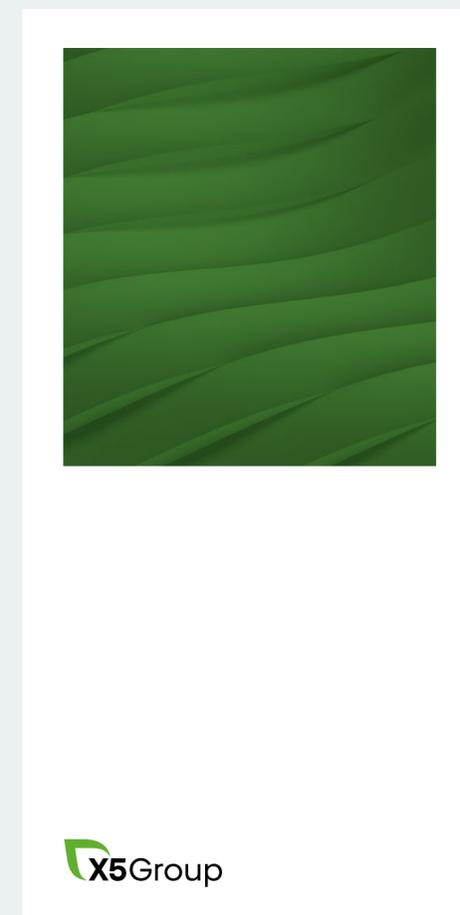
Недопустимо использовать плашку сложной формы,  
размещать ее под углом или применять скругления.



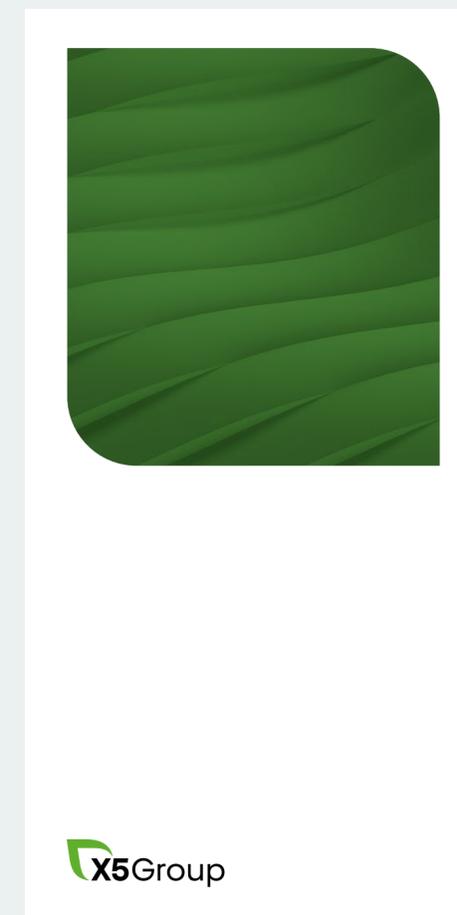
Неправильный пример.  
Плашка располагается  
под углом



Неправильный пример.  
Плашка скруглена



Неправильный пример.  
Плашка размещена не в край  
формата



Неправильный пример.  
Плашка размещена не в край  
формата и скруглена

# Примеры коммуникационных материалов

## Печатные материалы

Корпоративные полиграфические материалы оформляются 3D-паттерном. Допускается размещение паттерна на весь формат либо прием зонирования, разделяющий формат на зону изображения и зону текстового контента.

При зонировании формата стоит придерживаться гармоничных пропорций.



## Примеры коммуникационных материалов

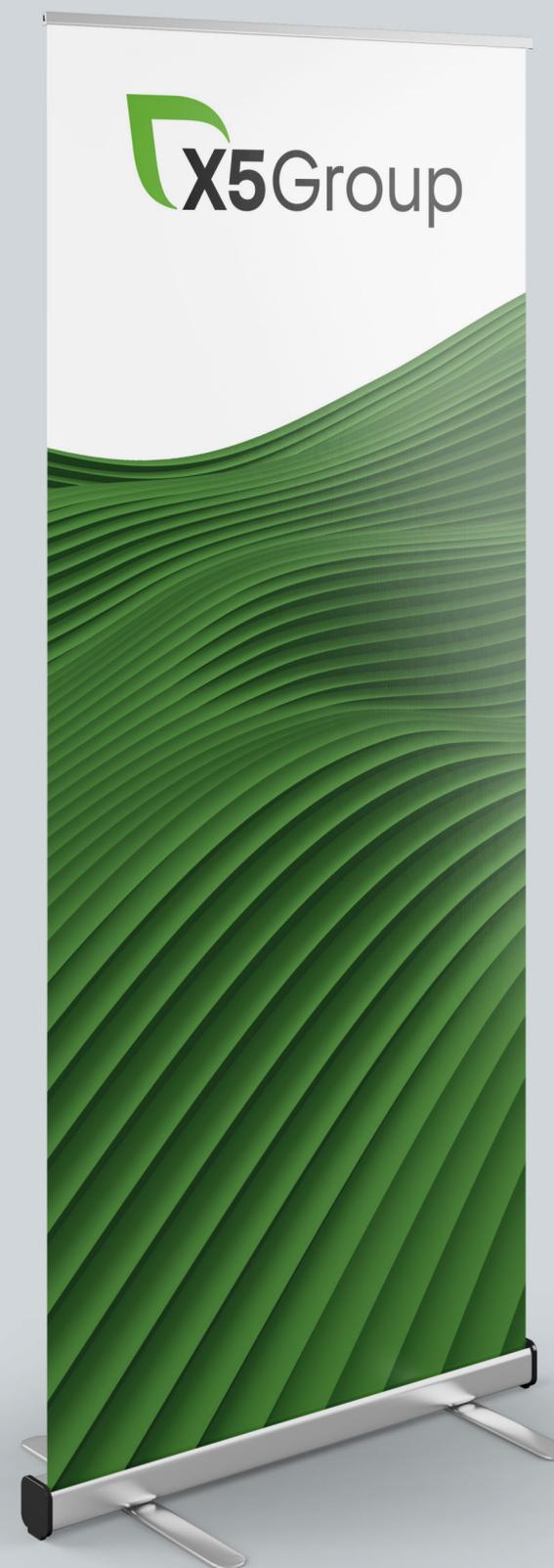
### Печатные материалы

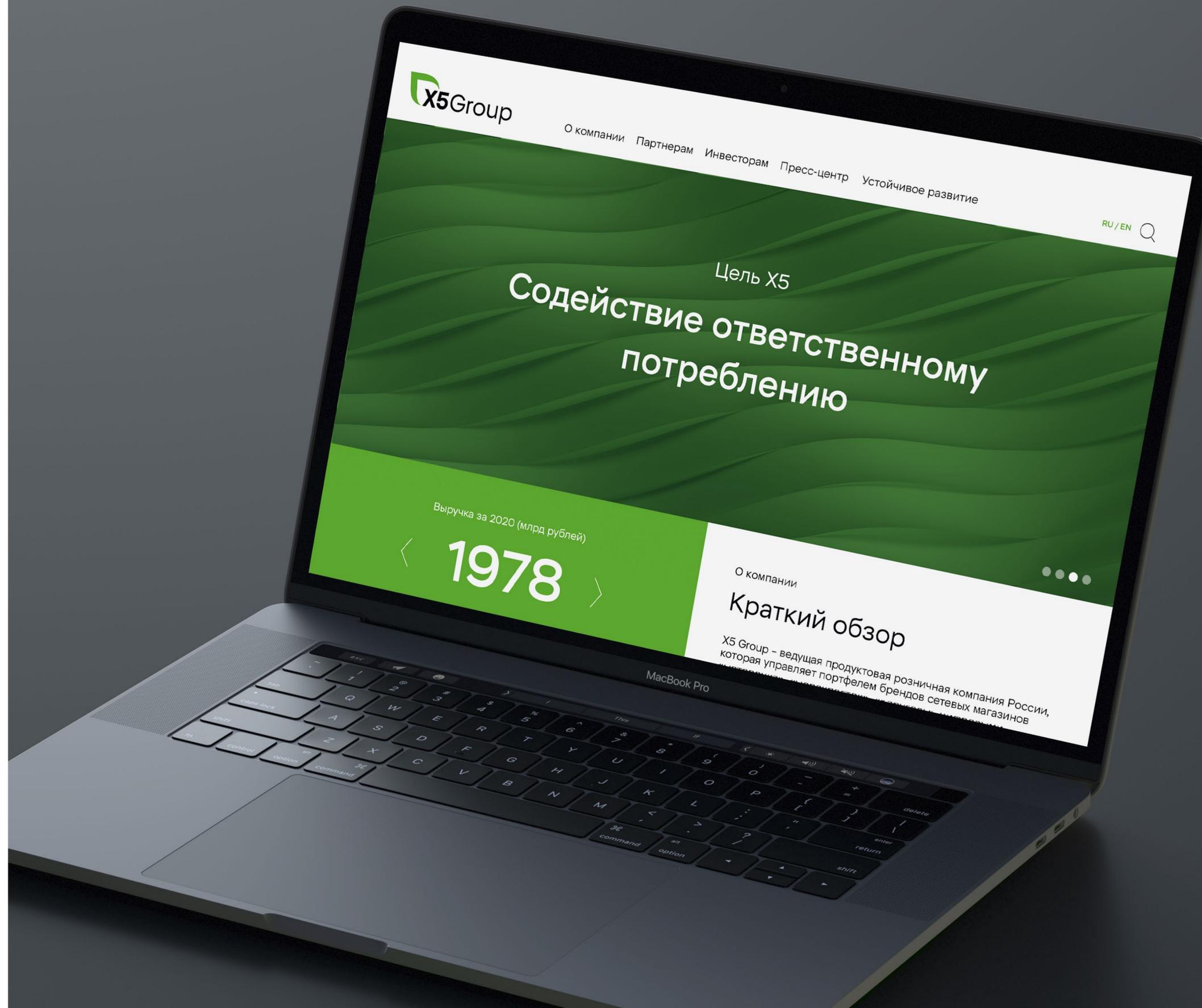
При оформлении тематической полиграфии используются фотографии, иллюстрирующие тематику коммуникационного носителя.

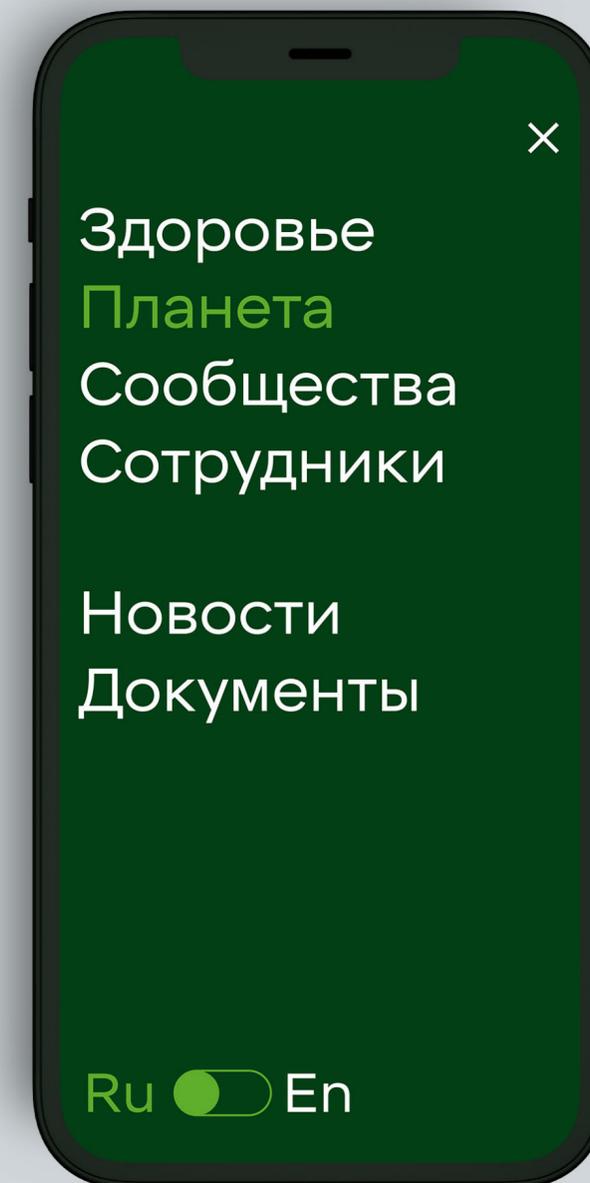
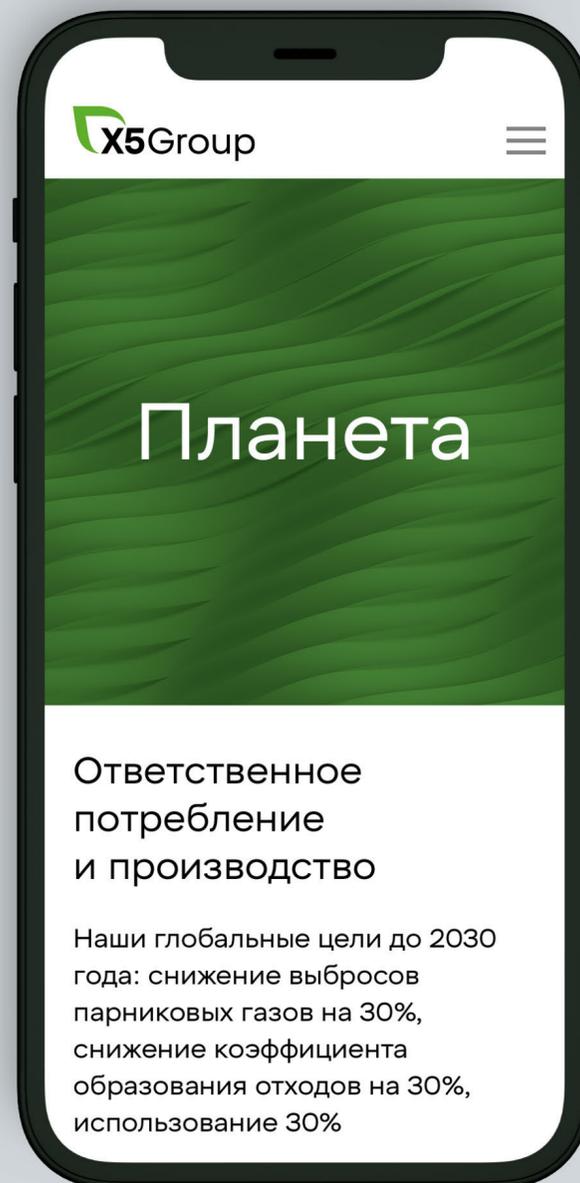
Например, иллюстрирование лифлета, посвящённого альтернативным источникам энергии, или лифлета, посвящённого инициативам компании по укреплению здоровья людей.

При использовании фотографий допускается заливка контентной зоны светло-зелёным цветом. Это может быть использовано для усиления различительных особенностей между разными типами полиграфии, например, для всех материалов, посвящённых ESG.













При оформлении корпоративных презентаций используются пиктограммы, фотоматериалы, иллюстрации, а также цветные заливки из палитры дополнительных цветов.

## Цифровая трансформация

25



### Логистическая оптимизация

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



### Персонализация данных

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto.



### Анализ потребительской корзины

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



### Контроль рациона

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto.



### Покупательская обратная связь

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



### Анализ покупательской активности

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto.

## Краткий обзор

X5 Group – ведущая продуктовая розничная компания России, которая управляет портфелем брендов сетевых магазинов «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Карусель», цифровыми бизнесами «Vprok.ru Перекрёсток», 5Post, «Около», а также собственными службами логистики, прямого импорта и рядом цифровых сервисов для партнёров



## Собственный импорт

Развитие собственного импорта товаров, которые не производятся в России, и сезонных продуктов, в том числе овощей и фруктов – одно из стратегических направлений X5 Retail Group. Чтобы предлагать своим покупателям уникальные импортные товары по наиболее выгодным ценам и с соблюдением всех стандартов качества, X5 активно наращивает прямые поставки из других стран.



Июнь 2021

2

Устойчивее  
вместе

X5.RU











Наша Миссия – улучшать качество жизни людей, предлагая доступные и полезные продукты, вкусную еду, помогая в ежедневных заботах. Для этого мы сформировали экосистему B2B и B2C брендов, реализующих Миссию каждый в своей области.

### Корпоративный бренд

X5 Group

### Бизнес-единицы, программы, проекты, внутренние продукты X5 Group

Цифровая академия  
«Особая среда»  
X5ница  
Поддержка бизнеса  
ОЦО  
СЭД  
и др.

### Суббренды

#### B2B суббренды

X5 Transport  
X5 Import  
X5 Ready Food  
X5 Food Tech  
X5 Tech  
X5 Real Estate  
X5 Dialog

#### B2C суббренды

X5 ID  
X5 Банк  
X5 Pay

### Бренды с поддержкой

#### Цифровые

Vprok.ru  
ОКОЛО  
5Post  
Подписка

#### Офлайн

Пятёрочка  
Перекрёсток  
Карусель  
Чижик

### Независимые бренды

Food.ru

Корпоративный  
бренд

Бизнес-единицы,  
программы, проекты,  
внутренние продукты  
X5 Group

Суббренды

Бренды  
с поддержкой

Независимые  
бренды

 X5Group

Цифровая академия

«Особая среда»

X5ница

Поддержка бизнеса

ОЦО

СЭД

и др.

B2B суббренды

 X5 Transport

 X5 Import

 X5 Dialog

 X5 Real Estate

 X5 Food Tech

 X5 Ready Food

 X5 Tech

B2C суббренды

 X5 Банк

 X5 Pay

 X5 ID

Цифровые

 Vprok.ru<sup>X5</sup>  
Перекрёсток

 5post<sup>X5</sup>

 ОКОЛО<sup>X5</sup>

Подписка

Офлайн

Расположение бренд дескриптора для  
офлайн-брендов предварительное  
и подлежит уточнению по результату  
принятия решения о внедрении в офлайн-  
бизнесы в 2022 году.

 Пятёрочка<sup>X5</sup>

 Перекрёсток<sup>X5</sup>

 ГИПЕРМАРКЕТ  
КАРУСЕЛЬ<sup>X5</sup>

 ЧИЖИК<sup>X5</sup>

**FOOD.RU**

## Бренды компании

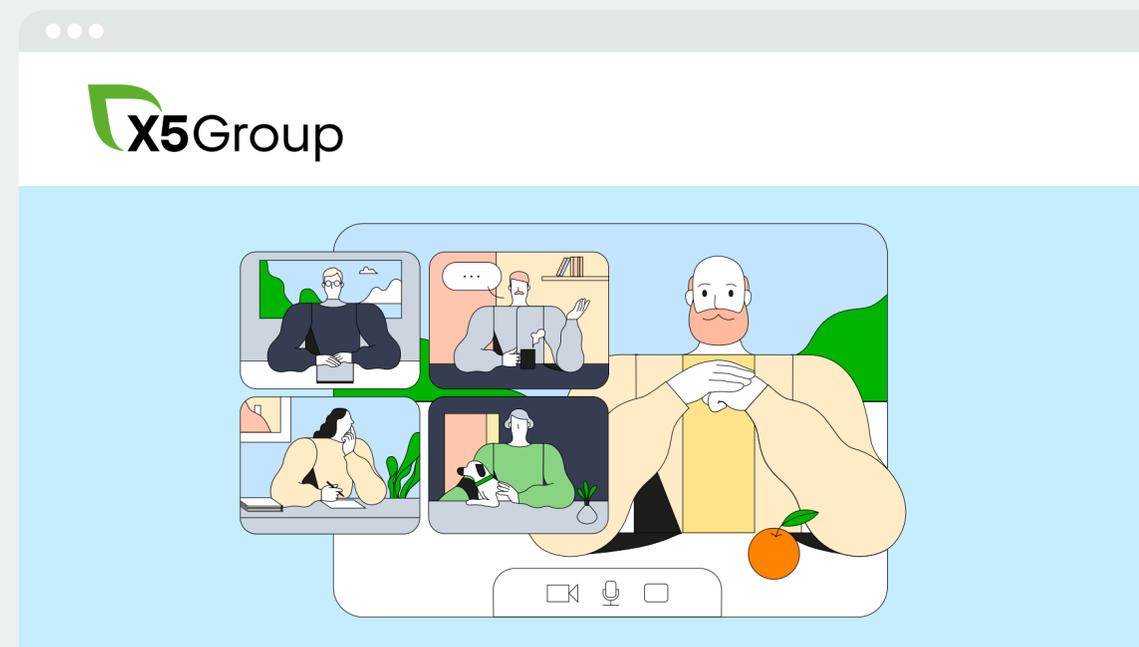
Бизнес-единицы, программы, проекты, внутренние продукты X5 Group

Бизнес-единицы, программы, проекты, внутренние продукты X5 Group «живут» внутри айдентики бренда и маркируются логотипом X5 Group. Названия присутствуют в виде текстовых заголовков, выполненных наборным шрифтом.

Программы, проекты и инициативы могут сопровождаться фотоматериалами, иллюстрациями или собственными кейвижуалами.

В случае необходимости указания принадлежности бизнес-единицы, программы, проекта, внутреннего продукта к X5 Group, возможно расположение названия рядом с бренд дескриптором.

В таком случае логотип отделяется от названия вертикальной чертой.



### «Особая среда» с Антоном Комоловым: Человек – хранитель Земли

**21 апреля 18:00**

Российский радио- и телеведущий развлекательных программ, диджей, актер дубляжа, продюсер, член правления WWF в России

**На встрече поговорим:**

- работа хранителем Земли – как это?
- о том, что такое «час Земли» и «карбоновый след»
- о теории малых дел или что каждый из нас может сделать для сохранения природы?
- о международной инициативе SBTi (Science Based Targets initiative)

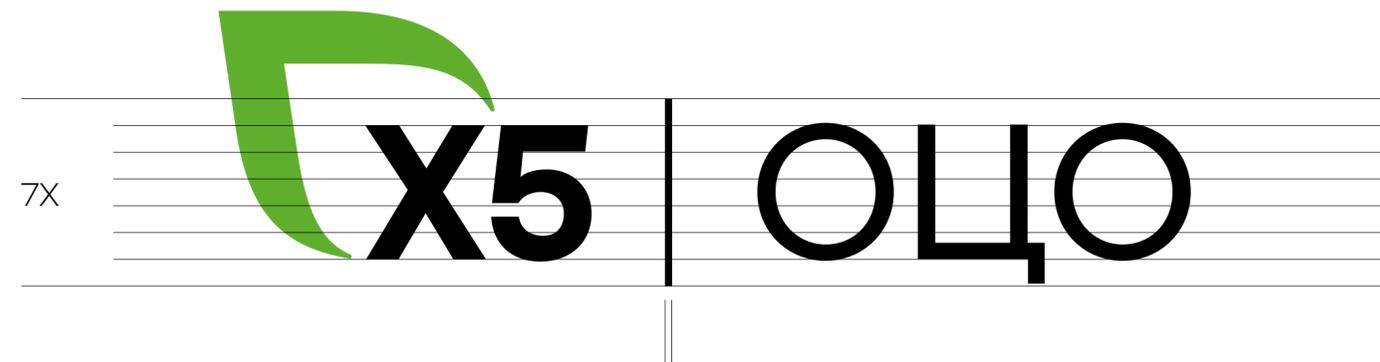
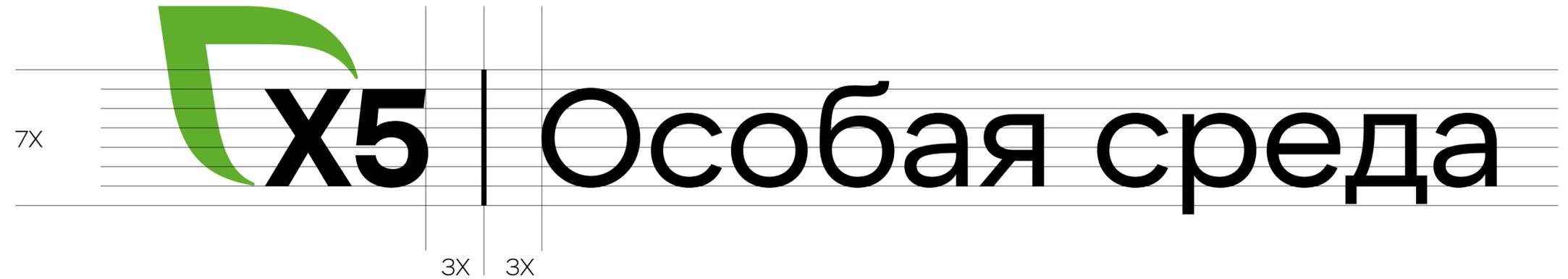
## Бренды компании

Бизнес-единицы, программы, проекты, внутренние продукты X5 Group  
Написание в одну строку

В случае необходимости указания принадлежности бизнес-единицы, программы, проекта, внутреннего продукта к X5 Group, возможно расположение названия рядом с бренд дескриптором.  
В таком случае логотип отделяется от названия вертикальной чертой.

Название набирается шрифтом  
X5 Sans Regular, Kerning: Auto, Tracking: -10.

Пропорции и выравнивания названия  
относительно бренд дескриптора



Толщина вертикальной черты  $1/4X$ .  
При этом толщина вертикальной линии в мелких размерах не должна быть меньше 1 px

## Бренды компании

Бизнес-единицы, программы, проекты, внутренние продукты X5 Group

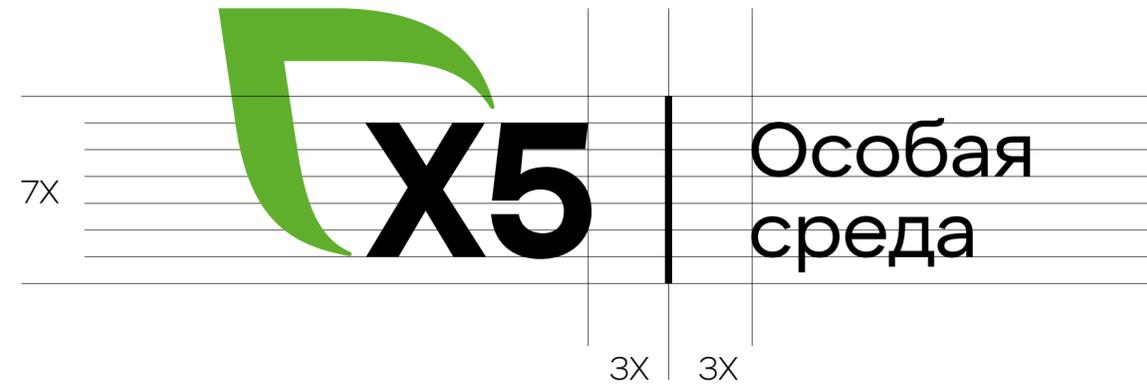
Написание в две строки

В случае необходимости указания принадлежности бизнес-единицы, программы, проекта, внутреннего продукта к X5 Group, возможно расположение названия рядом с бренд дескриптором.

В таком случае логотип отделяется от названия вертикальной чертой.

Название набирается шрифтом X5 Sans Regular, Kerning: Auto, Tracking: -10.

Пропорции и выравнивания названия относительно бренд дескриптора



Примеры бренд дескриптора в сочетании с названиями



## Бренды компании

### Суббренды

#### Общие правила

Суббрендом становятся бизнес-единица, продукт, направление или инициатива, имеющие внешнюю коммуникацию с целевой аудиторией, отличной от аудитории X5 Group, либо специфическое фокусное обещание.

Логотипы суббрендов создаются по общим для всех суббрендов правилам.

Суббренды делятся на две категории: B2B и B2C.

При создании логотипов для суббрендов из категории B2C допускается использование как латинских, так и кириллических названий. Название суббренда B2C не может состоять из двух слов.

При разработке логотипов категории B2B допускаются только латинские написания названий суббрендов.

Название суббренда может состоять из двух слов, расположенных как в одну, так и в две строки.

Если название состоит из двух слов, каждое слово начинается с прописной буквы.

 **X5**Банк

 **X5**Pay

 **X5**ID

 **X5**Ритэйл банк

 **X5** Transport

 **X5** Import

 **X5** Dialog

 **X5** Real Estate

 **X5** Транспорт

 **X5** Food Tech

 **X5** Ready Food

 **X5** Tech

## Бренды компании

### Суббренды

### Визуальный стиль

Айдентика суббрендов является частью общей экосистемы X5 Group.

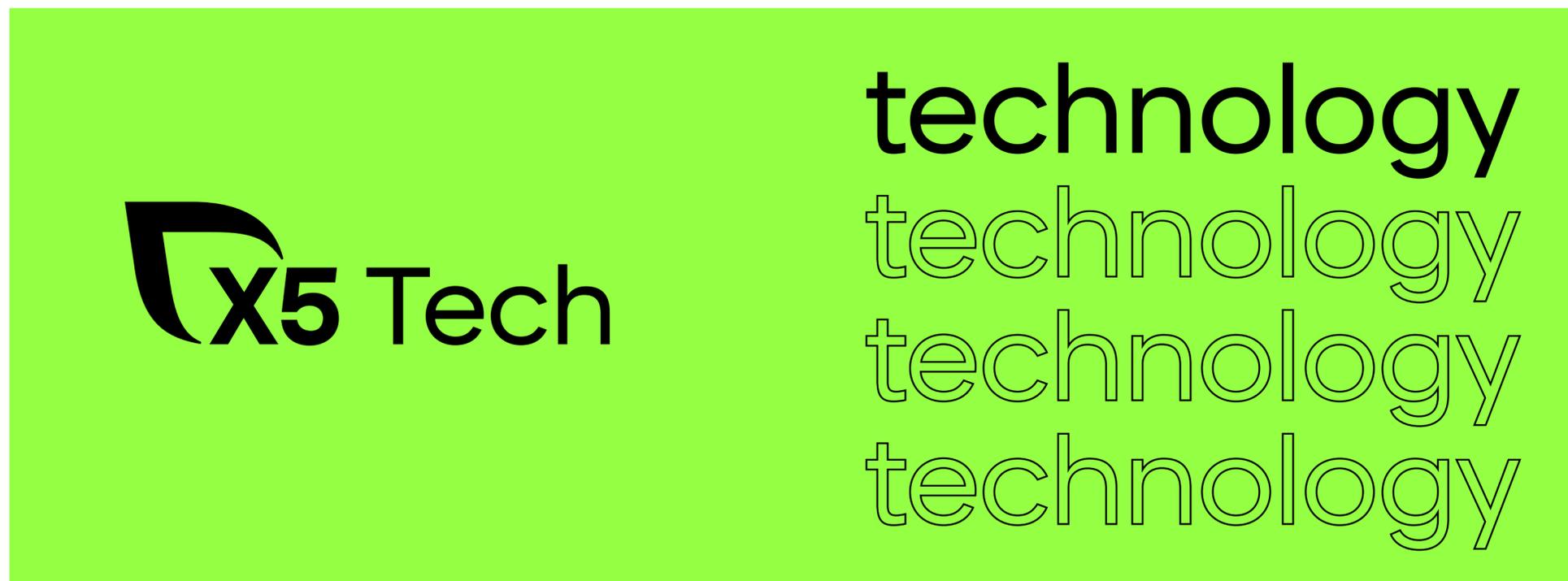
Айдентика суббрендов опирается на общие константы айдентики X5 Group:

- общие правила использования и размещения логотипов
- основные фирменные цвета
- общие шрифтовые начертания
- общие правила построения макетов

Айдентика суббрендов может иметь собственные дифференцирующие элементы:

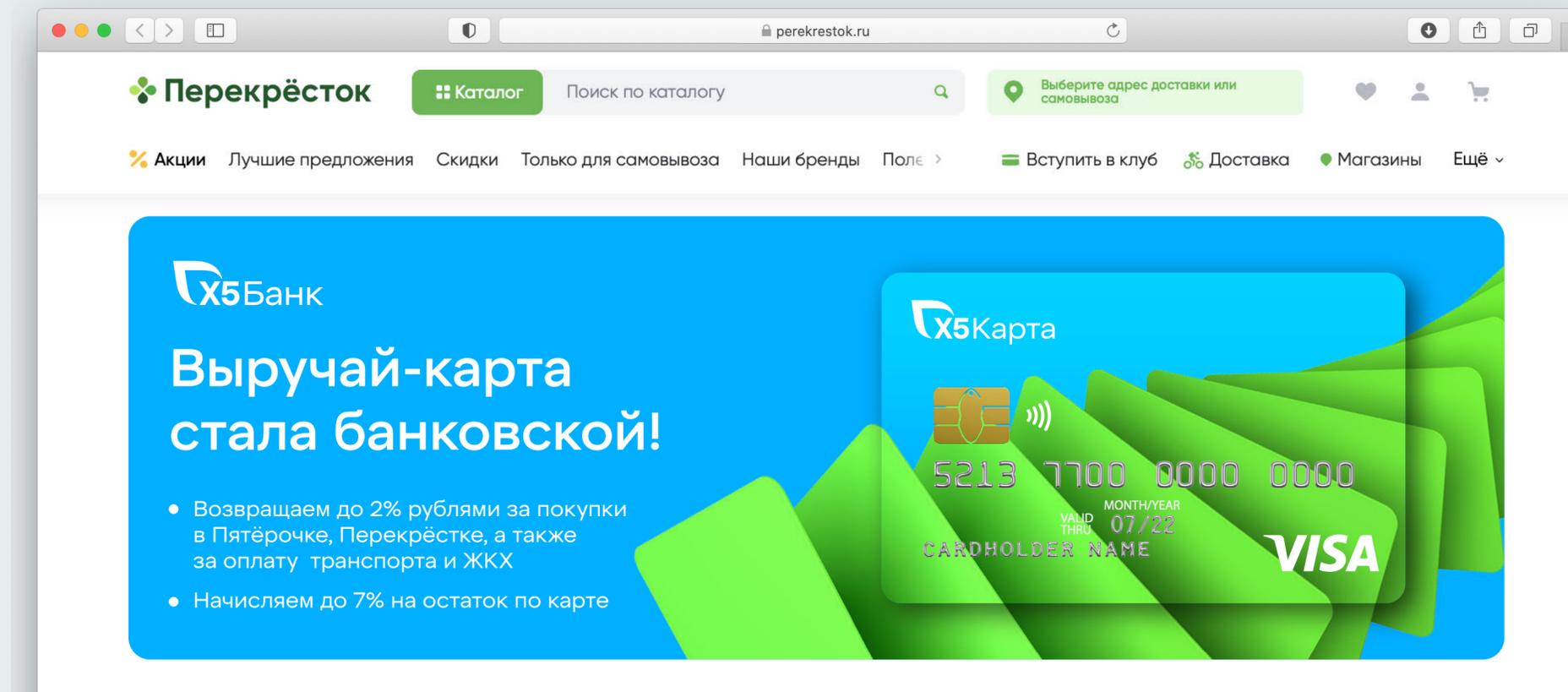
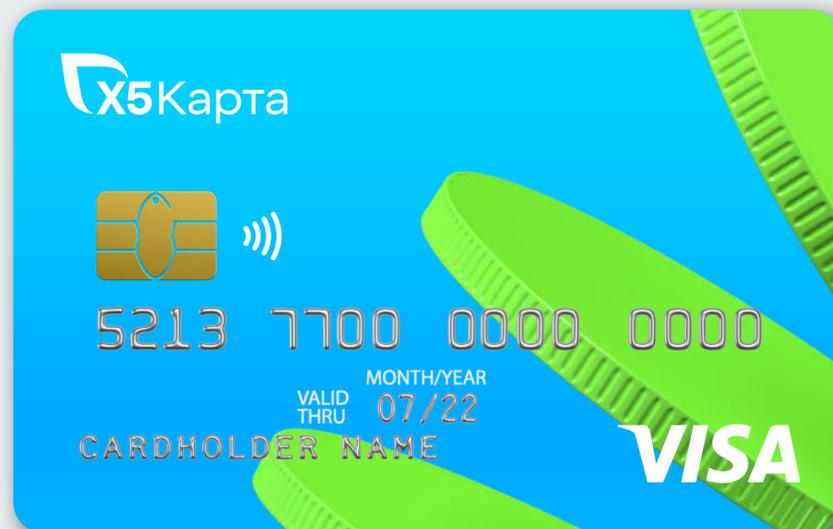
- дополнительные фирменные цвета
- дифференцирующие 3D-паттерны или дифференцирующую графику
- тематический иллюстративный ряд
- тематический фотостиль

Подробнее о визуальном стиле суббрендов можно узнать, обратившись на [brand@x5.ru](mailto:brand@x5.ru)



Бренды компании  
Суббренды  
Визуальный стиль X5 Банк

Айдентика суббренда X5 Банк.  
Подробные правила описаны в руководстве  
фирменного стиля X5 Банк.



Бренды компании  
Суббренды  
Визуальный стиль X5 Tech

Айдентика суббренда X5 Tech.  
Подробные правила описаны в руководстве  
фирменного стиля X5 Tech.



# Бренды компании

## Суббренды

### Логотипы суббрендов B2C

В сегментах B2C могут использоваться суббренды как с латинским, так и с кириллическими названиями.

Название суббренда набирается с прописной (заглавной) буквы.

Расстояние между бренд дескриптором и названием суббренда в B2C фиксировано и равно 0,25 от высоты «X» в бренд дескрипторе.

Название суббрендов набирается шрифтом X5 Sans Regular, Kerning: Auto, Tracking: -10.

Построение логотипов B2C



# Бренды компании

## Суббренды

### Логотипы суббрендов B2B

В сегментах B2B могут использоваться суббренды только с латинскими названиями.

Название суббренда набирается с прописной (заглавной) буквы.

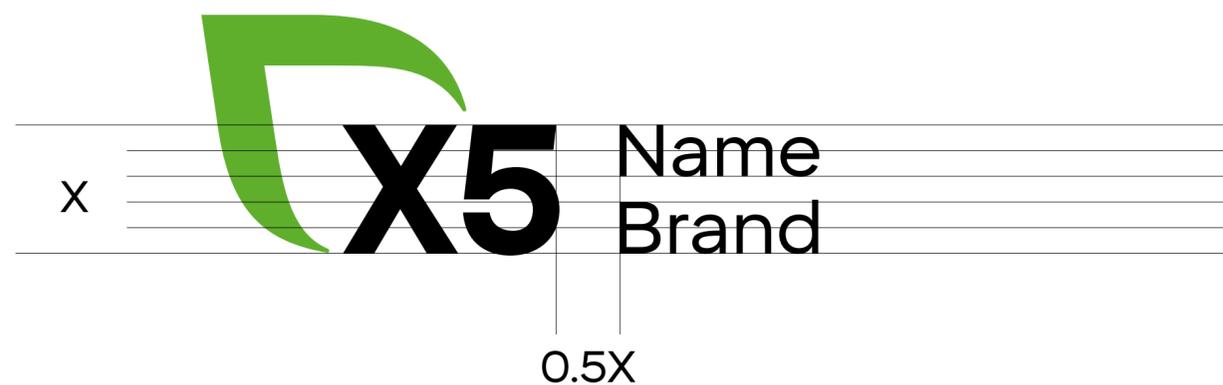
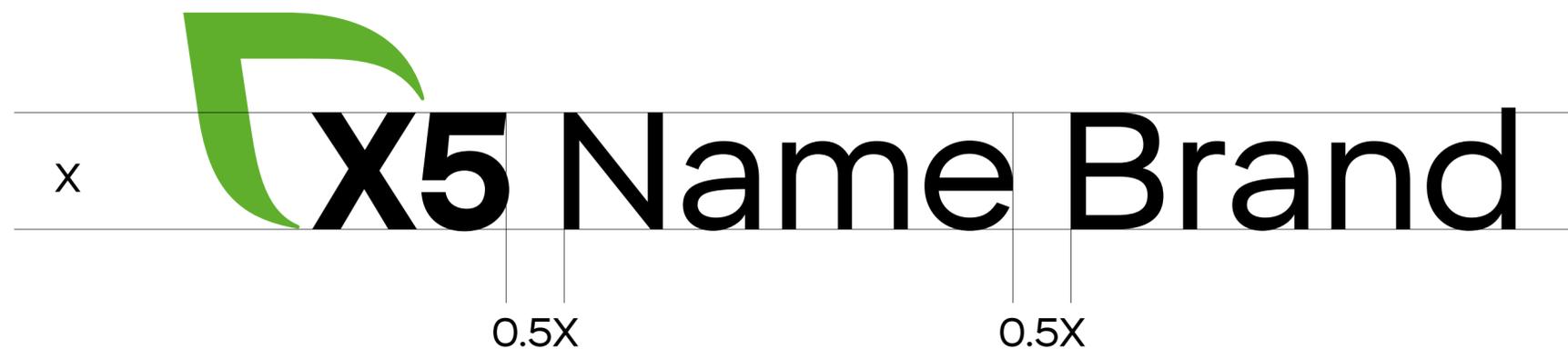
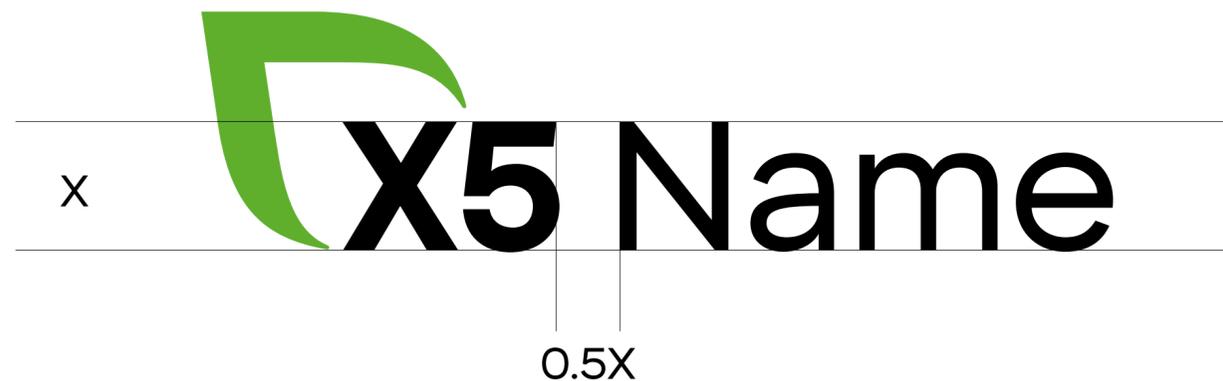
Расстояние между бренд дескриптором и названием суббренда в B2B фиксировано и равно 0,5 от высоты «X» в бренд дескрипторе.

Если название суббренда состоит из двух слов, каждое слово набирается с прописной буквы и расстояние между ними также равно 0,5 от высоты «X».

Название суббрендов набирается шрифтом X5 Sans Regular, Kerning: Auto, Tracking: -10.

При наборе в 2 строки Tracking: 0.

Построение логотипов B2B





Существуют 2 области применения кобрендинга:

1) Логотипы суббрендов, брендов компании и логотипы сторонних брендов встраиваются в айдентику X5 Group, используя ее систему дизайна (территория X5 Group).

2) На территории других брендов логотип X5 Group использует их собственную систему дизайна (находясь там в роли бренда-партнера или бренда, оказывающего поддержку).

Приведенные в данном разделе правила позволяют работать с задачами в обеих описанных выше областях.

## Система дизайна мастер-бренда X5

Корпоративный бренд



Суббренды

В2В суббренды



В2С суббренды



## Система дизайна бренда компании или стороннего бренда

Бренды компании

Сторонние бренды

Цифровые



Подписка



Офлайн



Для создания максимально гибкой системы используются 2 варианта модульной сетки (grid 1 / grid 2).

**Grid 1**

Регулярный шаг сетки – привязка к высоте строчной логотипа X5 Group.  
Пропорции сетки 1:1; 1:2.

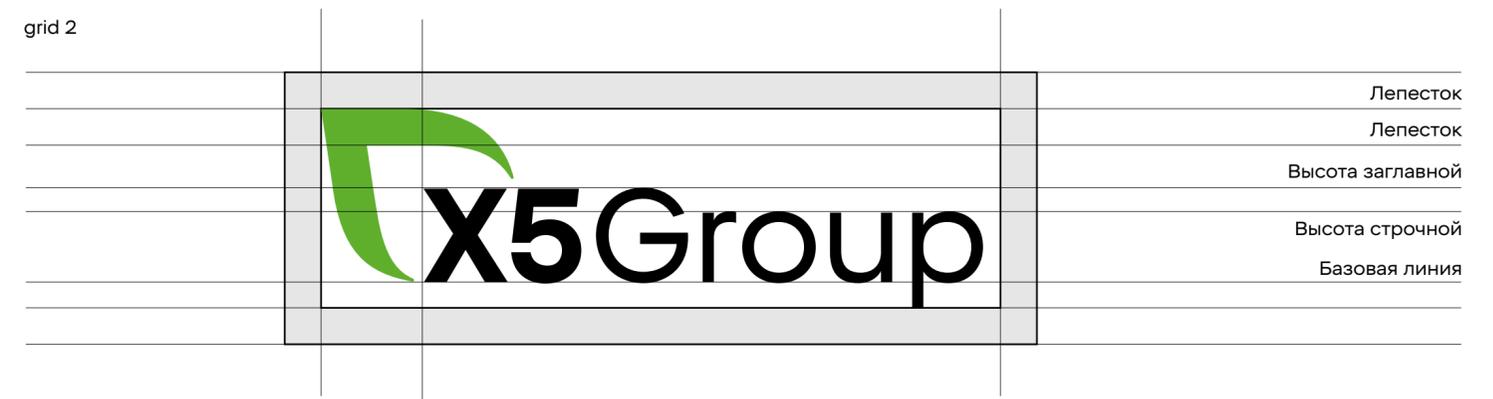
Используется для работы на территории X5 Group, суббрендов и брендов компании (1-2-3 на схеме).

**Grid 2**

Сетка строится на привязке к графическим элементам логотипа X5 Group (базовая линия шрифта, графический символ-лепесток, высота строчной, высота заглавной, фрейм общих пропорций логотипа).

Используется для работы на территории сторонних брендов и при партнерском (равном) размещении X5 Group (4-5 на схеме).

- 1    
- 2  
- 3  
- 4  
- 5  



Кобрендинг.

Территория корпоративного бренда X5 Group

Логотипы суббрендов используют систему дизайна корпоративного бренда X5 Group.

Используется модульная сетка 1.  
Размерная сетка логотипов суббрендов имеет градацию в 3 шага.

grid 1



grid 1 / size 1



1) размер 75%

grid 1 / size 2



2) размер 50%

grid 1 / size 3



3) размер 25%

Кобрендинг  
Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + суббренды

Мероприятие X5.  
Пример размещения логотипов суббрендов

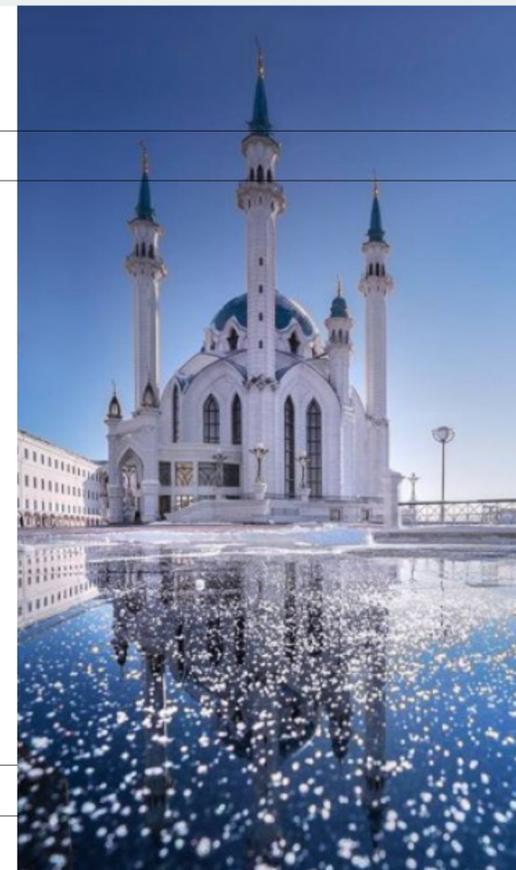


Форум

Республика  
Татарстан



grid 1 / size 2



Бренды компании встраиваются в айдентику X5, используя систему дизайна корпоративного бренда.

Используется модульная сетка 1. Размерная сетка логотипов имеет градацию в 3 шага.

grid 1



grid 1 / size 1



1) размер 75%

grid 1 / size 2



2) размер 50%

grid 1 / size 3



3) размер 25%

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + бренды компании 2

Бренды компании встраиваются в айдентику X5,  
используя систему дизайна корпоративного бренда.

Используется модульная сетка 1.

Размерная сетка логотипов имеет градацию  
в 3 шага.

grid 1



grid 1 / size 1



grid 1 / size 2



grid 1 / size 3



# Кобрендинг

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + бренды компании

Мероприятие X5.

Пример размещения логотипов брендов компании



grid 1 / size 3

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + бренды компании

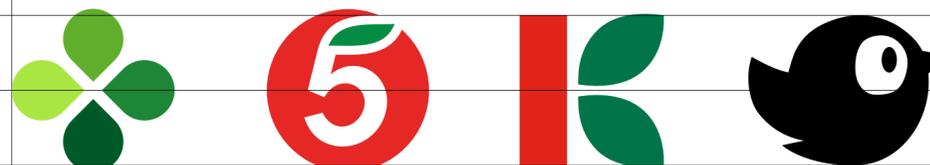
Бренды компании встраиваются в айдентику X5,  
используя систему дизайна корпоративного бренда.

Используется модульная сетка 1.  
Размерная сетка логотипов имеет градацию  
в 3 шага.

grid 1



grid 1 / size 1



1) размер 75%

grid 1 / size 2



2) размер 50%

grid 1 / size 3



3) размер 25%

# Кобрендинг

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + бренды компании

Мероприятие X5.

Пример размещения логотипов брендов компании

Композиционная схема  
компоновки в 2 этажа

grid 1 / size 2



grid 1 / size 2



Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + логотипы сторонних брендов

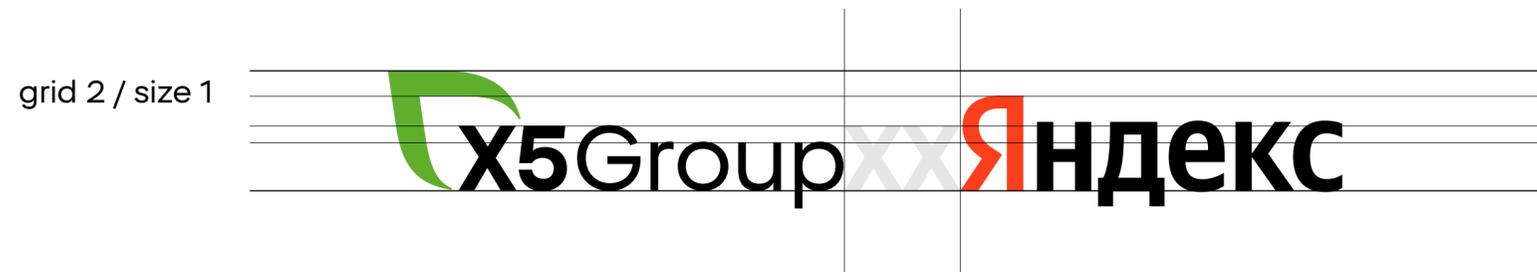
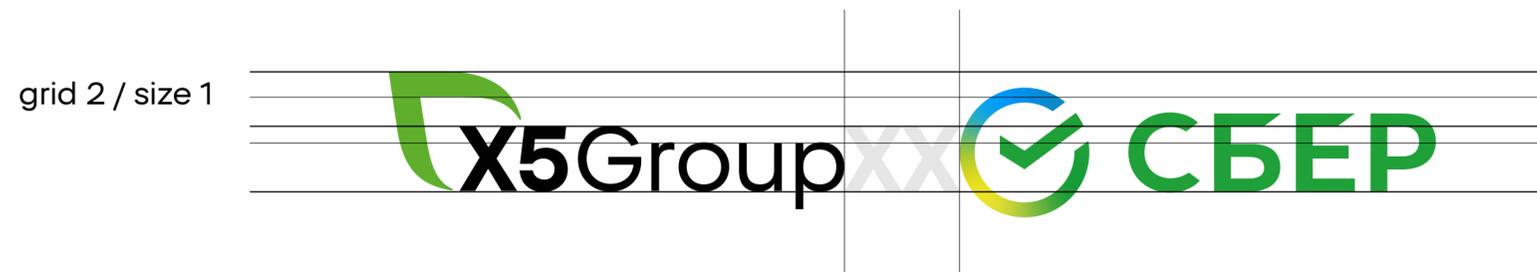
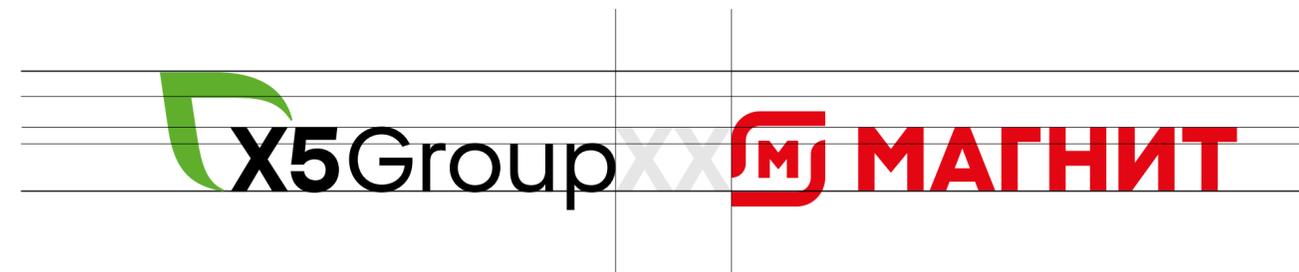
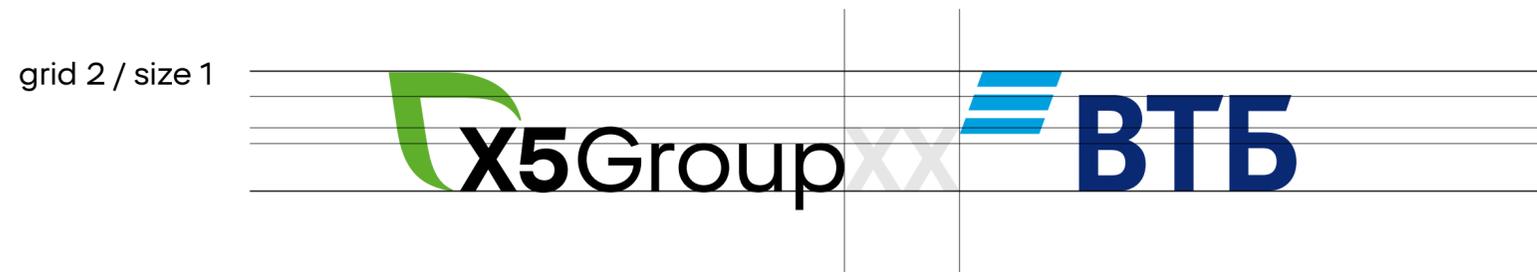
Логотипы сторонних брендов встраиваются в айдентику X5, используя систему дизайна корпоративного бренда.

Используется модульная сетка 1.  
Размерная сетка логотипов сторонних брендов имеет градацию в 3 шага.



Логотипы сторонних брендов при партнерском размещении имеют одинаковые размеры с логотипом X5 (оптически скомпенсированные при помощи модульной сетки 2).

Используется модульная сетка 2.

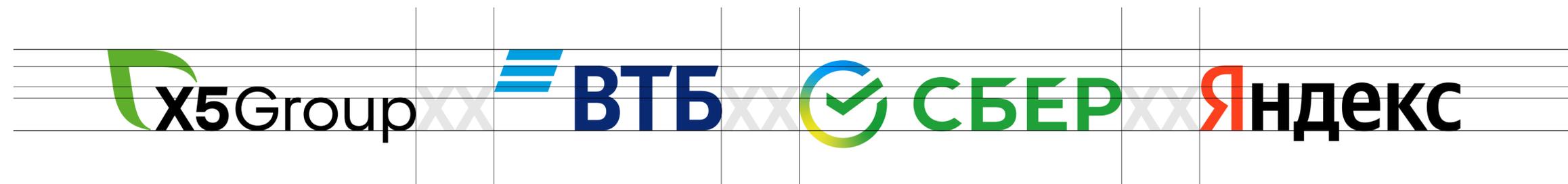


Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + логотипы сторонних брендов

Логотипы сторонних брендов при партнерском размещении имеют одинаковые размеры с логотипом X5 (оптически скомпенсированные при помощи модульной сетки 2).

Используется модульная сетка 2.

grid 2 / size 1



# Кобрендинг

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + логотипы сторонних брендов

Совместное мероприятие X5 + ВТБ + Сбер + Яндекс.

grid 2 / size 1



# Кобрендинг

Территория корпоративного бренда X5 Group  
X5 Group + логотипы сторонних брендов

Совместное мероприятие X5 + ВТБ.

Размещение логотипа партнера + логотипы брендов, оказывающих поддержку.

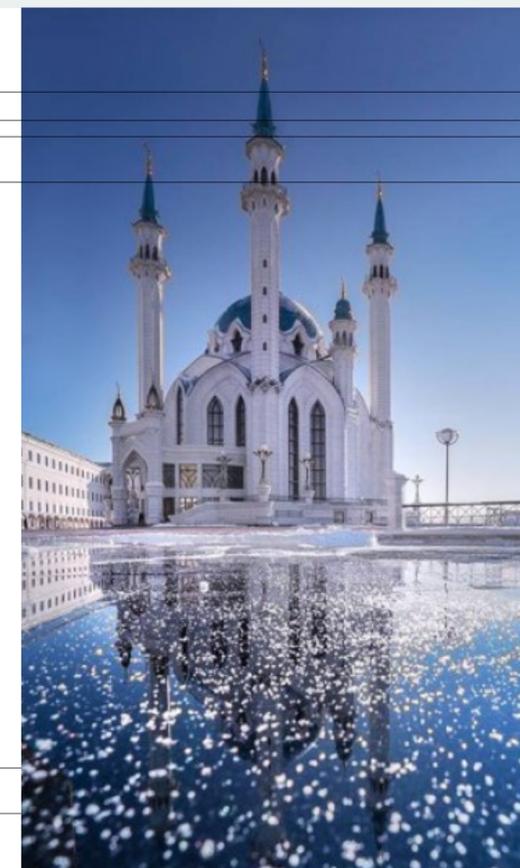
grid 2 / size 1



# Форум

Республика  
Татарстан

grid 1 / size 1

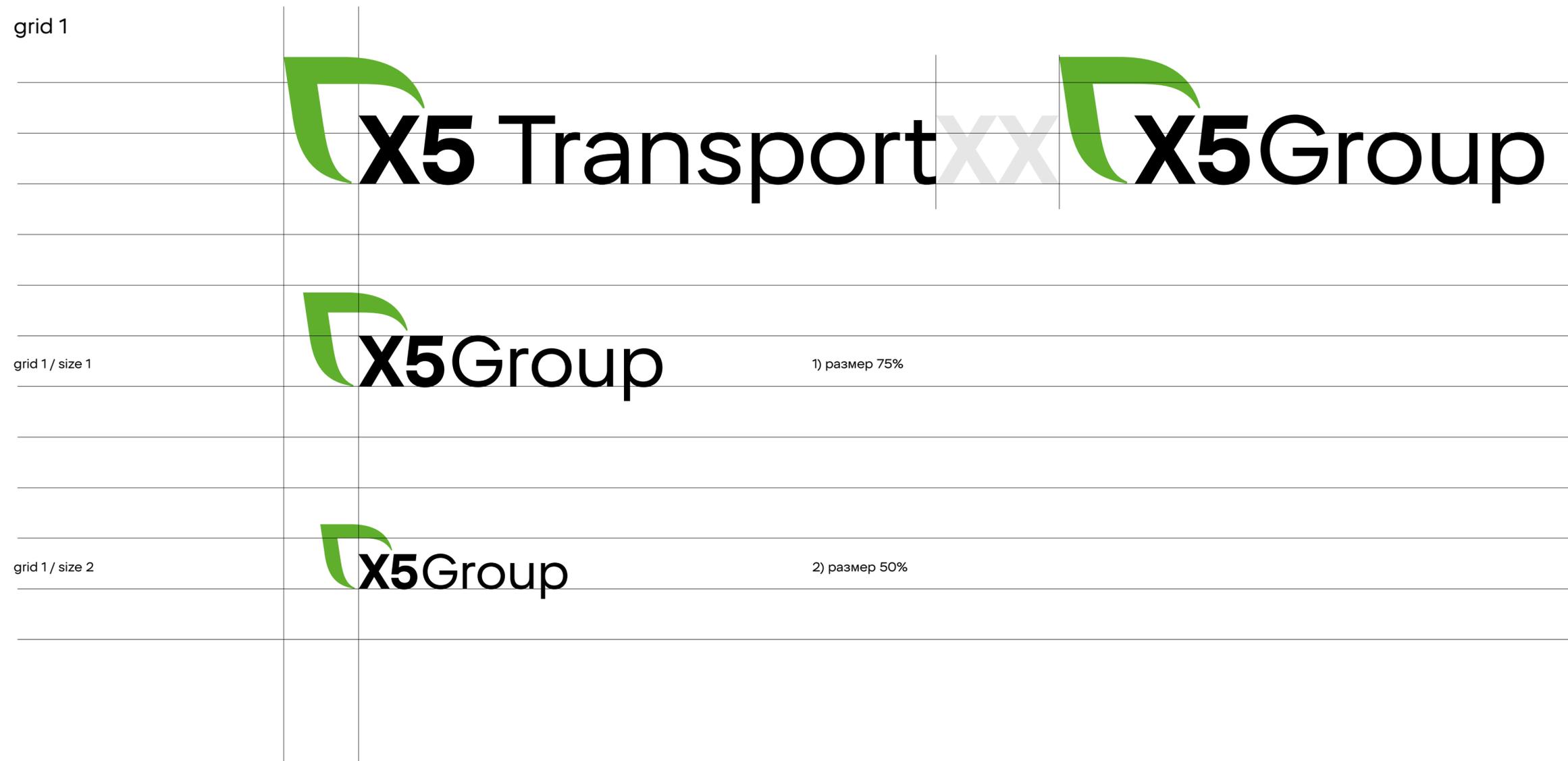


Кобрендинг.

Территория суббрендов и брендов компании

Корпоративный бренд X5, находясь на территории суббренда, использует 3 типоразмера логотипа.

Кобрендинг рассмотрен на примере суббренда X5 Transport.



Бренды компании используют собственную айдентику. Логотип X5 встраивается в систему дизайна бренда компании.

Кобрендинг рассмотрен на примере 4 брендов:

Пятёрочка  
Перекрёсток  
5Post  
Чижик



Корпоративный бренд X5 Group, находясь на территории бренда компании, использует 3 типоразмера логотипа.

grid 1



grid 1 / size 1



1) размер 75%

grid 1 / size 2



2) размер 50%

grid 1 / size 3



3) размер 25%

Корпоративный бренд X5 Group, находясь на территории бренда компании, использует 3 типоразмера логотипа.

grid 1



grid 1 / size 1



1) размер 75%

grid 1 / size 2



2) размер 50%

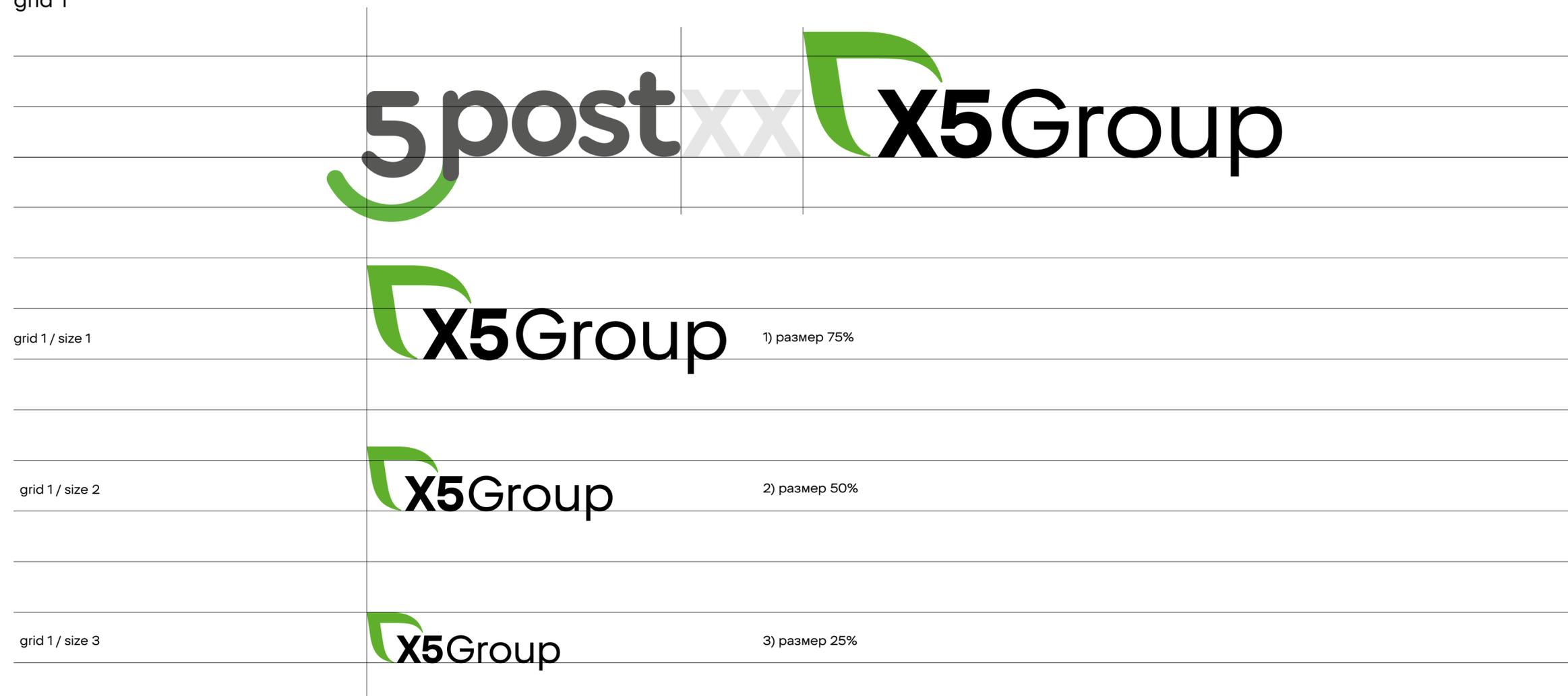
grid 1 / size 3



3) размер 25%

Корпоративный бренд X5 Group, находясь на территории бренда компании, использует 3 типоразмера логотипа.

grid 1



Корпоративный бренд X5 Group, находясь на территории бренда компании, использует 3 типоразмера логотипа.

grid 1



grid 1 / size 1



grid 1 / size 2



grid 1 / size 3

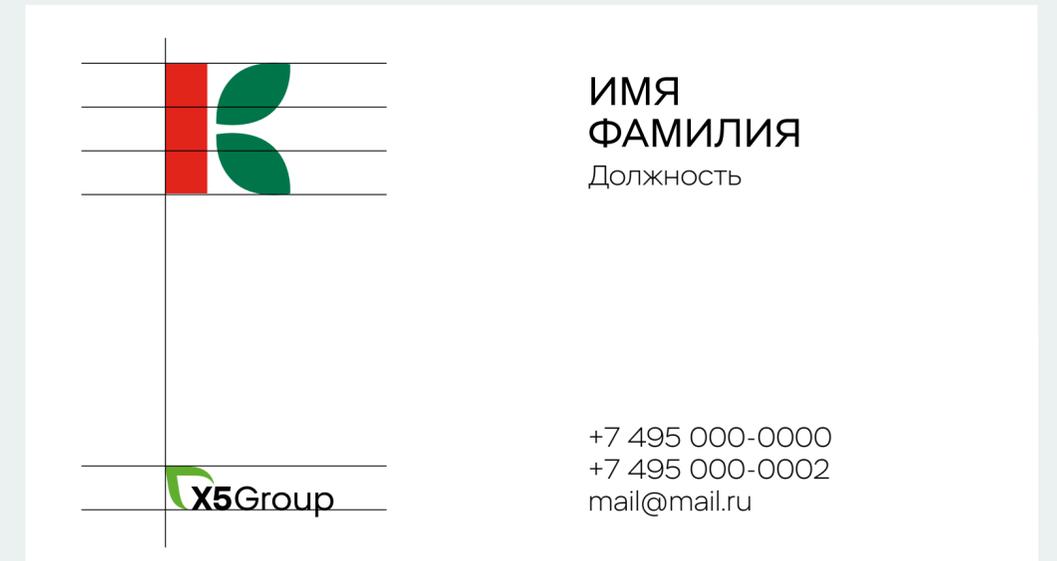




Визитная карточка Виктора Новосельцева. В шапке логотип «5» в красном круге. Контактная информация: начальник отдела дизайна торговой сети «Пятёрочка», телефоны +7 495 662-88-88 и +7 909 251-17-17, электронная почта viktor.novoseltsev@x5.ru, адрес в Москве, БЦ Comcity, Киевское ш., 22 км, д. 6, стр. 1, блок А 105/1, сайт www.x5.ru. В футере логотип X5Group.



Визитная карточка с логотипом в виде четырехлистного клевера. Контактная информация: Имя, Фамилия, Должность, телефоны +7 495 000-0000 и +7 495 000-0002, электронная почта mail@mail.ru. В футере логотип X5Group.



Визитная карточка с логотипом в виде буквы R, образованной из красной и зеленой частей. Контактная информация: Имя, Фамилия, Должность, телефоны +7 495 000-0000 и +7 495 000-0002, электронная почта mail@mail.ru. В футере логотип X5Group.



Визитная карточка с логотипом в виде черного пингвина. Контактная информация: Имя, Фамилия, Должность, телефоны +7 495 000-0000 и +7 495 000-0002, электронная почта mail@mail.ru. В футере логотип X5Group.



Визитная карточка для X5 Transport. В шапке логотип X5 Transport. Контактная информация: Имя, Фамилия, Должность, телефоны +7 495 000-0000 и +7 495 000-0002, электронная почта mail@mail.ru. В футере логотип X5Group.

Кобрендинг.

Территория сторонних брендов

# Кобрендинг

## Территория сторонних брендов

Сторонние бренды используют собственную айдентику. Логотип X5 Group встраивается в систему дизайна стороннего бренда.

Сторонние бренды (примеры):

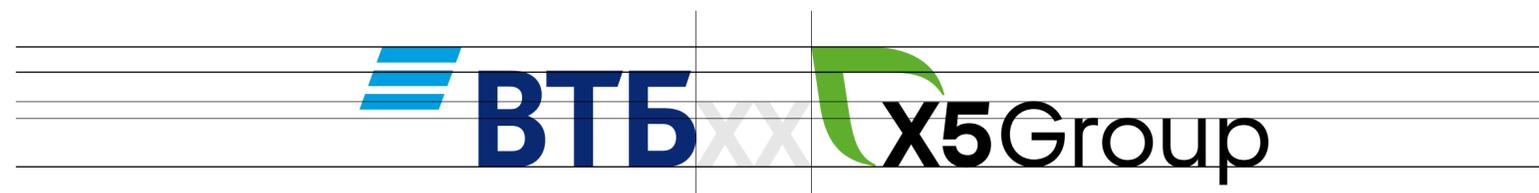
ВТБ  
Сбер  
Яндекс



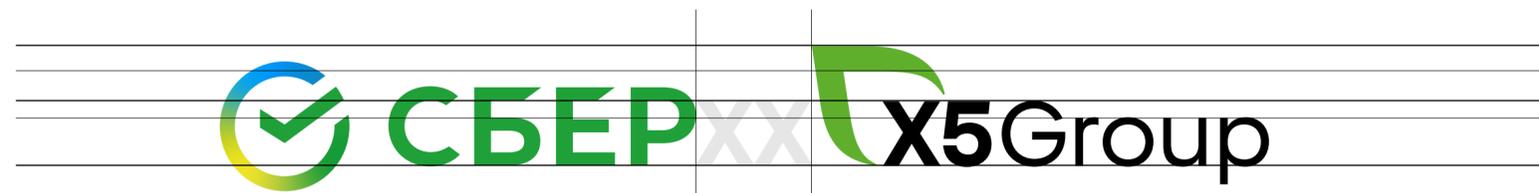
Кобрендинг  
Территория сторонних брендов  
Схема паритетного (партнёрского) размещения логотипов

При партнёрском размещении логотипы  
выравниваются по общей массе, используя  
модульную сетку 2.

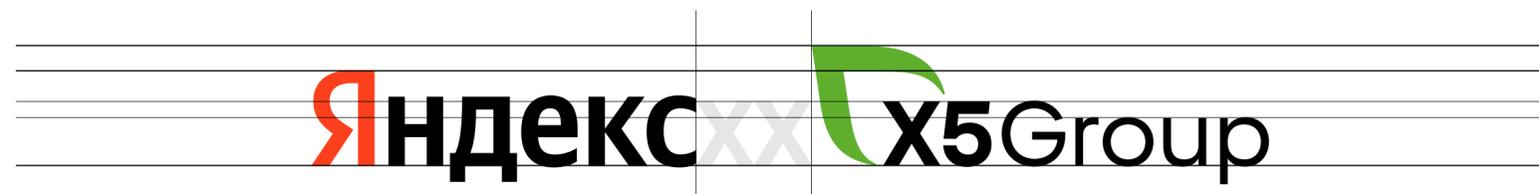
grid 2 / size 1



grid 2 / size 1



grid 2 / size 1

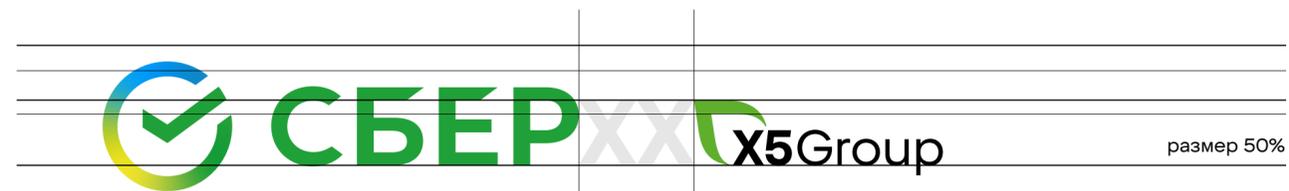


При неравном размещении логотипы  
выравниваются в пропорции 1:2, используя  
модульную сетку 2.

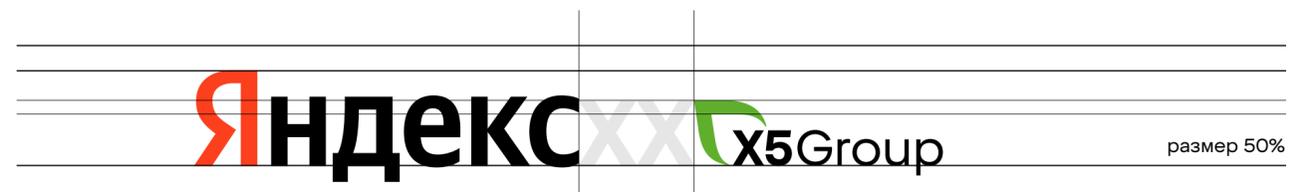
grid 2 / size 2



grid 2 / size 2



grid 2 / size 2



Кобрендинг  
Территория сторонних брендов  
Схема неравного размещения логотипов

Мероприятие ВТБ при поддержке Сбер, Яндекс, X5 Group.

При неравном размещении логотипы выравниваются в пропорции 1:2, используя модульную сетку 2.

 ВТБ

Форум

Республика  
Татарстан

 СБЕР x  ЯНДЕКС x  X5Group



Кобрендинг  
Территория сторонних брендов  
Бренд дескриптор X5

Возможны 3 градации размеров бренд дескриптора X5 по отношению к логотипу стороннего бренда, используя модульную сетку 1.

grid 1



grid 1



grid 1



