



Исходники материалов

Brand Identity Guideline

Brand Identity Guideline

Содержание

1 Логотип

- Основная версия
- Дополнительная версия
- Логотип на плашке
- Латинская версия
- Co-branding
- Иконки мобильных приложений
- Размещение на макете
- Недопустимые версии
- Литрес Саббренды
- Литрес Подписка и Абонемент
- Размещение на макете

2 Цвета

- Основные цвета
- Дополнительные цвета
- Цвета для печати
- Градиенты
- Недопустимые цвета
- Пропорции цветов

3 Типографика

- Основной шрифт
- Системный шрифт
- Использование
- Знаки в типографике

4 Фотостиль

- Принципы
- Использование генеративного ИИ
- Девайсы в кадре
- Градиент фотостиля

5 Иллюстрация

- Новый подход
- Градиент 3D-иконок
- Примеры использования

6 Паттерн

- Отказ от цветных корешков
- Примеры использования

7 Устройства и мокапы

- Принципы
- Ошибки в использовании рамок гаджетов
- Презентация книг на макетах
- Правила размещения книги в рамке
- Мокап устройства
- Ошибки в изображении книг

8 Кнопки

- Вид кнопок
- Цвета кнопок

9 Носители фирменного стиля

- Баннеры на внутренних ресурсах
- Материалы для SMM
- Digital-баннеры
- Баннеры для наружной рекламы
- Event и застройка
- Полиграфия
- Полиграфия. Пресс-волл
- Размещение QR-кода

/1

ЛОГОТИП

/1 Логотип

Основная версия

Основная версия логотипа состоит из названия бренда, справа от которого располагается знак.

Основной логотип более приоритетный и используется во всех коммуникациях бренда – в социальных сетях, наружной и диджитал-рекламе.



[Скачать лого](#)

14 мм / 40 px



Минимальный размер
основного логотипа

Литрес

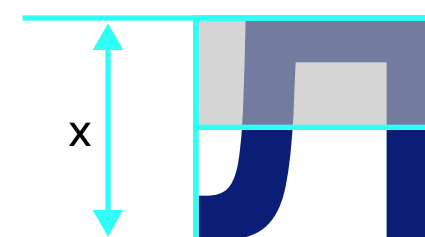


/1 Логотип

Охранное поле

Не нужно размещать логотип близко к краю макета или очень близко к другим объектам.

Пример минимального расстояния от логотипа до другого объекта или края макета формируется за счёт модуля «Х». Модуль «Х» равен расстоянию между знаком и именем бренда.



/1 Логотип

Дополнительная версия

В дополнительной версии логотипа используется упрощённый знак, в котором книги состоят из двух сегментов.

Такая версия необходима для носителей небольшого формата, где полная версия логотипа с разноцветными корешками может не считаться.

Дополнительная версия логотипа наиболее релевантна для печати макетов на небольших форматах.



[Скачать лого](#)

6 мм / 17 px



Минимальный размер
дополнительной версии логотипа

ЛИТрес

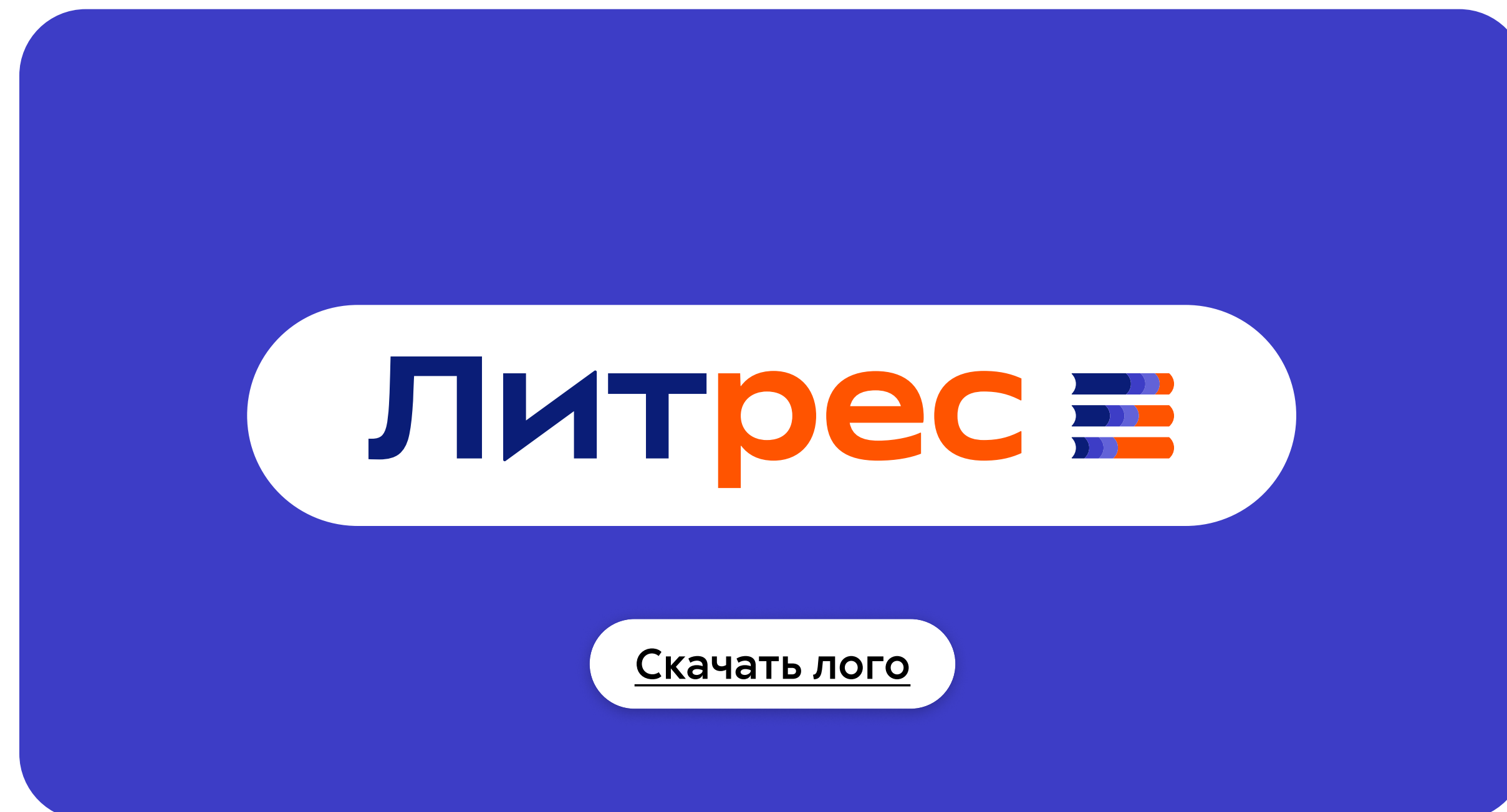


/1 Логотип

Логотип на плашке

У логотипа на плашке меняется форма. Если раньше он располагался на плашке, напоминающей корешок, то теперь его форма изменилась на более диджитальную и округлую, отсылающую к интерфейсу.

В случае, если необходимо расположить логотип на цветном или неконтрастном фоне, следует размещать логотип на белой плашке со скруглёнными краями.



/1 Логотип

Монохромная версия логотипа

В случае, когда нет возможности разместить основной полноцветный логотип или он недостаточно различим на определённом цвете или фотографии, допустимо использовать монохромную версию.

Эту версию уместно перекрашивать в белый, чёрный, тёмно-синий и синий цвета.

The image shows the word "Литрес" in white, bold, sans-serif font, followed by a white hamburger menu icon (three horizontal lines). The entire logo is centered on a solid blue rectangular background with rounded corners.

[Скачать лого](#)

The image shows the word "Литрес" in blue, bold, sans-serif font, followed by a blue hamburger menu icon (three horizontal lines). The entire logo is centered on a plain white background.

[Скачать лого](#)

/1 Логотип

Латинская версия логотипа

В маркетинговых коммуникациях
вне России мы используем логотип
на латинице.



[Скачать лого](#)

The logo is centered within a white rounded rectangle, which is itself centered on a larger blue rounded rectangle background.

Litres

[Скачать лого](#)

The logo is centered on a solid blue rounded rectangle background.

Litres

[Скачать лого](#)

/1 Логотип

Co-branding.

Литрес x Партнёры

Когда логотип размещается вместе со знаками других брендов, следует использовать фирменный значок **X** и располагать логотипы следующим образом.

Если основной логотип не будет достаточно контрастным и хорошо различимым, вместо него следует использовать монохромную версию.

Литрес  **X**

Лого партнёра

Литрес  **X**

Лого партнёра

[Скачать лого](#)

Литрес  **X**

Лого партнёра

[Скачать лого](#)

/1 Логотип

Co-branding.

Литрес x Партнёры

ЛИТрес  x

Лого партнёра

/1 Логотип

Co-branding.

Литрес x Партнёры

Если место на макете ограничено, допустимо размещать логотипы вертикально.

Литрес 

x

Лого партнёра

[Скачать лого](#)

Литрес 

x

Лого партнёра

[Скачать лого](#)

Литрес 

x

Лого партнёра

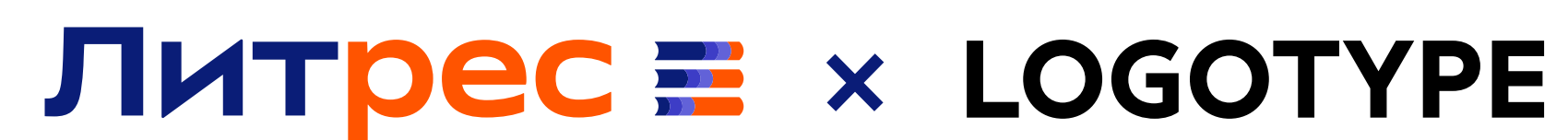
[Скачать лого](#)

/1 Логотип

Co-branding.

Литрес x Партнёры

При размещении нескольких логотипов на цветном фоне используется белая подложка.

A blue rounded rectangle containing a white rounded rectangle. Inside the white rectangle, the text 'Литрес' is written in blue, followed by a stylized 'x' icon in blue and orange, and then 'LOGOTYPE' in black uppercase letters.

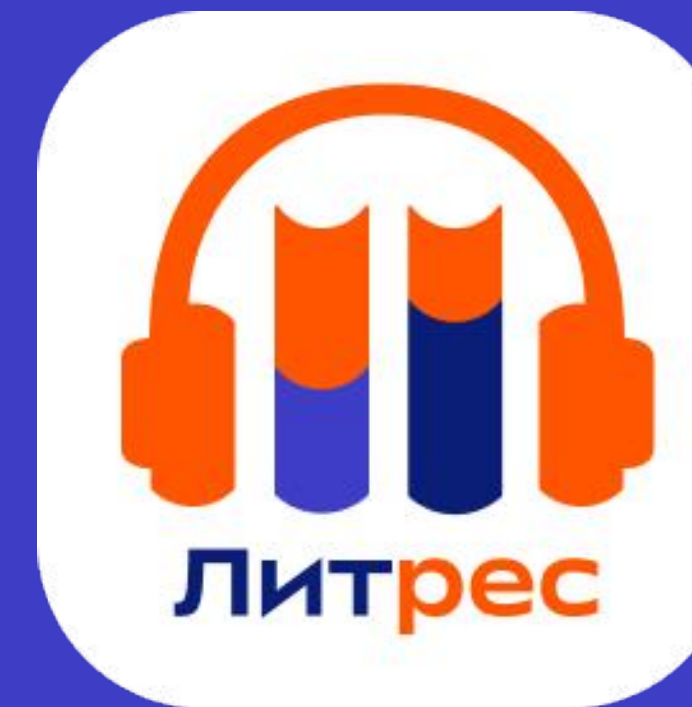
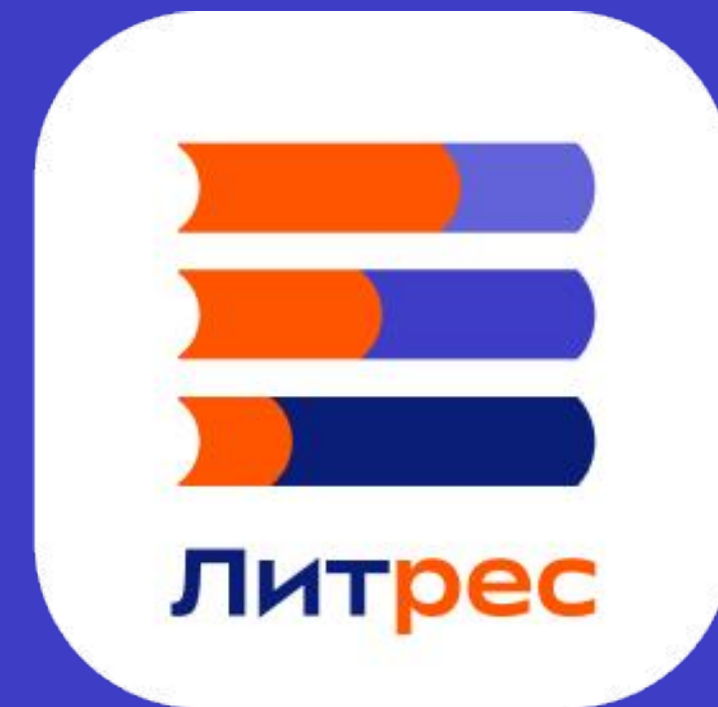
Литрес x LOGOTYPE

/1 Логотип

Иконки мобильных приложений

Иконки мобильных приложений представляют собой знак в основной цветовой палитре бренда.

В макетах с иконками приложений всегда используется подложка. Важно не перекрывать иконки другими объектами и располагать их в левой части макета.



[Скачать иконки](#)

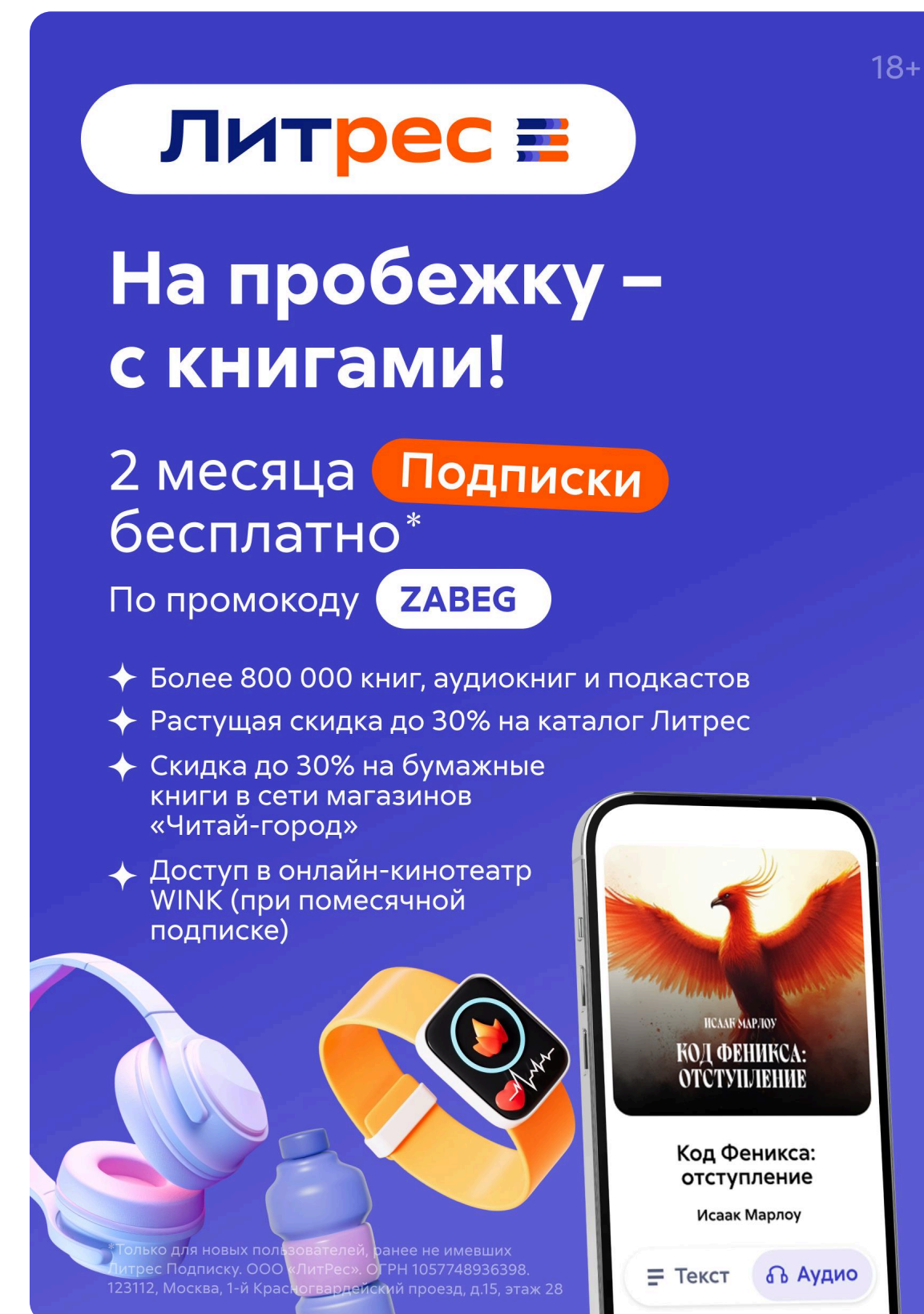


/1 Логотип

Размещение на макете

Логотип располагаем в верхней части макета. Приоритетно – в левом углу или по центру.

Размер логотипа на макетах следует определять, опираясь на формат коммуникации. Важно сохранять узнаваемость и читабельность логотипа, он должен быть не слишком большим и не слишком маленьким.



18+

Литрес ≡

На пробежку – с книгами!

2 месяца **Подписки** бесплатно*


По промокоду **ZABEG**

- ✦ Более 800 000 книг, аудиокниг и подкастов
- ✦ Растущая скидка до 30% на каталог Литрес
- ✦ Скидка до 30% на бумажные книги в сети магазинов «Читай-город»
- ✦ Доступ в онлайн-кинотеатр WINK (при ежемесячной подписке)

* Только для новых пользователей, ранее не имевших Литрес Подписку. ООО «ЛитРес», ОГРН 1057748936398, 123112, Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д.15, этаж 28

Код Феникса: отступление
Исаак Марлоу

Текст Аудио



Литрес ≡

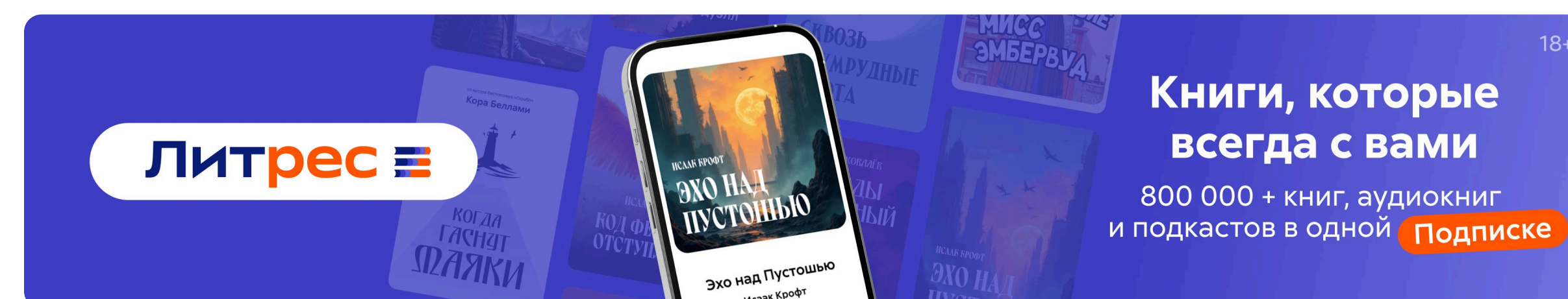
Последний часовщик Кройцбурга

Лира Колдуэлл

Подзаголовок (40-56 pt)

Основной текст - 28-36 pt

С другой стороны реализация намеченных плановых заданий требуют определения и уточнения системы обучения кадров, соответствует насущным потребностям. Товарищи! постоянный количественный рост и сфера нашей активности позволяет оценить значение модели развития.



18+

Литрес ≡

Книги, которые всегда с вами

800 000 + книг, аудиокниг и подкастов в одной **Подписке**

Пример готовых коммуникаций

/1 Логотип

Недопустимые версии логотипа

Мы не используем эти версии логотипа!

Если увидите этих ребят в наших коммуникациях, меняйте их на основной логотип или монохромный (белый или чёрный).

А если не в силах поменять самостоятельно, обращайтесь в отдел стратегического маркетинга или лично к арт-директору.



/1 Логотип

Допустимые
версии логотипа



Основной логотип



Дополнительный логотип



Монохромный логотип

/1 Логотип

Литрес Саббренды

На слайде представлены все логотипы саббрендов Литрес.

Саббренд располагается справа от материнского бренда с использованием фирменного знака. Размер текстового написания саббренда аналогичен материнскому бренду Литрес.

[Скачать логотипы](#)

Литрес  Журнал

Литрес  Авторы

Литрес  Издательство

Литрес  Чтец

Литрес  Черновики

Литрес  Школа

Литрес  Библиотека

/1 Логотип

Литрес Саббренды

На цветном фоне саббренды следует располагать аналогично основному логотипу Литрес: на белой плашке со скруглёнными краями.

[Скачать логотипы](#)

Литрес ≡ Журнал

Литрес ◇ Авторы

Литрес ▣ Издательство

Литрес Ⓞ Чтец

Литрес Ⓢ Черновики

Литрес Ⓜ Школа

Литрес ≡ Библиотека

/1 Логотип

Литрес Саббренды

Если места на макете мало, следует использовать версию логотипа саббренда, разделённую на две строки.

[Скачать логотипы](#)

Литрес
≡ Журнал

Литрес
◇ Авторы

Литрес
▣ Издательство

Литрес
📖 Чтец

Литрес
📄 Черновики

Литрес
🎒 Школа

Литрес
📖 Библиотека

/1 Логотип

Литрес Саббренды

Монохромная версия логотипов используется только в исключительных случаях, когда применение основной цветовой версии невозможно или затруднено.

Такие случаи включают:

- печать в чёрно-белом формате;
- использование на носителях с техническими ограничениями по цвету;
- размещение на фонах, где цветной логотип теряет читаемость, а размещение на белой плашке невозможно или затруднено.

Во всех остальных ситуациях необходимо использовать основную цветовую версию логотипа.

Литрес ≡ Журнал

Литрес ◊ Авторы

Литрес ▣ Издательство

Литрес ♁ Чтец

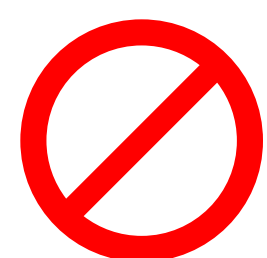
Литрес ∅ Черновики

Литрес ♁ Школа

Литрес ≡ Библиотека

/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент



Литрес 

ПОДПИСКА



Литрес 

АБОНЕМЕНТ



Литрес 

Подписка



Литрес 

Абонемент

/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент

На слайде представлена основная версия логотипа Литрес Абонемента для внутренних ресурсов. Состоит из названия бренда, справа от которого располагается название продукта. В основной версии плашка фирменного тёмно-синего цвета.

На слайде представлена основная версия логотипа Литрес Подписки для внутренних ресурсов. Состоит из названия бренда, справа от которого располагается название продукта. В основной версии плашка фирменного оранжевого цвета.

[Скачать логотипы](#)

Литрес 

Подписка

Литрес 

Абонемент

/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент. Дополнительная версия логотипа

Допустимо располагать логотип в одну строку в случае, если на макете недостаточно места для размещения логотипа в две строки.

[Скачать логотипы](#)

Литрес  Подписка

The logo consists of the word 'Литрес' in blue and orange, followed by a blue and orange icon, and the word 'Подписка' in white on an orange rounded rectangle.

Литрес  Абонемент

The logo consists of the word 'Литрес' in blue and orange, followed by a blue and orange icon, and the word 'Абонемент' in white on a dark blue rounded rectangle.

/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент. Построение логотипа

При размещении логотипа Подписки и Абонемента совместно с материнским брендом Литрес следует располагать плашку с углом наклона 4° и -4° .

Поворот логотипа выбирается в соответствии с макетом и возможностями вёрстки.

[Скачать логотипы](#)

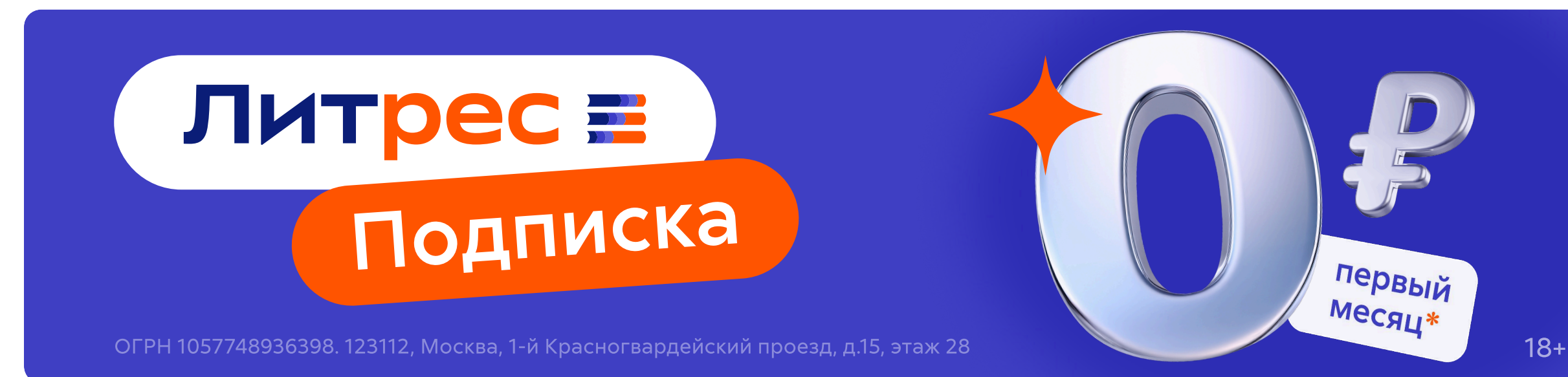


/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент. Размещение на макете

При размещении логотипа Подписки и Абонемента совместно с материнским брендом Литрес следует располагать плашку с углом наклона 4° и -4°.

Поворот логотипа выбирается в соответствии с макетом и возможностями вёрстки.

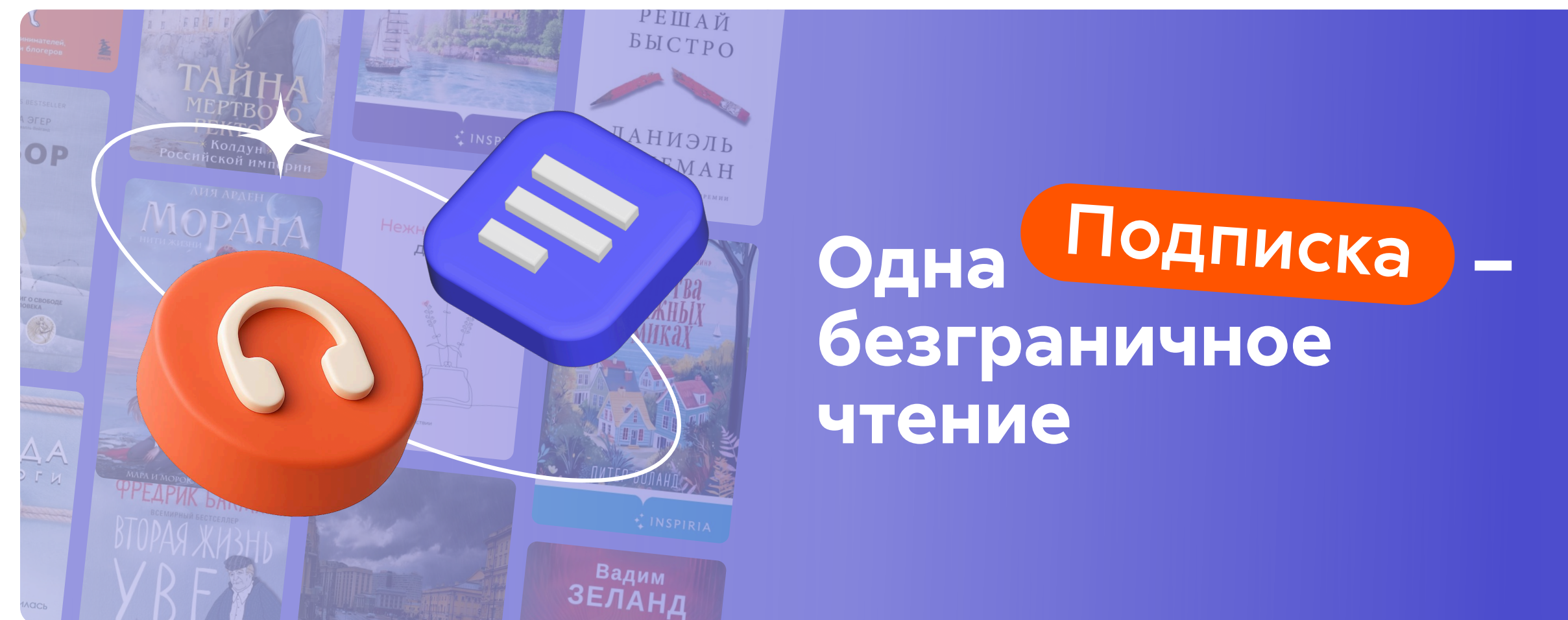


/1 Логотип

Литрес Подписка и Абонемент. Размещение на макете

Допустимо также использовать знак Подписки и Абонемента в тексте, без совмещения с основным логотипом Литрес.

В таком случае важно сохранять угол наклона плашек Подписки и Абонемента.



/2

Цвета

/2 Цвета

Основные цвета

Ключевые цвета бренда, которые ассоциируются с его идентичностью, оранжевый и синий.

Основные цвета в большом объёме используются во всех макетах.

Ключевые цвета бренда, которые ассоциируются с его идентичностью, оранжевый и синий.

Оранжевый
CMYK 0/75/95/0
RGB 255/85/0
#FF5500

Светло-синий
CMYK 75/65/0/0
RGB 98/98/217
#6262D9

Тёмно-синий
CMYK 100/90/27/10
RGB 10/30/120
#0A1E78

Синий
CMYK 87/75/0/0
RGB 61/61/199
#3D3DC7

/2 Цвета

Дополнительные цвета

Палитру дополнительных цветов следует использовать для акцентов, фонов плашек и других декоративных элементов.

Сливочное масло
СМΥК 0/10/30/0
RGB 255/233/191
#FFE9BF

Сливочный оранжевый
СМΥК 0/66/84/0
RGB 255/117/46
#FE7F2D

Салатовый
СМΥК 26/0/66/0
RGB 210/241/117
#D2F174

Светло-сиреневый
СМΥК 20/20/0/0
RGB 214/214/255
#CBCEFF

Бледно-сиреневый
СМΥК 10/8/0/0
RGB 236/236/255
#ECECFF

/2 Цвета

Цвета для печати

В случаях, когда печать в системе CMYK невозможна или ограничена, допускается использование альтернативных цветовых систем – Pantone или RAL (при наличии соответствующего каталога у подрядчика).

Это позволяет сохранить точность фирменных цветов в офлайн-материалах и обеспечить визуальное соответствие бренду независимо от технических условий производства.

Оранжевый
RAL 2001 Red orange
PANTONE orange 021 M

Светло-синий
PANTONE 2726 M

Тёмно-синий
RAL 5022 Night blue
PANTONE 2756 m

Синий
RAL 5002 Ultramarine blue
PANTONE 2736 m

Светло-сиреневый
Pantone 2716 M

Бледно-сиреневый
Pantone 2706 M

Сливочный оранжевый
RAL 2000 Yellow orange
PANTONE 1495 M

Салатовый
Pantone 583/584 M

/2 Цвета

Нейтральные цвета

Палитру нейтральных цветов следует использовать в тексте, для обводок, в качестве фона или рекламной маркировки.

Белый
CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
#FFFFFF

Светло-серый
CMYK 6/3/4/0
RGB 243/245/246
#F3F5F6

Чёрный
CMYK 60/40/30/100
RGB 0/0/0
#000000

/2 Цвета

Градиенты

Цветовая гамма включает в себя пять градиентов. Градиент из светло-синего в синий является основным.

Градиенты используются вертикально или горизонтально в зависимости от ориентации макета.

Градиенты используются в качестве фоновых или акцентных деталей в иллюстрациях.

Светло-синий
RGB 98/98/217
#6262D9

Светло-сиреневый
RGB 214/214/255
#D6D6FF

Светло-синий
RGB 98/98/217
#6262D9

Бледно-сиреневый
RGB 236/236/255
#ECECFE

Светло-сиреневый
RGB 214/214/255
#D6D6FF

Синий
RGB 61/61/199
#3D3DC7

Сливочный оранжевый
RGB 255/117/46
#FE7F2D

Салатовый
RGB 210/241/117
#D2F174

Сливочное масло
RGB 255/233/191
#FFE9BF

Белый
RGB 255/255/255
#FFFFFF

/2 Цвета

Градиент дополнительный

Дополнительный градиент строится при помощи двух основных цветов основной палитры – синего и оранжевого.

Оба цвета открытые и насыщенные, поэтому такой градиент стоит применять только под небольшие элементы.

Допустимо использовать этот градиент в качестве обводки для маркировки (плашки) «Эксклюзив».

Синий
RGB 61/61/199
#3D3DC7

Оранжевый
RGB 255/85/0
#FF5500



ЭКСКЛЮЗИВ



Литрес

ЭКСКЛЮЗИВ

Джулианна Вэнс

Голоса
забытых комнат



18+

/2 Цвета

Градиент дополнительный

Недопустимо использовать дополнительный градиент в качестве фона макета, для заливки текста.

Особенно важно соблюдать эти правила для исключения смешения с другими брендами.

Синий
RGB 61/61/199
#3D3DC7

Оранжевый
RGB 255/85/0
#FF5500



**Литрес – крупнейший
представитель рынка
электронных книг
и аудиокниг в России
и странах СНГ**



Литрес 

Джулианна Вэнс

Голоса
забытых комнат



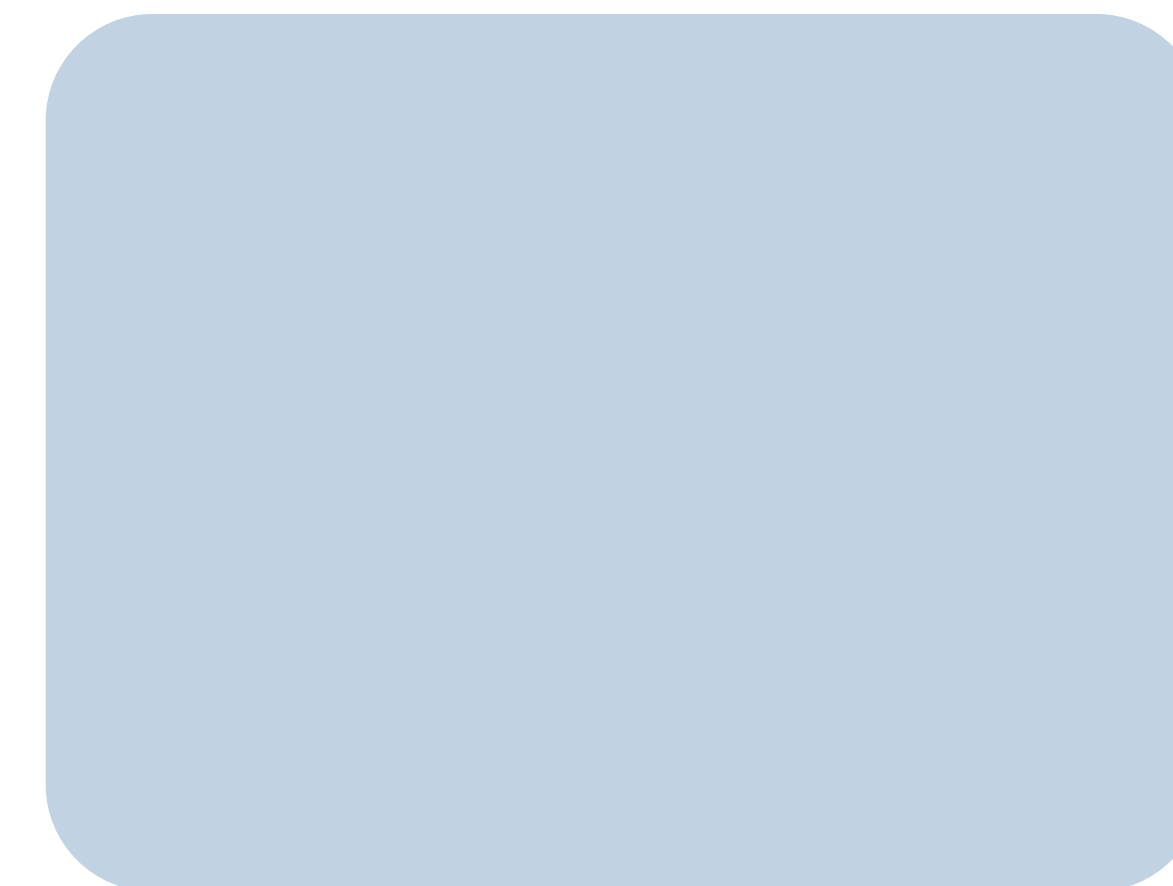
18+

/2 Цвета

Недопустимые цвета

Для соблюдения гайдов Литрес следует забыть о существовании грязных цветов и оттенков, неоновых и других тяжёлых для восприятия цветовых сочетаний.

Важно, чтобы все коммуникации бренда были читабельны и доносили нужную информацию, не усложняя её восприятие.



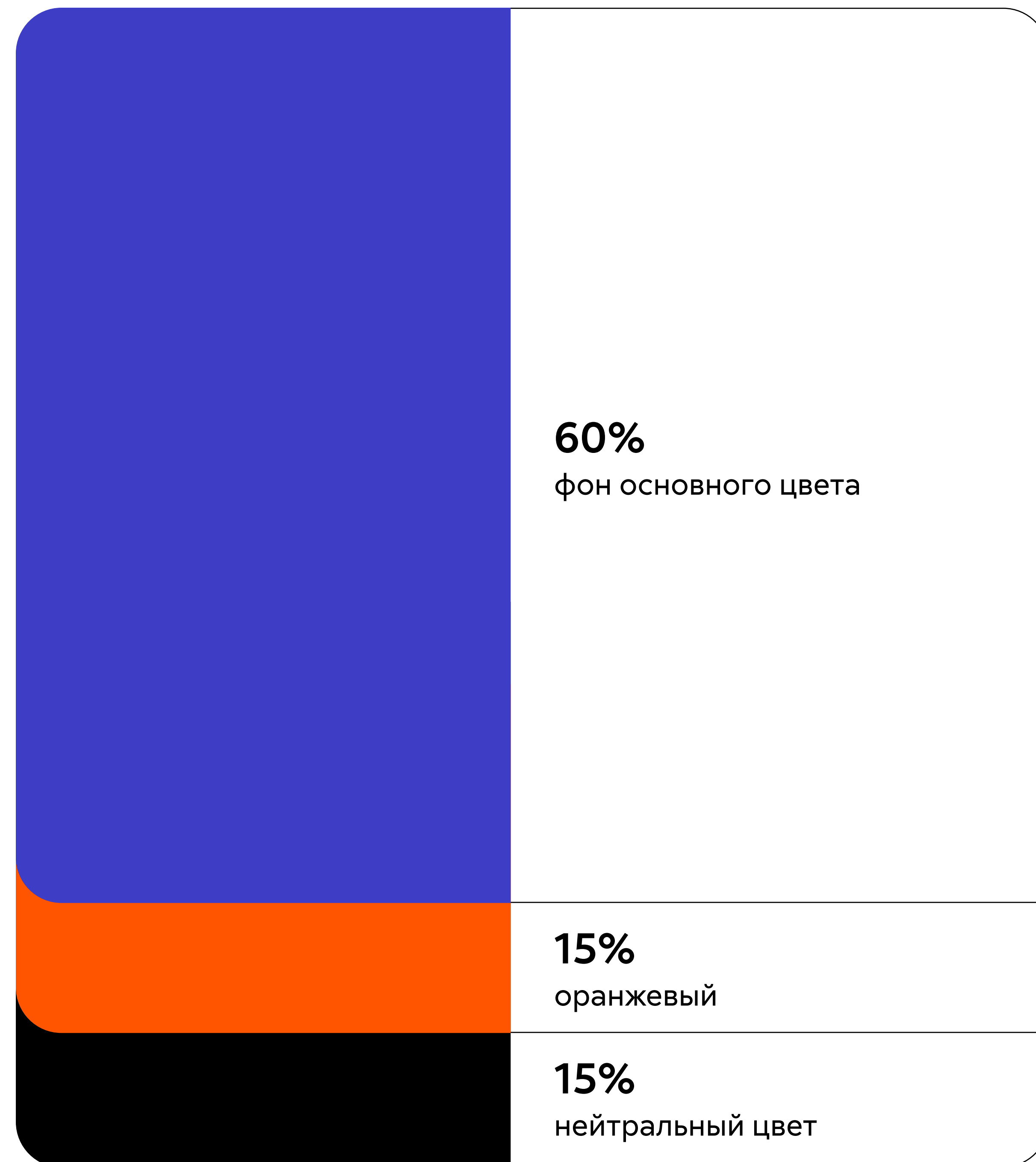
/2 Цвета

Пропорции цветов

Чтобы макеты выглядели гармонично, придерживайтесь установленной цветовой пропорции.

Основные фоны – синий, светло-синий, сиреневый, а также градиенты и белый.

Оранжевый используется как акцентный цвет и не должен занимать более 15% макета. Он помогает выделить важное, например кнопки, плашки под текст или графические элементы.



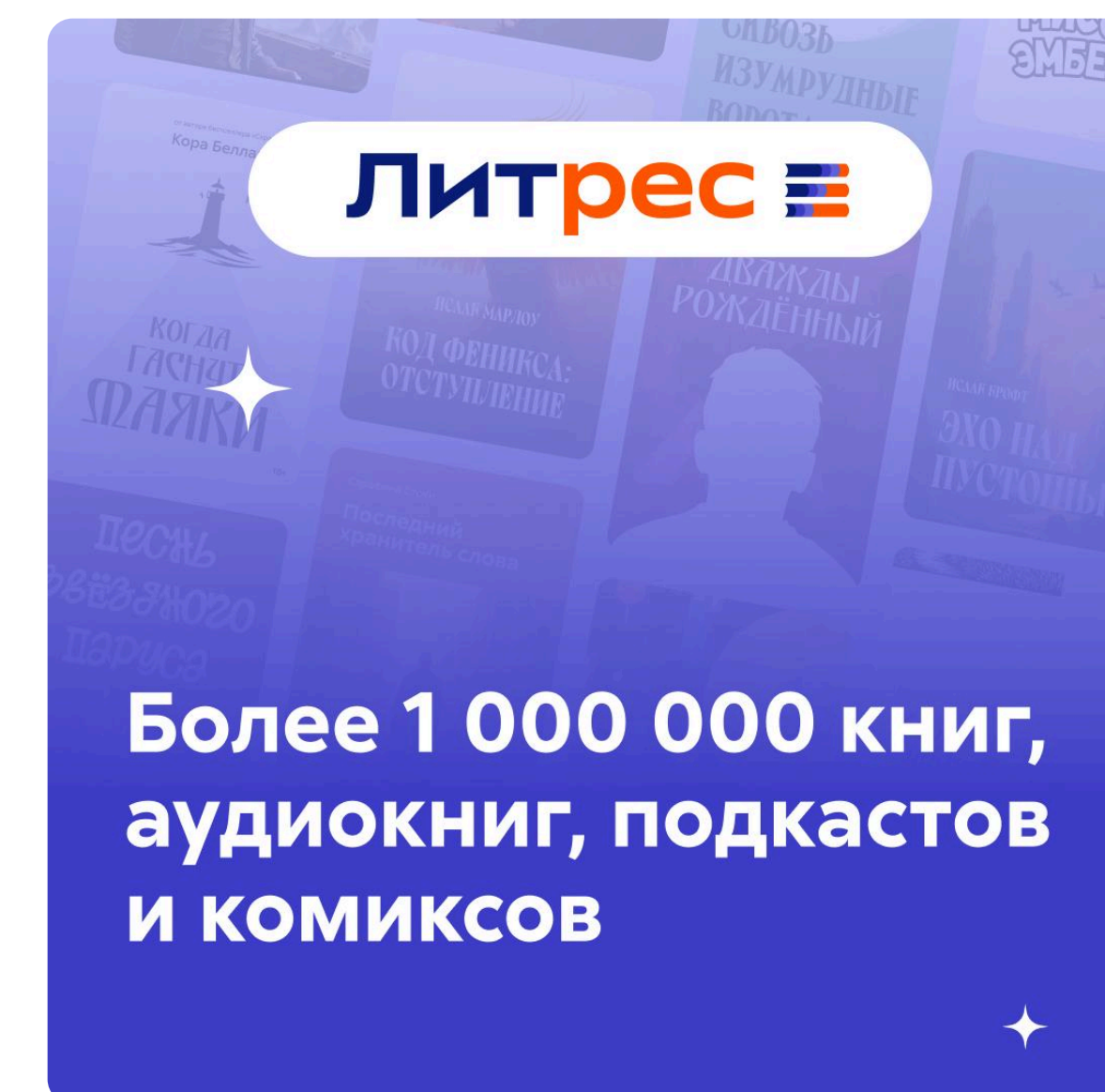
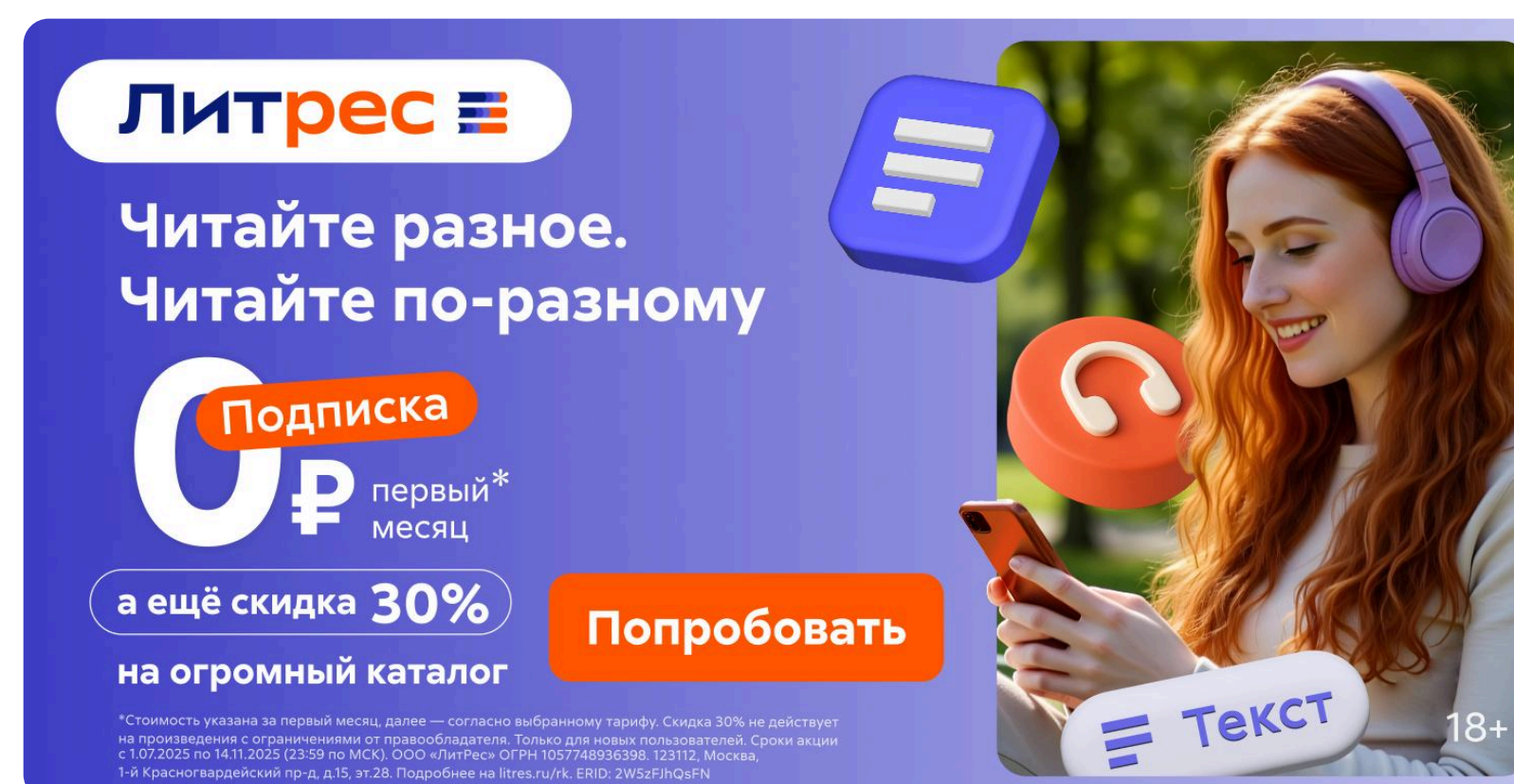
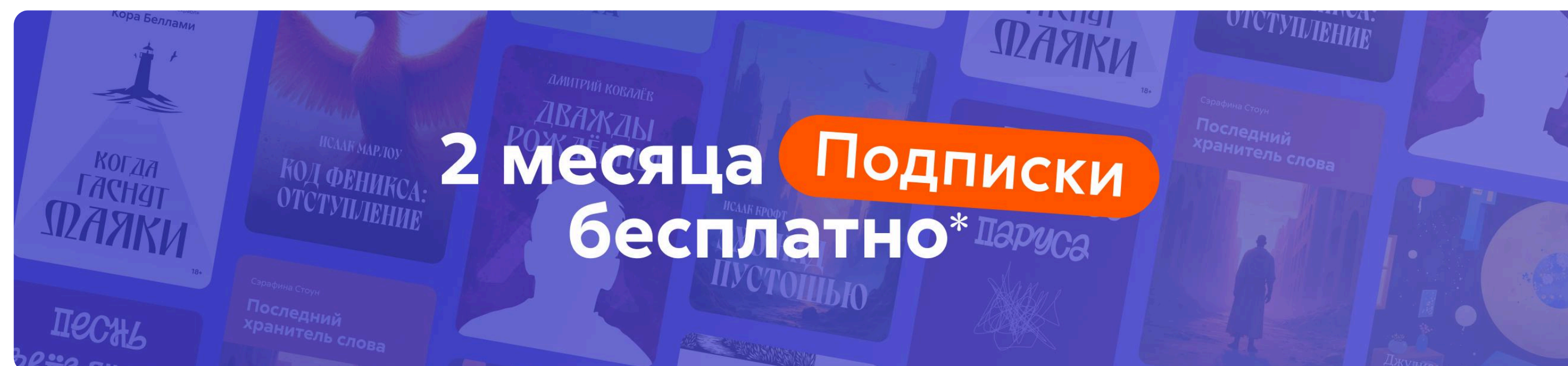
/2 Цвета

Примеры использования

На этих баннерах показано, как работает цветовая система бренда в реальных макетах.

Фоны выполнены в основных фирменных цветах – синем, светло-синем и сиреневом, а также с использованием градиентов и белого.

Оранжевый цвет применяется аккуратно – только для акцентов: кнопок, плашек и важных деталей.



Пример готовых коммуникаций

/3

Типографика

/3 Типографика

Основной шрифт

Основной шрифт бренда – ALS Sirius.

Рекомендуется использовать его плотными блоками с межстрочным расстоянием 90–100% от размера шрифта.

Для заголовков, инфографики и коротких имиджевых текстов используется начертание Bold. Для наборного текста – начертание Regular.

ALS Sirius

Литрес – крупнейший представитель рынка электронных книг и аудиокниг в России и странах СНГ

[Скачать шрифт](#)

/3 Типографика

Системный шрифт

При невозможности использования основного шрифта применяется предустановленный по умолчанию на большинстве компьютеров шрифт Arial в начертаниях Bold и Regular.

Он подойдёт для презентаций и документации.

Arial

Литрес – крупнейший представитель рынка электронных книг и аудиокниг в России и странах СНГ

/3 Типографика



Использование

Не размещаем текст на корешке

**Не размещаем
текст на корешках.
Этот приём устарел**

Не набираем весь текст капсом

**МЫ НЕ КРИЧИМ КАПСОМ.
ИСПОЛЬЗУЕМ ЕГО ТОЛЬКО
ДЛЯ ПРОМОКОДОВ**

Не меняем межбуквенное расстояние у шрифта

**Потому что это
очень тяжело читать**

Не выравниваем все строки по ширине

Не нужно выравнивать все
строки абзаца
по ширине



/3 Типографика

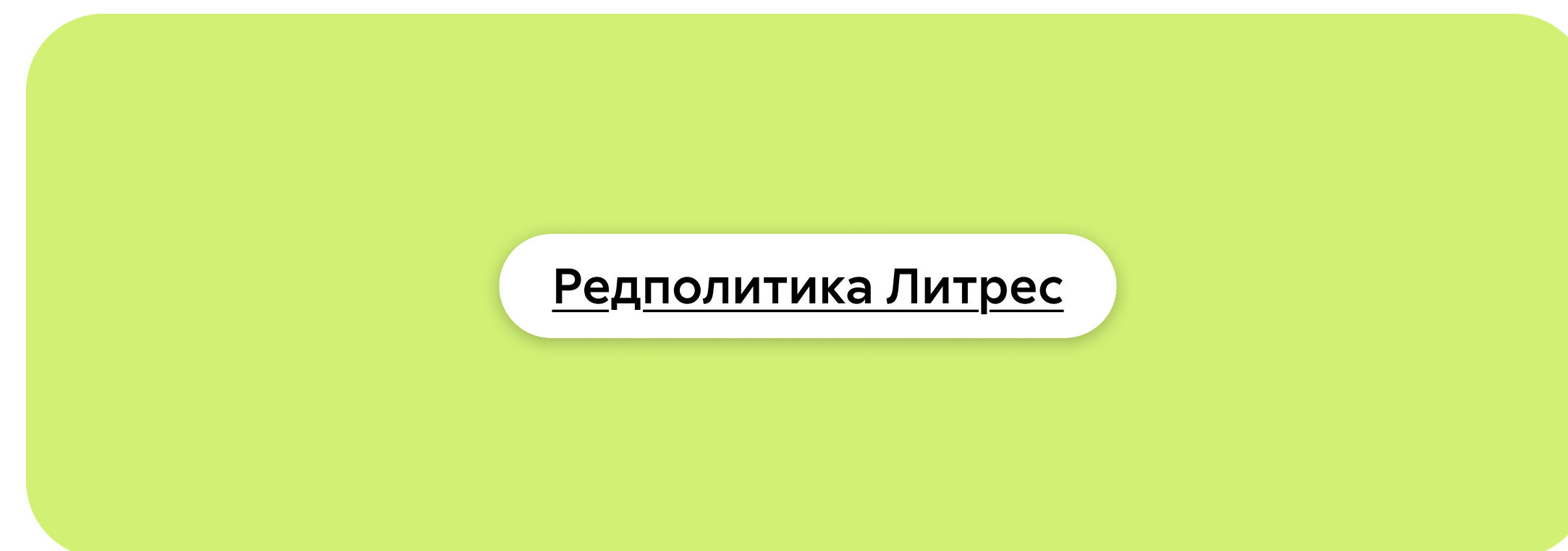
Знаки в типографике

Не оставляем в одиночестве висячие предлоги и союзы



-  Поздравляем **с**
Днём библиотекаря!
-  Поздравляем
с Днём библиотекаря!

Уважаем букву ё и не забываем о ней

-  Любимый Пушкин
в зв**е**здной озвучке.
-  Любимый Пушкин
в зв**ё**здной озвучке.



Используем кавычки-ёлочки

-  “Война и мир” – роман
великого русского писателя.
-  «Война и мир» – роман
великого русского писателя.

/4

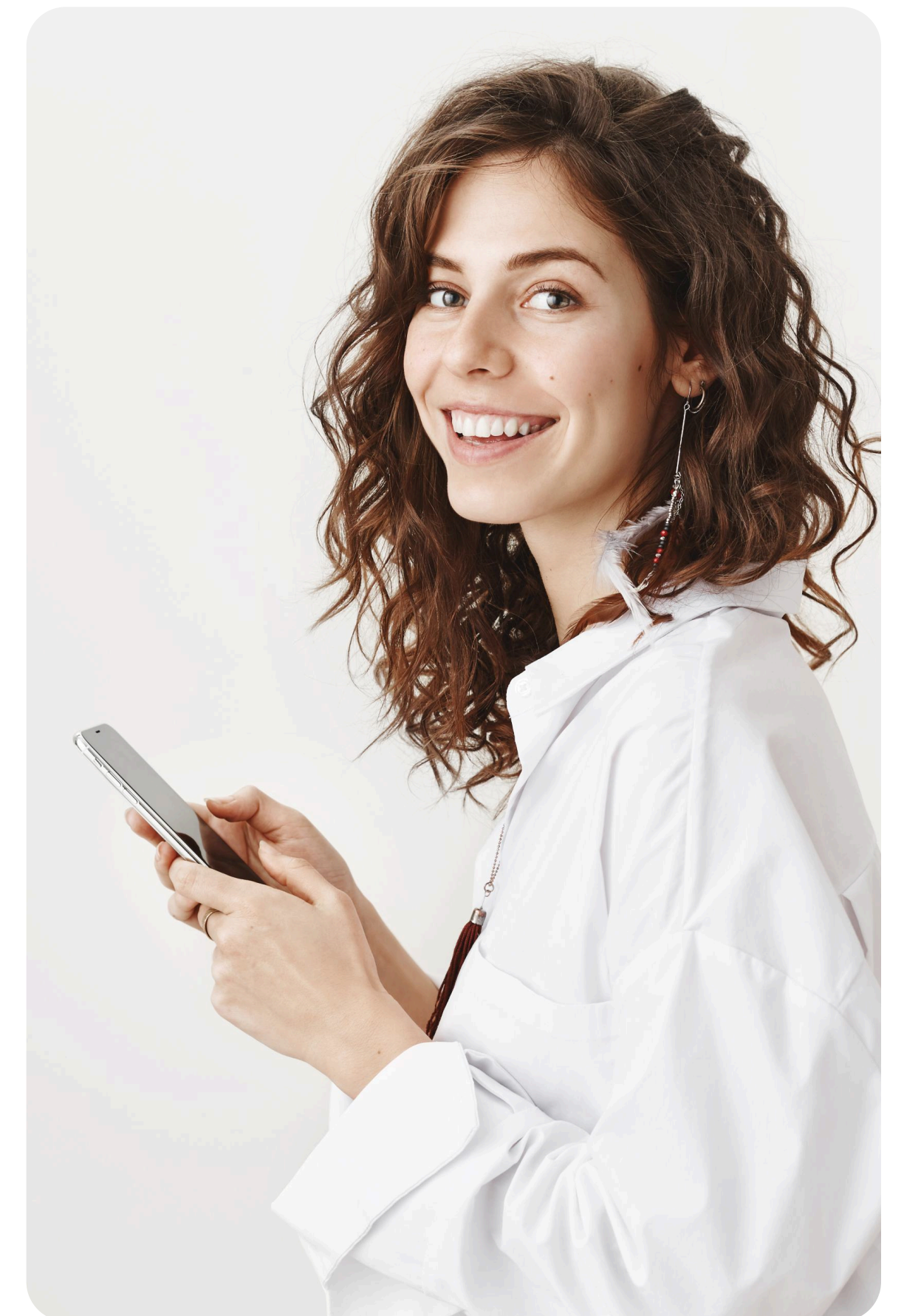
ФОТОСТИЛЬ

/4 Фотостиль

Принципы

Для создания узнаваемого образа бренда в коммуникациях используется фирменный фотостиль.

Чтобы поддерживать целостность визуальной коммуникации, мы в основном используем сгенерированные нейросетями изображения и фотографии со стоков.

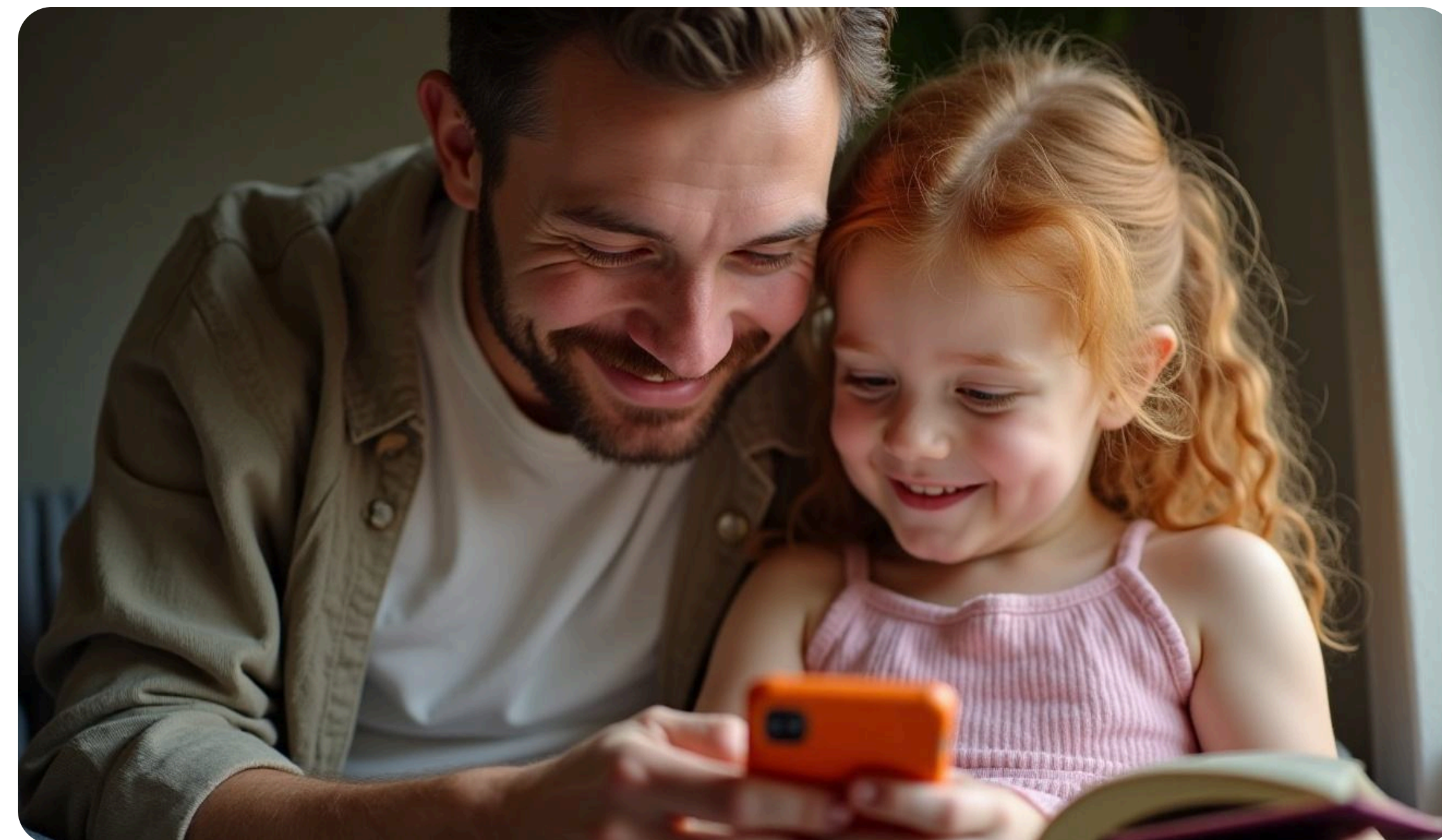


/4 Фотостиль

Использование генеративного ИИ

Разрешено использовать изображения, созданные с помощью ИИ.

Важно, чтобы такие изображения выглядели естественно и органично, не выбивались из общего фотостиля бренда.



/4 Фотостиль

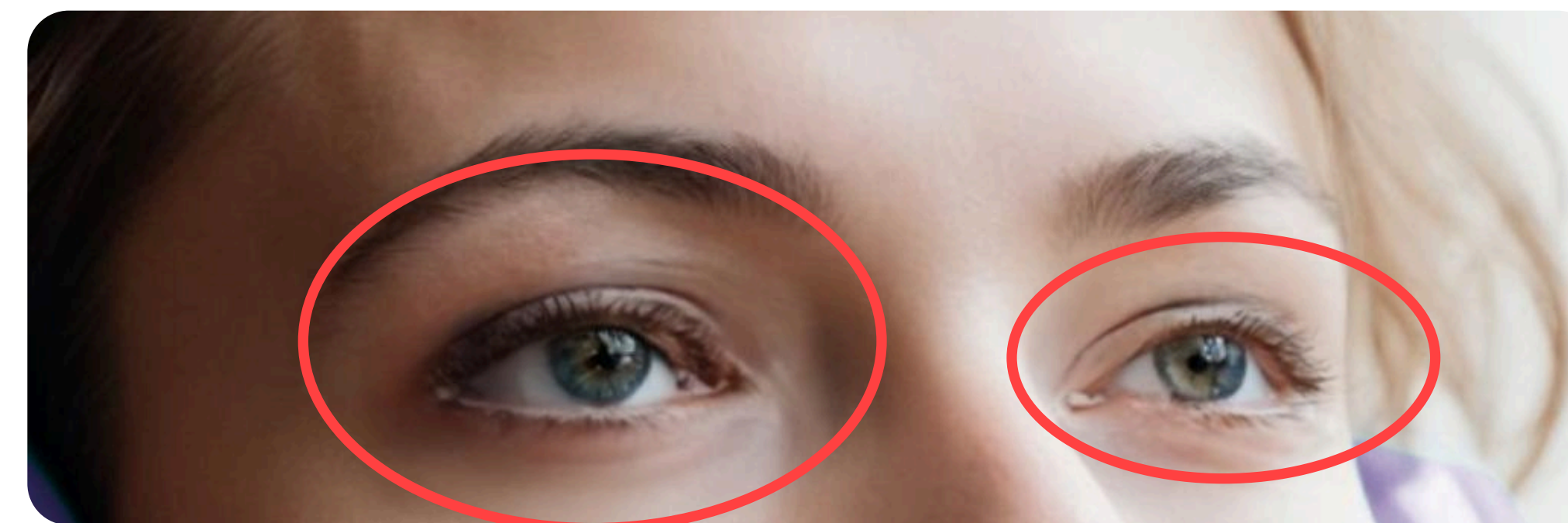
Ошибки в изображениях генеративного ИИ

Обращайте внимание на характерные артефакты генерации:

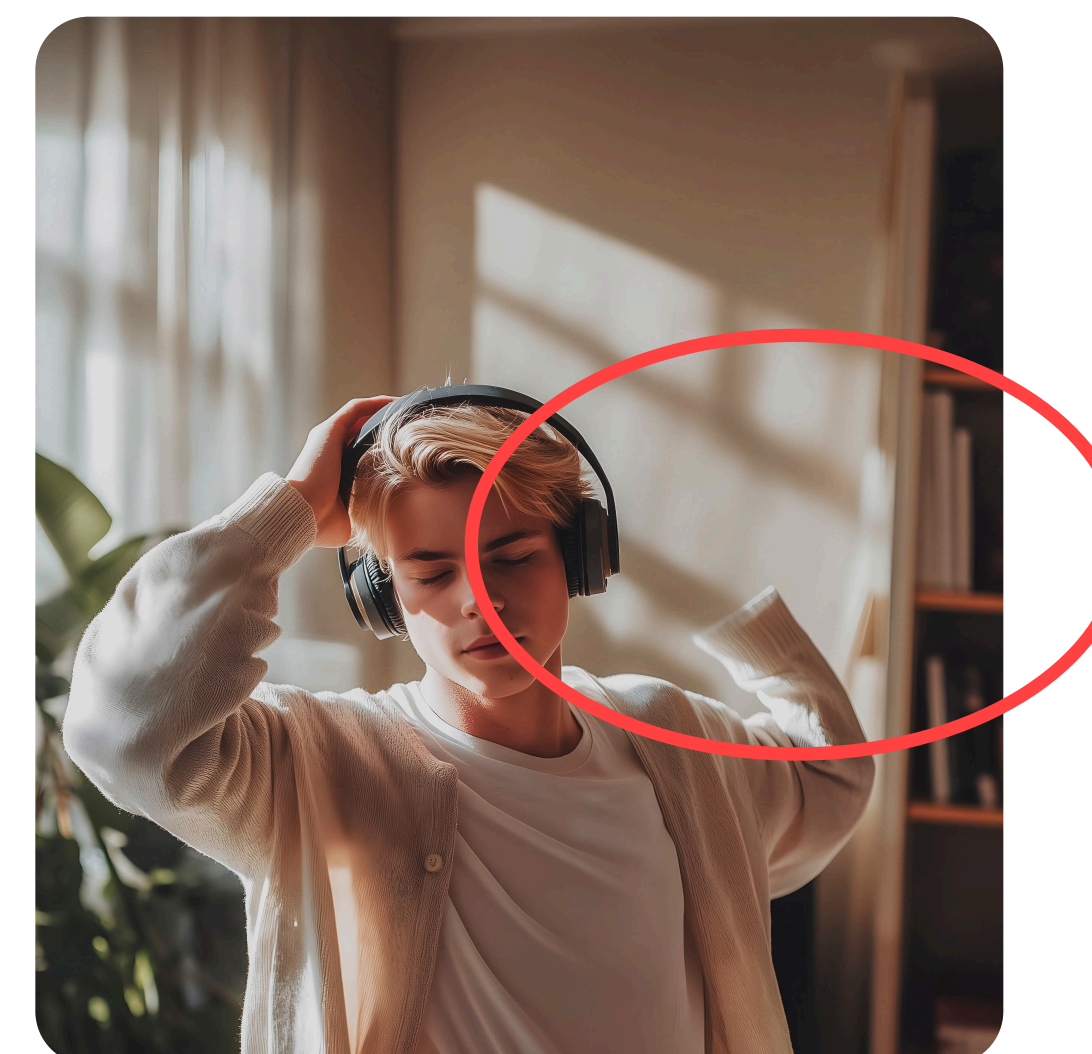
- лишние пальцы или искажения рук;
- неестественные позы и выражения лиц;
- странные текстуры, узоры на одежде и фоне.

Перед использованием убедитесь, что изображение не вызывает визуального дискомфорта и соответствует качеству реальной фотографии.

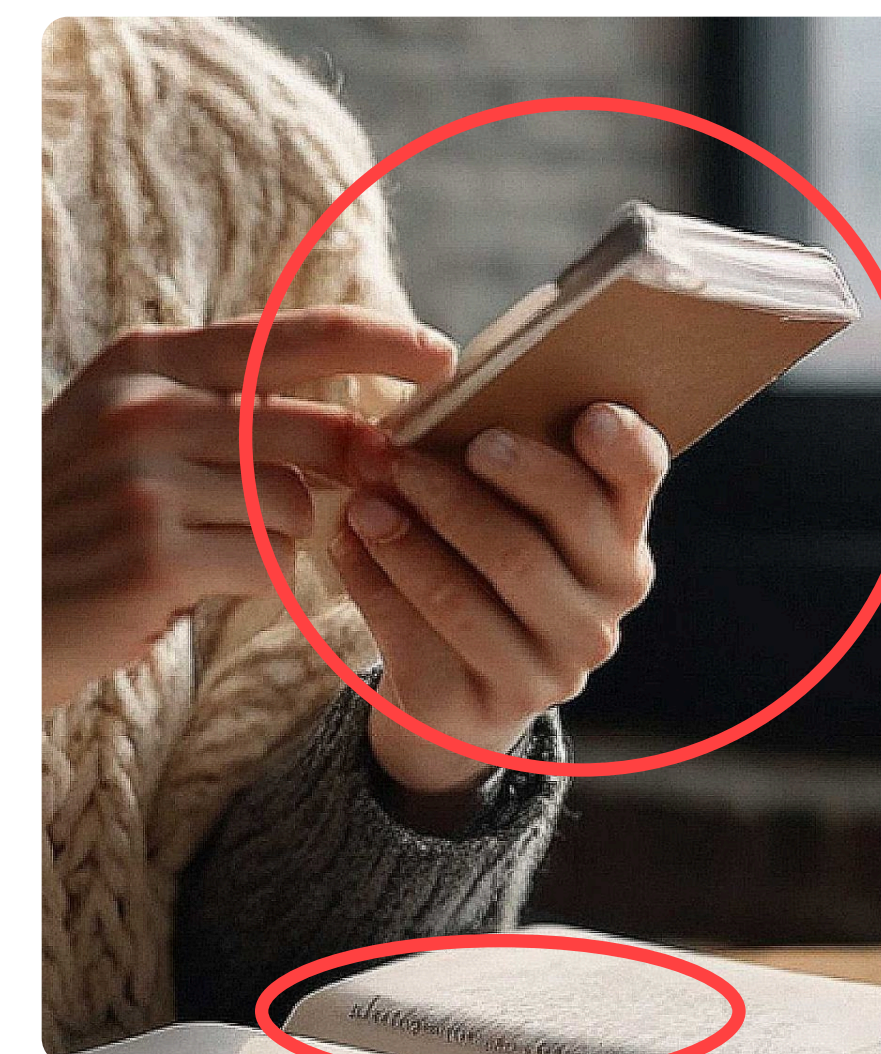
Артефакты на изображениях, созданных ИИ



Некорректно отрисованы глаза



С изображения пропала рука человека



Некорректно отрисованы руки, плохо отрисован гаджет, артефакты в текстурах

/4 Фотостиль

Девайсы в кадре

У моделей на фото всегда присутствует девайс и/или наушники. Чтобы показать, что модель находится в своих мыслях, фокусируется на чтении и прослушивании книги, рекомендуется выбирать фотографии, на которых модель не смотрит в камеру.

Допустимо перекрашивать гаджеты (наушники, телефон) в фирменные цвета бренда для поддержания общего стиля.

Мы не используем фотографии с бумажными книгами. Литрес – электронный сервис, поэтому нам важно подчёркивать наши форматы чтения.

Обязательно стираем упоминание брендов с электронных устройств.



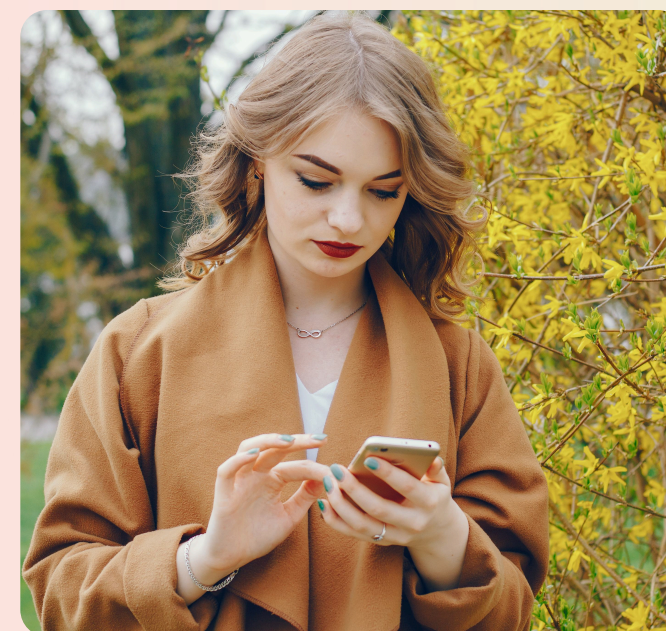
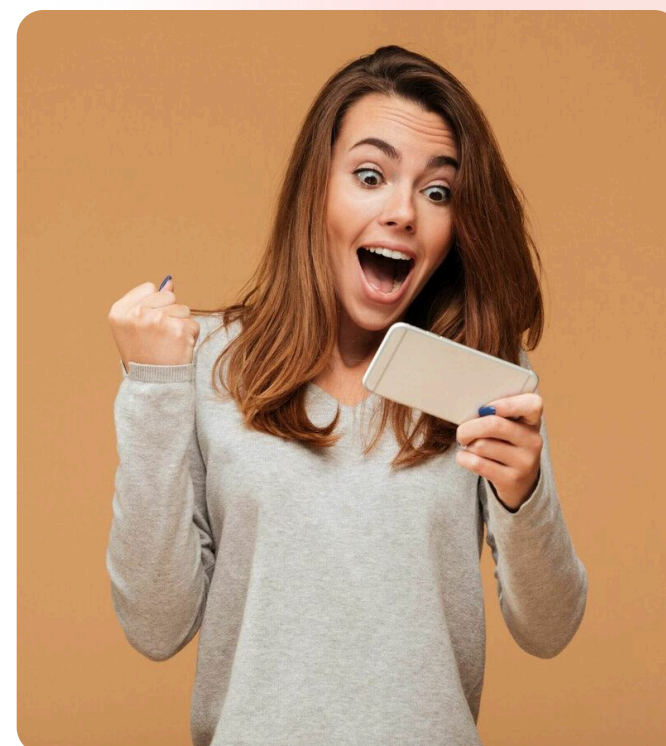
/4 Фотостиль



Градиент фотостиля

Мы не используем фотографии со стоковым стилем – исключаем искусственные, постановочные фотографии с гиперболизированными эмоциями и искусственными позами.

Отдаём приоритет естественным цветам, позам, спокойным выражениям лиц.



Стоковая стилистика

Устаревший цветокор

Допустимый фотостиль

/5

Иллюстрации

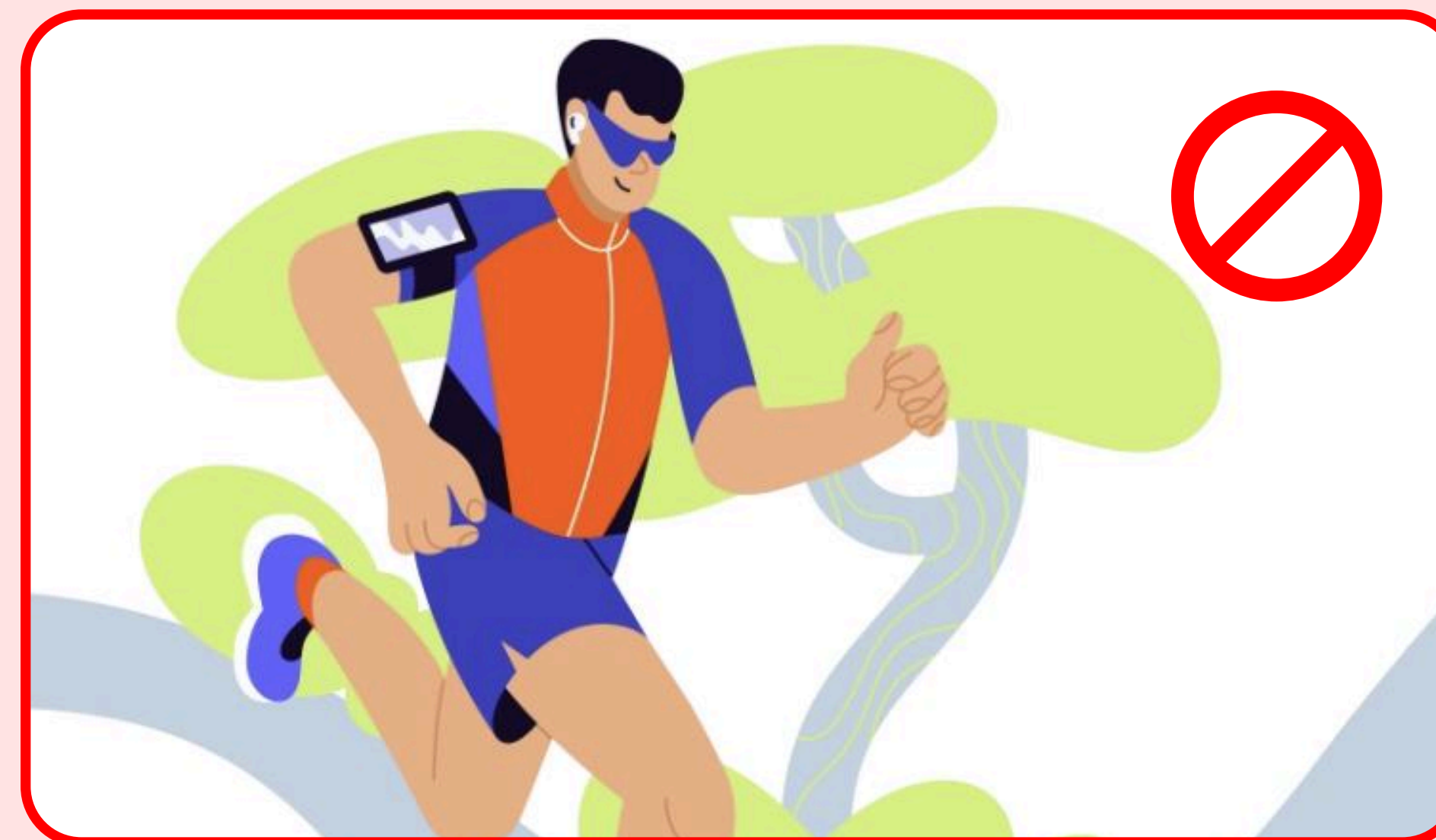
/5 Иллюстрации

Отказ от старых иллюстраций

Иллюстрации из прежнего брендбука выполнены в стиле flat – это простой устаревший визуальный язык с персонажами непропорциональных форм: большими руками, маленькими головами и упрощёнными деталями.

Такой стиль был актуален десять лет назад, но сегодня он не отражает ценности и уровень цифрового продукта, каким стал Литрес. Мы больше не хотим ассоциироваться с мультяшностью и шаблонностью.

Литрес – современный, технологичный, живой сервис, и визуальный стиль должен передавать это ощущение с первых секунд.



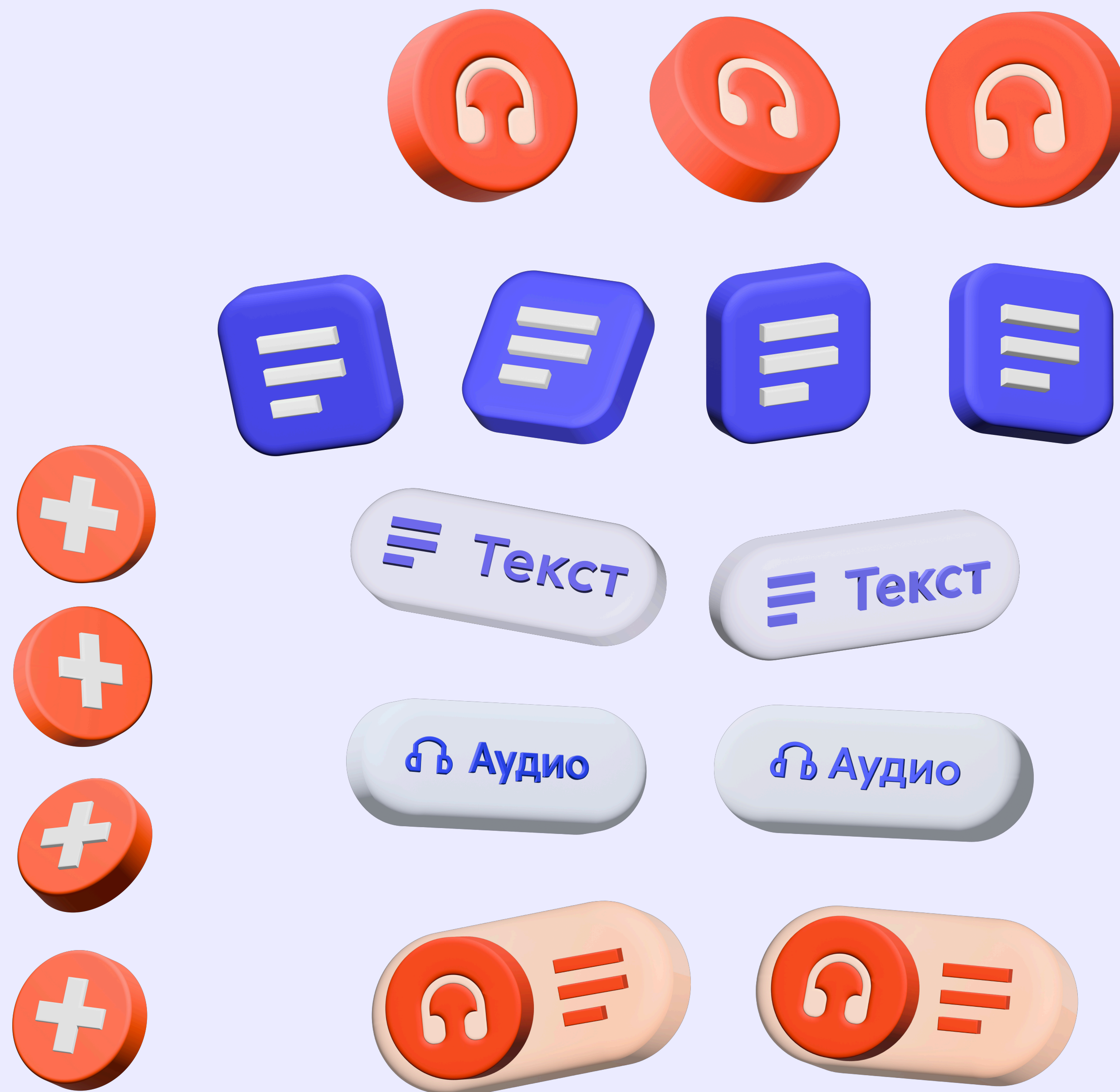
/5 Иллюстрации

Новый подход

Вместо векторных flat-иллюстраций мы используем современные 3D-иконки и элементы. Это решение делает визуальный язык более живым, узнаваемым и технологичным.

Объёмная графика лучше передаёт смысл, смотрится актуально и органично вписывается в цифровую среду.

[Скачать иконки](#)



/5 Иллюстрации

Новый подход

Чтобы сохранить целостность фирменного стиля, все 3D-иконки перекрашиваются в основные цвета бренда – так мы добиваемся единого визуального кода во всех материалах.

[Скачать иллюстрации](#)



/5 Иллюстрации



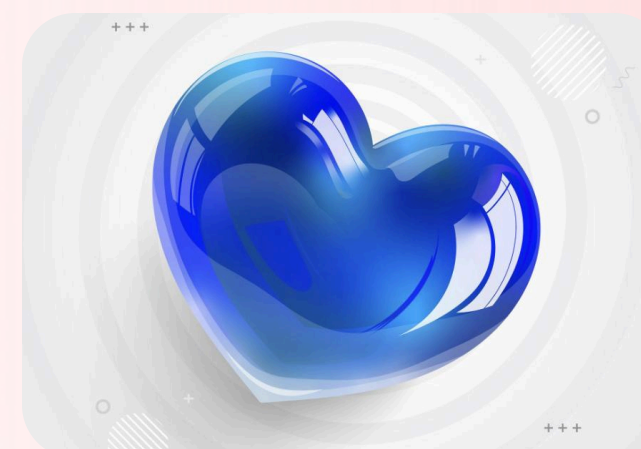
Градиент 3D-иконок

При работе с 3D-графикой важно соблюдать визуальное единство.

- слишком детскими или мультяшными;
- с пушистой, пластилиновой или чрезмерно глянцевой текстурой;
- размытыми, замыленными или нечёткими;
- изображающими части тела, руки или силуэты людей.

В приоритете – предметные 3D-иконки: чёткие, аккуратные, с тактильной, но сдержанной текстурой. Они должны изображать узнаваемые объекты: телефон, книгу, наушники, облако, папку и т. д.

Добавляем брендинг за счёт фирменных цветов Литрес.



Стоковая стилистика

Допустимый стиль

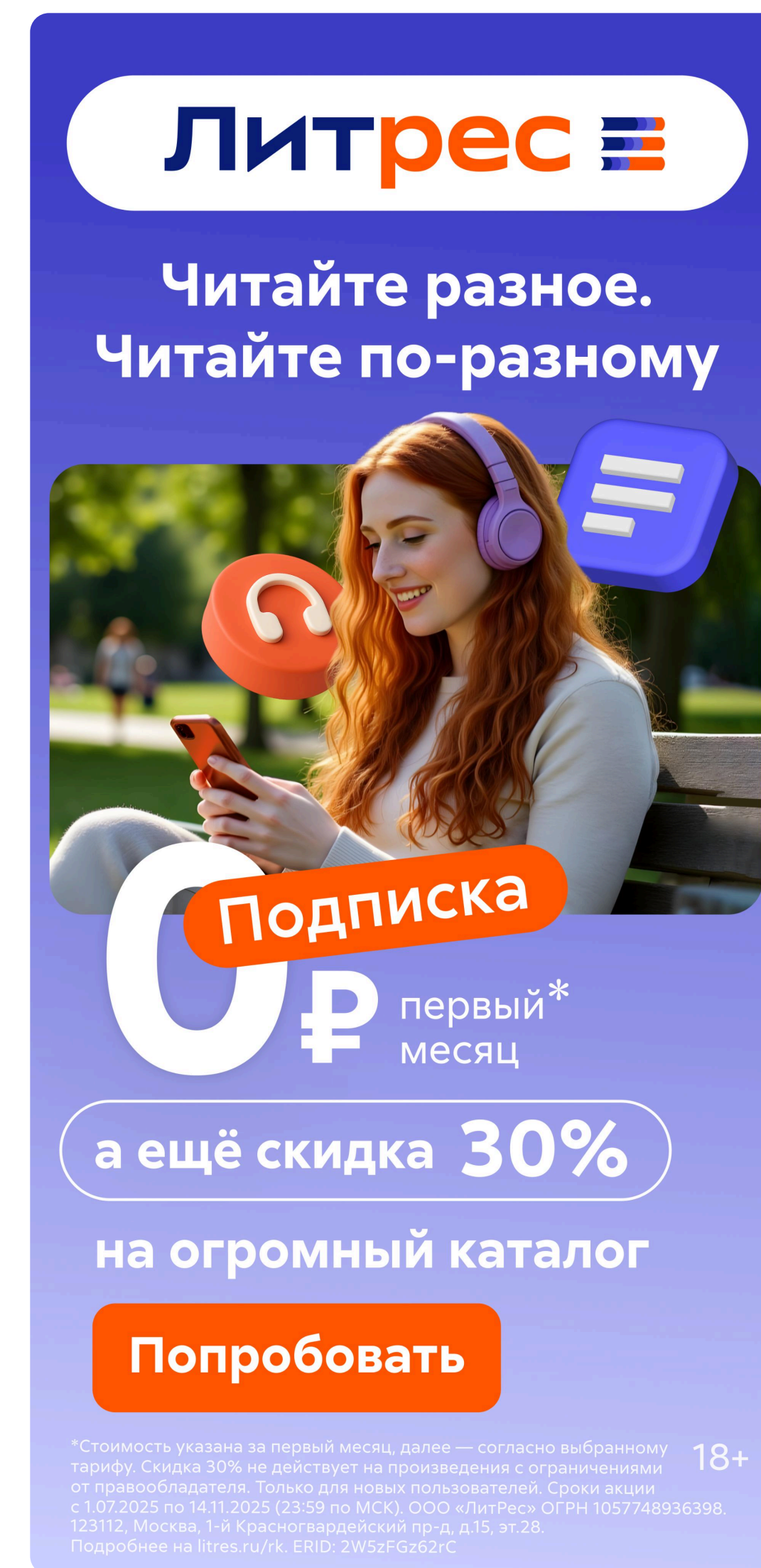
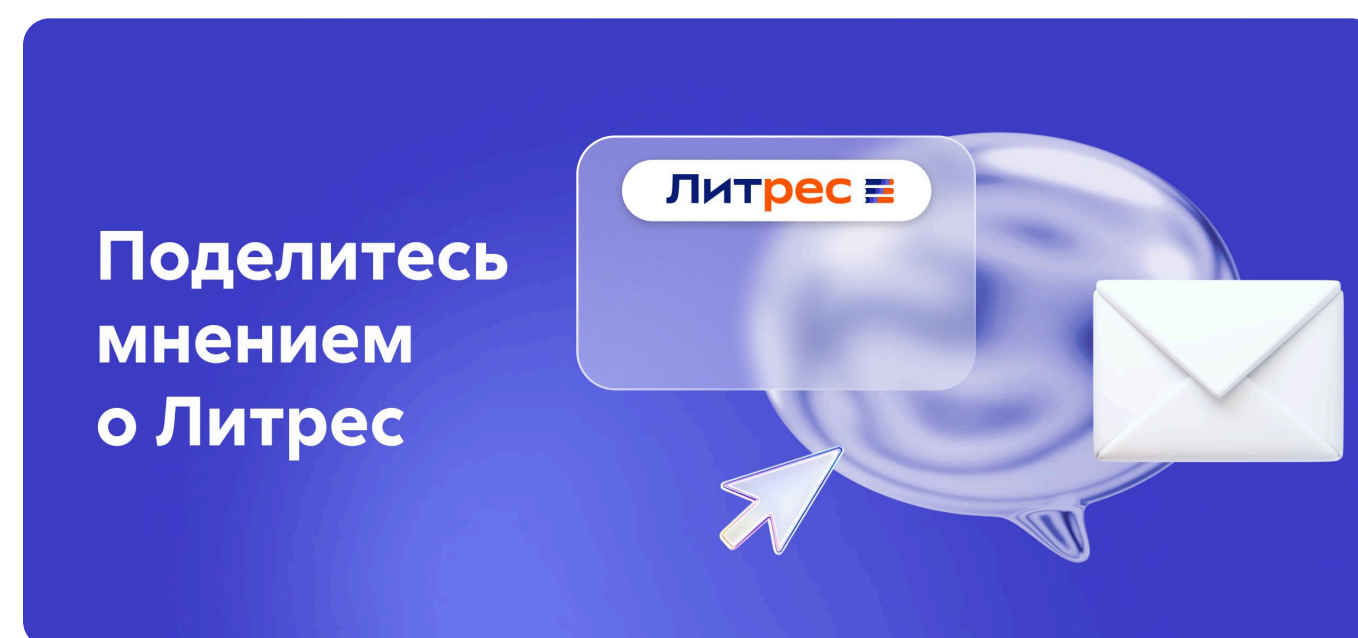
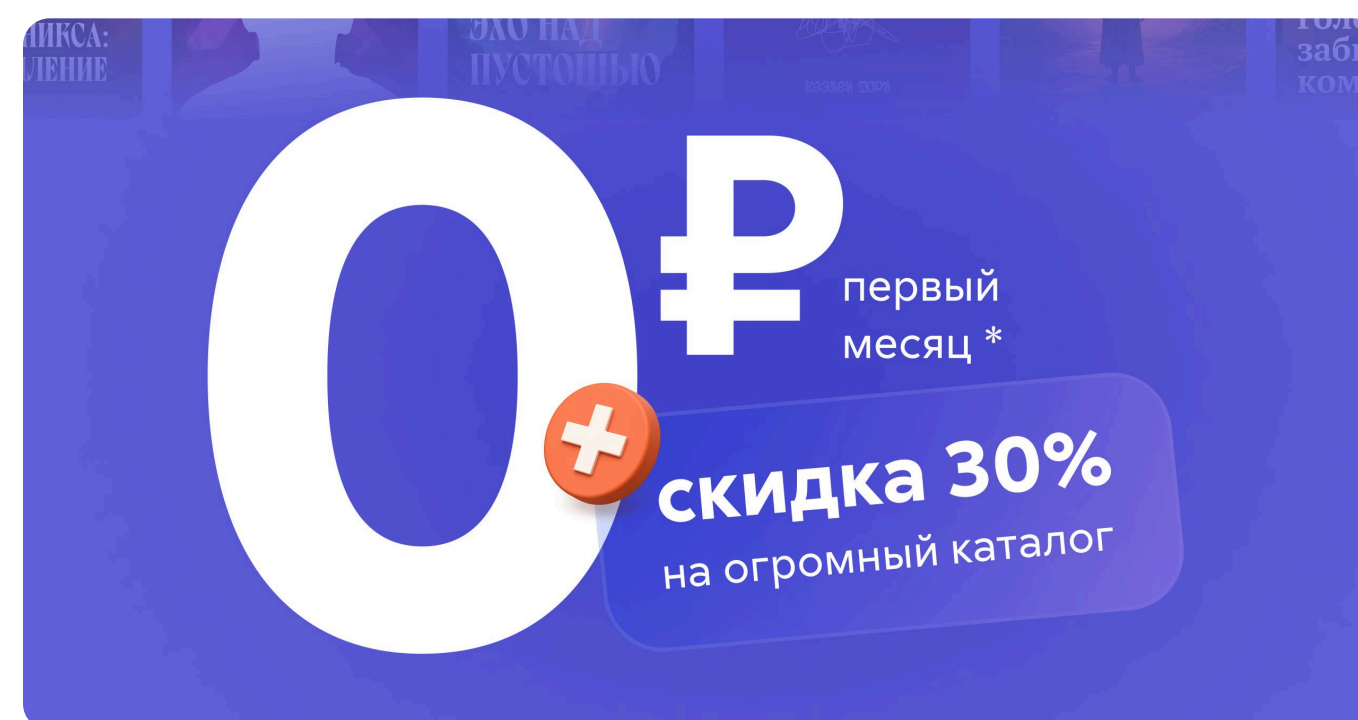
/5 Иллюстрации

Примеры использования

На этих баннерах показано, как можно использовать 3D-иконки на макетах.

3D-иконки могут применяться в качестве дополнения к фотографии, в рамках KV, а также в качестве самостоятельного элемента.

Важно придерживаться общей цветовой палитры, единой стилистики в форме новых иконок.



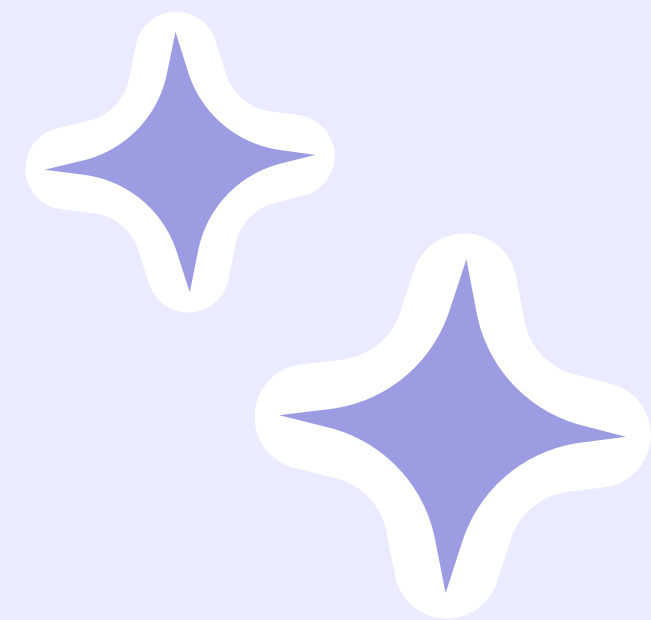
*Стоимость указана за первый месяц, далее — согласно выбранному тарифу. Скидка 30% не действует на произведения с ограничениями от правообладателя. Только для новых пользователей. Сроки акции с 1.07.2025 по 14.11.2025 (23:59 по МСК). ООО «ЛитРес» ОГРН 1057748936398. 123112, Москва, 1-й Красногвардейский пр-д, д.15, эт.28. Подробнее на litrres.ru/rk. ERID: 2W5zFGz62rC 18+

/5 Иллюстрации

Векторные иллюстрации

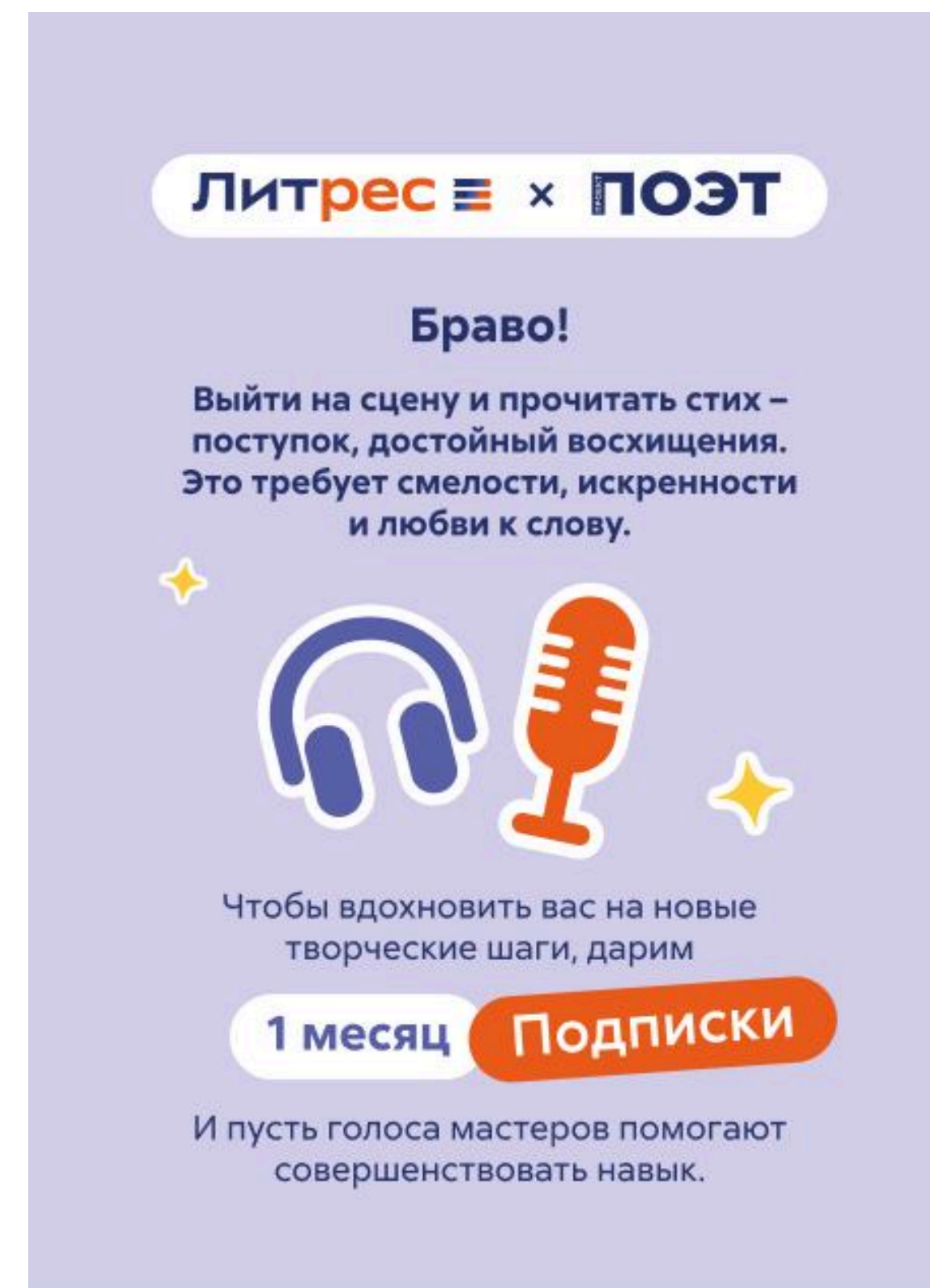
Допускается применение векторных иллюстраций в случаях, когда использование 3D-графики невозможно (например, ограничения по размещению в продукте или при печати POSM-материалов).

При выборе векторных иллюстраций важно сохранять единую стилистику: простые формы, минимализм, ограниченная цветовая палитра в рамках фирменных цветов.

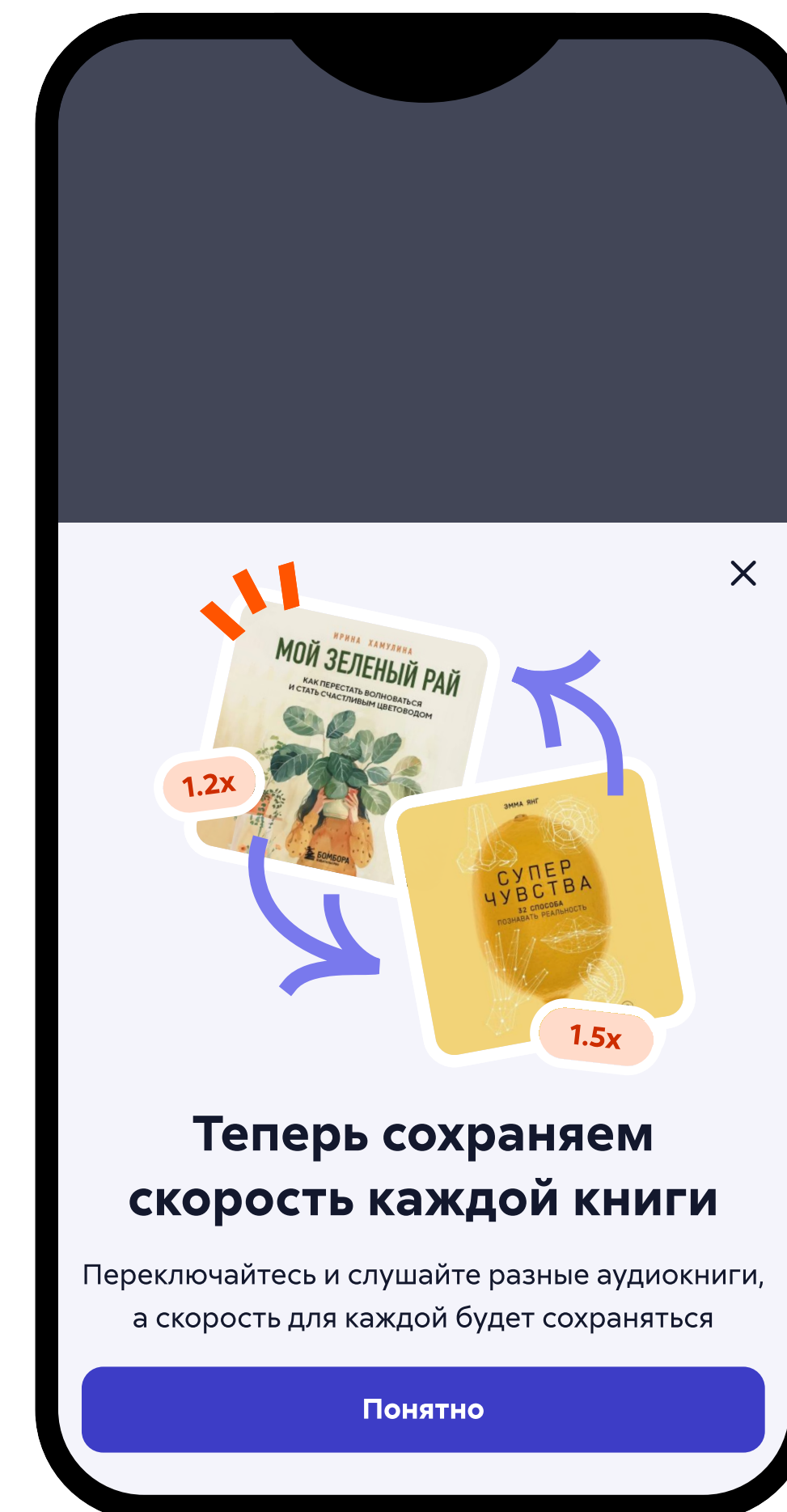


/5 Иллюстрации

Векторные иллюстрации.
Примеры использования



Бумажный сертификат



Экран приложения

/6

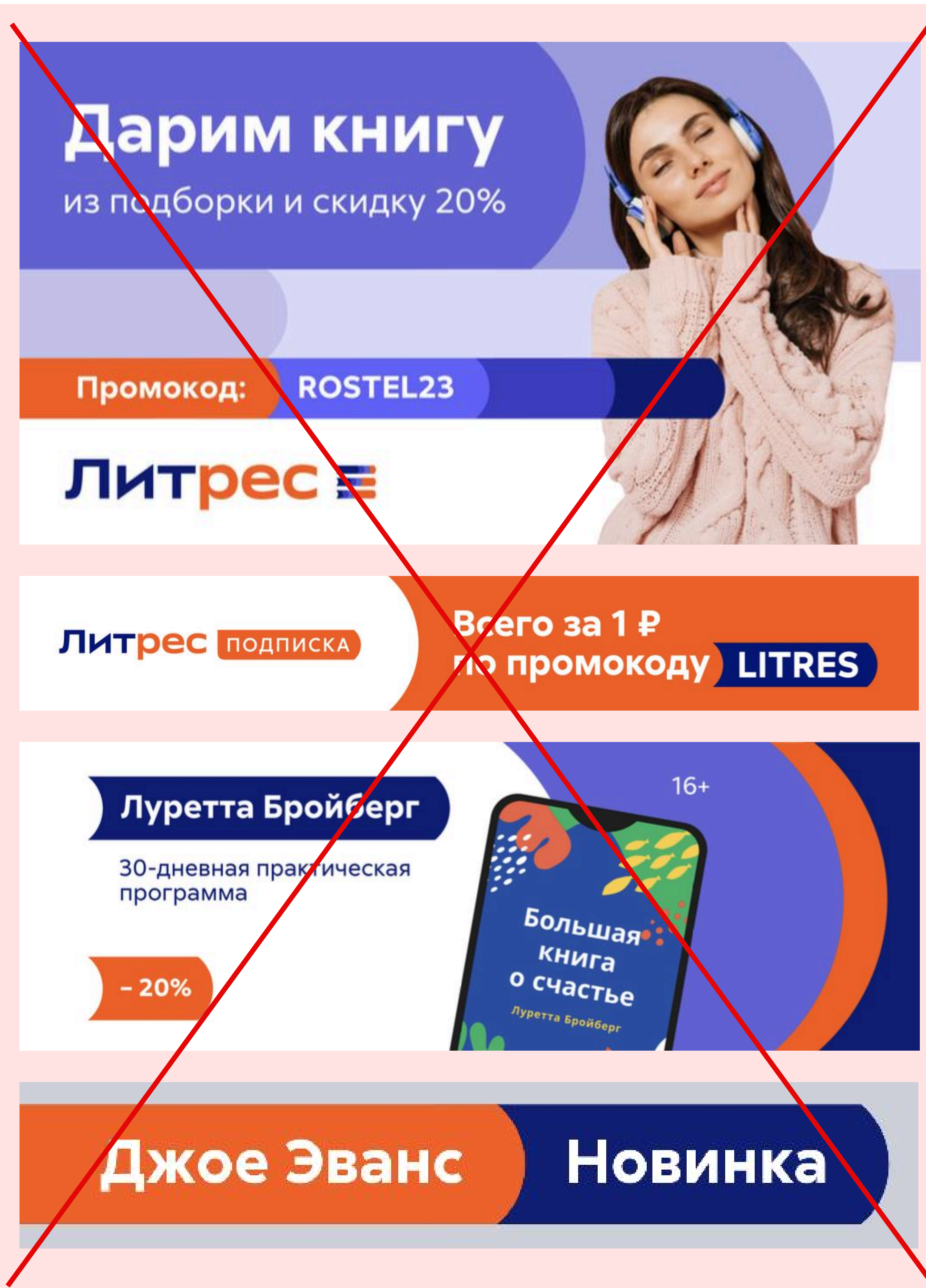
Паттерн

/6 Паттерн

Отказ от цветных корешков

Цветные «корешки» под текстом, пёстрые плашки на фоне – всё это наследие старого визуального подхода, который сегодня выглядит перегруженным и устаревшим.

Такие элементы создают лишний визуальный шум, отвлекают от содержания и делают макеты тяжёлыми и аляпистыми.



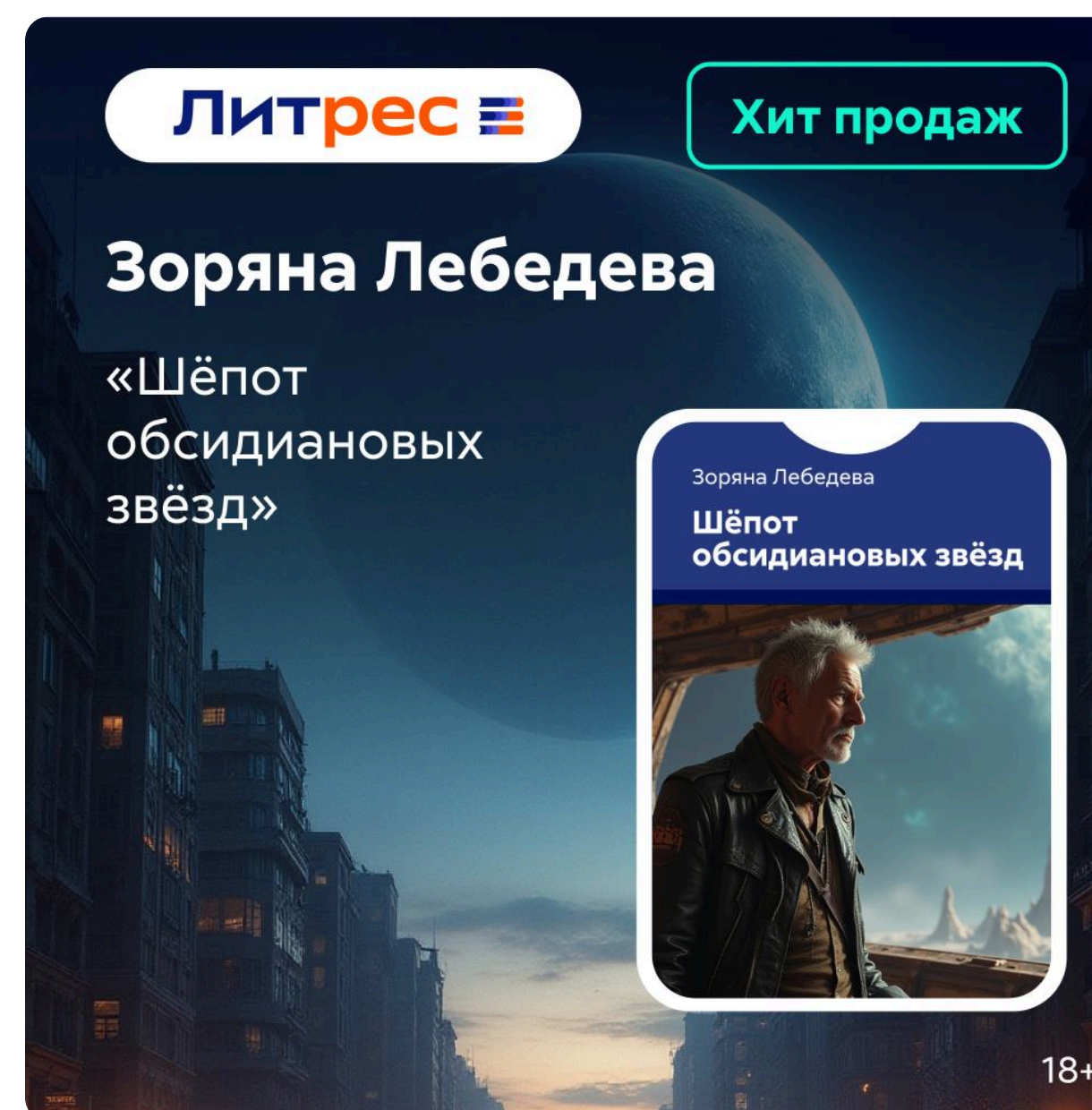
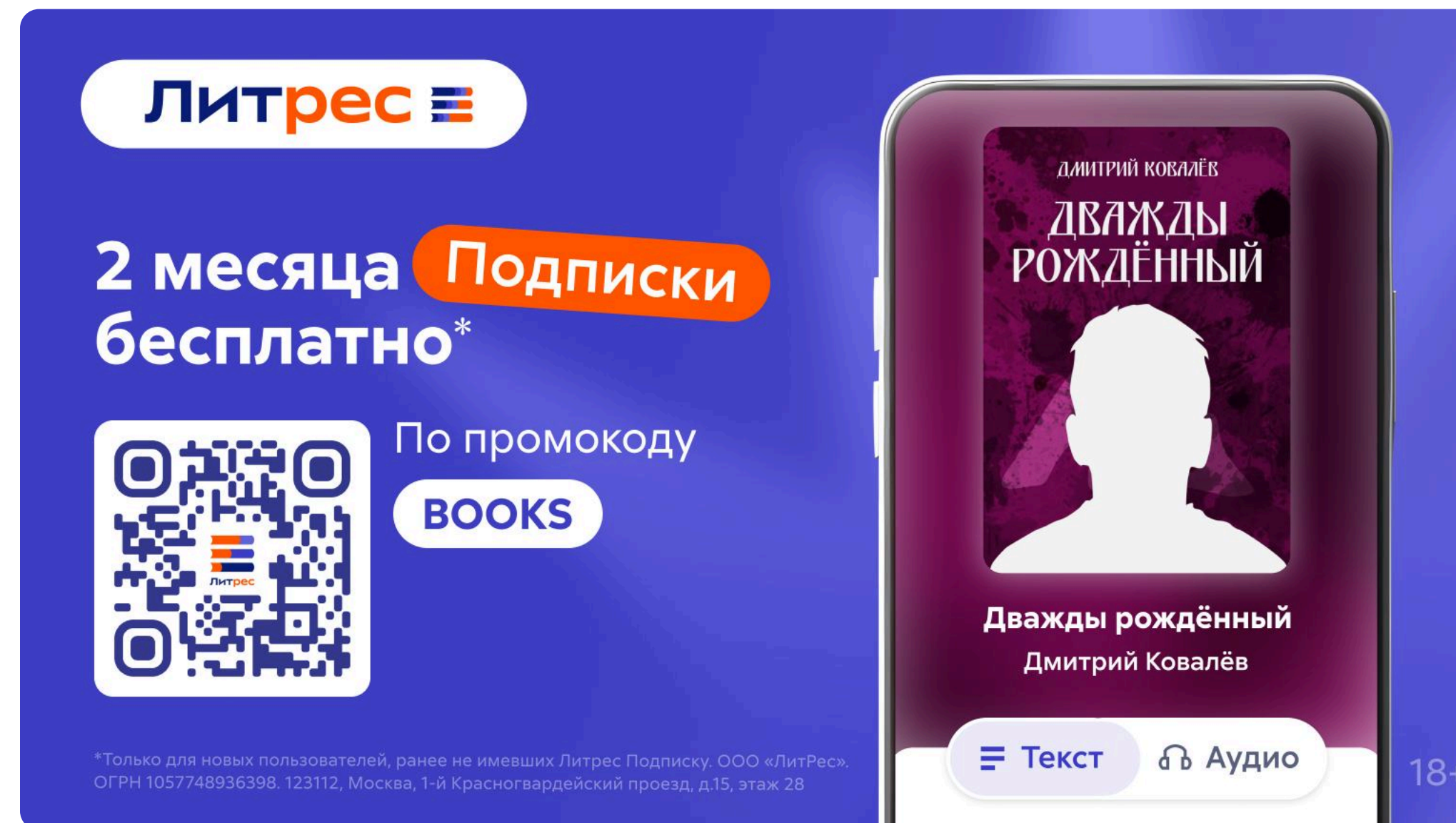
/6 Паттерн и графика

Примеры использования

Новый стиль Литрес – это чистый, уверенный и профессиональный визуальный язык, в котором нет места излишнему декору.

Мы стремимся к лёгкости и современности: прямоугольные плашки смягчаются, получают скругления, а акценты становятся точечными и уместными.

В качестве фона на макетах используем фирменные цвета и градиенты. Промокод, сроки акции можем размещать на плашках со скруглёнными краями.



Устройства и мокапы

/7 Устройства и мокапы

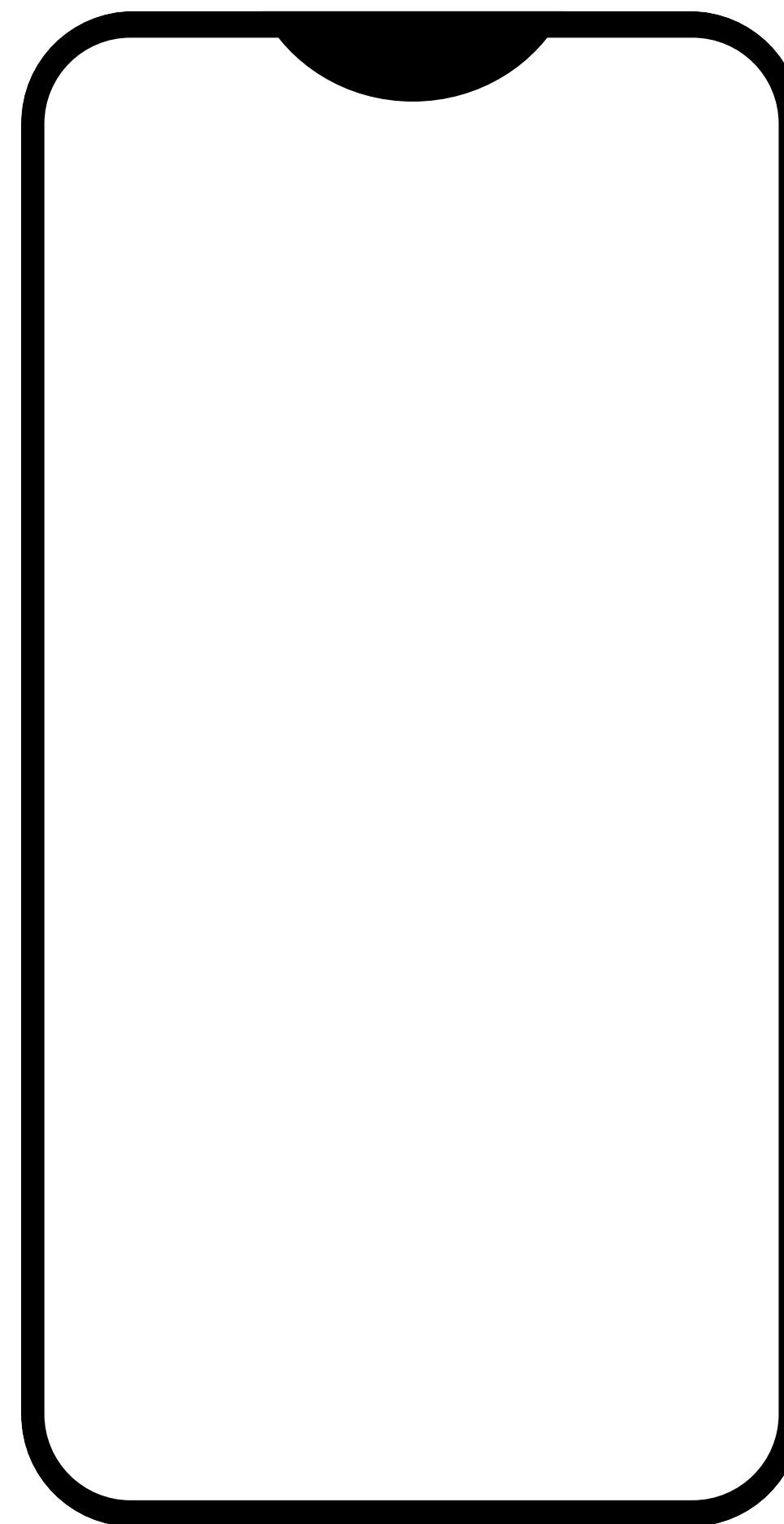
Принципы

Существует два варианта гаджетов, в которых размещается обложка книги: смартфон и планшет. Гаджеты можно выбирать исходя из обложки и компоновки макета, учитывая свободное пространство.

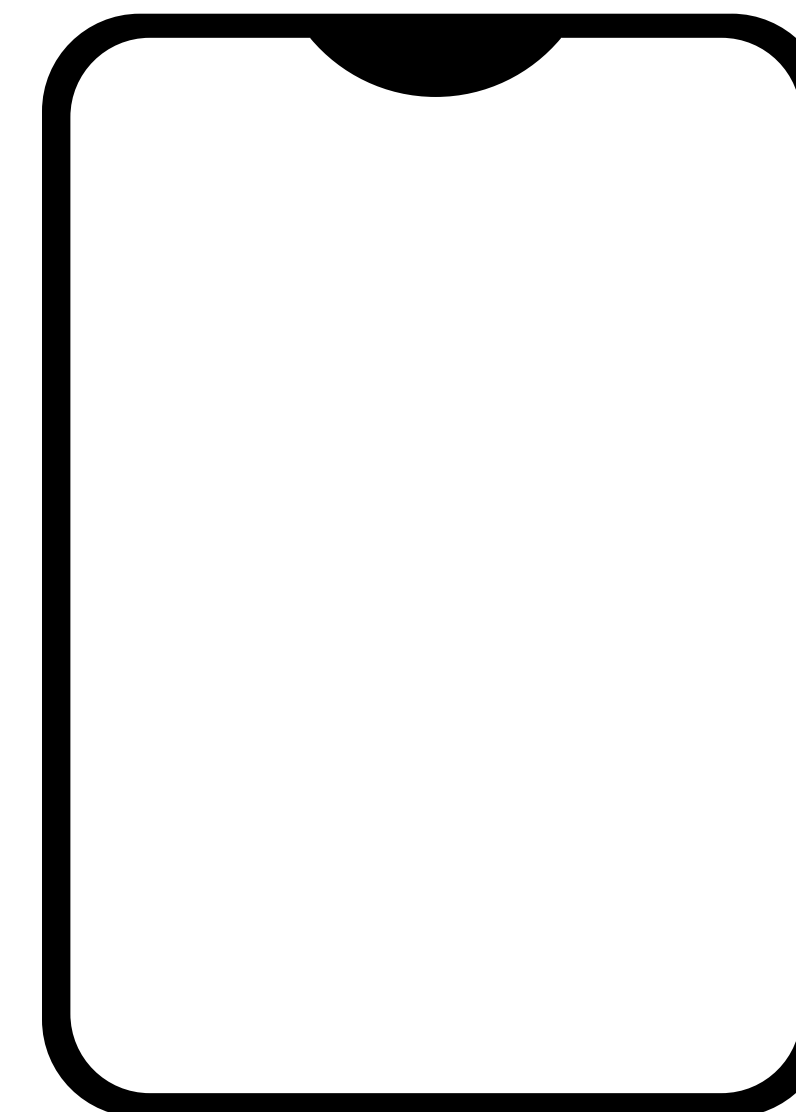
Рамки гаджетов – это фирменный элемент Литрес для презентации контента (электронных книг) на макетах. Следует использовать только представленные на слайде варианты для сохранения целостности айдентики.

Для рамок допустимо использовать только следующие цвета: синий, сиреневый, чёрный, белый. Выбор цвета зависит от фона макета. Важно учитывать, что рамка устройства должна быть контрастна по отношению к фону и к самой обложке книги.

Рамки устройства недопустимо поворачивать.



Смартфон



Планшет

/7 Устройства и мокапы

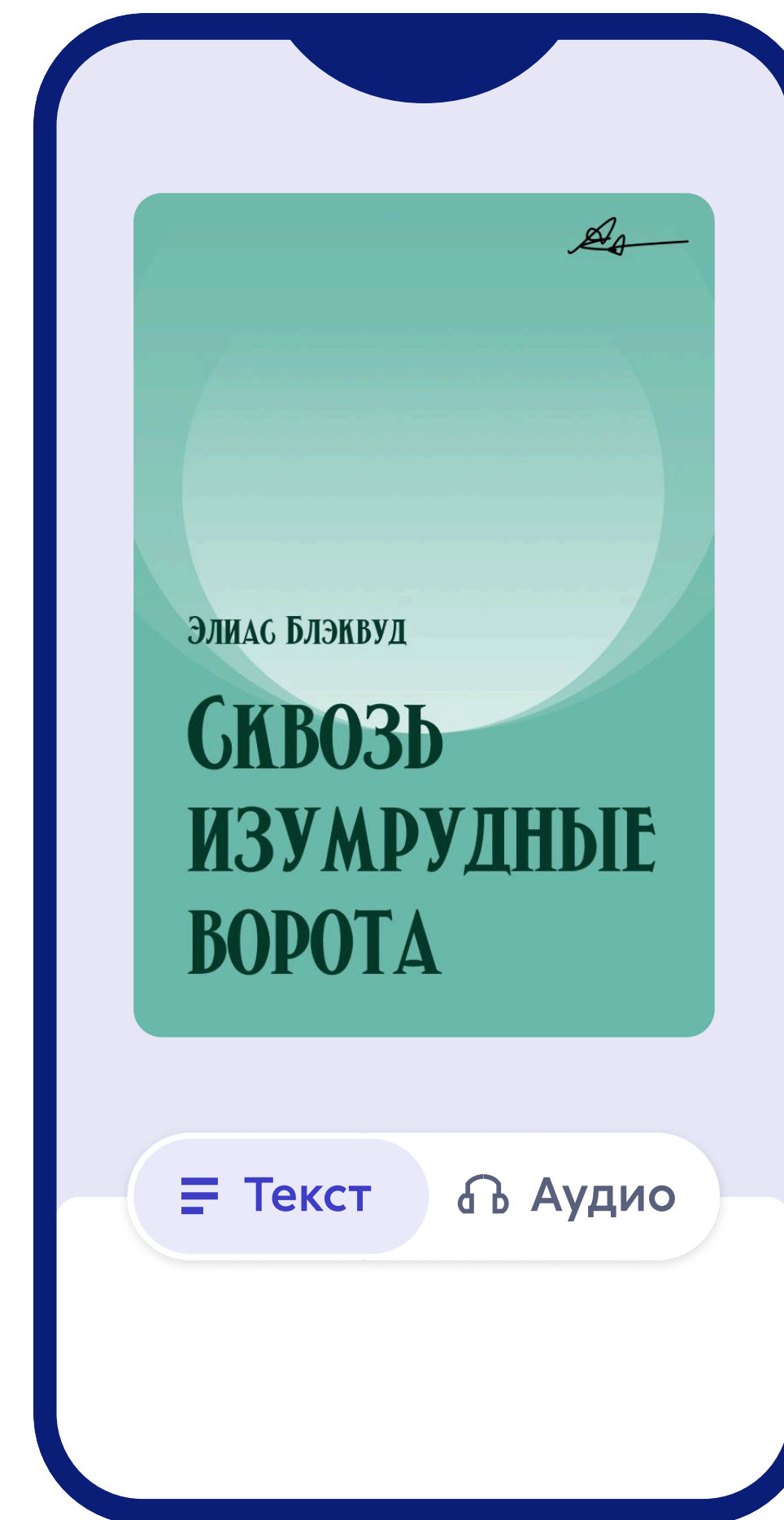
Принципы

Допустимо размещать обложку в рамках смартфона с добавлением элементов интерфейса приложения.

Обложка электронной книги должна занимать большую часть макета и выглядеть контрастно.

Следует использовать кнопку «Текст/Аудио», чтобы подчеркнуть чтение в разных форматах.

На рамки планшета эти правила не распространяются. В рамке планшета контент допустимо размещать только во весь экран устройства.



Смартфон



Планшет

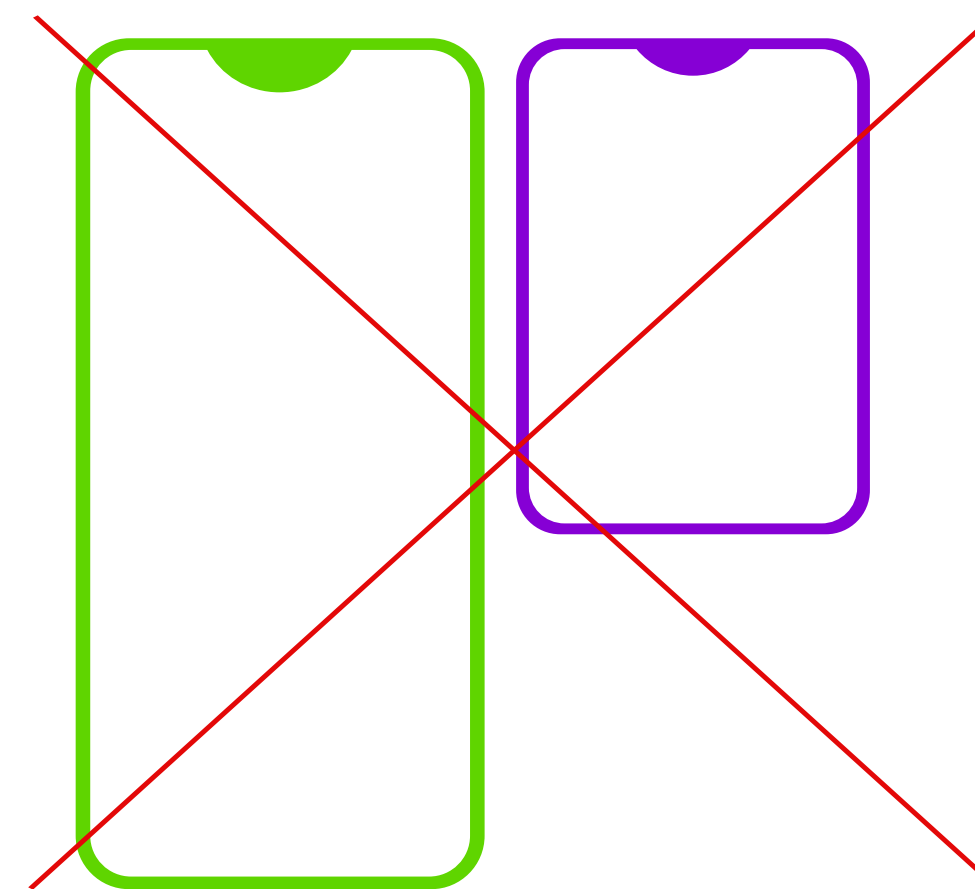
/7 Устройства и мокапы

Ошибки в использовании рамок гаджетов

Не стоит перекрашивать рамку в любые посторонние цвета, добавлять градиенты, эффекты, тени.

Не нужно отрисовывать рамку заново, используем рамку из файла-источника.

Не нужно поворачивать рамку устройства, создавать лишний шум на макете.



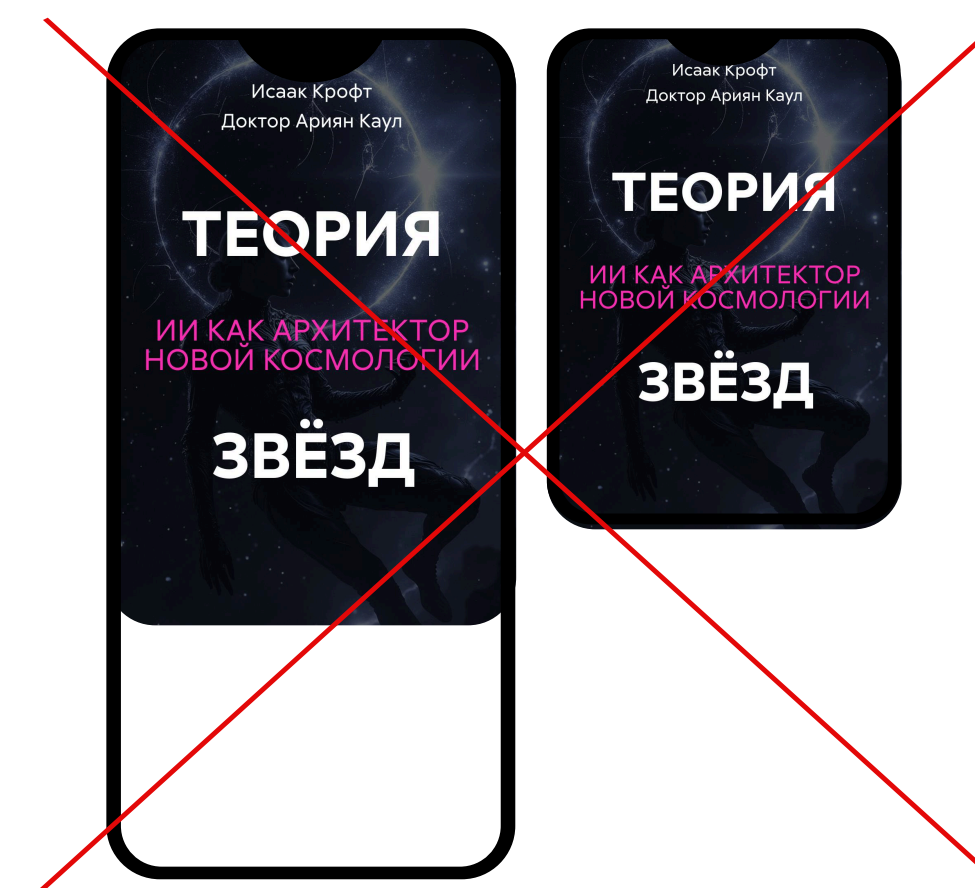
Изменение цвета рамок



Поворот рамки



Некорректное размещение обложки



Отсутствует контраст между рамкой и обложкой

/7 Устройства и мокапы

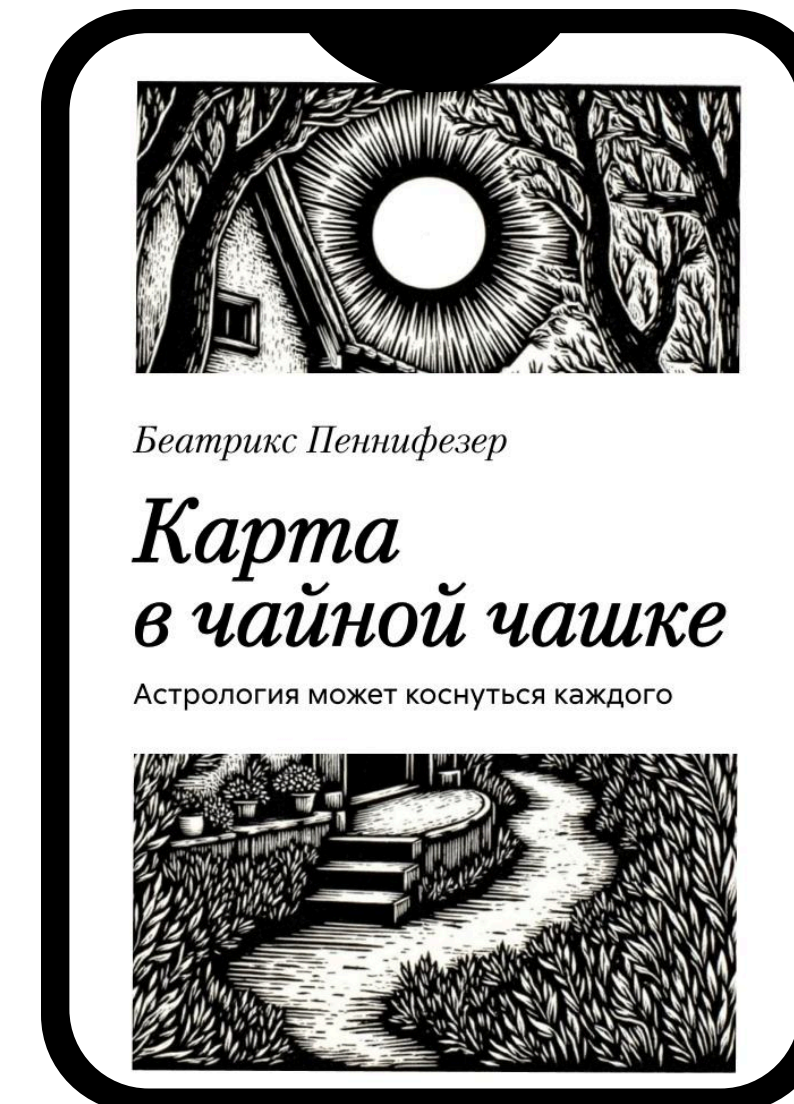
Презентация книг на макетах

Существует несколько вариантов размещения книги на макете:

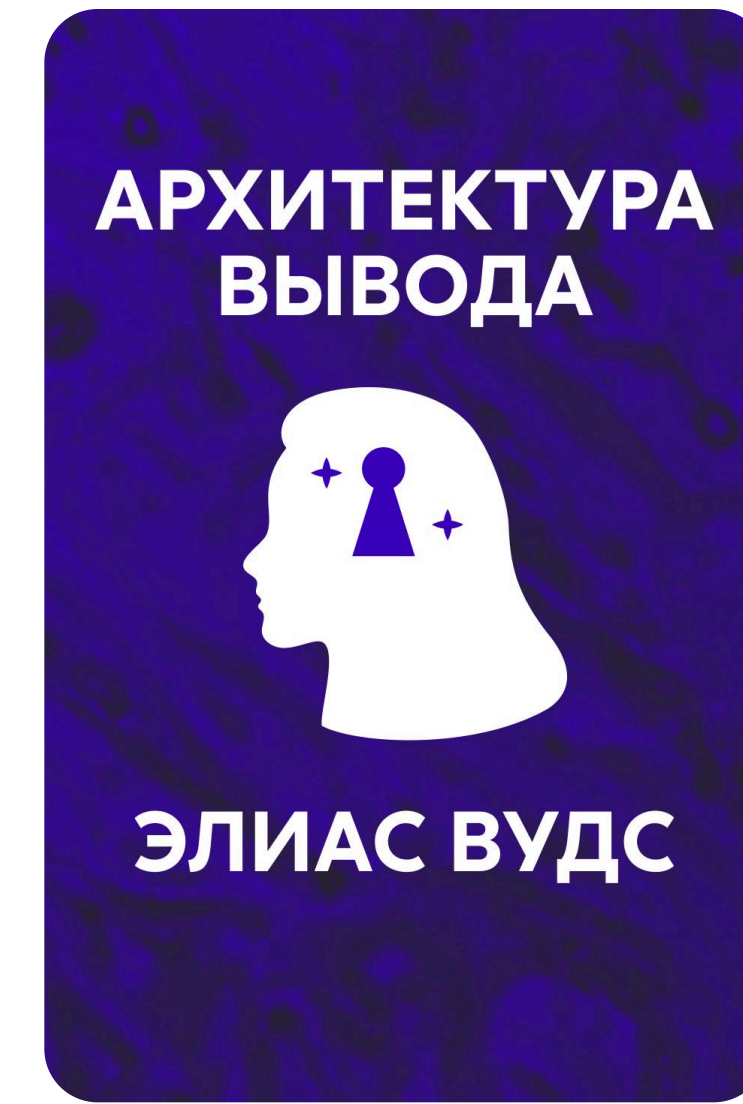
- 1) на смартфоне;
- 2) на планшете;
- 3) обложка со скруглёнными углами (в случае когда задача требует разместить большое количество книг на одном макете).



Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3

/7 Устройства и мокапы

Правила размещения книги в рамке

На обложках книг зачастую присутствует текст в верхней части. При размещении в рамке он может перекрываться вырезом или находиться очень близко к краю.

В таком случае нужно немного увеличить высоту и дорисовать верхнюю часть обложки. В обложках с однородным фоном часть над текстом можно просто растянуть до необходимого размера.



Часть, которую необходимо дорисовать

/7 Устройства и мокапы

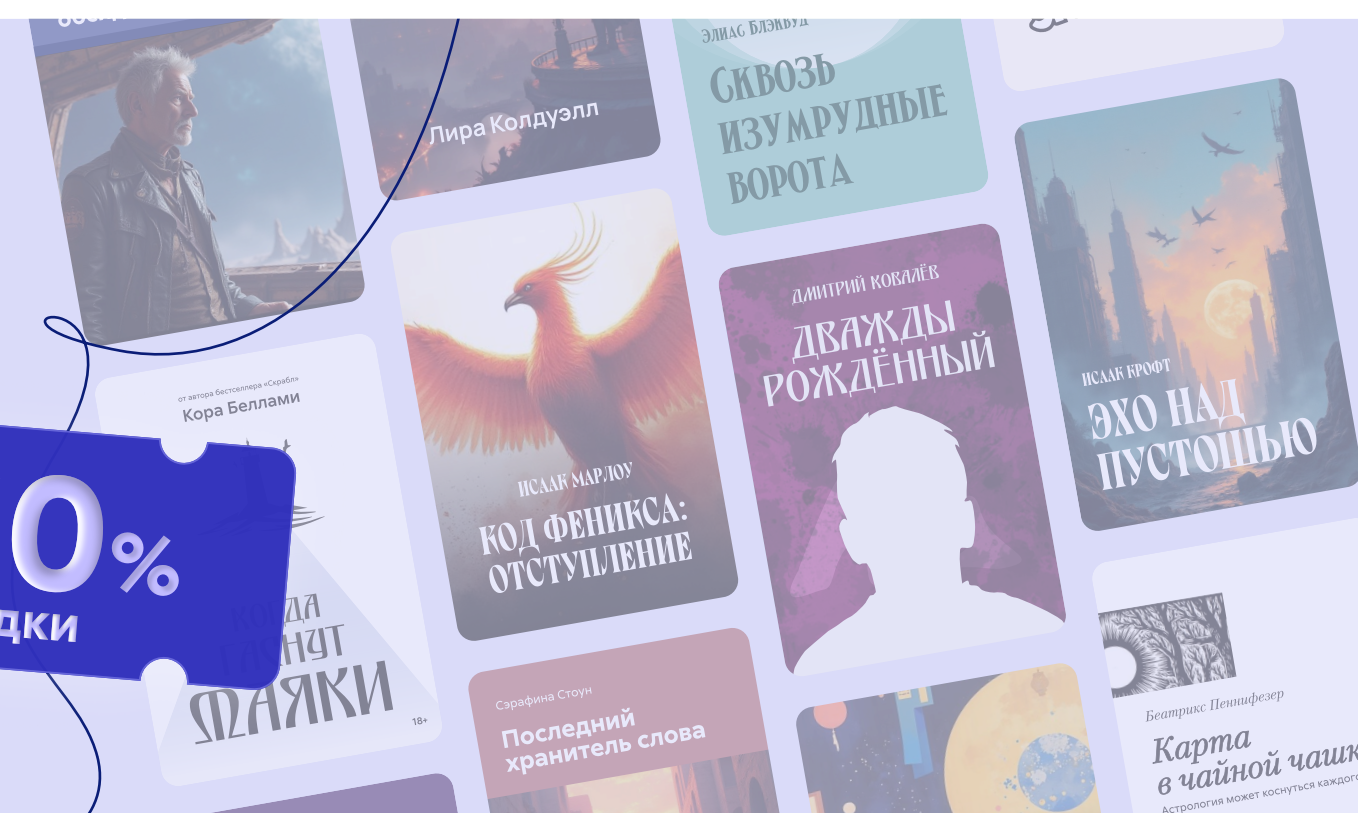
Правила размещения большого количества книг

В случае размещения более 1 книги, допустимо располагать обложки книг на макете в несколько рядов с углом наклона в 10° или -10°.

Заголовок баннера

Основной текст баннера, допустимо размещать так. Он занимает 1-3 строки

до -60%
скидки



/7 Устройства и мокапы

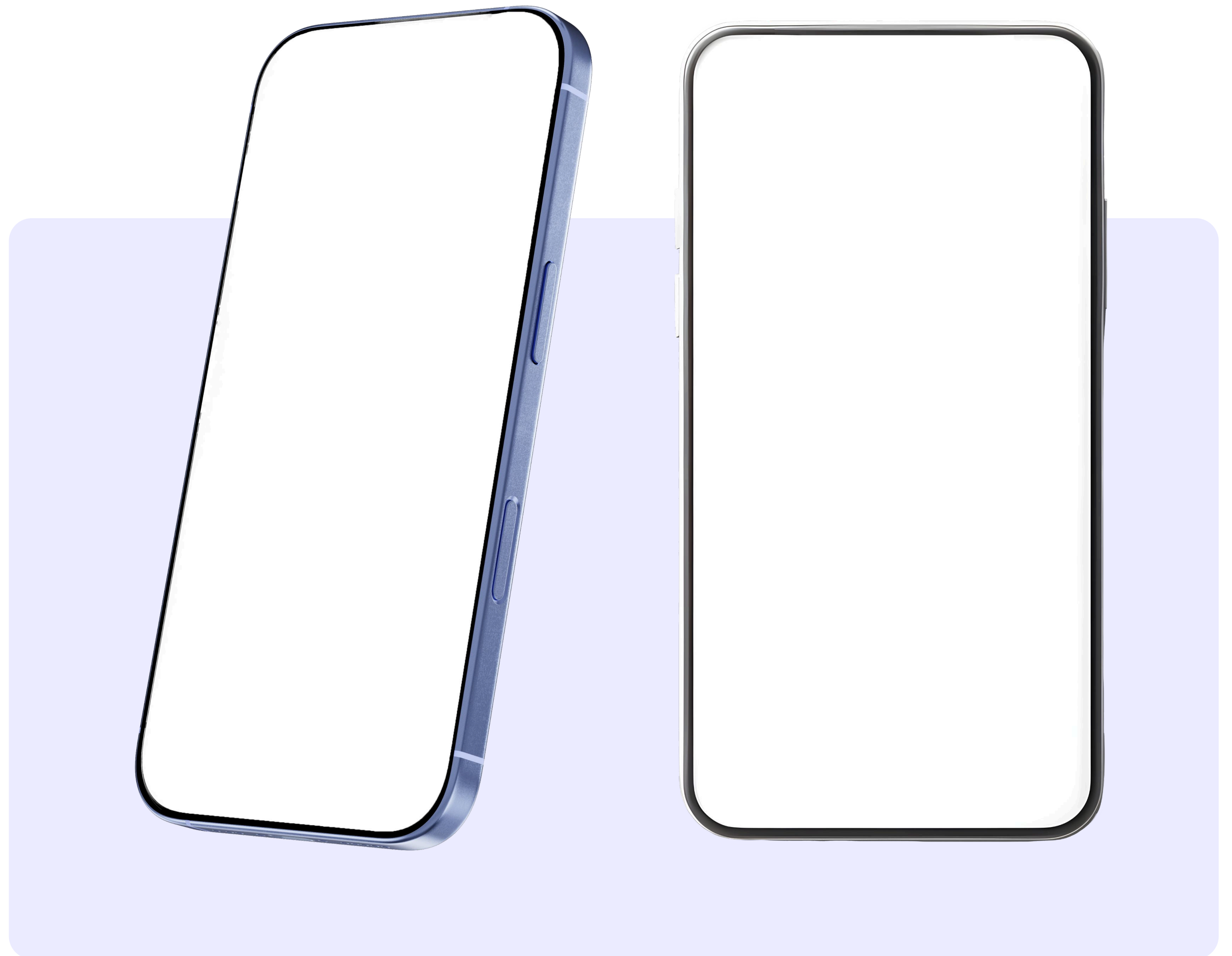
Мокап устройства

Допустимо использовать мокап смартфона для демонстрации книг в сервисе.

Такой приём делает макет более выразительным, наглядным и помогает показать, как именно пользователь взаимодействует с продуктом в реальной жизни.

Смартфон, как «носитель книги», подчёркивает цифровую природу сервиса и делает визуальный язык ближе к повседневному опыту аудитории.

Допустимо использовать этот приём преимущественно в digital-материалах и наружной рекламе, где важно быстро передать суть и привлечь внимание. В более сдержанных форматах стоит применять его точно, чтобы сохранить визуальный баланс.



/7 Устройства и мокапы

Ошибки в изображении книг

В постоянной коммуникации Литрес используется исключительно визуальный **образ электронных книг** – это отражает суть и цифровую природу сервиса.

Допустимо размещать мокап бумажной книги только в рамках продажи бумажных книг на сайте Литрес.



Бумажная версия книги в любом виде



/8

Кнопки

/8 Кнопки

Вид кнопок

Для кнопок разработана уникальная форма скругления. В надписях на кнопках используется шрифт ALS Sirius начертание Medium.

На кнопках используется только белый цвет шрифта.

Для кнопок используется три цвета из основной палитры, цвет выбирается в зависимости от фона макета.

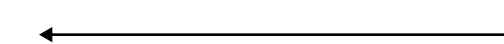
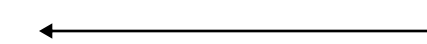
Необходимо следить, чтобы кнопка выделялась и не сливалась с окружением.

Не допускается размещать на кнопках что-то, помимо текста. Важно, чтобы кнопки не перекрывала иллюстрация или фотография.

Высота и ширина пространства вокруг надписи \approx средней высоте букв.

Особенности скругления кнопки, ширина линии окружности больше, чем высота.

x – Высота буквы



$\approx 1/6$ от $x+x$



Шрифт ALS Sirius Medium в белом цвете

/8 Кнопки

Цвета кнопок

Активировать

Выбрать книги

Перейти

Подробнее

Слушать

Попробовать

Читать

Пройти опрос

Активировать

Выбрать книги

Перейти

Подробнее

Слушать

Попробовать

Читать

Пройти опрос

Активировать

Выбрать книги

Перейти

Подробнее

Слушать

Попробовать

Читать

Пройти опрос

/8 Кнопки

Цвета кнопок

Возможные фоны для кнопок.

Выбрать книги

Выбрать книги

Выбрать книги

Выбрать книги

Выбрать книги

Выбрать книги

Носители фирменного стиля

/9 Носители фирменного стиля

Баннеры на внутренних ресурсах

Для баннеров, размещаемых на внутренних ресурсах Литрес, существует подробный гайд. А также разработаны шаблоны в Figma.

[Гайд Direct Marketing](#)

[Шаблоны DM в Figma](#)

Захватывающий аудиосериал

Трогательная история о поисках понимания и принятия в мире



Мы часто думаем, что умеем слушать

Книга о том, как не только слушать, но и слышать своего собеседника



Материалы для SMM

Для создания материалов для социальных сетей бренда разработан гайд и дизайн-макеты.

[Гайд SMM](#)

[Шаблоны SMM в Figma](#)

Литрес ≡

Зарубежная классика

Артур Конан Дойль

В 1891 году Артур забросил медицину и окунулся в писательство с головой. Детектив «Человек с рассечённой губой», изданный в этом же году, больше подогрел интерес к персоне творца: его попросили сочинить ещё шесть историй о Шерлоке Холмсе.



/9 Носители фирменного стиля

Digital-баннеры

При создании digital-баннеров необходимо использовать основную и дополнительную цветовую палитру бренда, а также основной логотип Литрес.

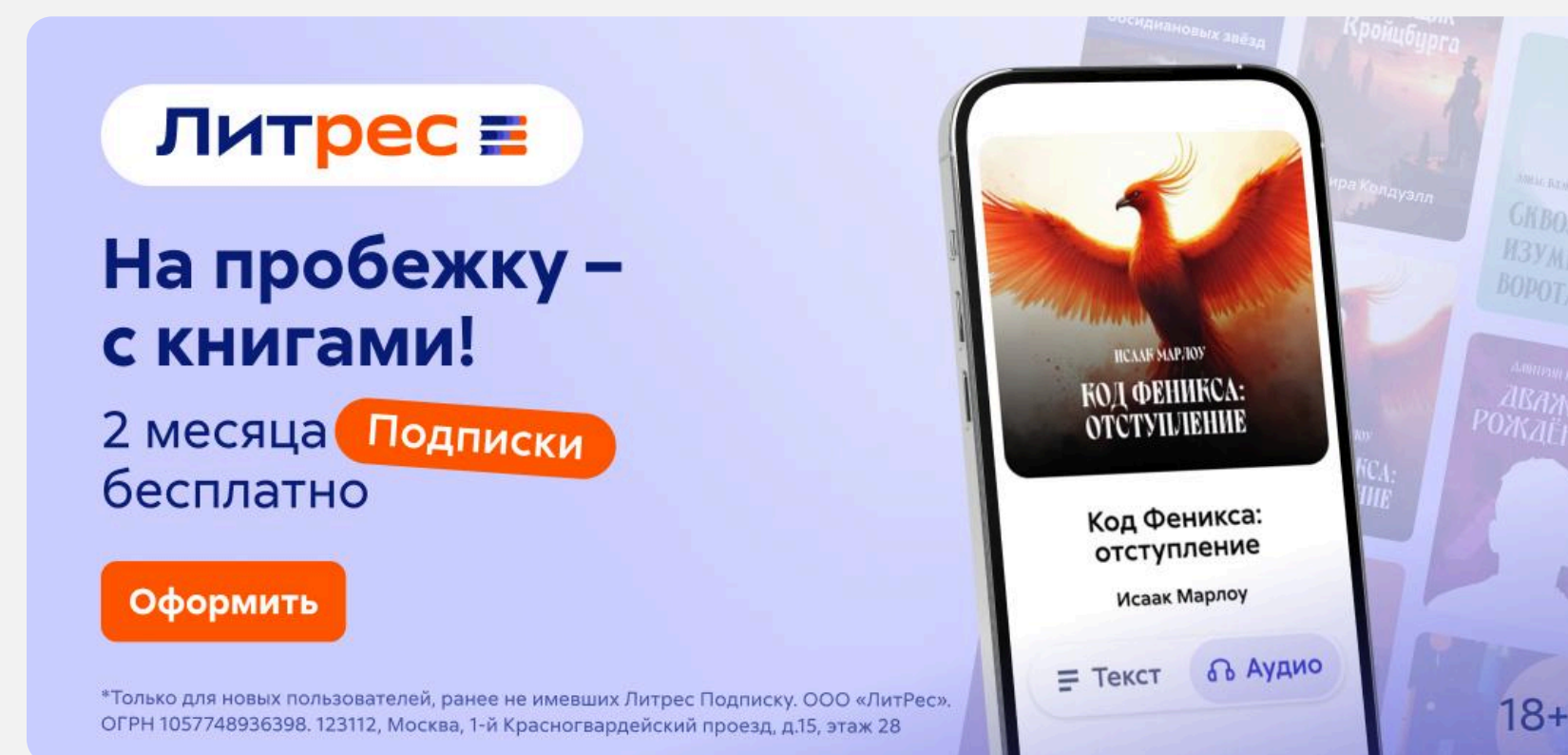
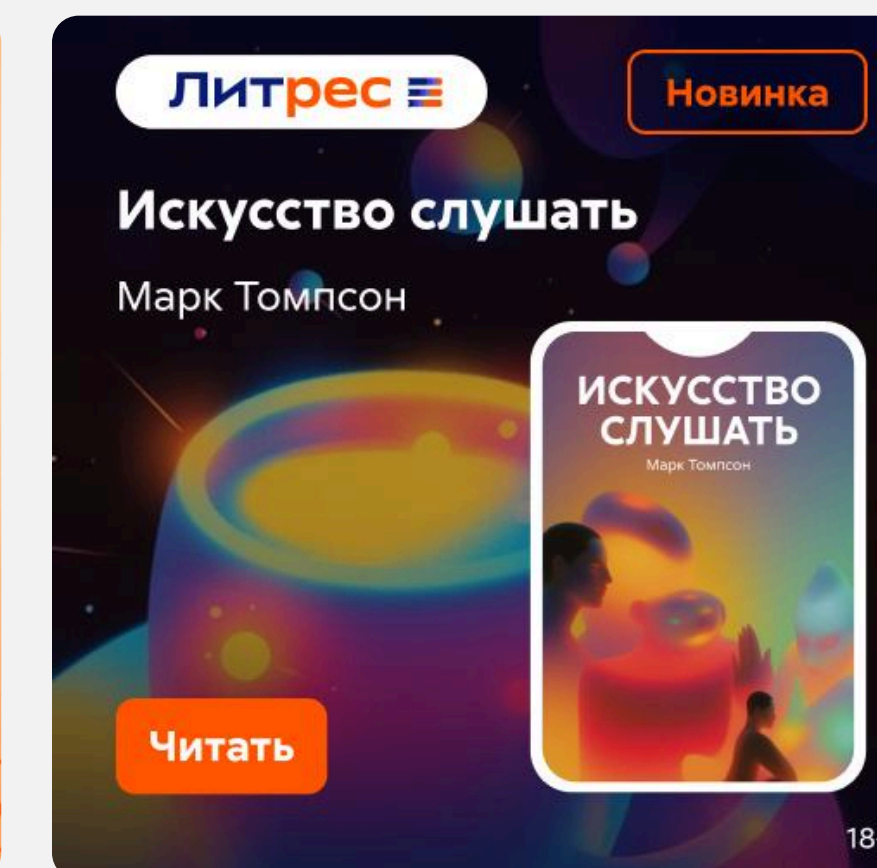
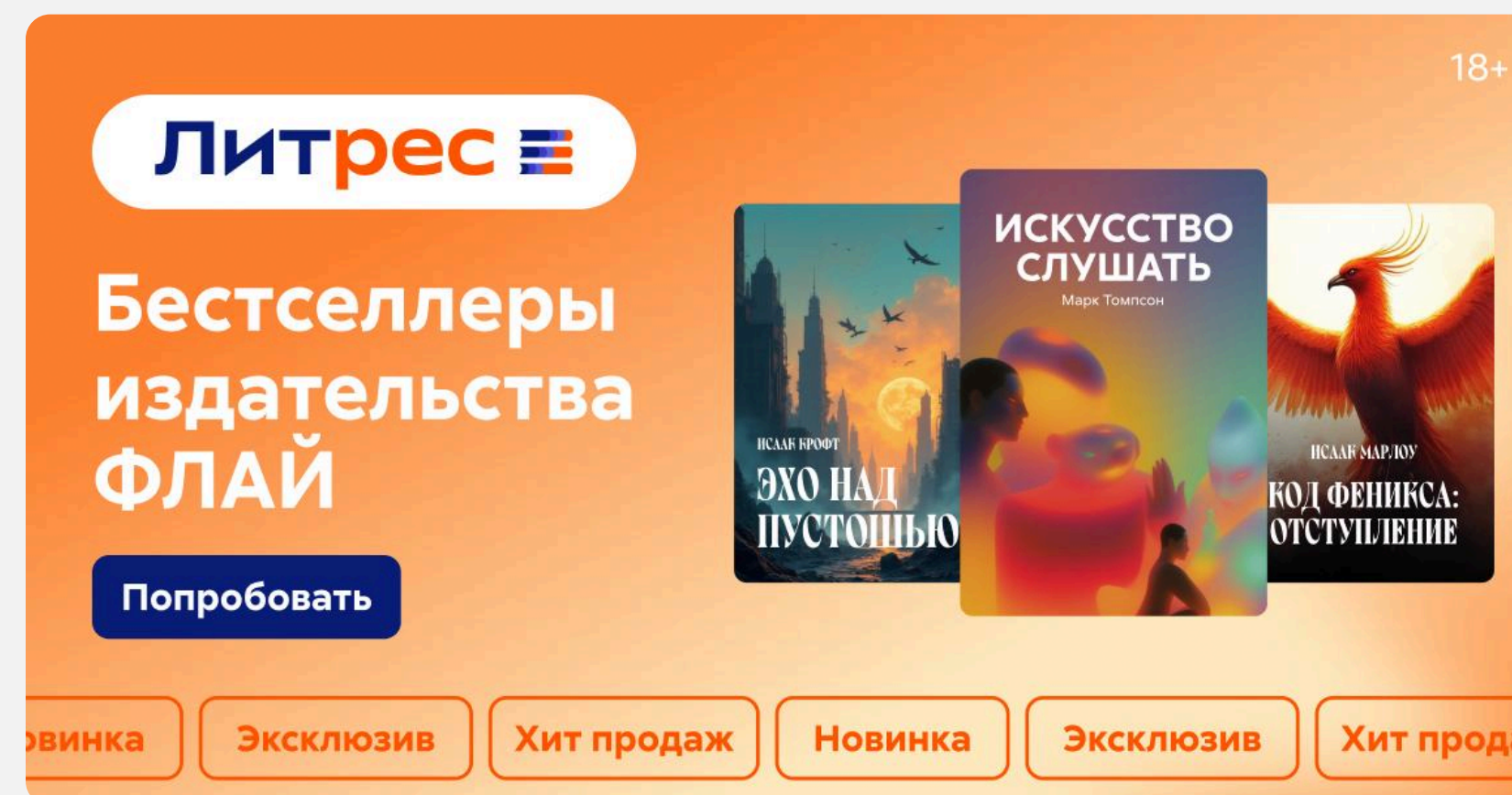
Рекомендуется размещать кнопку перехода на сервис.

Важно соблюдать охранные поля макета и сохранять визуальный баланс между информацией и воздухом.

Текст баннера должен быть лаконичным – сокращайте смыслы до ключевых сообщений, выделяя только важное для пользователя.

Фон баннера может быть выполнен в основных или дополнительных цветах и градиентах, включать фотоматериалы (например, изображение человека, читающего или слушающего книгу), а также сам контент – книги. В случае размещения книги допустим приём продолжения обложки на весь формат макета.

Новинки, эксклюзивы и уникальный контент важно маркировать цветными шильдиками, акцентируя внимание на их уникальности и повышая конверсию.



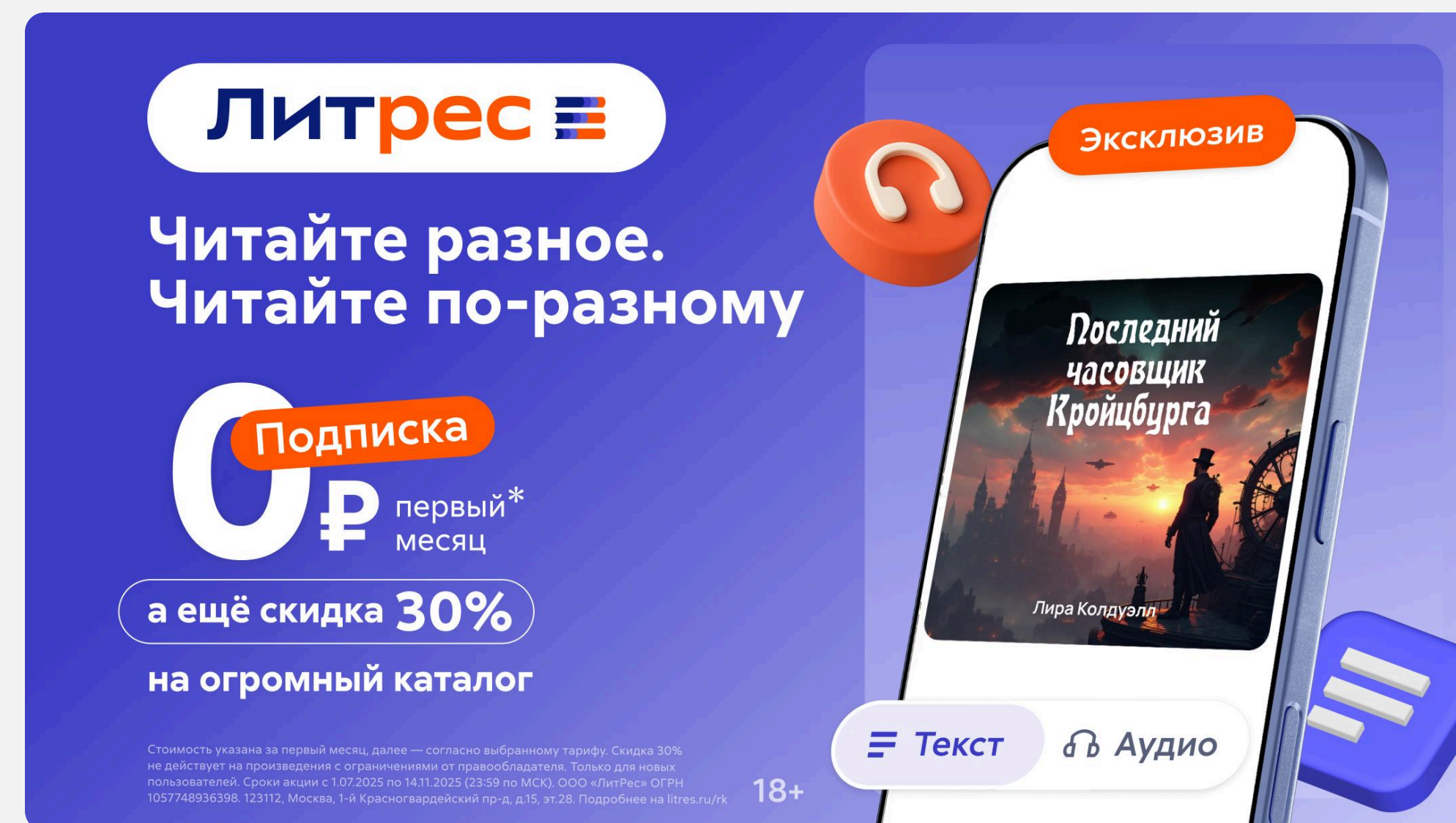
/9 Носители фирменного стиля

Баннеры для наружной рекламы

В наружной рекламе используется основная и дополнительная цветовая палитра бренда, обязательным элементом является основной логотип Литрес. При размещении логотипа на цветном фоне он должен располагаться на фирменной белой плашке со скруглёнными краями. Логотип всегда должен быть чётко различим, не перекрываться другими элементами и сохранять читабельность в любом формате.

Макеты обязательно содержат возрастную маркировку и рекламную сноску. За уточнением корректного оформления маркировки необходимо обращаться в отдел стратегического маркетинга.

Визуальные решения могут включать изображения героев, читающих или слушающих книги (иллюстрации пользователей сервиса), книжный контент, а также 3D-элементы, отражающие форматы потребления контента на платформе. При разработке важно соблюдать баланс визуального воздуха и строго следовать техническим требованиям наружных форматов.



Литрес

Читайте разное.
Читайте по-разному

Эксклюзив

Подписка
0₽ первый*
месяц

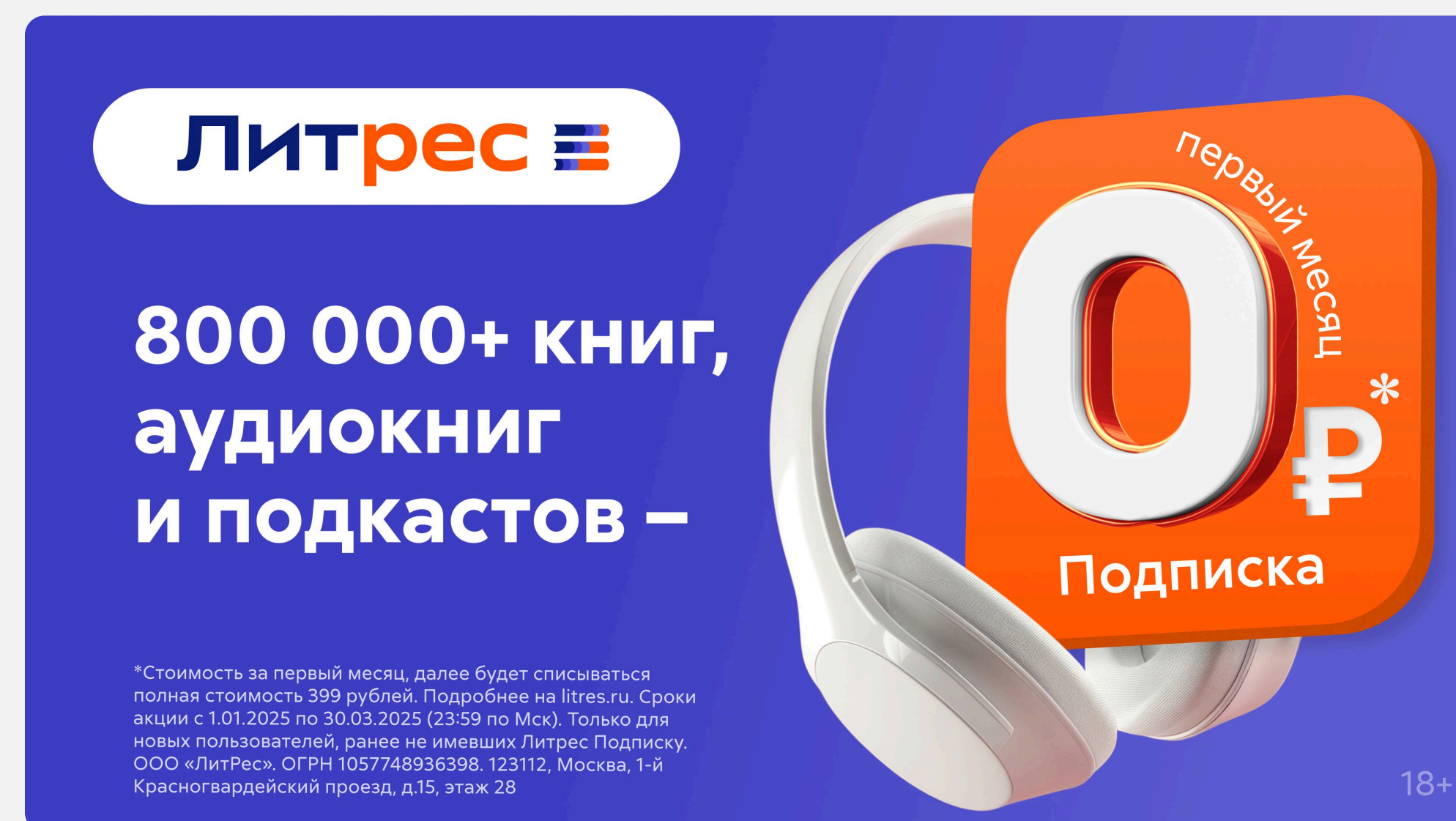
а ещё скидка 30%
на огромный каталог

Последний часовщик Кройцбурга
Лира Колдуэлл

Текст | Аудио

Стоимость указана за первый месяц, далее — согласно выбранному тарифу. Скидка 30% не действует на произведения с ограничениями от правообладателя. Только для новых пользователей. Сроки акции с 1.07.2025 по 14.11.2025 (23:59 по МСК). ООО «ЛитРес» ОГРН 1057748936398. 123112, Москва, 1-й Красногвардейский пр-д, д.15, эт.28. Подробнее на litres.ru/rk

18+



Литрес

800 000+ книг,
аудиокниг
и подкастов —

первый месяц
0₽*

Подписка

*Стоимость за первый месяц, далее будет списываться полная стоимость 399 рублей. Подробнее на litres.ru. Сроки акции с 1.01.2025 по 30.03.2025 (23:59 по Мск). Только для новых пользователей, ранее не имевших Литрес Подписку. ООО «ЛитРес». ОГРН 1057748936398. 123112, Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д.15, этаж 28

18+

/9 Носители фирменного стиля

Event и застройка

Присутствие Литрес на мероприятиях должно быть визуально узнаваемым и ярким.

Обязательны размещение основного логотипа и использование фирменной цветовой палитры. Для усиления айдентики рекомендуем использовать брендированные стикеры, графические элементы, отражающие тематику чтения и функциональность сервиса.

Мы стремимся избегать скучных и стандартных решений – оформление должно быть современным, живым и вовлекающим. В приоритете – нестандартные формы, интерактивные элементы и визуальные приёмы, которые обыгрывают цифровую природу сервиса: чтение и прослушивание книг онлайн, выбор контента, персонализацию.

Каждая застройка – это часть бренда, поэтому важно сохранять визуальный баланс, соблюдать фирменный стиль и поддерживать общее впечатление технологичности, доступности и вовлечённости.



/9 Носители фирменного стиля

Полиграфия

Печатные материалы Литрес – это полноценная часть визуального образа бренда, и к ним предъявляются те же высокие требования по стилю и качеству исполнения.

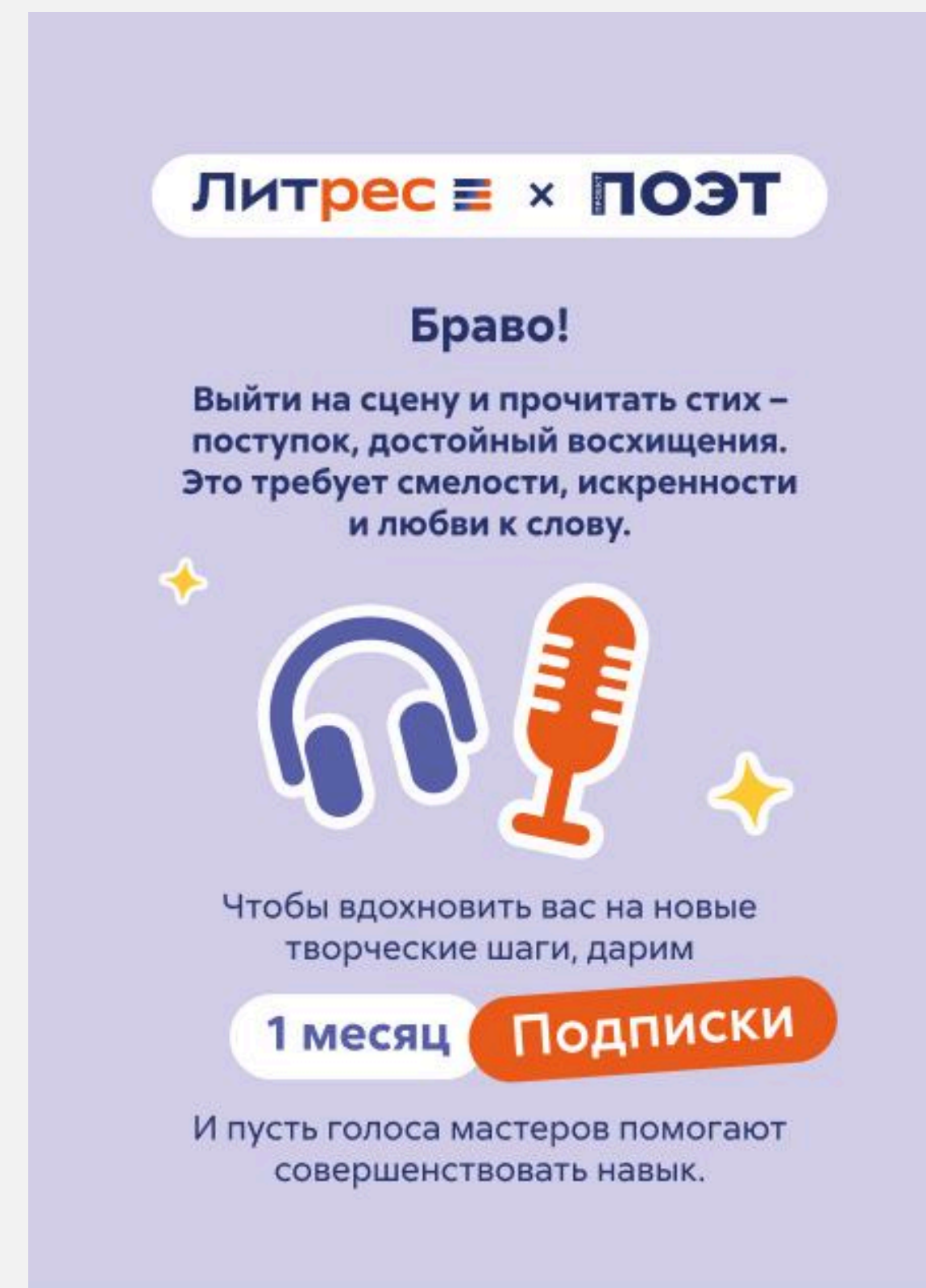
На всех полиграфических носителях используется фирменная цветовая палитра.

Для печати используется как основная, так и дополнительная версия логотипа.

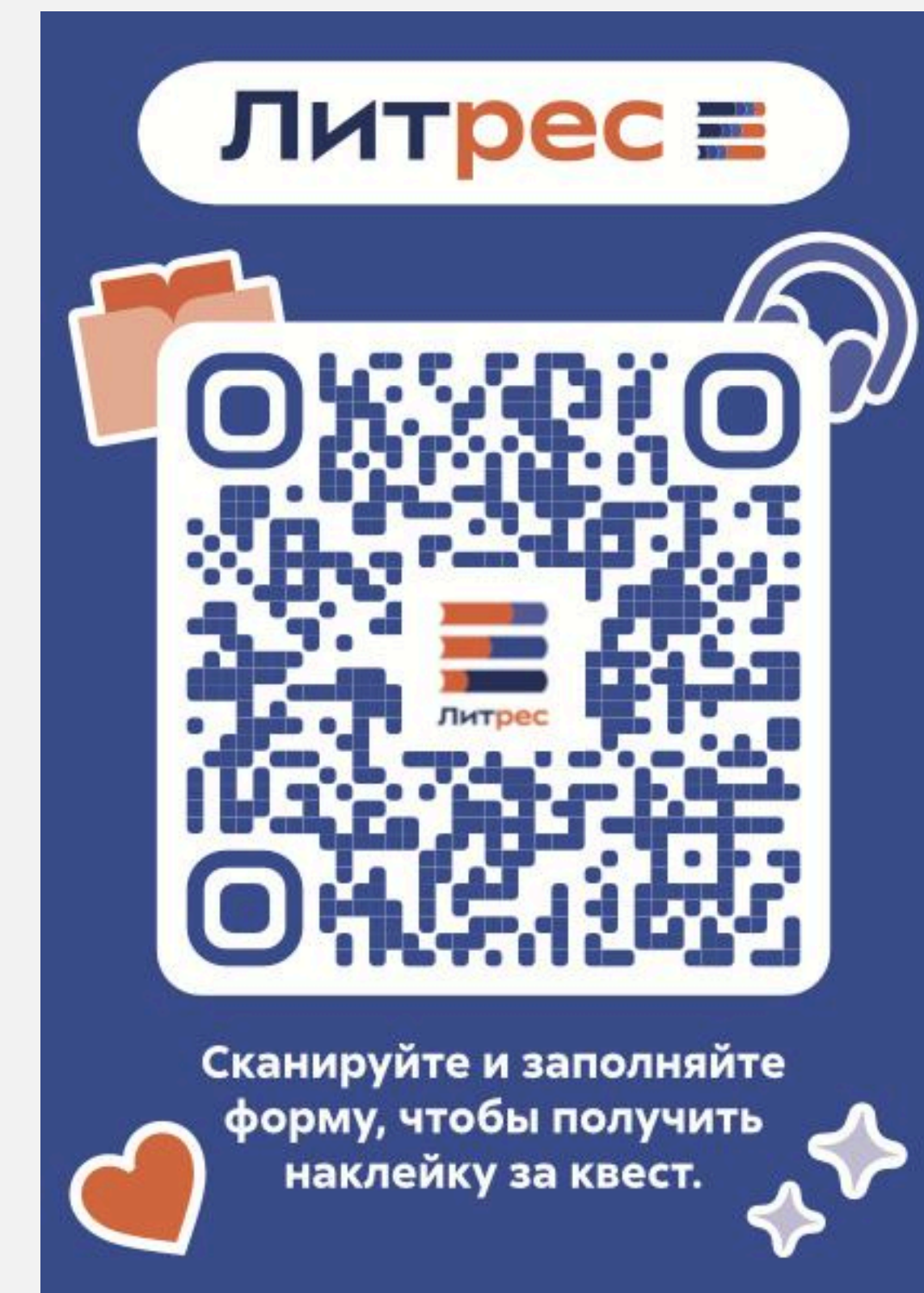
В материалах малого формата, где основной логотип может потерять читаемость, рекомендуется использовать дополнительный вариант.

Печатный формат – не повод для скучного дизайна: мы стремимся делать даже самые простые носители яркими и запоминающимися, передающими дух цифрового сервиса и любовь к чтению.

Макеты для печати должны быть выполнены в цветовой палитре СМУК.



Бумажный сертификат



Бейдж с QR-кодом

/9 Носители фирменного стиля

Полиграфия. Пресс-волл

Для размещения на пресс-воллах используется основная версия логотипа.

Важно обеспечить чёткую видимость и различимость логотипа при размещении с другими брендами.

Критически важно соблюдать охранное поле, избегать пересечений с конструктивными элементами и следить, чтобы в финальном печатном варианте логотип не перекрывался и оставался читаемым.



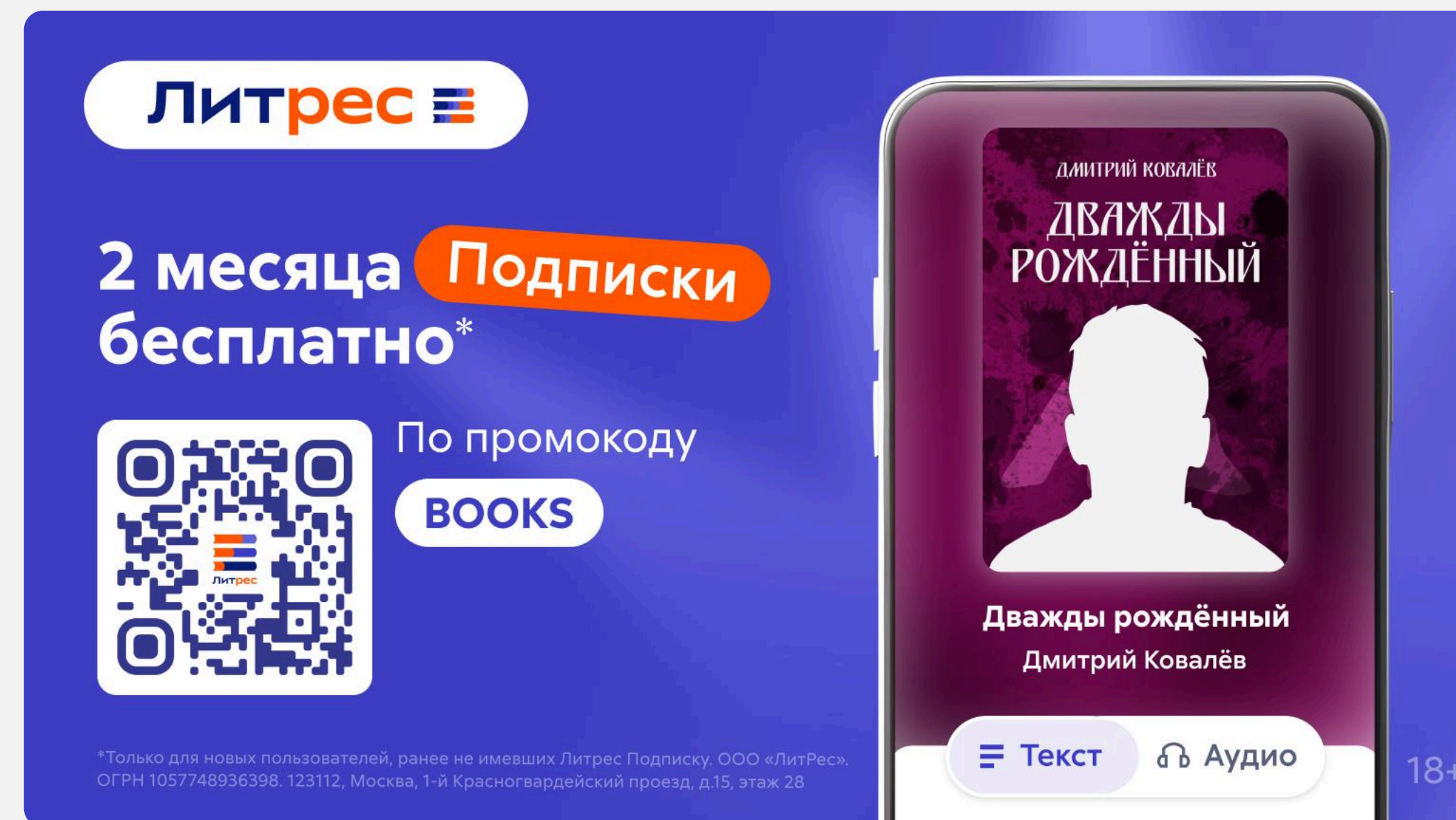
/9 Носители фирменного стиля

Размещение QR-кода

Для размещения QR-кодов на брендированных материалах важно соблюдать стандарты визуального стиля Литрес. Подробная инструкция по генерации QR-кода доступна по ссылке:

Дизайн QR-кода

QR-код должен быть чётким и легко сканируемым. При размещении на цветном фоне обязательно использовать белую подложку, чтобы сохранить читаемость кода.



Литрес

2 месяца Подписки бесплатно*

По промокоду **BOOKS**

*Только для новых пользователей, ранее не имевших Литрес Подписку. ООО «ЛитРес». ОГРН 1057748936398. 123112, Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д.15, этаж 28

ДМИТРИЙ КОВАЛЁВ
ДВАЖДЫ РОЖДЁННЫЙ

Дважды рождённый
Дмитрий Ковалёв

Текст | Аудио

18+