



Руководство по фирменному стилю





ВВЕДЕНИЕ

Этот брендбук описывает правила использования фирменного стиля клиники спортивной медицины **SMART RECOVERY**.

Он разработан для обеспечения визуальной целостности бренда во всех каналах коммуникации - от печатной продукции до цифровых носителей.

Документ предназначен для дизайнеров, маркетологов, партнёров и подрядчиков, участвующих в создании рекламных, информационных и презентационных материалов бренда.

Фирменный стиль SMART RECOVERY
отражает ценности клиники: профессионализм,
технологичность и заботу о восстановлении
качества жизни.

Чёткая визуальная система помогает формировать узнаваемость и доверие к бренду.

Версия документа: Brand Book v1.1
28.07.2025

СОДЕРЖАНИЕ



Логотип

Фирменный знак	4
Основная версия	3
Монохромная версия	6
Охранное поле	7
Запреты и ограничения	8

Фирменная Палитра

Цвет	9
Градиент	10
Фон и логотип	11

Типографика

Фирменный шрифт	12
Иерархия	13
Фирменные графические элементы	14
Единая система вёрстки	15
Принципы разработки макетов	16



ЛОГОТИП. ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Фирменный знак **SMART RECOVERY** представляет собой стилизованную фигуру человека, вписанную в круг, выполненную в сине-зелёной палитре с плавным градиентом.

Он символизирует:

- Движение и активность,
- Здоровье и восстановление,
- Баланс тела и разума.

Знак может использоваться как самостоятельный элемент фирменного стиля - например, на иконках, бейджах, соцсетях и мерче - только в утверждённой форме и без искажений.



ЛОГОТИП. ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ



Фирменный логотип SMART RECOVERY

состоит из трёх элементов:

Слово SMART - строгий чёрный цвет, акцент на умном (научном и технологичном) восстановлении.

Знак - динамичная фигура в круге, символизирует здоровье, движение и восстановление.

Слово RECOVERY - фирменный зелёный, отражает реабилитацию, консервативное лечение травм без операции.

Предусмотрено несколько версий логотипов:

- Без дескриптора
- С основным дескриптором
- Уменьшенным дескриптором (для крупных форматов).

Логотип построен по модульной сетке и сохраняет баланс при масштабировании.

В отдельных случаях, по предварительному согласованию, допускается использование логотипа в пределах утверждённой фирменной палитры (например, при адаптации под носители или в рамках специальных фоновых решений).

ЛОГОТИП. МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ

Монохромная версия.

Монохромные логотипы применяются в случаях, когда использование фирменных цветов невозможно — например, при одноцветной печати, тиснении, гравировке или использовании на ограниченных носителях.

Допустимы две версии:

- Чёрная (positive) — для светлого фона.
- Белая (negative) — для тёмного фона.

Монохромные логотипы сохраняют структуру и пропорции оригинала, включая знак и дескриптор. Использование полутоонов, контуров, заливок или теней в монохромных вариантах недопустимо.



ЛОГОТИП. ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Охранная зона - это минимальное пространство вокруг логотипа, свободное от любых графических и текстовых элементов. Она необходима для сохранения визуальной целостности и читаемости.

Размер охранной зоны определяется высотой фирменного знака (иконки) и обозначается как "X".

Для всех версий логотипа (с дескриптором и без) действует единое правило:

по вертикали и горизонтали отступ должен быть не менее X от крайних точек логотипа.

Размещение других объектов внутри охранной зоны запрещено.



ЛОГОТИП. ЗАПРЕТЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ



- не изменяйте пропорции логотипа (не растягивайте, не сжимайте)



- не используйте неутвержденные цвета и градиенты



- не размещайте логотип на фоне с недостаточным контрастом



- не применяйте эффекты (тень, обводка, свечение, прозрачность)



- не изменяйте шрифт, не модифицируйте текст



- не добавляйте в логотип сторонние элементы

ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА. ЦВЕТ

Фирменные цвета SMART RECOVERY отражают ценности бренда: здоровье, чистоту, энергию и современность.

В основу палитры легли насыщенные, но чистые оттенки синего и зелёного, которые хорошо воспроизводятся в печати и не "пачкают" белый фон.

Основная палитра включает:

- Зелёные оттенки - ассоциируются с восстановлением, природой, активностью.
- Синие оттенки - символизируют технологичность, доверие, надёжность.
- Светло-серый — «воздух» макета: мягкий фон для секций и карточек, добавляет глубину и не отвлекает от акцентов. Допускается использование светло-серых оттенков иной насыщенности, если этого требует дизайн.
- Чёрный — акцент для текста и графики: задаёт максимальный контраст, подчёркивает ключевые элементы и улучшает читаемость.

Цвета даны в RGB и CMYK для использования в цифровых и печатных носителях.

RGB
255 255 255 255

CMYK
0 0 0 0

#FFFFFF

RGB
246 246 246

CMYK
0, 0, 0, 5

#F6F6F6

RGB
234 238 241

CMYK
10 5 5 0

#EBEFF2

RGB
48 56 59

CMYK
20 0 0 90

#30383B

RGB
63 180 152

CMYK
70 0 50 0

#3FB498

RGB
77 176 91

CMYK
70 0 80 0

#4DB05B

RGB
0 175 203

CMYK
80 0 20 0

#00AFCB

RGB
57 115 185

CMYK
80 50 0 0

#3973B9

ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА. ГРАДИЕНТ

Фирменные градиенты строятся на сочетаниях фирменных цветов.

Они применяются в графических акцентах, подложках, инфографике.

Не рекомендуется использовать градиенты на тексте или логотипе.

Допустимые градиентные сочетания:

#4DB05B → #3FB498

#00AFCB → #3973B9

#3FB498 → #00AFCB

#4DB05B → #3973B9

#D2D9E0 → #FOEDEE

Допустимы градиенты из фирменного цвета в фоновый (белый, чёрный)

#4DB05B

#3FB498

#00AFCB

#3973B9

#3FB498

#00AFCB

#4DB05B

#3973B9

#D2D9E0

#FOEDEE

ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА. ФОН И ЛОГОТИП



Использование логотипа на цветных фонах регулируется для обеспечения читаемости и соблюдения фирменного стиля:

- Полноцветная версия логотипа (с цветным знаком) допускается только на белом или чёрном фоне из фирменной палитры.
- На цветных фонах (зелёный, синий и бирюзовый из палитры) необходимо использовать монохромные версии логотипа — белую или чёрную, в зависимости от контраста.



Не допускается использование цветного логотипа на пестром, неконтрастном или небрендовом фоне.



ТИПОГРАФИКА. ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Фирменная типографика SMART RECOVERY построена на шрифте Proxima Nova, который сочетает современность, читаемость и нейтральный характер.

Используются следующие начертания:

- Regular и Semibold - для основного текста и подзаголовков,
- Bold и Black - для акцентов, заголовков и ключевых фраз,
- Light и Thin - в декоративных или вспомогательных элементах.

Рекомендации по использованию: – избегать избыточного количества начертаний в одном макете,

- Использовать PROXIMA NOVA BOLD для выделения зелёным цветом,
- Применять PROXIMA NOVA BLACK для акцентного синего текста.

Типографика помогает сохранить визуальную целостность и поддерживает стиль бренда во всех каналах коммуникации.

Aa

PROXIMA NOVA

ОДНАЖДЫ
СЪЕВ ФЕЙХОА

я, как зацикленный,
ностальгирую
всё чаще и чаще
по этому чуду

ТИПОГРАФИКА. ИЕРАРХИЯ

Заголовки (H1, H2)

Proxima Nova
Black/Extrabold

Цвет: чёрный или синий (#3973B9)

- Используется для главных заголовков и акцентов

Подзаголовки (H3, H4)

Proxima Nova Bold

Цвет: чёрный или зелёный (#3FB498)

- Применяется для уточняющей информации, рубрик

Основной текст (p)

Proxima Nova
Regular/Semibold

Цвет: чёрный (#30383B)
или белый (на тёмном фоне)

- Используется в абзацах, описаниях, информационных блоках

Вспомогательный текст сноски / подписки

Proxima Nova
Light/Thin

Цвет: серый, белый
или прозрачный зелёный

- Используется ограниченно, только в декоративных целях

ФИРМЕННЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменные графические элементы SMART RECOVERY поддерживают визуальную айдентику бренда и используются как декоративные или акцентные детали в макетах.

Ключевые формы:

- Круги и дуги,
- Концентрические окружности.

Правила использования:

- Элементы могут свободно масштабироваться и поворачиваться,
- Допускается окрашивание как в плоские фирменные цвета, так и с использованием фирменных градиентов,
- Не рекомендуется перегружать макеты: элементы должны поддерживать композицию, а не отвлекать от основного содержания.

Графические формы могут использоваться в макетах, презентациях, социальных сетях, упаковке и других визуальных материалах.



ЕДИНАЯ СИСТЕМА ВЁРСТКИ

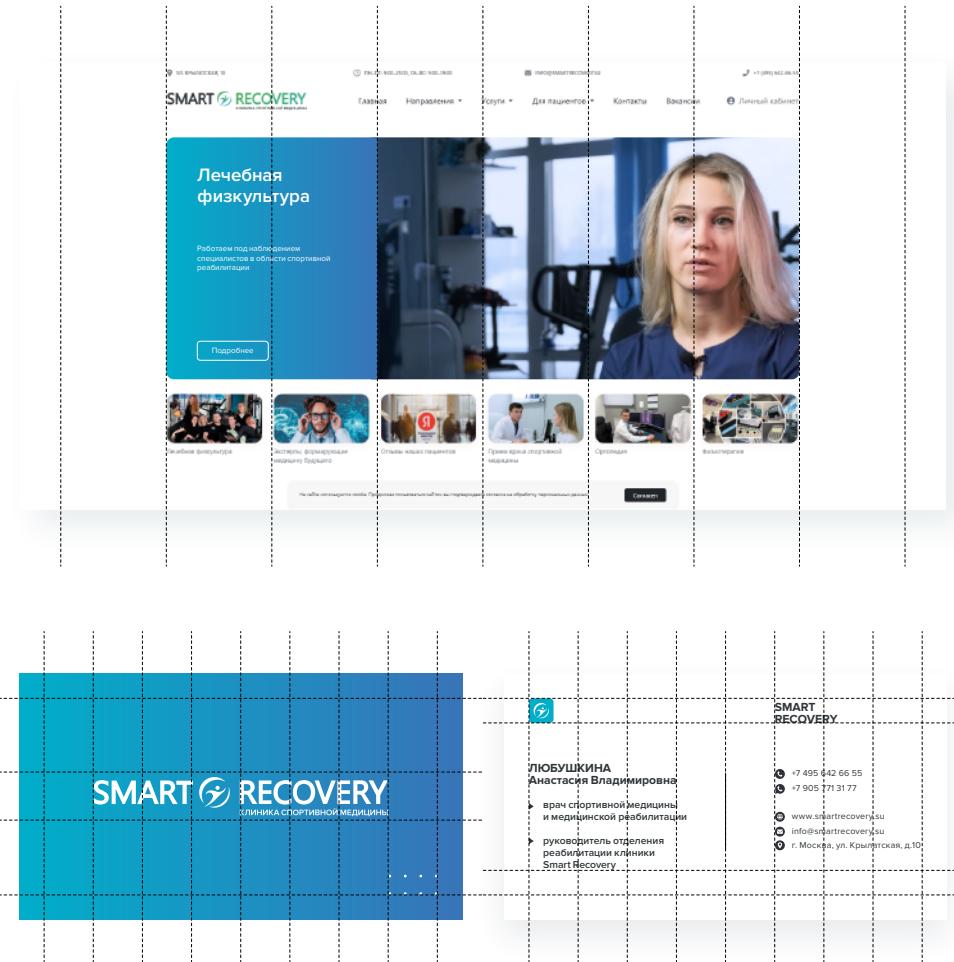
Во всех носителях (полиграфия, веб, презентации) используется 8-колоночная модульная сетка с равными полями.

Она позволяет:

- Выстраивать чёткую иерархию,
- Согласовывать позиционирование элементов,
- Создавать согласованные макеты для любых форматов.

Сетка может адаптироваться под формат, но базовая логика сохраняется: 8 колонок (или кратное количество) — основа композиции.

Допускаются осознанные отклонения, если того требует задача или носитель (например, full-bleed изображения, асимметричные обложки, мобильные версии на 4/12 колонок). В таких случаях важно сохранять общий ритм, привязки к сетке и единые отступы.



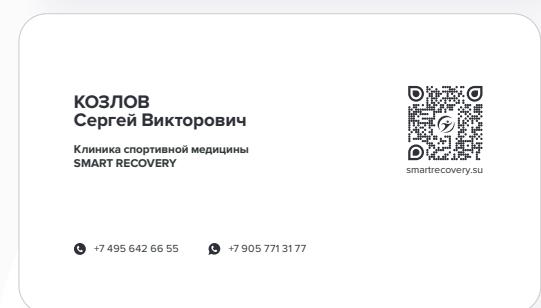
ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ МАКЕТОВ. КОМБИНАЦИИ ЦВЕТОВЫХ БЛОКОВ



Визитка корпоративная.



Визитка личная.



Визитка представительская.

Основные правила оформления:

Поддерживайте чистый, сбалансированный дизайн: больше «воздуха», минимум визуального шума и лишних деталей.

Используйте только фирменные цвета и градиенты как фоны и акценты; сторонние оттенки не допускаются. Допускается применение светло-серых оттенков иной насыщенности, если того требует дизайн.

Соблюдайте иерархию типографики, контраст и читаемость: применяйте назначенные стили заголовков и текста, выдерживайте отступы и межстрочные интервалы.

Допустимо:

- Полнокрасочный логотип - только на белом или чёрном фоне,
- Белый логотип - на фирменных цветах и градиентах,
- Фотофон - с достаточным контрастом и подложкой.

Недопустимо:

- Хаотичное расположение элементов вне сетки,
- Пёстрые фоны, мешающие восприятию,
- Использование сторонних графических элементов и нестандартных цветов.

ВИЗИТКА КОРПОРАТИВНАЯ



ВИЗИТКА ЛИЧНАЯ



ВИЗИТКА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ



ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ МАКЕТОВ. КОМБИНАЦИИ ЦВЕТОВЫХ БЛОКОВ



Листовка светлая



Листовка (альтернативный вариант)



Листовка (альтернативный вариант)

Во всех визуальных материалах SMART RECOVERY допускается использование цветных блоков и фонов из фирменной палитры.
Они могут применяться для построения макетов, выделения информации и создания визуального ритма.

- Белый фон + фирменные акценты (заголовки, графика)
- Синий фон (#3973B9 или #4876B5) + белый текст / логотип
- Фирменные градиенты (сине-зелёные) — в плашках и фонах
- Тёмно-серый / чёрный фон — с белыми элементами

Запрещено:

- Наложение цветного логотипа на насыщенный цветной фон
- Слабый контраст между фоном и текстом
- Пёстрые и сложные подложки

Цветоделение должно подчёркивать структуру макета, обеспечивать читаемость и визуальный баланс.
Каждый цвет используется строго по назначению: как акцент, не как доминанта.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЛИСТОВКИ



ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЛИСТОВКИ



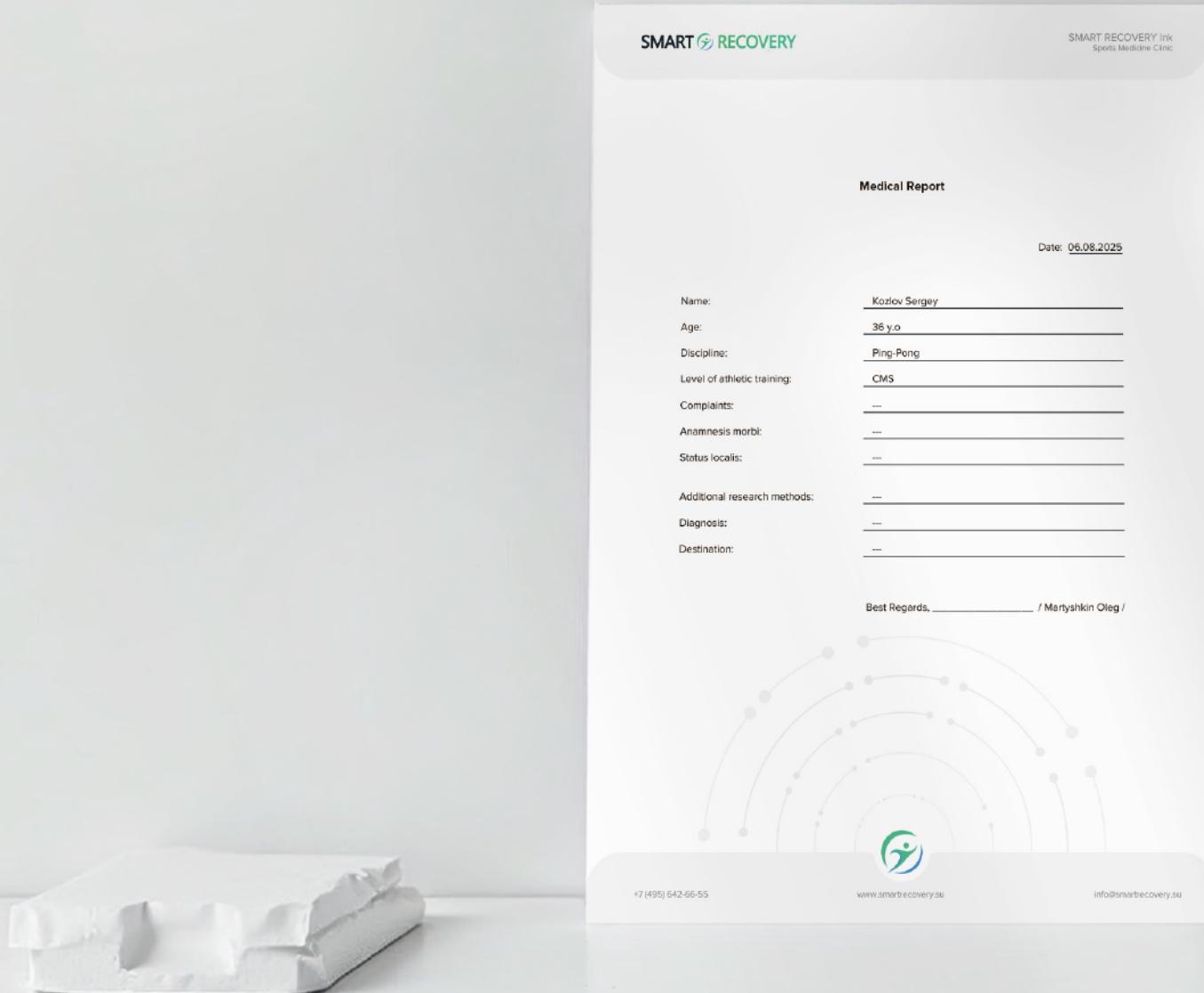
ОФИЦИАЛЬНЫЙ БЛАНК



ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



ВЫПИСКА



РОЛЛ-АП



ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



ФЛАГИ НА ПЛАТФОРМЕ



SMART RECOVERY

КЛИНИКА СПОРТИВНОЙ МЕДИЦИНЫ



ДИЗАЙН
M-TWO STUDIO

2025

m-two.ru



smartrecovery.su



✉ info@smartrecovery.su
📍 г. Москва, ул. Крылатская, д.10

📞 +7 495 642 66 55
📞 +7 905 771 31 77

