



ВСЕРОССИЙСКАЯ
ПЕРЕПИСЬ
НАСЕЛЕНИЯ



БРЕНД-БУК ВСЕРОССИЙСКОЙ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ 2020

..... Цель и назначение бренд-бука.

Основная цель разработки бренд-бука – систематизация всех элементов фирменного стиля в единую структуру для формирования единого образа Всероссийской переписи населения 2020.

Бренд-бук содержит правила использования логотипа (эмблемы), элементов фирменного стиля, рекомендации по их использованию в сети Интернет и социальных медиа, а также предложения по дизайну продукции с символикой Всероссийской переписи населения 2020.

Бренд-бук должен использоваться как правила по применению логотипа (эмблемы) и элементов фирменного стиля на разнообразных носителях, цветовых сочетаний, построения художественной композиции, включая масштаб и пропорции всех его элементов.

Бренд-бук составлен с учетом визуальных эстетических предпочтений массовой аудитории, что служит одним из ключевых факторов достижения поставленных целей и решения коммуникационных задач: мотивировать общественность на участие в переписи и создать благоприятный имидж, который привлекает широкую аудиторию.

Главное преимущество бренд-бука – это его адаптивный и универсальный характер применения ко всем актуальным форматам и каналам взаимодействия с аудиторией.



1

**БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ВСЕРОССИЙСКОЙ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ 2020**

1.1. Логотип (эмблема) Всероссийской переписи населения 2020.

Логотип (эмблема) — фирменный знак Всероссийской переписи населения 2020. Включает в себя графическую, цифровую и текстовую часть.

Главная идея фирменного стиля – связь всех элементов и широкий спектр возможностей и ресурсов.

Логотип (эмблема) отражает национальный масштаб переписи, а также транслирует идею о национальном единстве русского народа. Идея раскрывается через четыре цвета: синий, означающий моря; красный, означающий горные местности; желтый – степные равнины; зеленый – леса. Согласно советской «Краткой географической энциклопедии»^{*} и «Большой географической энциклопедии»^{**}, именно так расшифровываются значения цветов на мировых географических картах. Логотип (эмблема) обеспечивает узнаваемость и построение устойчивой ассоциации между многонациональным составом населения России и Всероссийской переписью населения 2020.

^{*}Краткая географическая энциклопедия. В 5 томах / Гл. ред. А. А. Григорьев. — М., Сов. энцикл., 1960—1966. — (Энциклопедии. Словари. Справочники), тираж 82 тыс. экз, 1-е издание.

^{**}Ионина Н. Большая географическая энциклопедия. Страны мира. М.: Олма-Пресс, 2008.



Силуэты четырех людей, держащихся за руки. Это классический символ семьи, где есть отец, мать, сын и дочь. Отражает задачи переписи перед каждой семьей и хозяйством.

Нейтральна по стилю, не несет на себе каких-либо особых элементов идентификации. Не может использоваться без графической части. Текстовая часть стилистически уравнивает игровой момент знака и делает всю конструкцию логотипа (эмблемы) более строгой и серьезной – государственной.

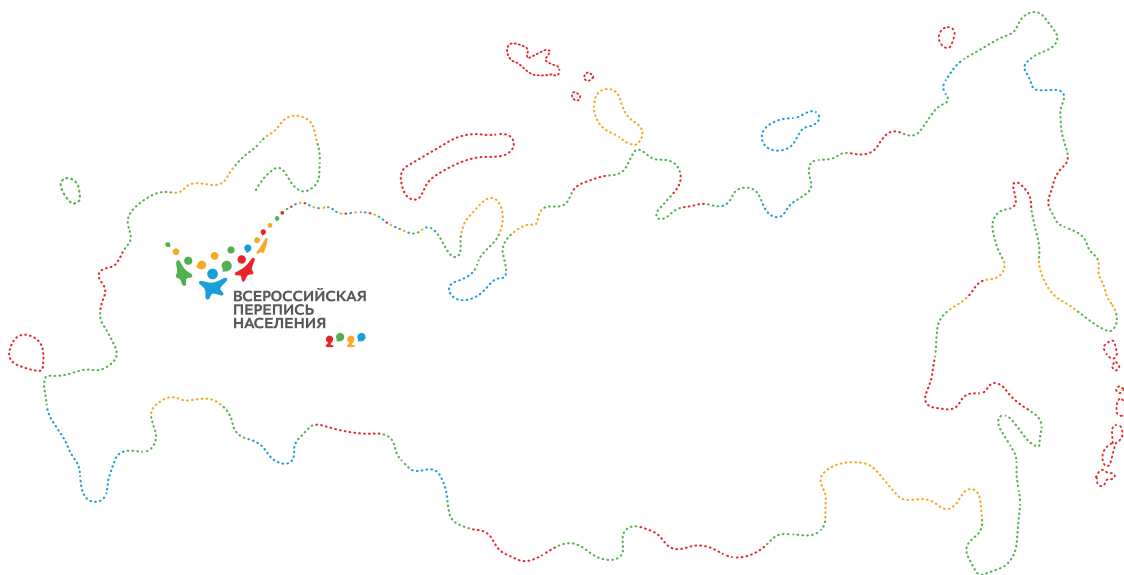
Цифровая часть логотипа (эмблемы)

Сочетает в себе все смысловые слои фирменного стиля: людей, их ответ на перепись или их участие и активность, цветовую полноту.

Цифры 2020 могут выполнять функции логотипа (эмблемы) в особых случаях или как дополнительное повторение в дизайне.

.....1.2. Элементы фирменного стиля.

Графическая часть может дополняться контурным изображением территории России в четырех цветах.



Линия продолжается и принимает любую форму на конкретных продуктах.

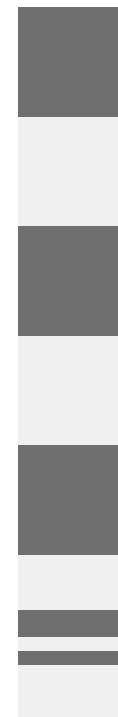
Продолжающийся элемент

Линия, продолжающая знак, символизирует границу страны, связь людей между собой и путь, по которому они идут.



.....1.3. Пропорциональное построение логотипа (эмблемы).

Для измерения пропорциональных соотношений основного варианта логотипа (эмблемы) берется высота центральной фигуры человека и принимается за единицу (1х), все расстояния измеряются этой единицей.



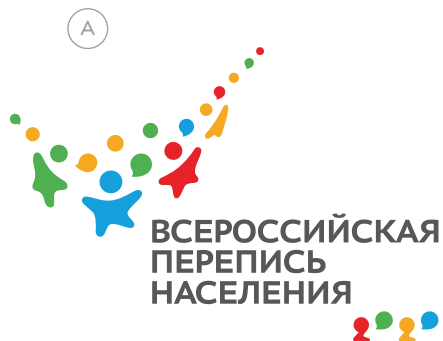
.....1.4. Варианты расположения частей логотипа (эмблемы) (масштабирование).

В логотипе (эмблеме) используется несколько видов пропорциональных соотношений и расположений элементов:

А) Главное пропорциональное соотношение для большинства продуктов. Варианты расположения элементов относительно друг друга (1 и 2).

Б) Соотношение элементов для крупной продукции. Варианты расположения элементов относительно друг друга (1 и 2).

В) Соотношение элементов для круглых форм средних размеров.



.....1.5. Построение охранного поля для логотипа (эмблемы).

Принцип построения охранного поля един как для логотипа (эмблемы), так и для его вариаций для нестандартных носителей:

Отступ измеряется высотой текстовой части логотипа (эмблемы), как показано на примере, если текстовая часть в 3 строки, то именно 3 строки и являются показателем отступа, если текстовая часть в 1 строку, то отступ величиной в эту строку.



.....1.6. Использование вариаций логотипа для нестандартных носителей.

Использование вариаций логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей возможно только в соответствии с требованиями, описанными в разделе 1 данного бренд-бука в пунктах 1.6 – 1.9.

Данные вариации логотипа (эмблемы) используются:

- Если в рамках одного продукта требуется повторение элементов фирменного стиля: на одной из частей продукта уже был использован основной логотип (эмблема), а для брендирования других частей продукта существуют технические препятствия. Например, на обложке блокнота используется основной логотип (эмблема), на страницах используется вариация логотипа (эмблемы).
- Во всех случаях, описанных в пунктах 1.6 -1.9 данного бренд-бука.

.....1.7. Вариация логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей.

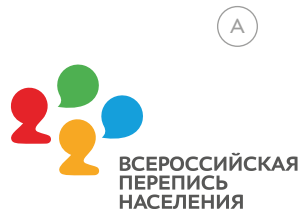
Данные вариации логотипа (эмблемы) подходят для размещения в стилистически насыщенных средах, сложных технологических разработках, где логотип (эмблема) должен быть упрощен. (А, Б)

Предназначена для нанесения на носители узкого формата: не крупную сувенирную и канцелярскую продукцию. (Б)

Цифровая часть логотипа (эмблемы) может выполнять функции логотипа (эмблемы). (В)

Нестандартные носители:

- 1) Содержат множество цветов графической активности, сложную конструкцию или технологию, ограничивающую в использовании цвета или детализировки.
- 2) Эмоционально и информационно насыщены.
- 3) Носители, где фирменный стиль ВПН-2020 несет вспомогательную роль.
- 4) Расположение рядом с логотипами (эмблемами) других компаний и брендов.



В



.....1.8. Варианты расположения частей вариаций логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей.

Варианты расположения:

В ряде случаев допускается использование вариаций частей логотипа (эмблемы) с различным подходом к размещению текстовой части. В пункте 1.7 представлены все возможные варианты.

А) Для использования в местах, где есть большая визуальная насыщенность, где логотип (эмблема) требуется в упрощенном варианте.

Б) Для горизонтальных вытянутых форм.

В) Для использования на узких вертикалях (например, для корешков книг).

Г) Для медалей или круглых значков.

А



В



ВСЕРОССИЙСКАЯ ПЕРЕПИСЬ НАСЕЛЕНИЯ

ВСЕРОССИЙСКАЯ ПЕРЕПИСЬ НАСЕЛЕНИЯ



Б



Г



.....1.9. Минимальный размер логотипа (эмблемы) и его вариаций для нестандартных носителей.

Варианты:

А) Для ручек, карандашей и других узких форматов.

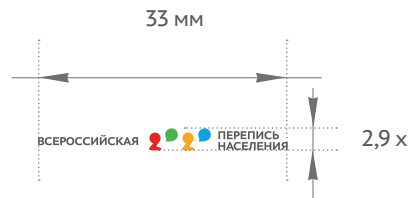
Б) Для медалей.

В) Для корешков блокнотов или иных вертикальных форм.

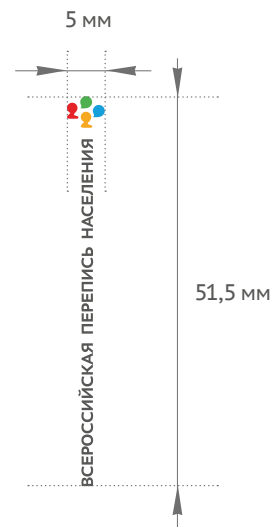
Г) Для любых малых форм.

Д) Минимальный размер логотипа (эмблемы).

А



В



Г



Б



Д



..... **1.10. Монохромный и черно-белый логотип (эмблема) и его вариации для нестандартных носителей.**

Логотип (эмблема) и его вариации для нестандартных носителей обесцвечиваются одинаково.

На этой странице представлены:

А) Черно-белые версии.

Б) Монохромные версии.

А



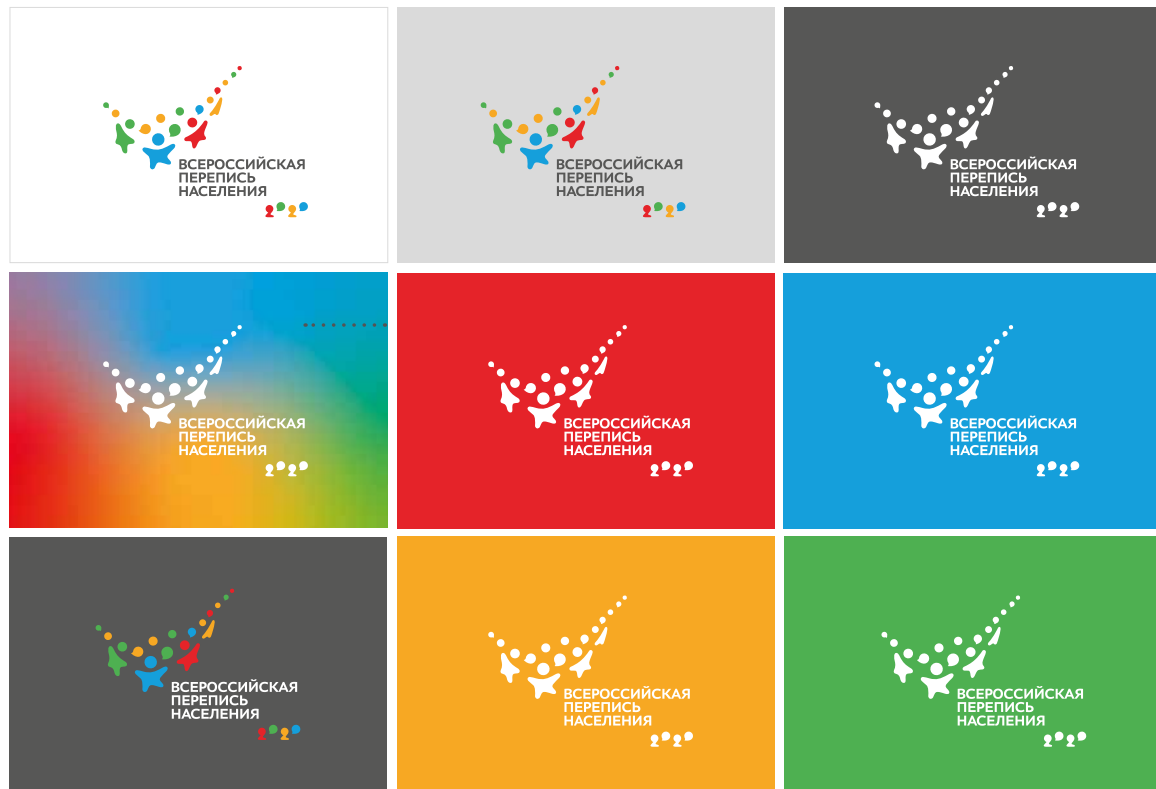
Б



.....1.11. Использование логотипа (эмблемы) на различном фоне (инверсия).

На рисунке показаны все разрешенные цветовые решения с использованием различных фонов.

Данный принцип использования различных цветных фонов также распространяется на вариации логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей.



.....1.12. Использование логотипа (эмблемы) и его вариаций для нестандартных носителей на иллюстрациях (оформление иллюстраций).

А) При наличии насыщенной иллюстрации необходимо использовать логотип (эмблему) на белой плашке или плашке одного из цветов фирменного стиля.

При отсутствии возможности поставить плашку на иллюстрацию используется вариация логотипа (эмблемы) для нестандартных носителей:

Б) Монохромная (темный однотонный на светлом).

В) Инверсивная (белый на темном).



А



Б



В



А

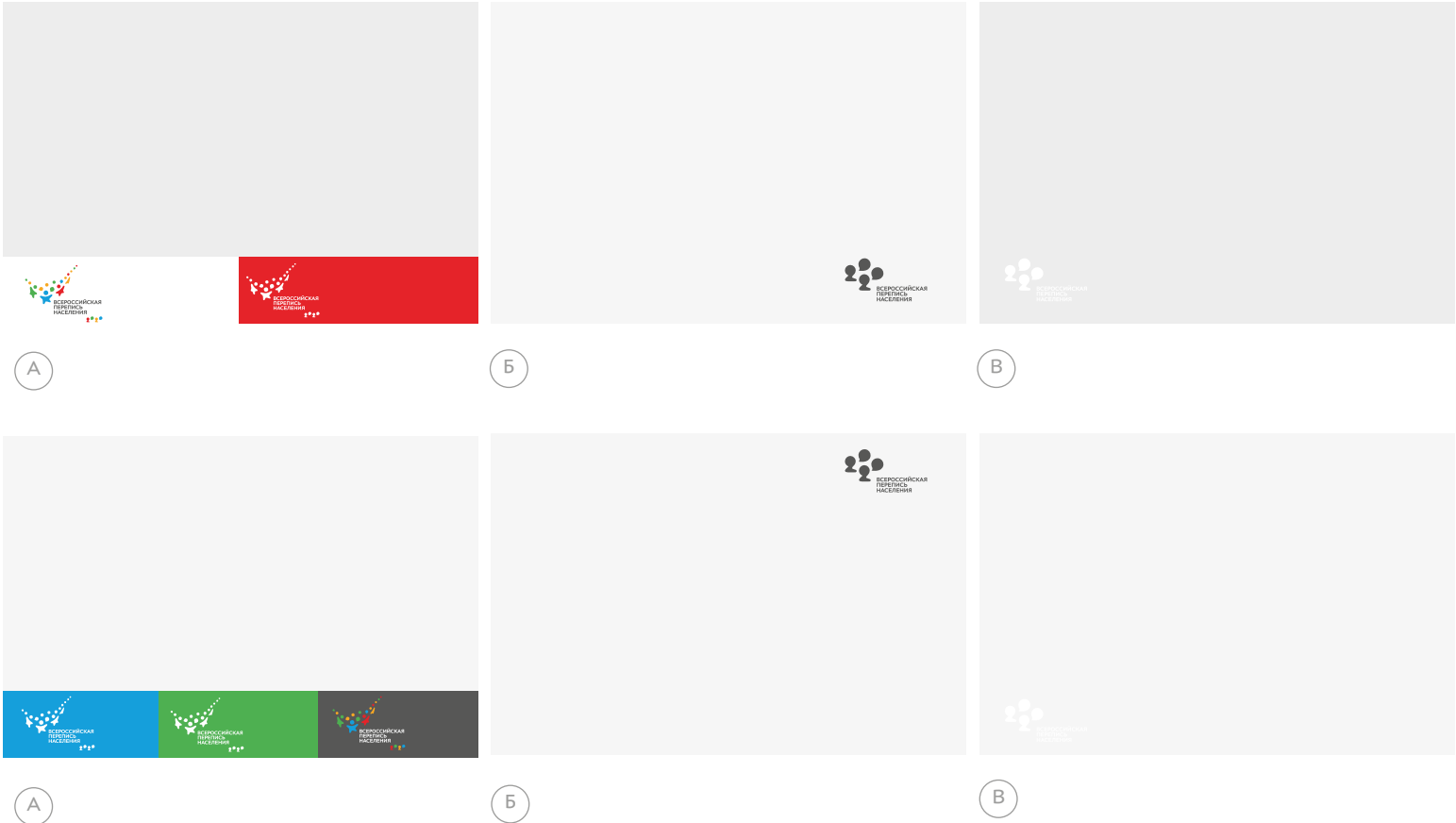


Б



В

.....1.13. Использование логотипа (эмблемы) и его вариаций для нестандартных носителей на иллюстрациях (оформление иллюстраций). Шаблон-макет.



.....1.14. Цветовая палитра.

Основными цветами фирменного стиля выбраны 4 цвета сторон света, признанные в картографии:

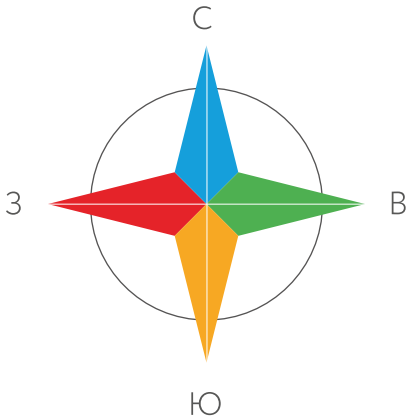
Север – голубой.

Юг – светло-оранжевый.

Восток – зеленый.

Запад – красный.

Также они ассоциируются с годовым циклом и соответствуют сезонам: весна (красный), лето (зеленый), осень (оранжевый), зима (голубой).



			
Пассионарность Стремление к лучшему	Мудрость Традиция	Возможности Ресурсы	Рациональность Разум
Горные местности	Леса	Степные равнины	Моря

1.15. Цвета с указанием цветовой палитры CMYK, RGB, Pantone.

0) Для текста и для монохромных вариантов логотипа (эмблемы).

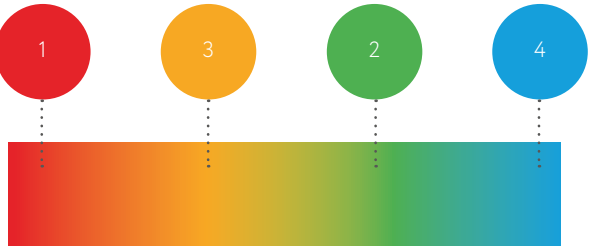
1,2,3,4) Основные цвета.

5) Цвет используется для фонов некоторых продуктов.

6) Белый цвет фона.

7) Используется цветовая растяжка, построение которой видно на картинке (А).

Для вытянутых форм используем линейный градиент, он строится в следующем порядке:



Ширина каждого из цветов произвольная, на усмотрение дизайнера, но желательно использовать равное количество.



CMYK 0; 0; 0; 80
RGB 87, 87, 86
Pantone: 2335



CMYK 0; 95; 85; 0
RGB 229, 35, 41
Pantone: 2035



CMYK 70; 0; 85; 0
RGB 78, 176, 81
Pantone: 2271



CMYK 0; 40; 90; 0
RGB 247, 168, 35
Pantone: 2010



CMYK 75; 20; 0; 0
RGB 22, 159, 219
Pantone: 2192



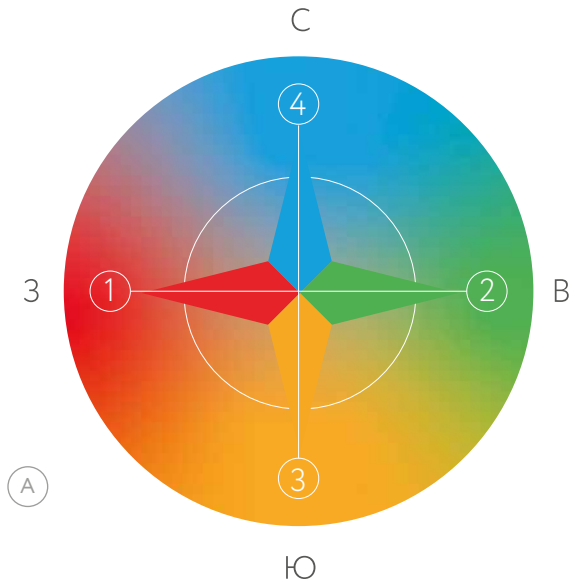
CMYK 0; 0; 0; 20
RGB 218, 218, 218
Pantone: 2330



RGB 255; 255; 255
CMYK 0; 0; 0; 0

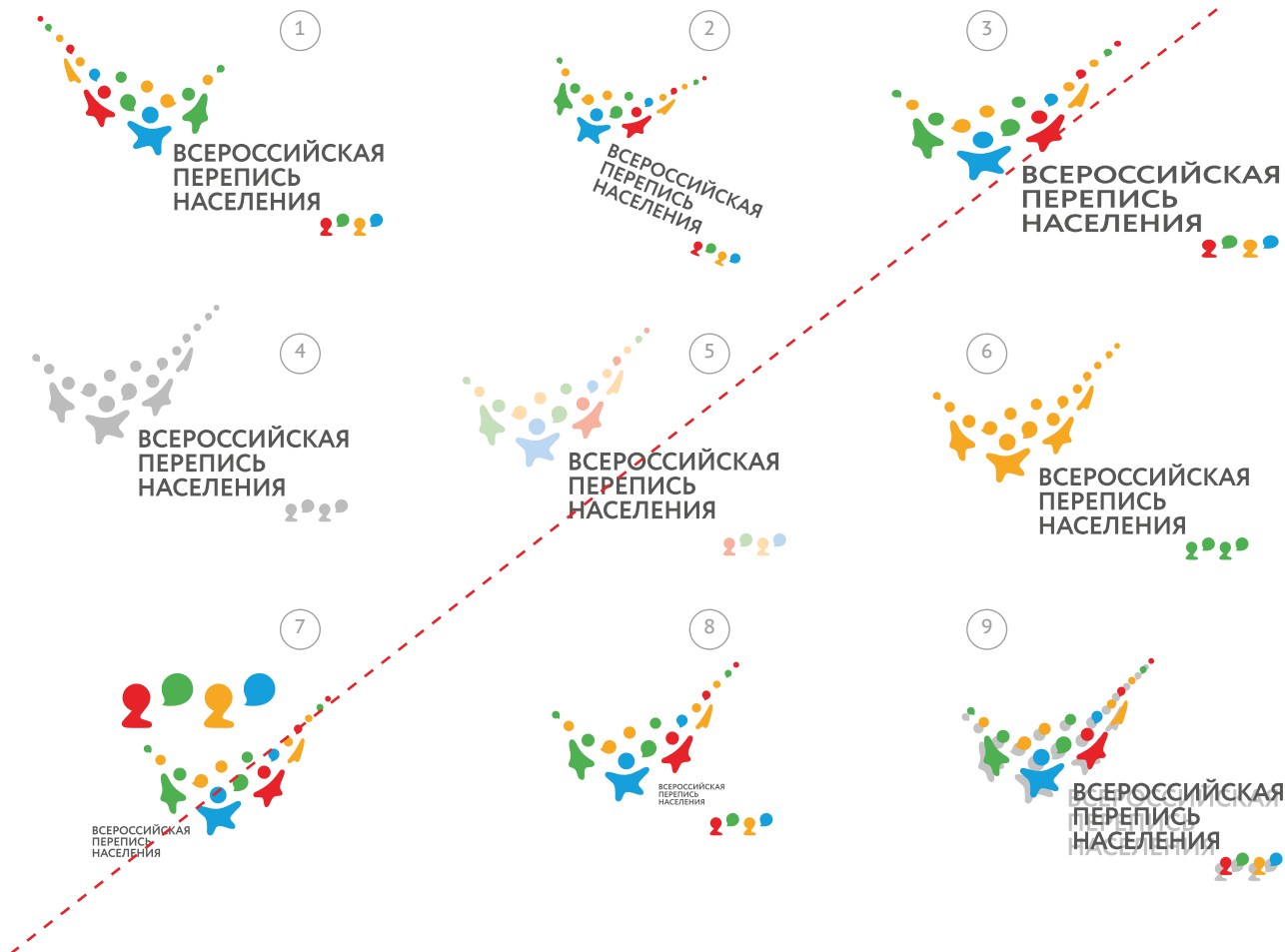


Цветовая растяжка состоит из цветов 1-4, расположенных по принципу сторон света.



.....1.16. Недопустимое использование логотипа (эмблемы).

- 1) Зеркальное отображение логотипа (эмблемы).
- 2) Повороты логотипа (эмблемы).
- 3) Линейные деформации логотипа (эмблемы).
- 4) Любое другое черно-белое изображение логотипа (эмблемы), кроме предусмотренных.
- 5) Изменение прозрачности цвета логотипа (эмблемы).
- 6) Изменение логотипа (эмблемы) по цвету.
- 7) Изменение размеров и частей логотипа (эмблемы).
- 8) Изменение соотношения размеров логотипа (эмблемы).
- 9) Тени и другие визуальные эффекты логотипа (эмблемы).



.....1.17. Рекомендованные шрифты.

Основной шрифт для набора продукции фирменного стиля.

Astra Sans
Astra Serif

- 1) Для брошюр.
- 2) Для брошюр.
- 3) Шрифт, установленный на все компьютеры, используется для посылки в электронном виде.

3

Arial Regular

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Arial Bold

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

PT Astra Sans Regular

1

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
ТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщ
ыьэюя
1234567890

PT Astra Sans Bold

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщ
ыьэюя
1234567890

PT Astra Serif Regular

2

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщ
ыьэюя
1234567890

PT Astra Serif Bold

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНО
ПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬ
ЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуф
хцчшщъыьэюя
1234567890

PT Astra Serif Italic

АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхц
чшщъыьэюя
1234567890

.....1.18. Использование шрифтов.

Примеры использования шрифтовой палитры:

1) Для деловой и рекламной продукции:
PT Astra Sans.

2) Для литературы, книг и брошюр:
PT Astra Serif.

Размеры шрифта для текстовых блоков:

Вариант 1

Основной текст – 10 pt/12 pt
Заголовок – 15 pt/15,8 pt
Подзаголовок – 12 pt/9,8 pt
Подпись – 9 pt/10,8 pt

Вариант 2

Основной текст – 10 pt/11,4 pt
Заголовок – 14 pt/12,5 pt
Подзаголовок – 12 pt/11,4 pt
Подпись – 9 pt/10,8 pt

1

ИДЕЙНЫЕ СООБРАЖЕНИЯ ВЫСШЕГО ПОРЯДКА

Идейные соображения высшего порядка

Идейные соображения высшего
порядка, а также укрепление и
развитие структуры требуют от нас
анализа направлений прогрессивного
развития. Не следует, однако,
забывать, что рамки и место
обучения кадров представляют собой
интересный эксперимент проверки
новых предложений. Товарищи!
дальнейшее развитие различных
форм деятельности позволяет
оценить значение направлений

Прогрессивного развития. Не следует,
однако, забывать, что новая модель
организационной деятельности
позволяет выполнять важные задания.

2

ИДЕЙНЫЕ СООБРАЖЕНИЯ ВЫСШЕГО ПОРЯДКА

Идейные соображения высшего порядка

Прогрессивного развития. Не следует, однако,
забывать, что новая модель организационной
деятельности позволяет выполнять важные
задания по разработке соответствующих
условий активизации.

Прогрессивного развития. Не следует,
однако, забывать, что новая модель
организационной деятельности позволяет
выполнять важные задания.



2

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО ДИЗАЙНУ ПРОДУКЦИИ
С СИМВОЛИКОЙ ВСЕРОССИЙСКОЙ
ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ 2020

Основные правила использования фирменного стиля Всероссийской переписи населения 2020 для сувенирной продукции.

В данном разделе представлены предложения по дизайну продукции с символикой Всероссийской переписи населения 2020, шаблон-макеты к сувенирной продукции, а также рекомендации для её изготовления.

При выборе цвета материала сувенирной продукции допустимо как незначительное отклонение от рекомендуемого цвета, так и использование других цветов, согласно разделу 1 данного бренд-бука. Возможно также дополнение элементов фирменного стиля при условии соблюдения требований, прописанных в разделе 1 данного бренд-бука.

Требования относительно использования логотипа (эмблемы) и элементов фирменного стиля должны соблюдаться согласно правилам раздела 1 данного бренд-бука.

.....**2.1. Ручка.**



.....**2.2. Ручка. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C

Цветность: 4+0 CMYK

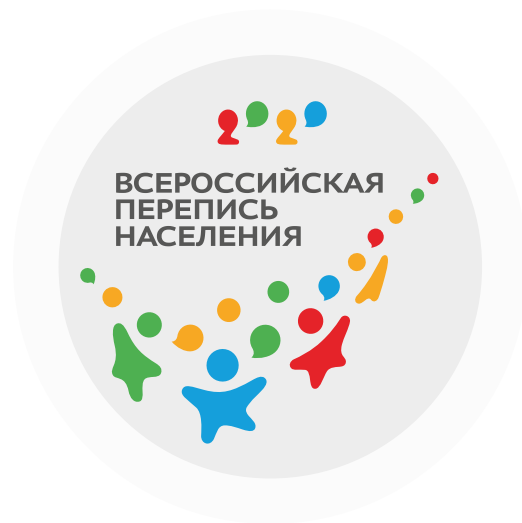
Место размещения: по центральной оси

Размер: 57х5 мм

.....2.3. Значок.



.....2.4. Значок. Шаблон-макет.



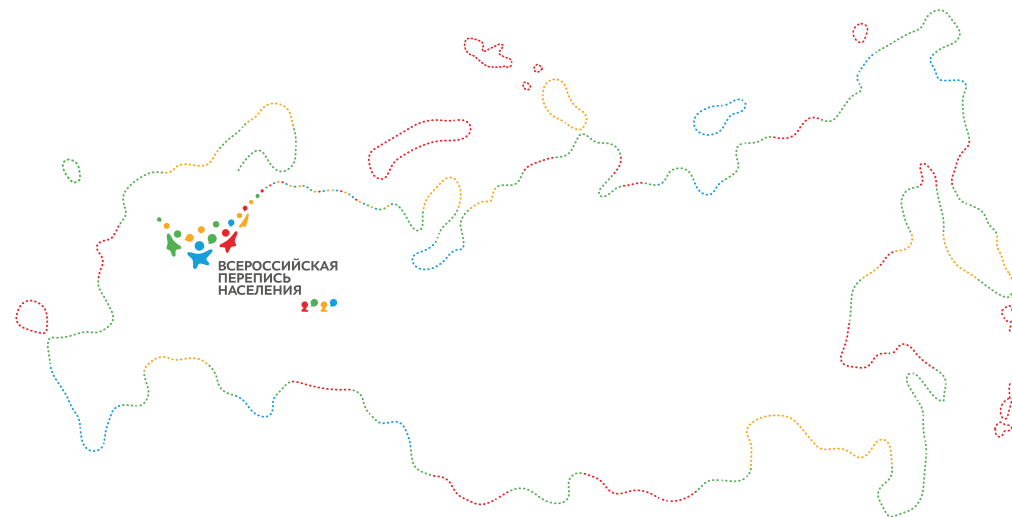
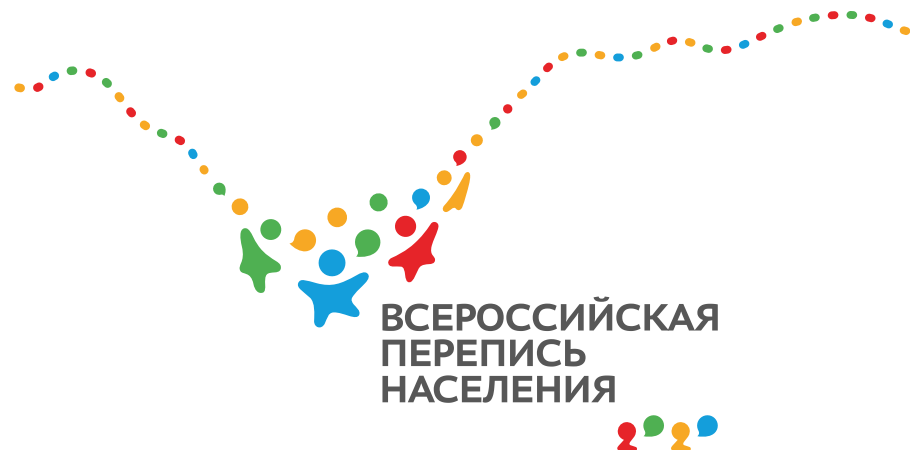
Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Цветность: 4+0 CMYK

Место размещения: по центральной оси
Диаметр: 56 мм

.....2.5. Футболка.



.....2.6. Футболка. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C

Цветность: 5 пантонов

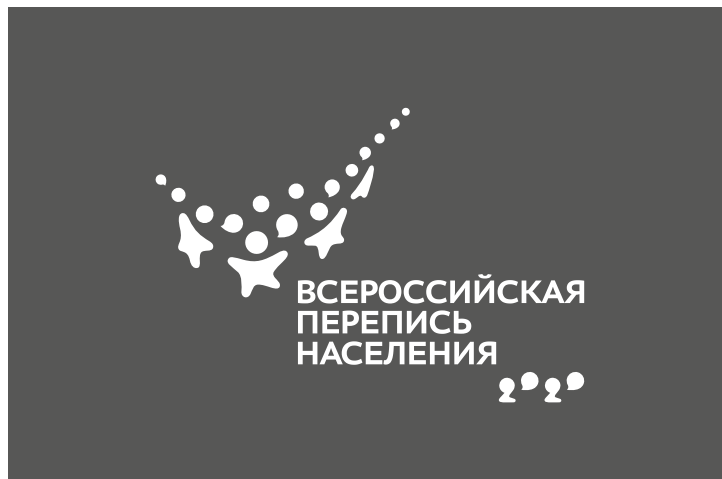
Место размещения: по центральной оси

Размер: ширина 35 см

.....2.7. Бейсболка.



.....2.8. Бейсболка. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: графит • Pantone Cool Gray 11M

Цветность: 5 пантонов

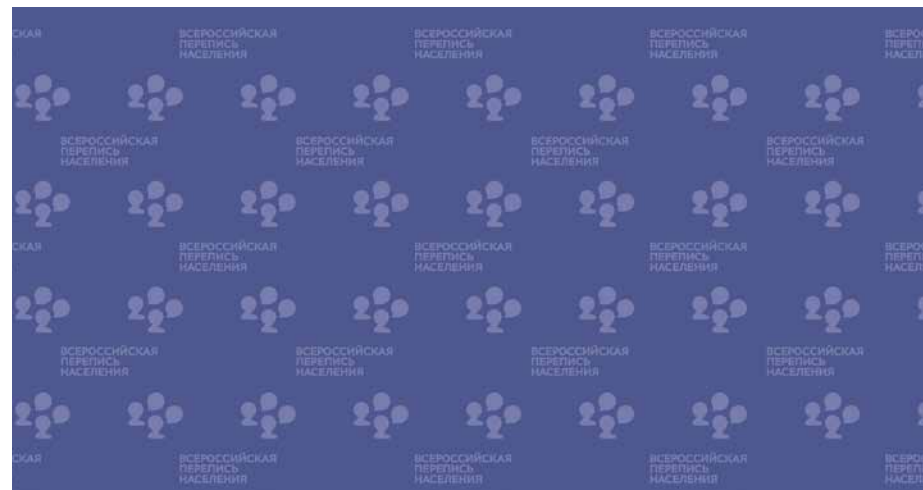
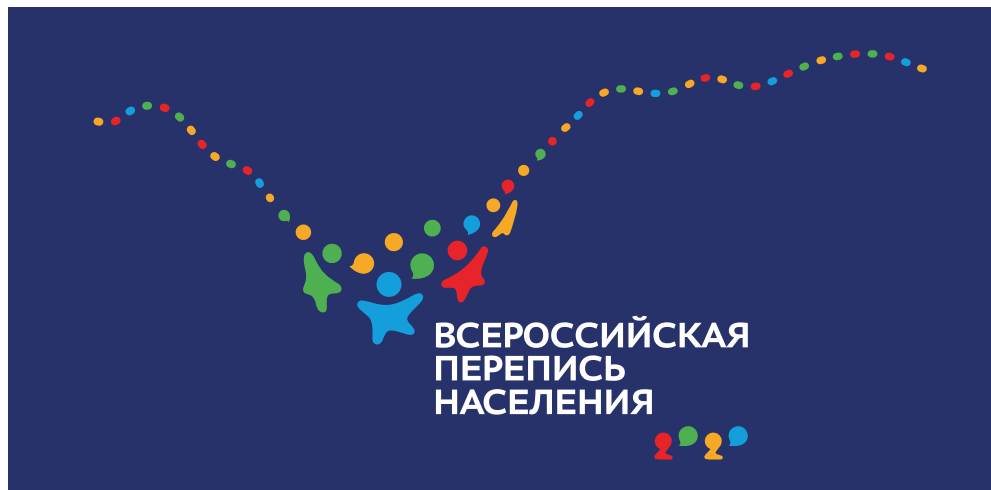
Место размещения: по центральной оси

Размер: основное поле 130-150 мм, дополнительный элемент 25x20 мм

.....2.9. Сумка спортивная.



.....2.10. Сумка спортивная. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы и подкладки: сине-серый • Pantone 287 C • 533M или 534M

Паттерн наносится лаком

Цветность: 4+0 CMYK

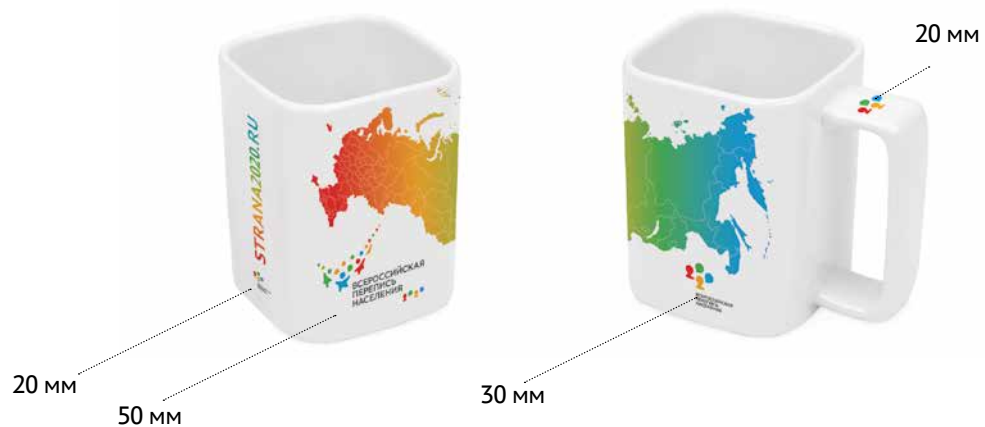
Место размещения: по центральной оси

Размер: 30 см

.....2.11. Кружка.



.....2.12. Кружка. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Цветность: 4+0 CMYK

Место размещения: как указано на рисунке

Размер: указан на рисунке

.....2.13. Шарф.



А



Б

..... **2.14. Шарф. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: синий • Pantone 287 C

Цветность: 1+0 (нанесение в один цвет - белый)

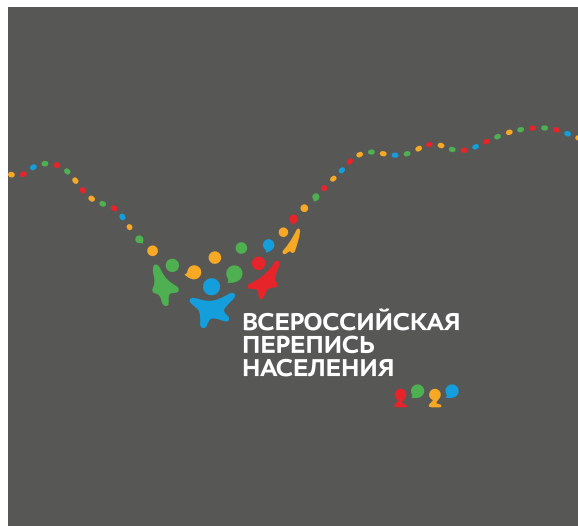
Место размещения: по краям шарфа

Размер: 18х160 см

.....2.15. Набор знаков предыдущих переписей населения.



.....**2.16. Набор знаков предыдущих переписей населения. Шаблон-макет.**



Футляр

Рекомендуемый цвет основы: графит • Pantone Cool Gray 11M

Нанесение: 4+0 СМУК

Место размещения: по центральной оси

Размер: 21х21 см



Знаки

Металлическая основа

Нанесение: 4+0 (СМУК)

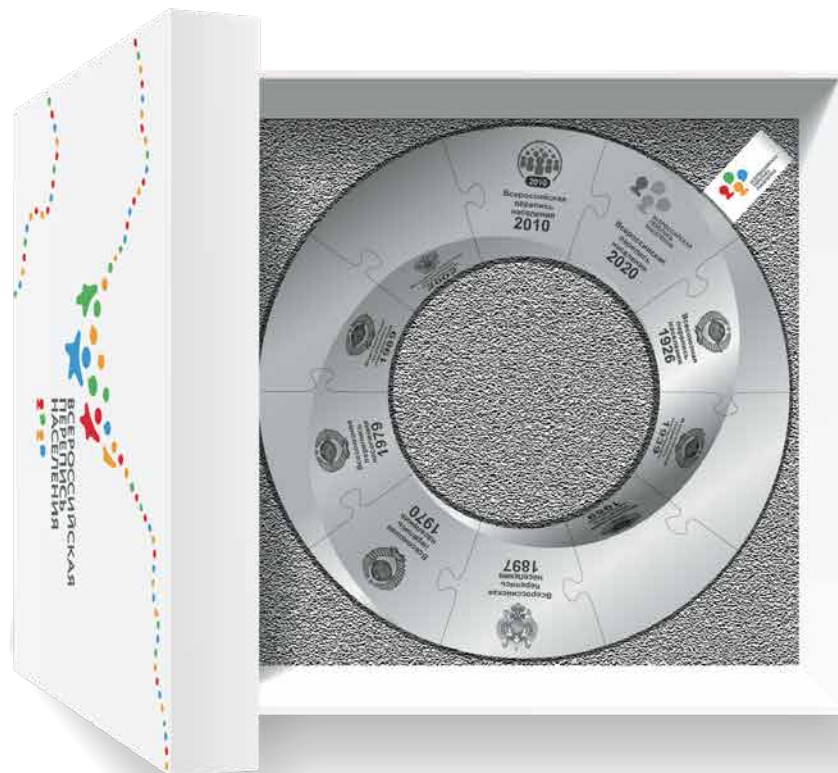
Место размещения: по центральной оси

Диаметр: 60 мм и 40 мм

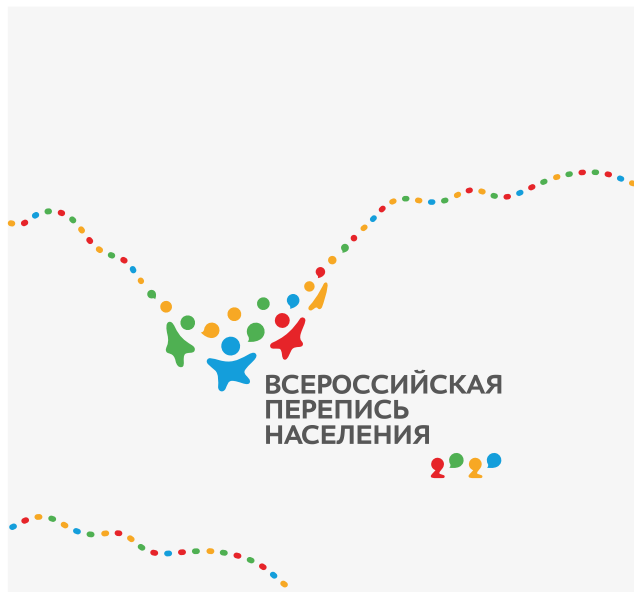


.....**2.17. Набор пазлов.**

Пазлы выполнены в форме ленты мёбиуса – символа движения науки и бесконечности.



.....**2.18. Набор пазлов. Шаблон-макет.**



Футляр

Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C

Нанесение: 4+0 CMYK

Место размещения: по центральной оси

Размер: 21х15 см



**Всероссийская
перепись
населения
2020**

Пазл

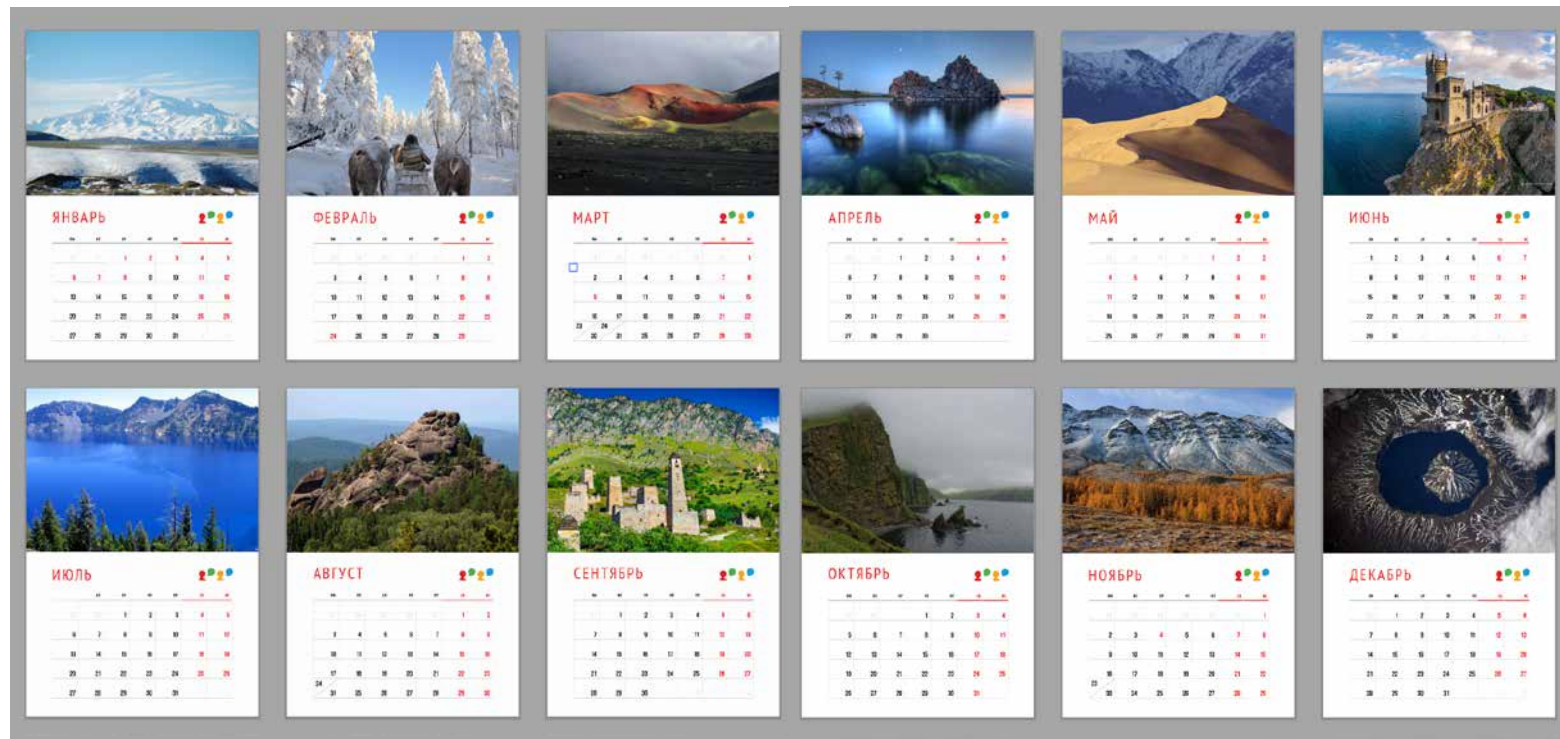
Металлическая основа

Нанесение: 1+0 Pantone 2335

Место размещения: по центральной оси

Размер: 5х4 см

.....2.19. Вариант настенного календаря.



..... 2.20. Вариант настенного календаря.



Основной логотип (эмблема) размещается на обложке страницы.

Вариация логотипа для нестандартных носителей размещается на страницах календаря в левом нижнем углу.



Год

Январь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Апрель

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

Июль

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Октябрь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Февраль

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

Май

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Август

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Ноябрь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

Март

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Июнь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

Сентябрь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

Декабрь

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

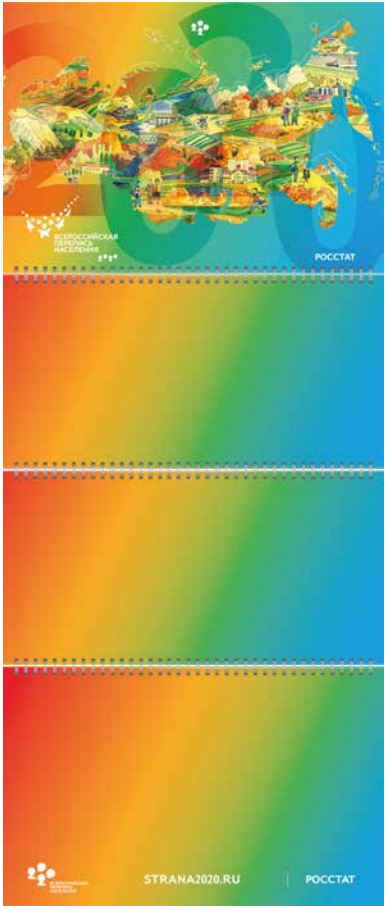
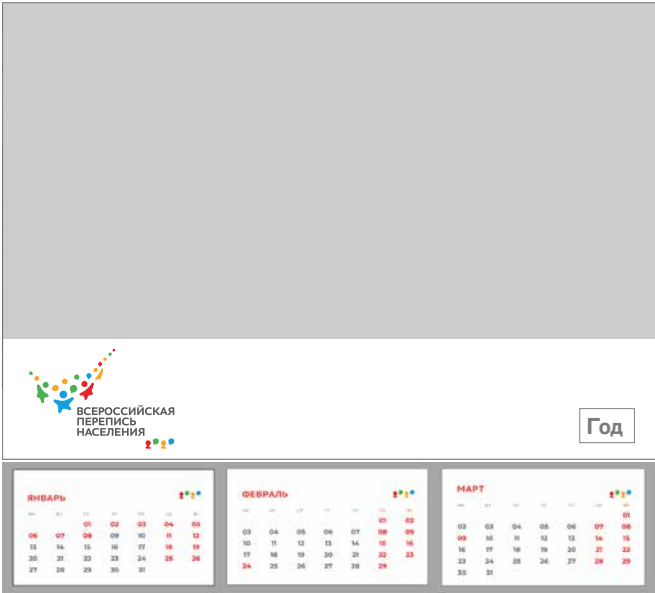
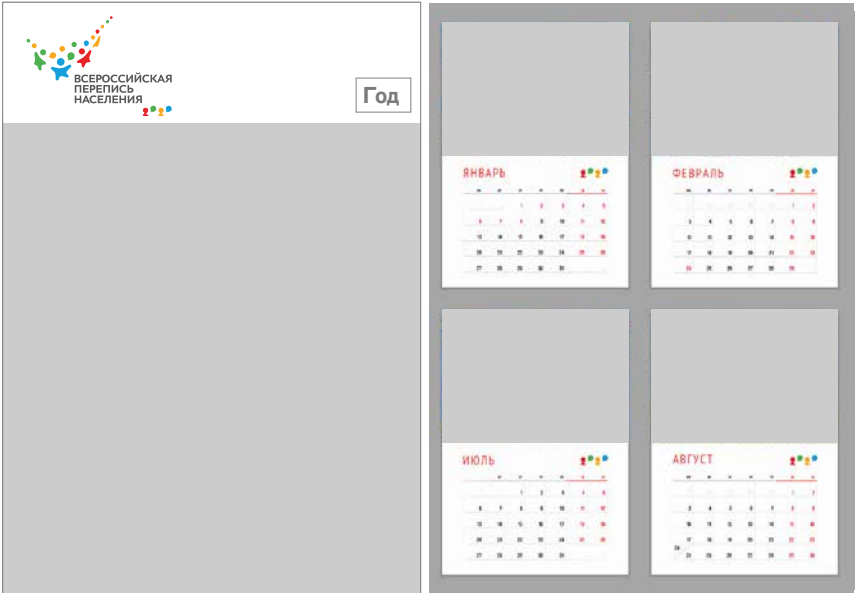
..... 2.22. Вариант квартального календаря.



Основной логотип (эмблема) размещается на обложке страницы.

Вариация логотипа для нестандартных носителей размещается на подложке календаря в левом нижнем углу.

..... 2.23. Квартальный и настенный календарь. Шаблон-макет.



.....2.24. Жилет.

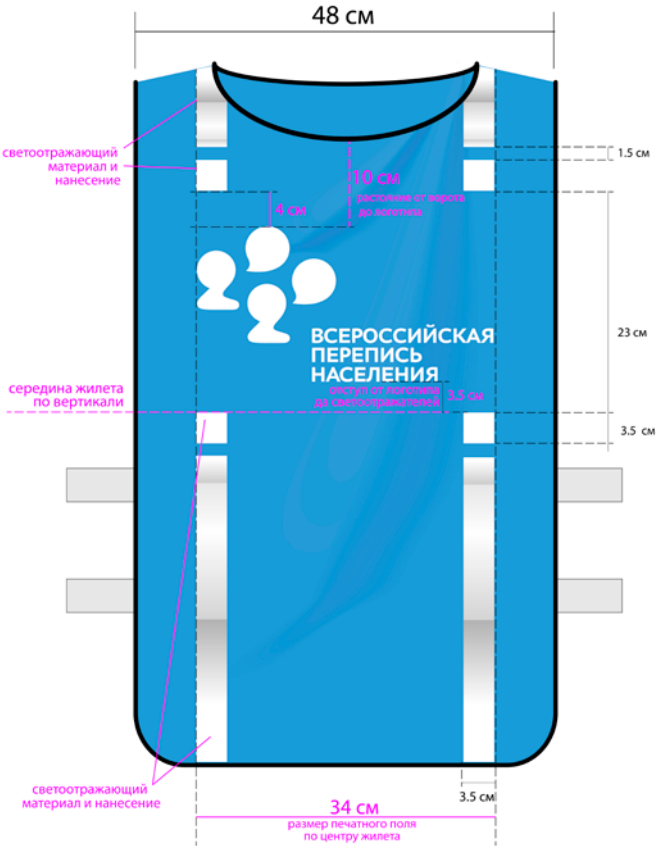


2.25. Жилет. Шаблон-макет.

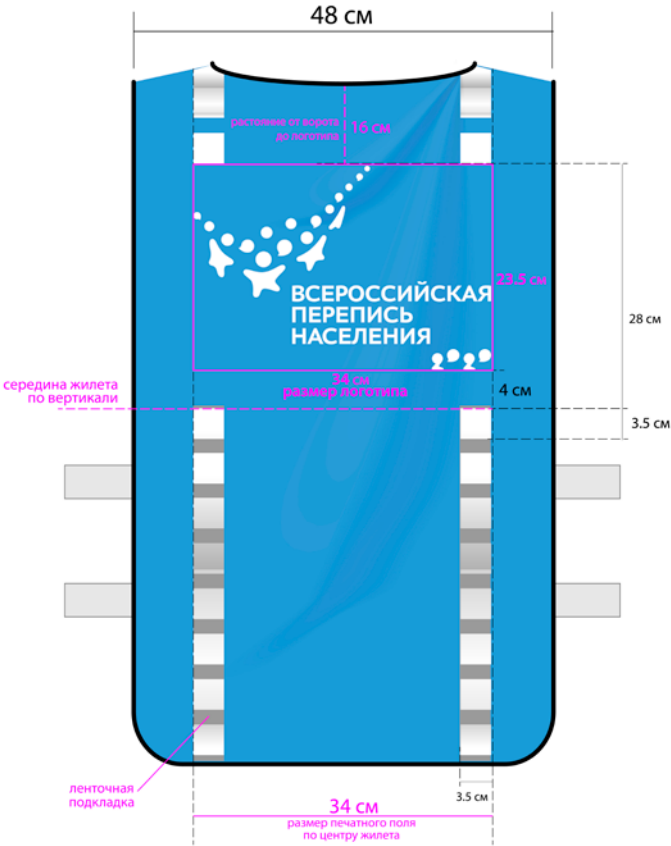
Предложение
по внешнему виду
переписчика

Рекомендуемый
цвет основы: Pantone Process Blue C
Нанесение: 1+0 белый • Pantone 000 C

! Данные размеры требуют подгона и коррекции для будущих выбранных моделей жилета!



! Данные размеры требуют подгона и коррекции для будущих выбранных моделей жилета!





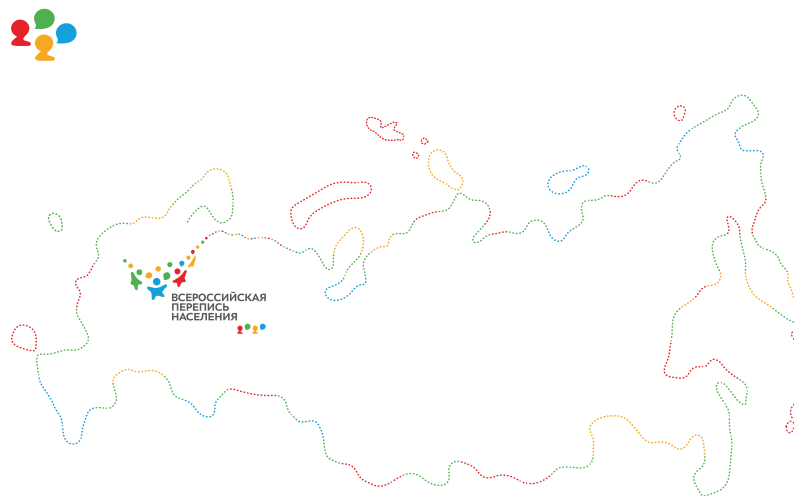
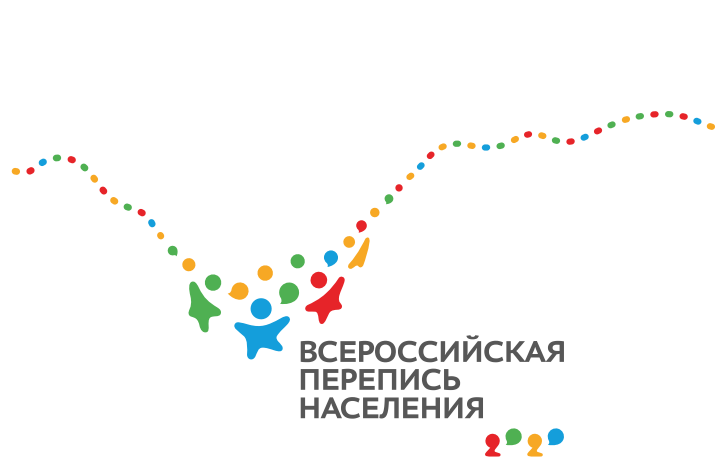
3

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО
СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ С СИМВОЛИКОЙ
ВСЕРОССИЙСКОЙ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ 2020

.....3.1. Набор в коробке: ежедневник и ручка.



.....3.2. Набор в коробке: ежедневник и ручка. Шаблон-макет.



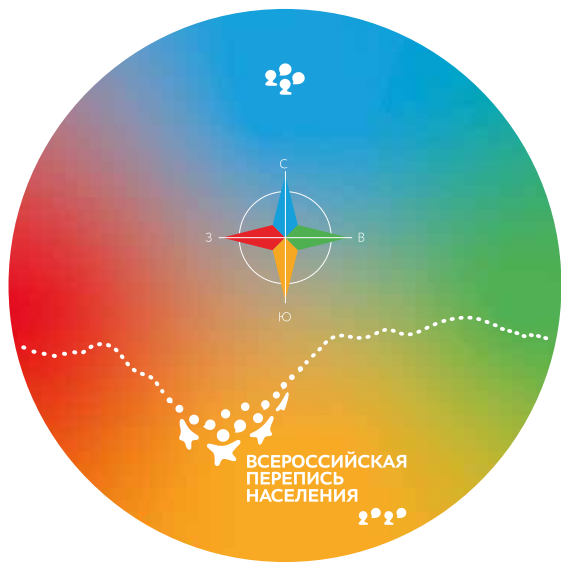
Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Нанесение: 4+4 (СМУК)

Место размещения: по центральной оси
Размер: ширина 32 см

.....3.3. Подушка для путешествий.



.....3.4. Подушка для путешествий. Шаблон-макет.



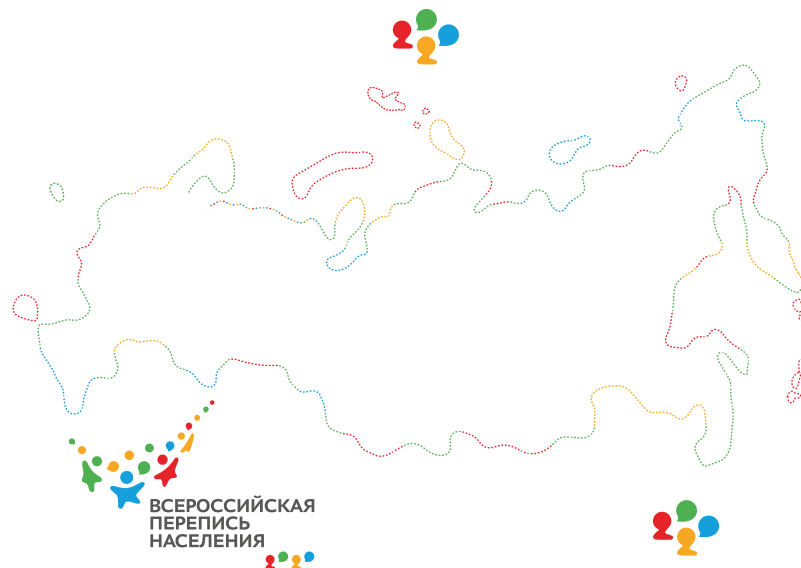
Рекомендуемый цвет основы: сине-серый • Pantone 287 C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: по центральной оси

Размер:

Верхний логотип (эмблема): ширина – 1,5-2 см

Нижний логотип (эмблема): ширина вместе с доп. точками – 18 см



Рекомендуемый цвет основы: сине-серый • Pantone 287 C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: карта размещается по центральной оси, основной логотип (эмблема) размещается по центру левого рукава, элемент логотипа (эмблемы) размещается по центру правого рукава

Размер: карта – ширина 30 см, основной логотип (эмблема) в левой части – 9 см, элемент логотипа (эмблемы) в правой части – 2 см

.....3.5. Плащ-дождевик.



.....3.6. Плащ-дождевик. Шаблон-макет.



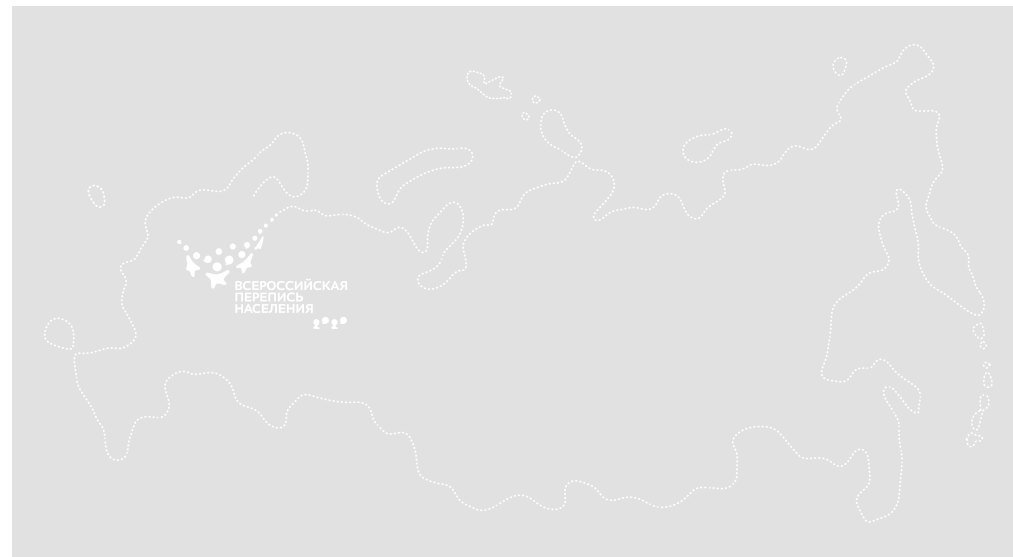
Рекомендуемый цвет основы:

красный • Pantone: 2035, зеленый • Pantone: 2271,
синий • Pantone: 2010, оранжевый • Pantone: 2192

Нанесение: 1+0 темно-серый • Pantone: 2335

Место размещения: по центральной оси изделия

Размер: ширина логотипа (эмблемы) – 24 см



Рекомендуемый цвет основы:

красный • Pantone: 2035, зеленый • Pantone: 2271,
синий • Pantone: 2010, оранжевый • Pantone: 2192

Нанесение: 1+0 темно-серый • Pantone: 2335

Место размещения: сзади по центральной оси изделия,

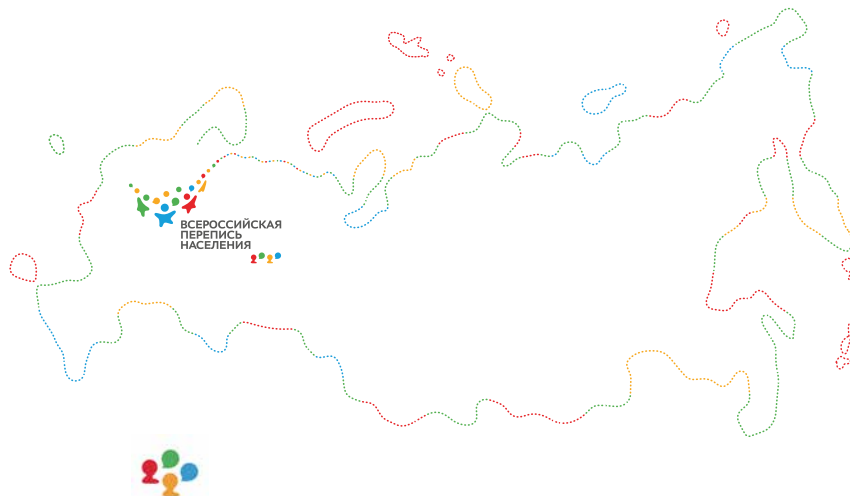
отступив от воротника до края изображения – 20 см

Размер: ширина логотипа (эмблемы) – 30 см

.....3.7. Зонт наоборот (трость).



.....3.8. Зонт наоборот (трость). Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: черный • Pantone Black C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: по окружности зонта

Размер: карта вместе с логотипом (эмблемой) составляют примерно 19-20 см, логотип в нижней части – 2 см

.....3.9. Зонт складной.



.....**3.10. Зонт складной. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

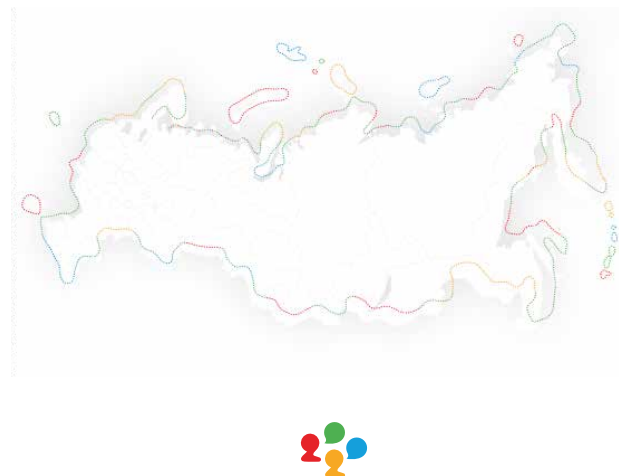
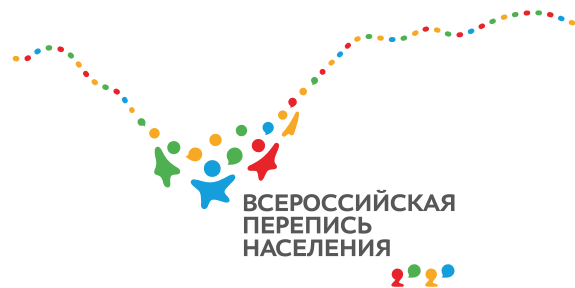
Место размещения: по окружности зонта в центре каждого сегмента, отступив 19-20 см от верха

Размер: основной логотип (эмблема) – ширина 15 см, элемент логотипа (эмблемы) в нижней части – 2 см

.....3.11. Блокнот А5.



.....3.12. Блокнот А5. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: как указано на рисунке

Размер: основной логотип (эмблема) – размещается «под обрез» – ширина 15 см, карта размещается в центральной части обложки, размер логотипа (эмблемы) на задней части блокнота – 10 см

.....**3.13. Карандаш.**



вариант 1



вариант 2

.....**3.14. Карандаш. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: как указано на рисунке
Размер: логотип (эмблема) – 7,5 см



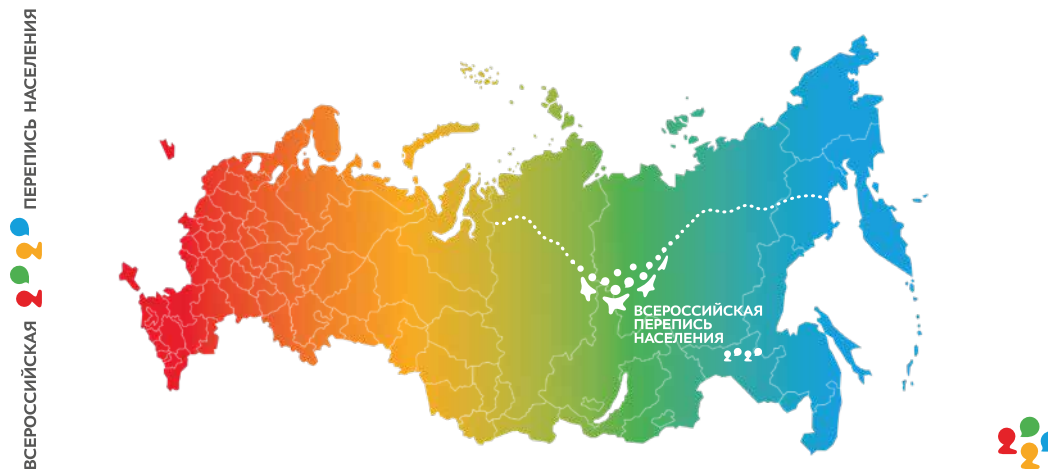
Рекомендуемый цвет основы: градиент из основных
цветов бренд-бука
Нанесение: 1+0 белый • Pantone 000 C

Место размещения: как указано на рисунке
Размер: логотип (эмблема) – 7,5 см

.....**3.15. Ежедневник.**



.....3.16. Ежедневник. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: черный • Pantone Black C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

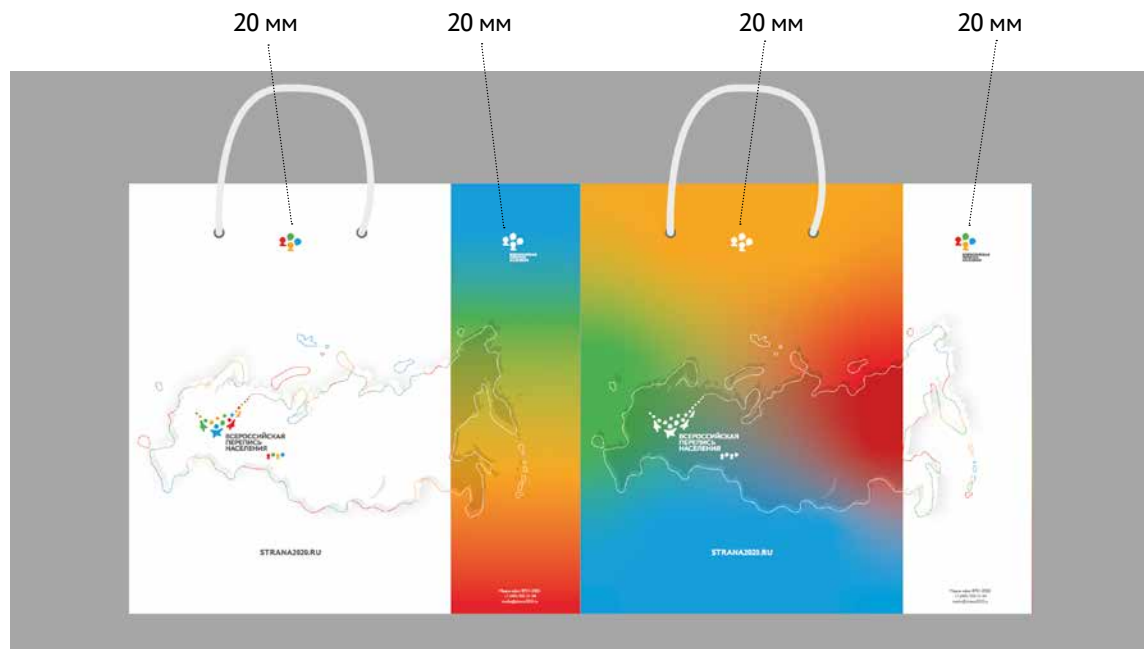
Место размещения: как указано на рисунке

Размер: логотип (эмблема) на обложке – 15 см, логотип (эмблема) внутри блока - 2,5 см, логотип (эмблема) на обороте - 10 см

.....3.17. Пакет вертикальный.



.....**3.18. Пакет вертикальный. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C

Нанесение: 4+0 (СМУК)

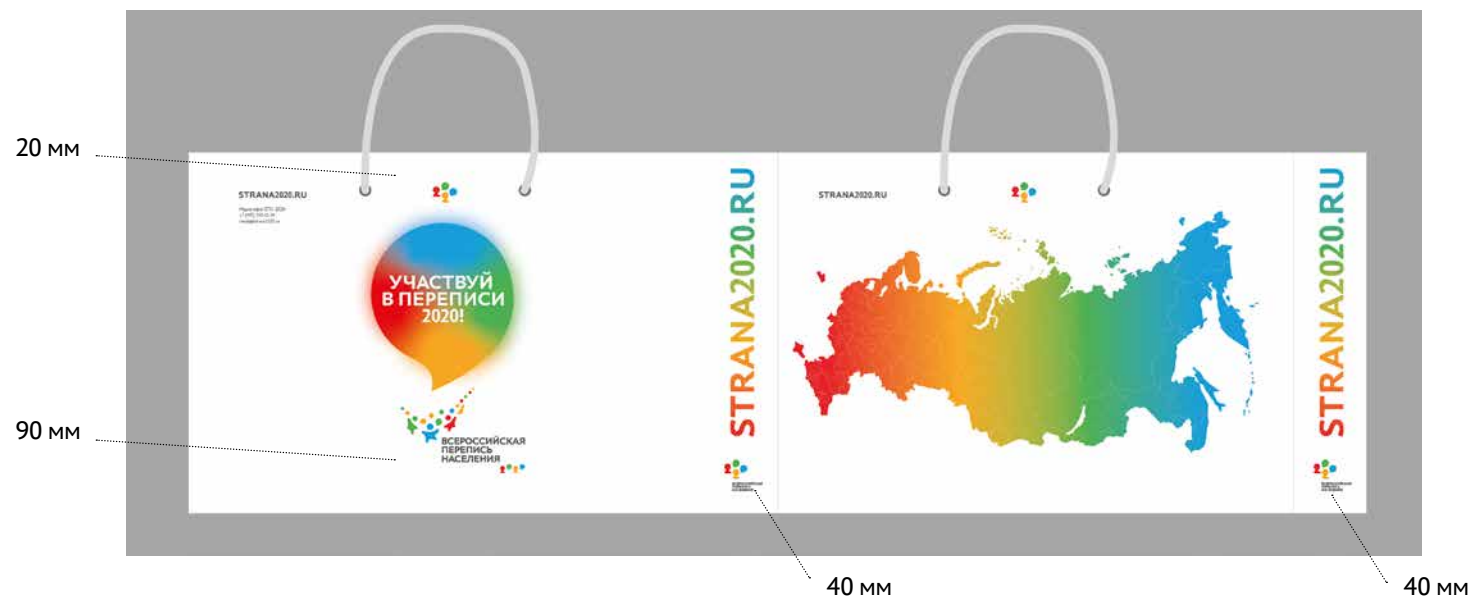
Место размещения: как указано на рисунке

Размер: как указано на рисунке

.....3.19. Пакет горизонтальный.



.....3.20. Пакет горизонтальный. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C

Нанесение: 4+0 (СМУК)

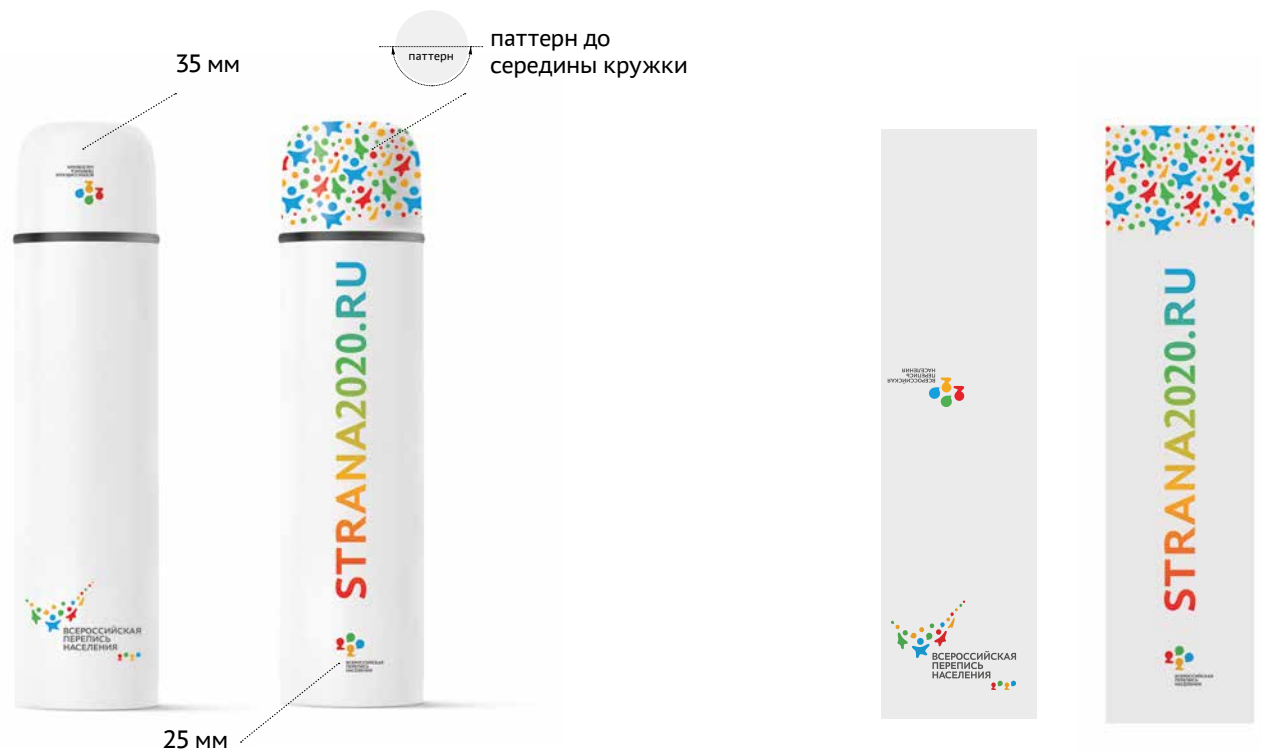
Место размещения: как указано на рисунке

Размер: как указано на рисунке

.....3.21. Термос.



.....3.22. Термос. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: белый • Pantone 000 C
Нанесение: 4+0 (СМΥК)

Место размещения: как указано на рисунке

Размер: как указано на рисунке

.....3.23. Термостакан.



.....3.24. Термостакан. Шаблон-макет.



Рекомендуемый цвет основы: черный • Pantone Black C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: как указано на рисунке

Размер: как указано на рисунке



.....3.25. **Фонарь.**



.....3.26. **Фонарь. Шаблон-макет.**



Рекомендуемый цвет основы: черный • Pantone Black C
Нанесение: 4+0 (СМУК)

Место размещения: как указано на рисунке

Размер: как указано на рисунке





4

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

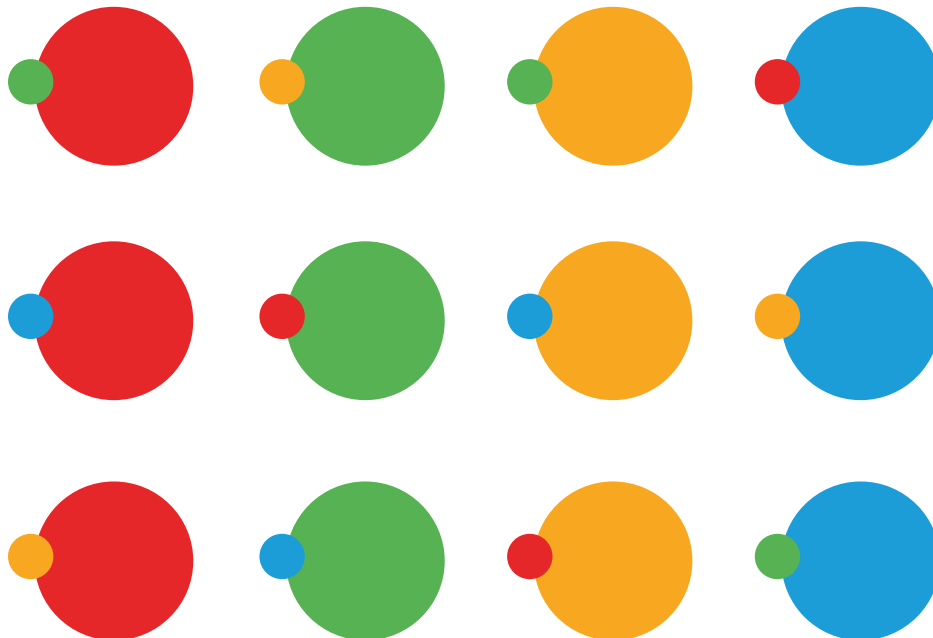
.....4.1. Принципы использования цвета.

При выборе цвета для оформления можно выделять один из цветов фирменного стиля только в том случае, если рядом присутствует другой фирменный цвет. Один фирменный цвет без сочетания с другими использоваться не может.

1) Возможные сочетания главных и второстепенных цветов.

2) Градиентной заливкой можно выделять шрифтовые блоки.

1



2

Прислано
на данный момент:

2334
РАБОТ

.....4.2. Верирование фотографий и наложения цвета.

Варианты верирования фотографий:

Шкала 1 - 2 - 3 - 4 – показывает, как можно красить фотографию в один из фирменных цветов.

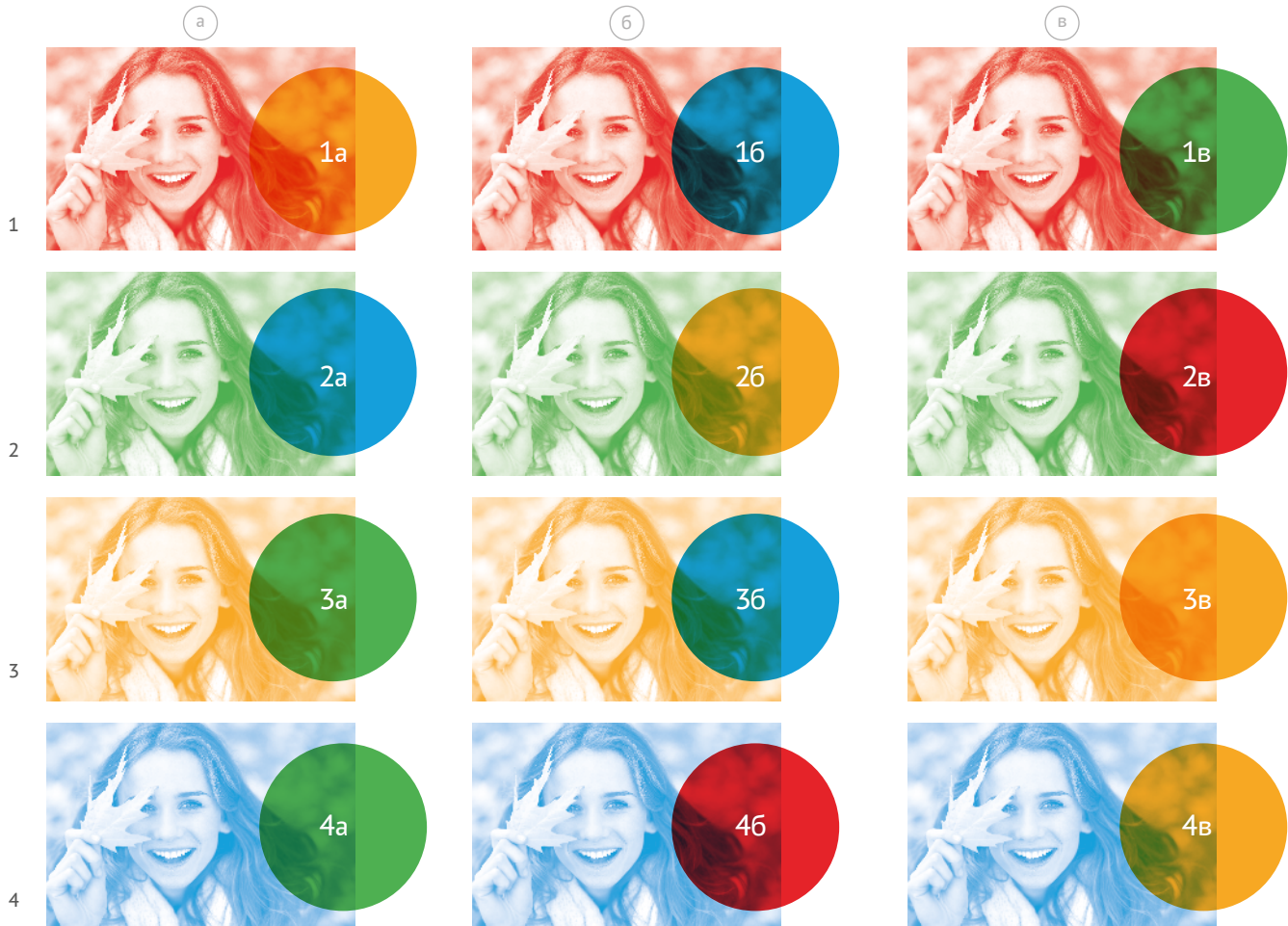
Шкала а - б - в – показывает, какие варианты наложения одного цвета на другой возможны.

Важно!

Нельзя допускать случайные варианты наложения цвета.

Нельзя использовать простое наложение цвета на ч-б или цветную фотографию.

Ниже приведены примеры неправильного наложения цвета.



.....4.3. Элемент «Иконки».

Для оформления продукции используется определенный стиль иконок. На данной странице приведены примеры разработки иконок. Основной принцип разработки иконок – получение изображения от каплевидного пятна. Иконки могут заключаться в круг, в бабл или оставаться без обрамления. Могут быть выполнены как в 1, так и во всех 4-х цветах фирменного стиля, они могут быть покрашены градиентом. Иконка может быть в виде бабла на белой или градиентной подложке.

Образование

Медицина

Наука

Бизнес



.....4.4. Элемент «бабл», «кнопка» и другие.

Варианты элементов фирменного стиля:

А) Бабл можно красить, делать контурным, помещать в него текст или изображение.

Б) Бабл может использоваться как элемент акцента (буллит или тильда).

Также может выделять текст, фотографию, выступать в роли кнопки.

В) В цвета градиента можно красить небольшие тексты, иконки, стрелки.

Г) Бабл может выступать в роли самостоятельного центрального элемента.

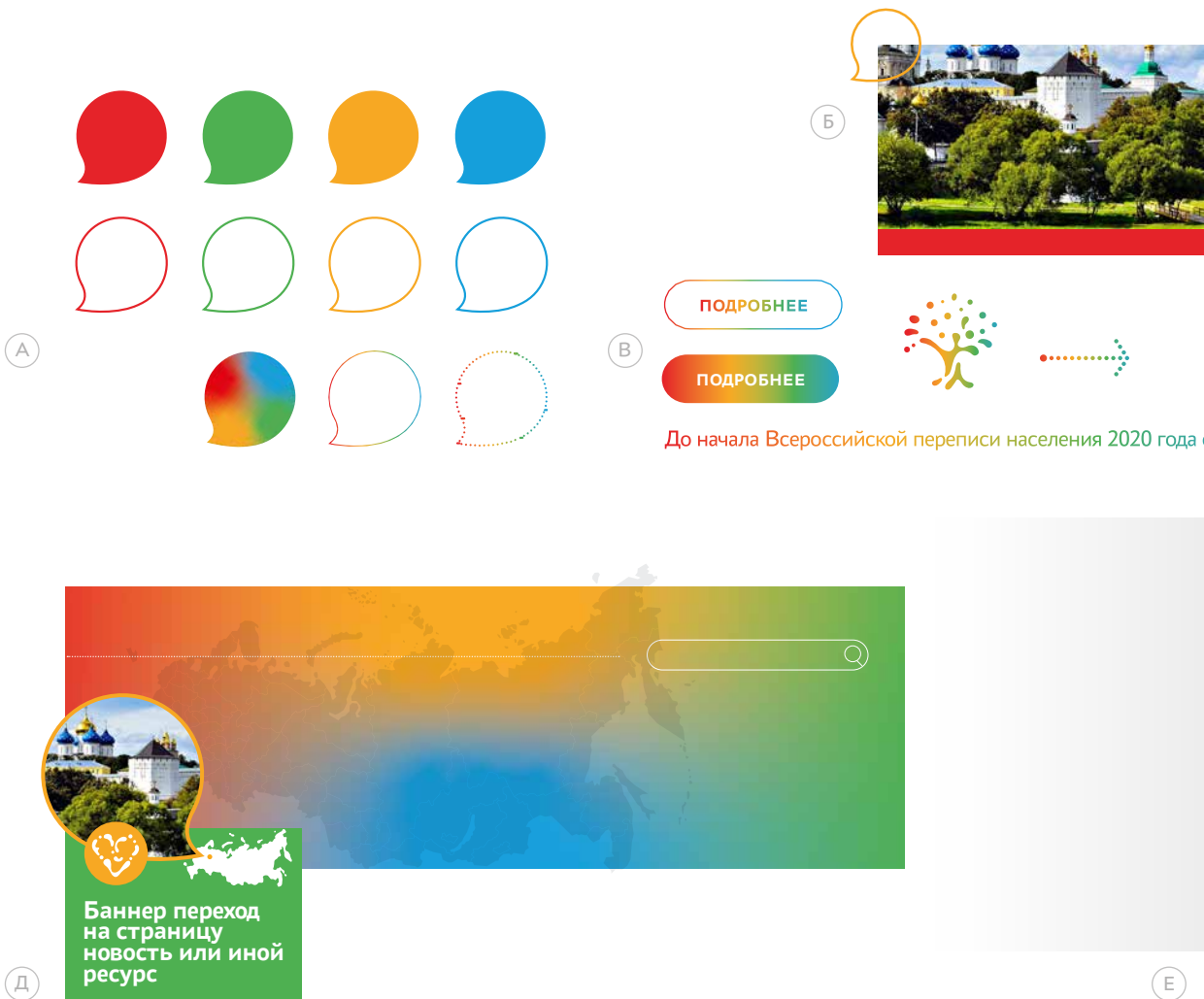
Внутри бабла может размещаться слоган, важная информация.

Бабл может быть контурным или градиентным.

Д) На бабле можно размещать фотографию. Бабл может использоваться как указатель точки на карте.

Белый контур карты также может быть элементом оформления, например, рекламных баннеров.

Е) Для разделения функциональных зон следует использовать элемент «серый градиент».



.....4.5. Варианты оформления соцсетей.

Facebook



Картинка к внешним ссылкам/
Картинка для поста



Обложка страницы



Аватар

Instagram



Горизонтальное изображение



Обложка
страницы



Вертикальное
изображение



Аватар

Одноклассники



Обложка страницы



Картинка для поста



Аватар

VK



Картинка к внешним ссылкам



Картинка для поста



Аватар

Facebook:

- Картинка к внешним ссылкам: 1200 x 630 px.
- Картинка для поста: 1200 x 630 px.
- Обложка страницы: 820 x 312 px.
- Аватар: 170x170 px.

«ВКонтакте»

- Картинка к внешним ссылкам: 537 x 240 px.
- Картинка для поста: 700 x 500 px.
- Аватар: 200 x 500 px.

«Одноклассники»

- Картинка для поста: 1680 x 1680 px.
- Обложка страницы: 1340 x 320 px.
- Аватар: 190 x 190 px.

Instagram

- Горизонтальное изображение: 1200 x 628 px (1,9:1).
- Квадратное изображение: 1080 x 1080 px.
- Вертикальное изображение: 600 x 750 px (4:5)
- Аватар: 110x110 px.

.....4.6. Варианты оформления соцсетей. Шаблон-макет.



Фирменные цвета:



СМΥΚ 0; 95;
85; 0
RGB 229, 35, 41
Pantone: 2035



СМΥΚ 70; 0;
85; 0
RGB 78, 176, 81
Pantone: 2271



СМΥΚ 0; 40;
90; 0
RGB 247, 168, 35
Pantone: 2010



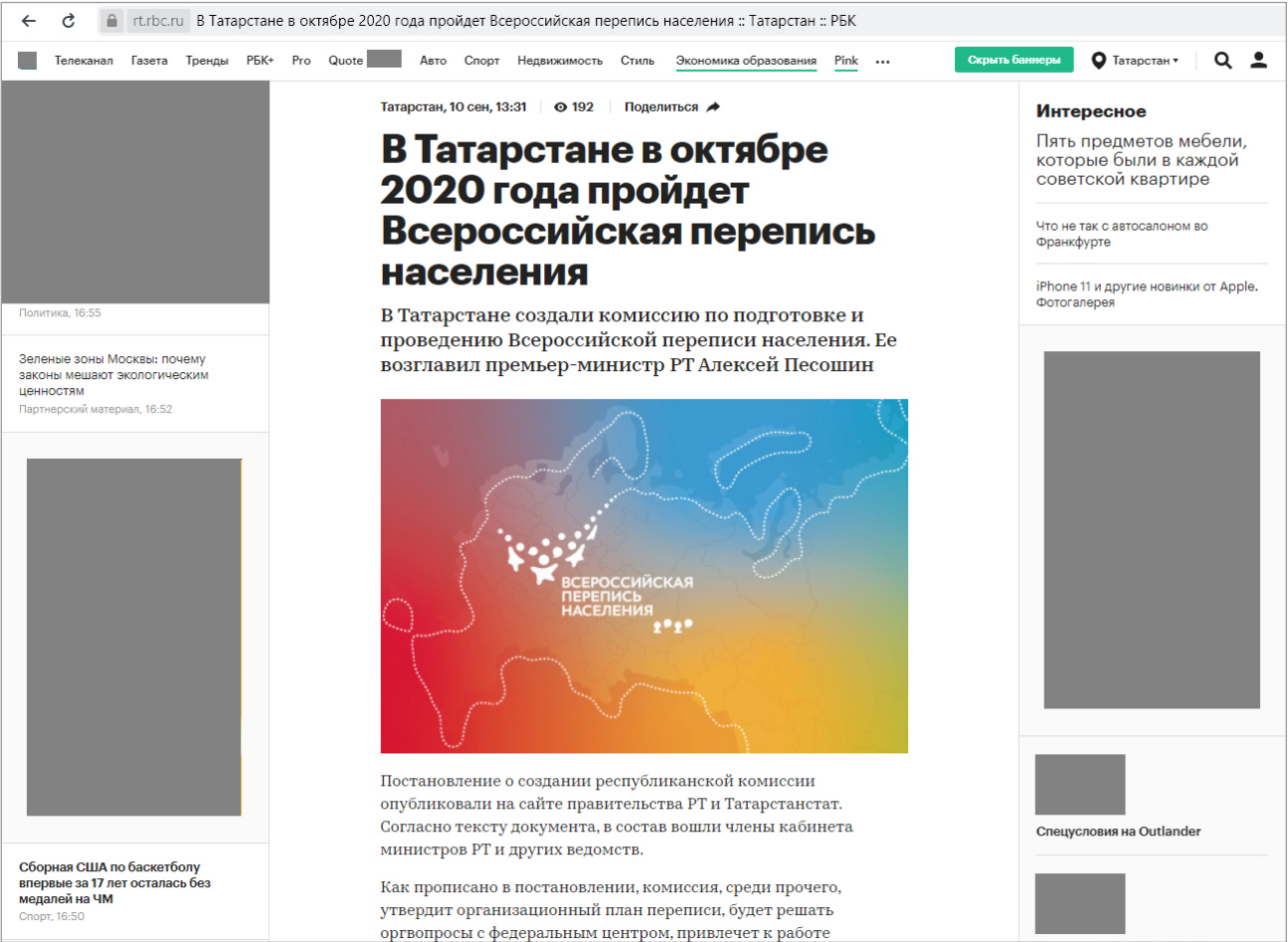
СМΥΚ 75; 20;
0; 0
RGB 22, 159, 219
Pantone: 2192



Градиентная растяжка,
которая состоит
из основных четырех цветов

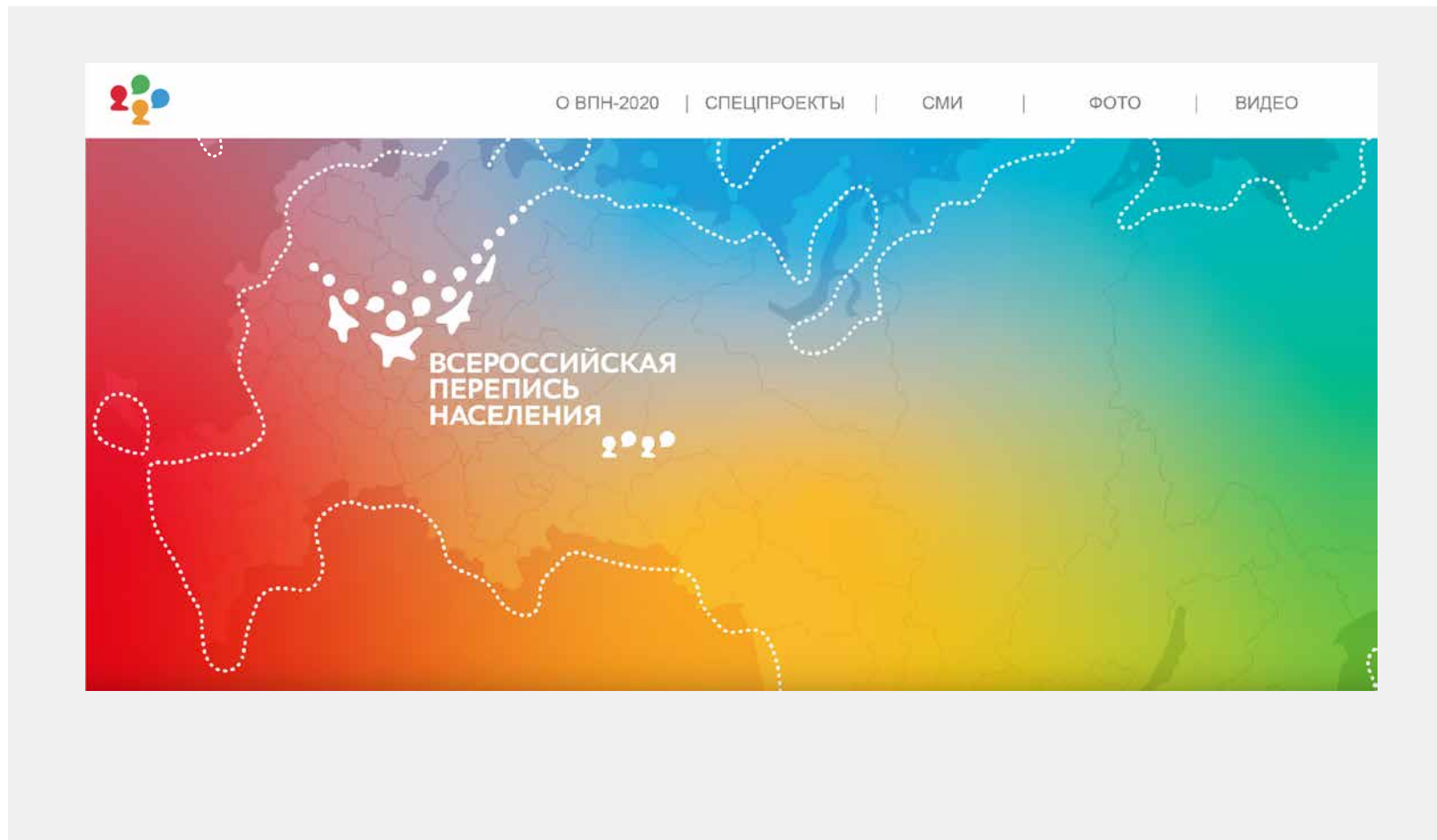
.....4.7. Вариант оформления официальных публикаций.

Для оформления официальных публикаций используется элемент фирменного стиля – карта России в сочетании с логотипом (эмблемой) Всероссийской переписи населения 2020. Карта выполняется в фирменных цветах в виде градиента.



.....4.8. Вариант использования элементов фирменного стиля в сети интернет.

Допускается оформление, согласно предложенным макетам, а также адаптация под задачи информационно-разъяснительной кампании. При этом использование логотипа (эмблемы) и элементов фирменного стиля должно соответствовать требованиям брендбука.



4.9. Вариант использования элементов фирменного стиля в сети интернет.

