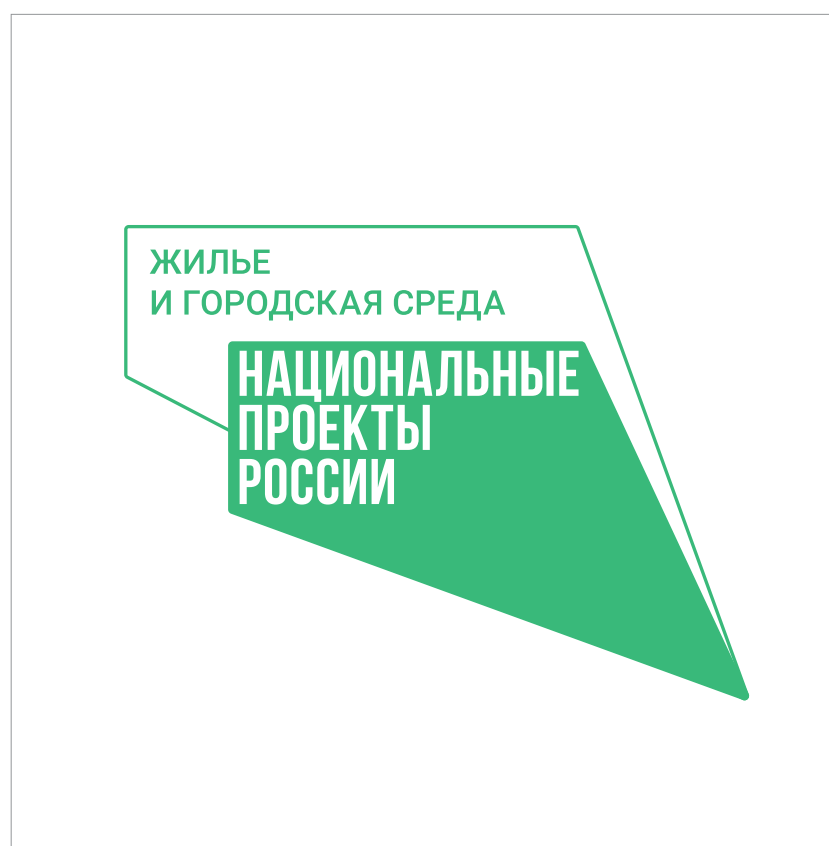
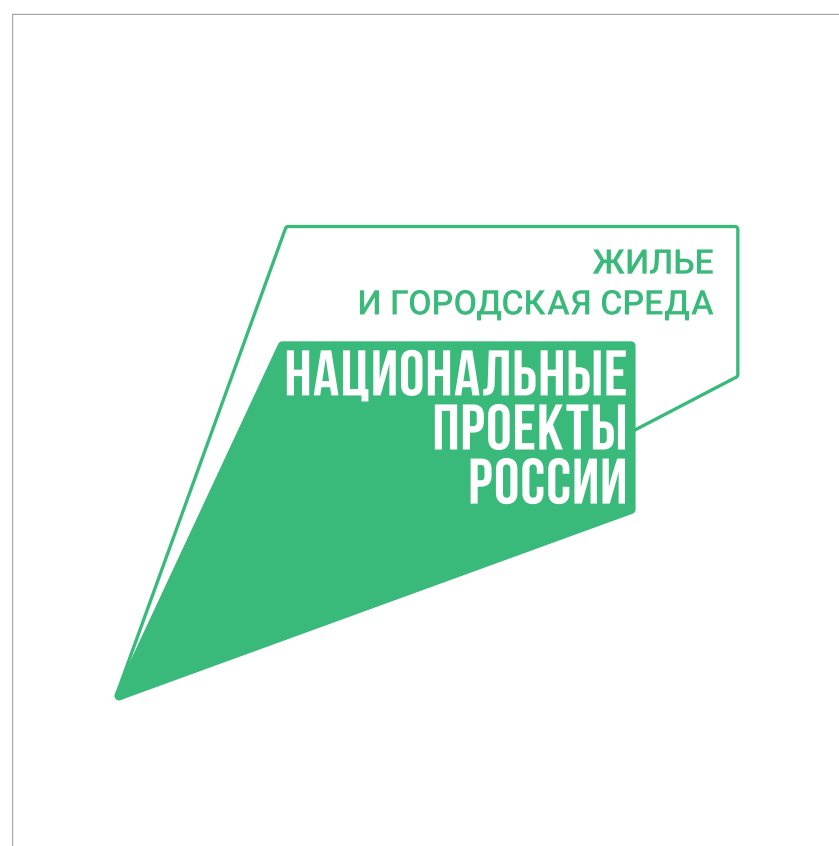


Фирменный блок / плашечное начертание

Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА — основа графического стиля.

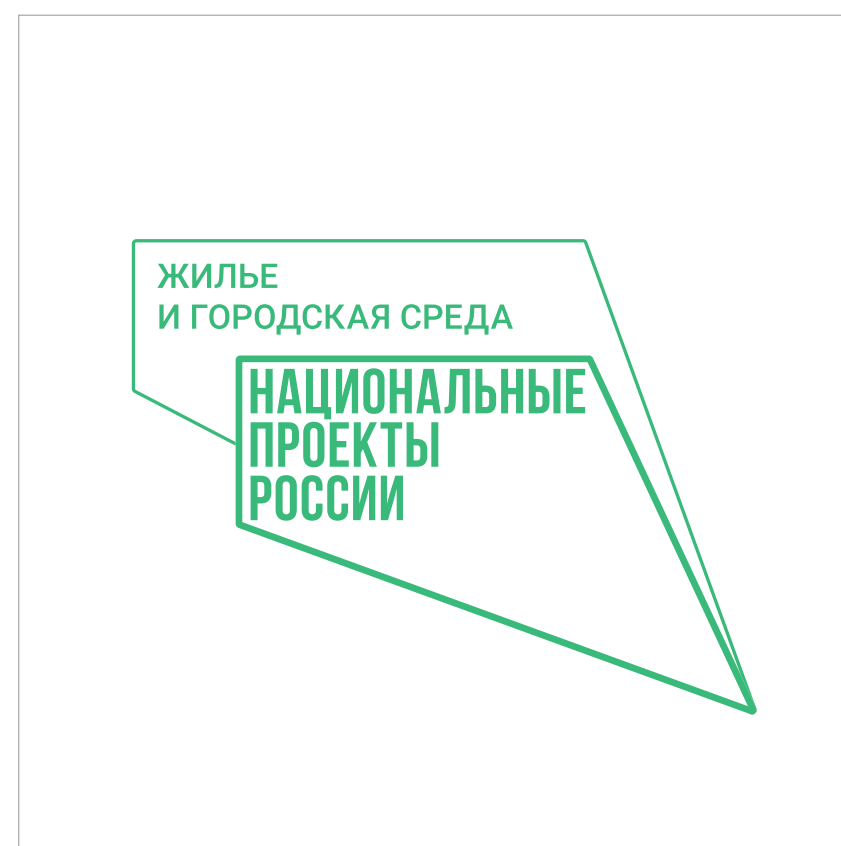
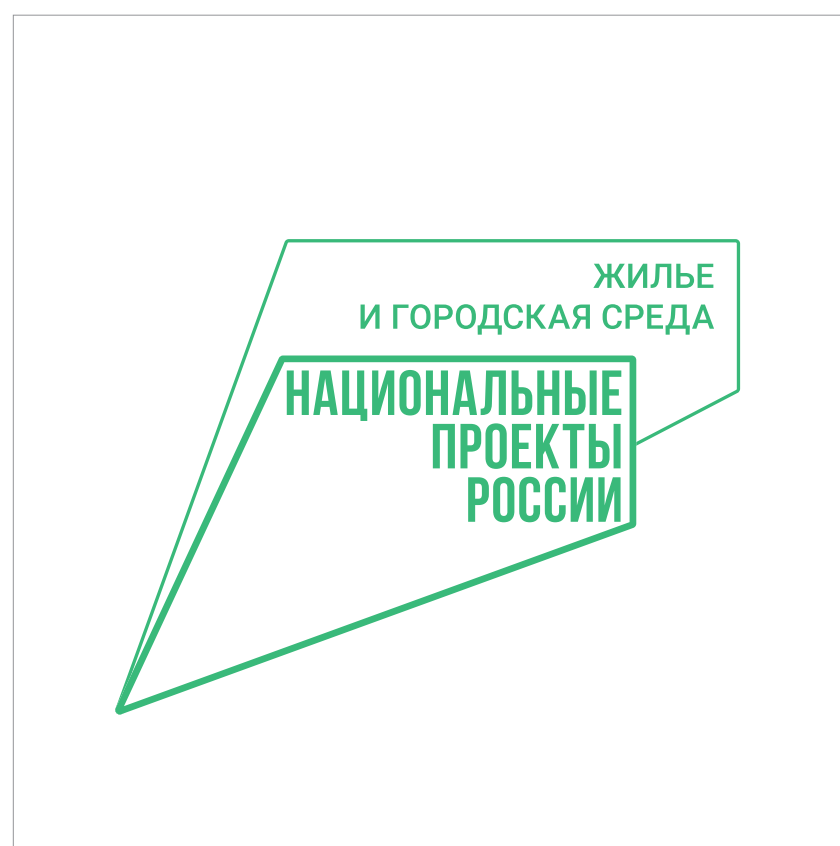
Используется только слитно. Возможны два варианта компоновки: левый и правый. Два вида начертания: плашечный и контурный. Всегда используйте готовые версии логотипа — не пытайтесь создавать их самостоятельно.



Фирменный блок / контурное начертание

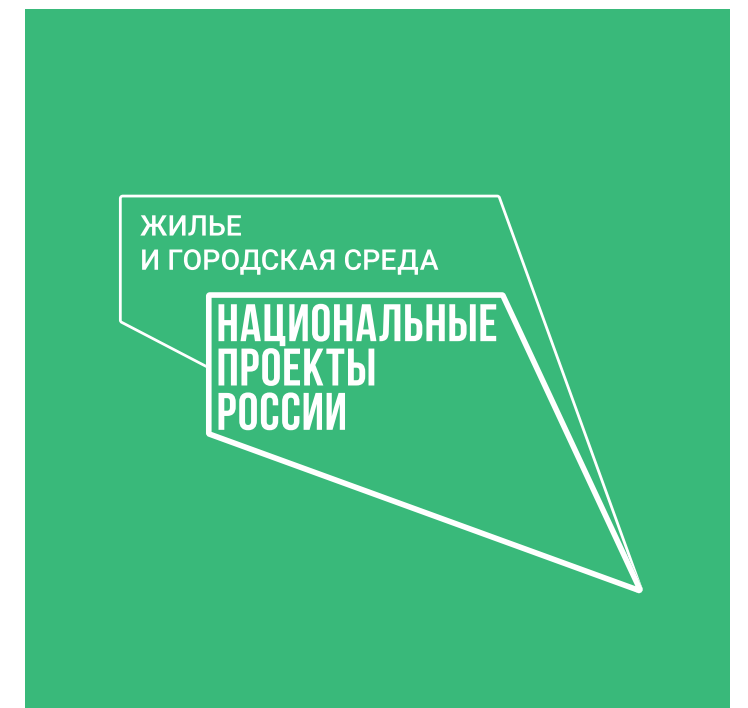
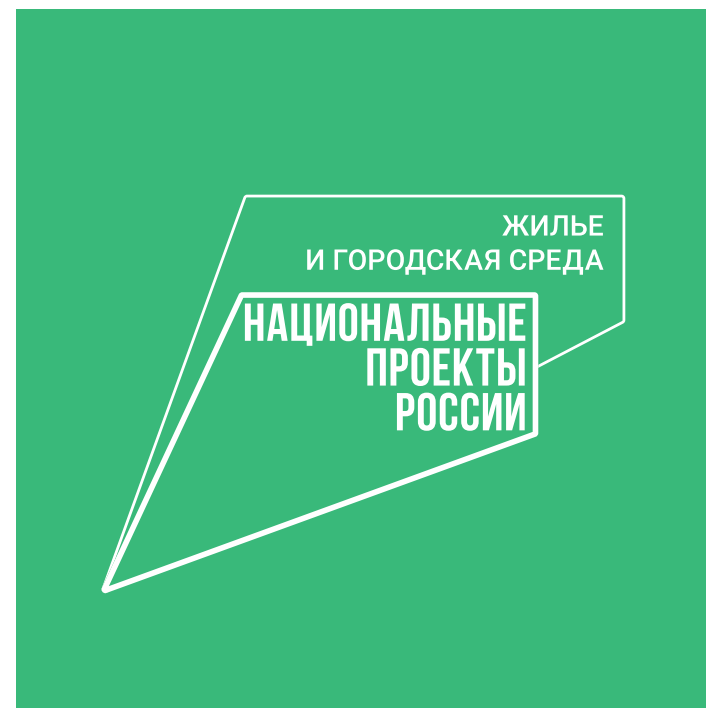
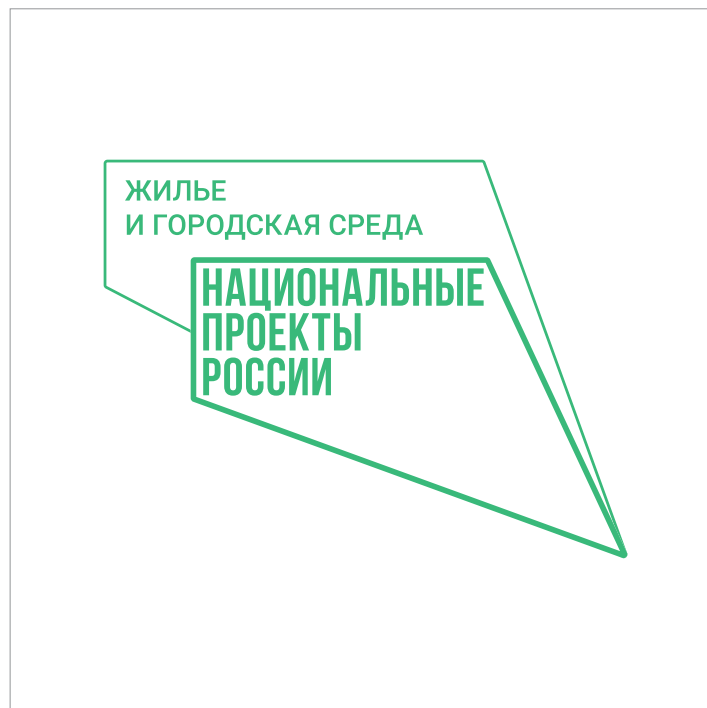
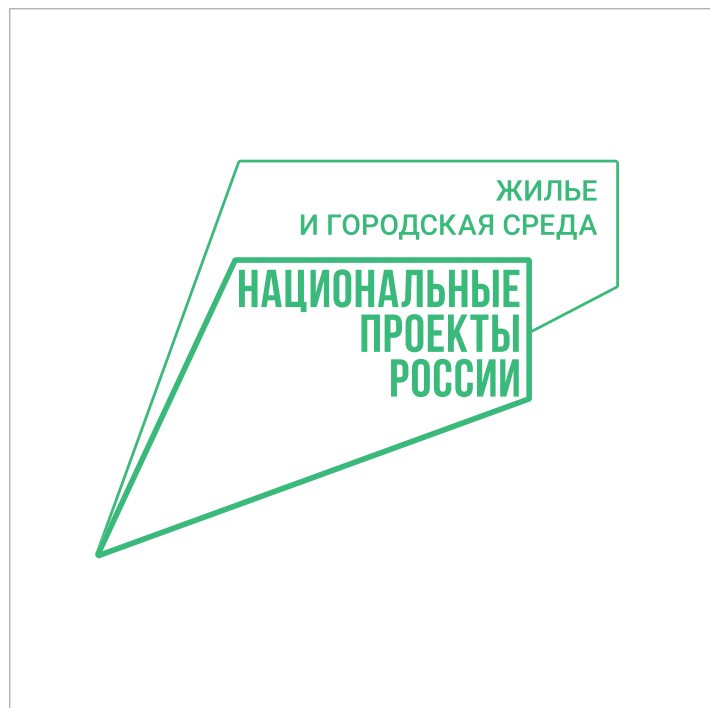
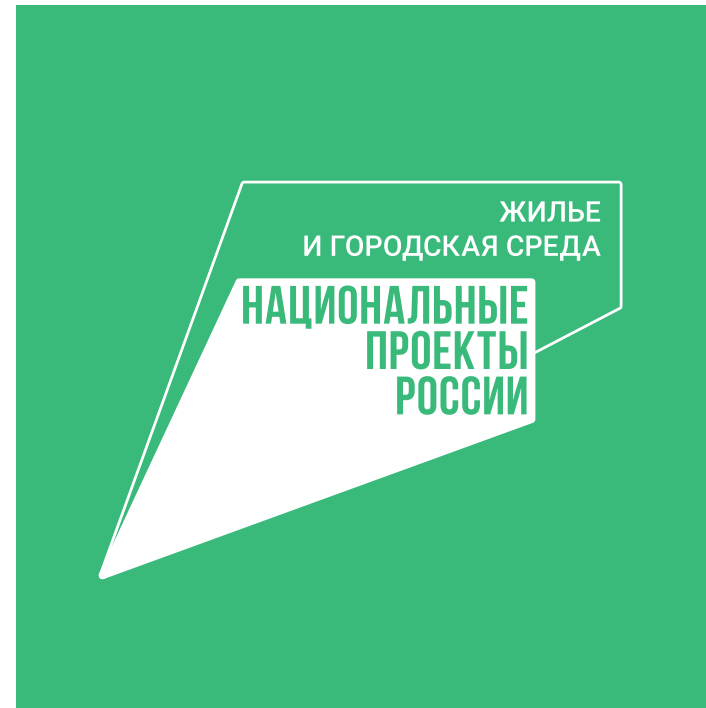
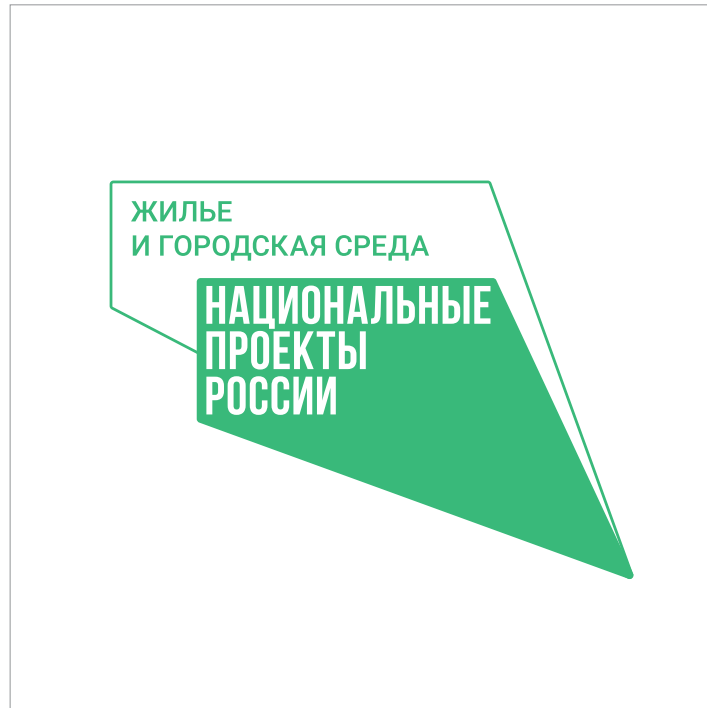
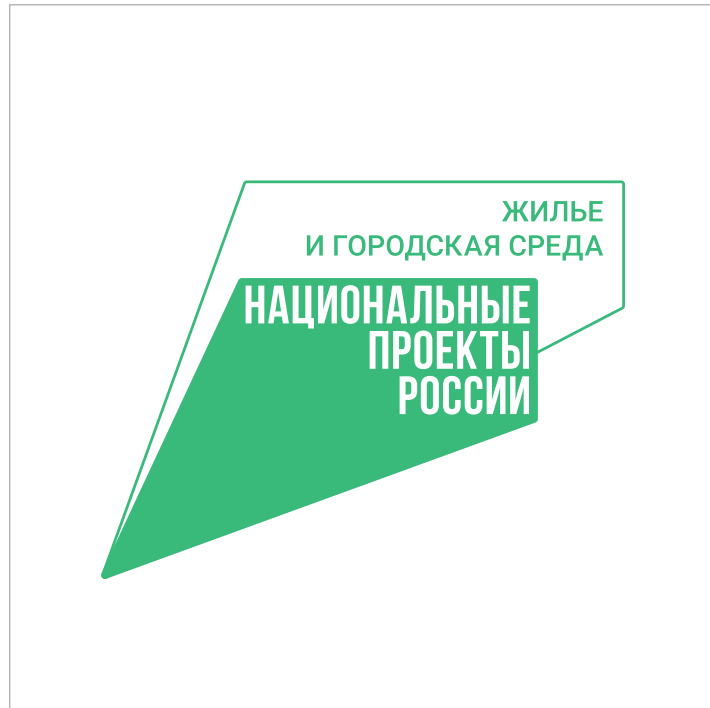
Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА — основа графического стиля.

Используется только слитно. Возможны два варианта компоновки: левый и правый. Два вида начертания: плащечный и контурный. Всегда используйте готовые версии логотипа — не пытайтесь создавать их самостоятельно.



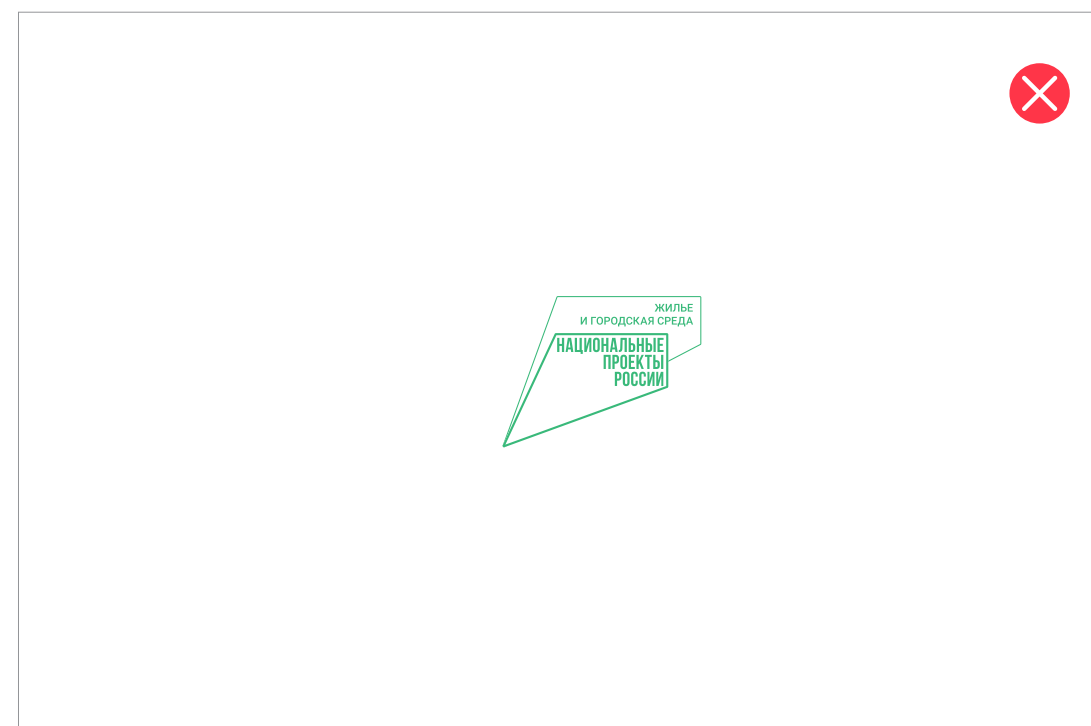
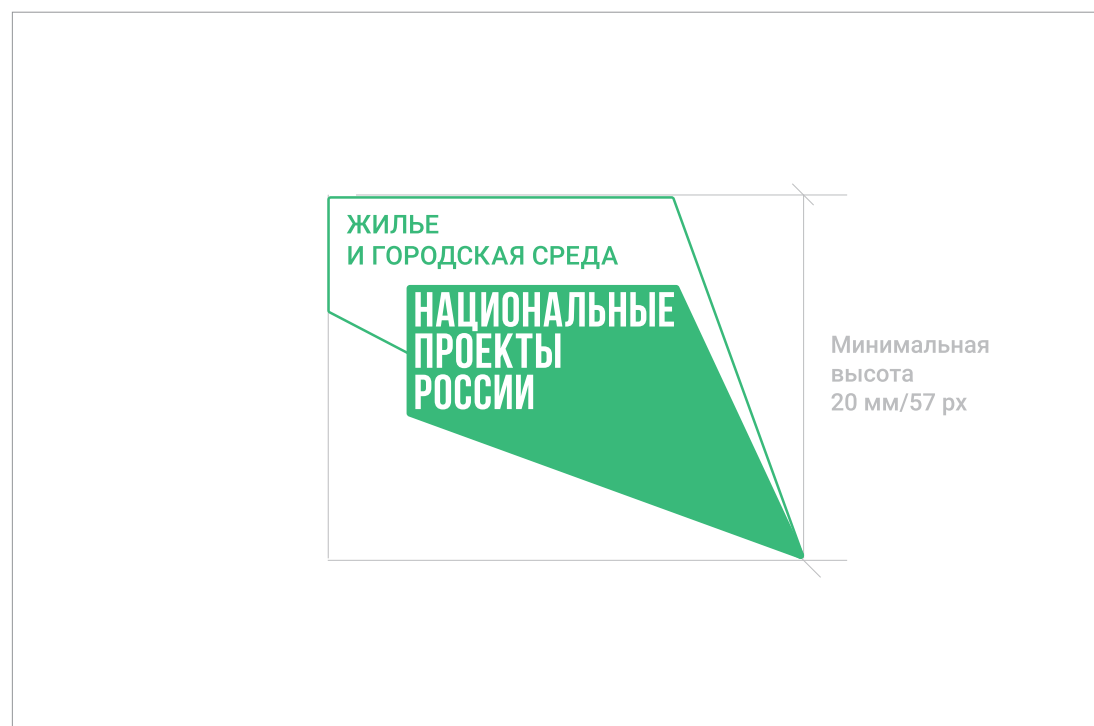
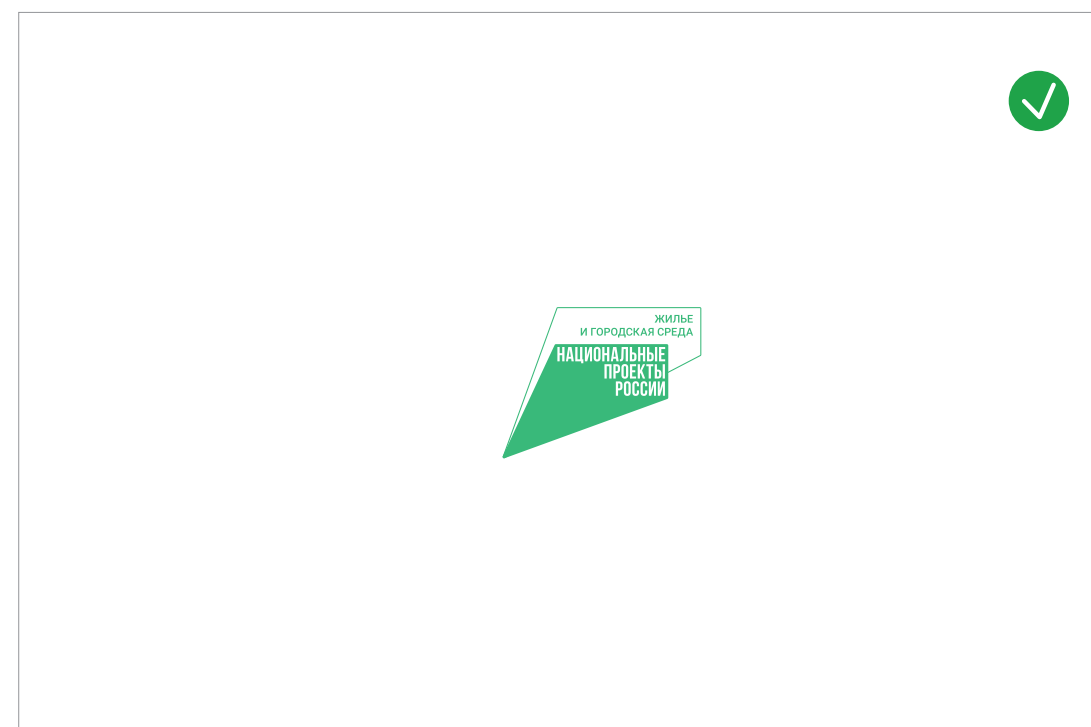
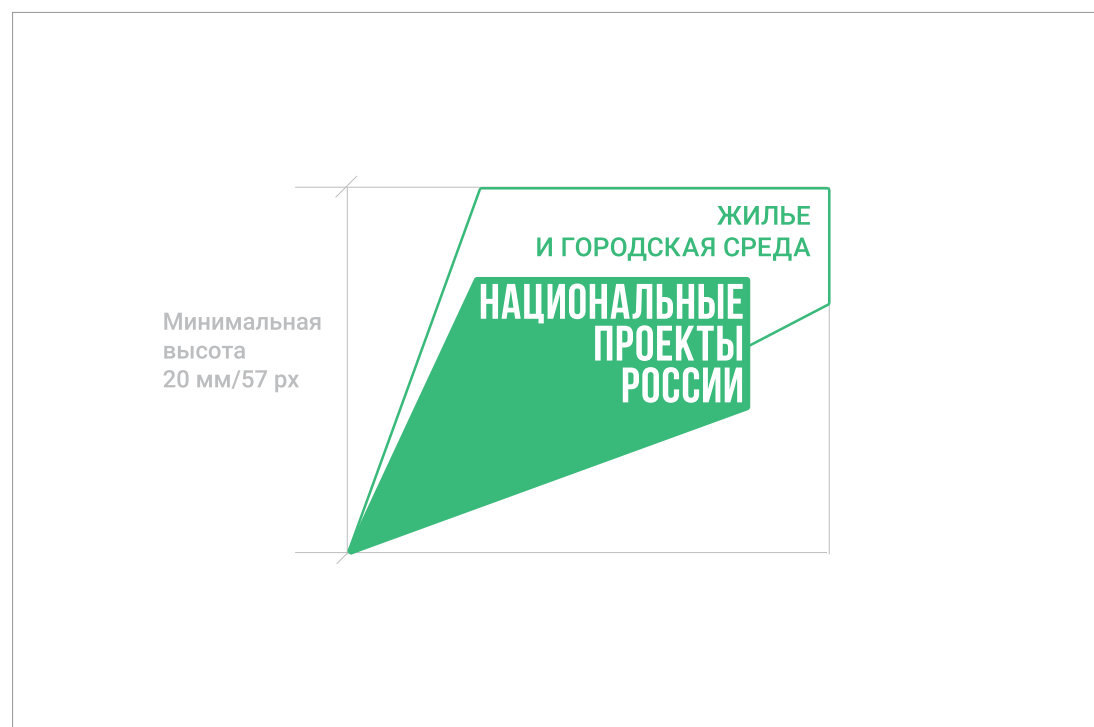
Фирменный блок

Фирменный блок может располагаться на белом фоне и на плашках фирменных цветов.



Минимальный размер

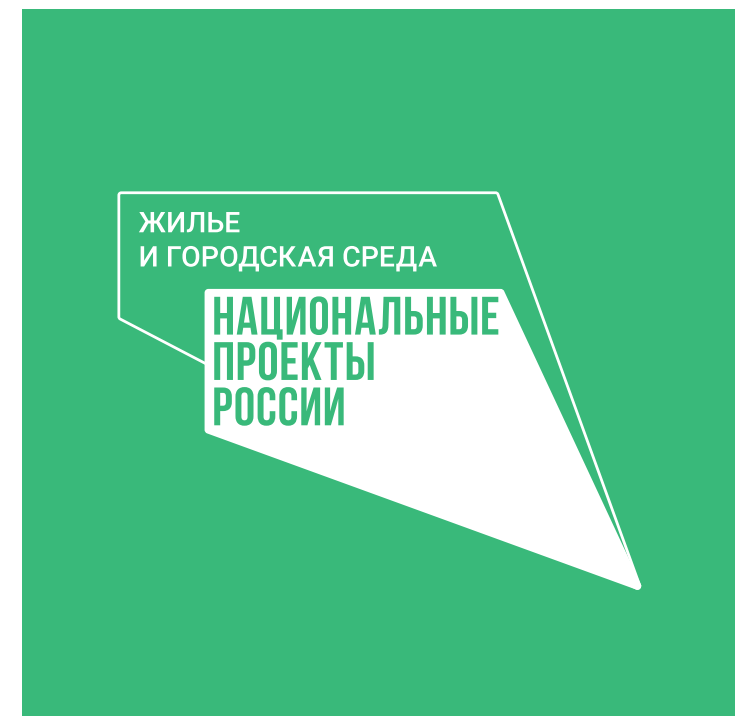
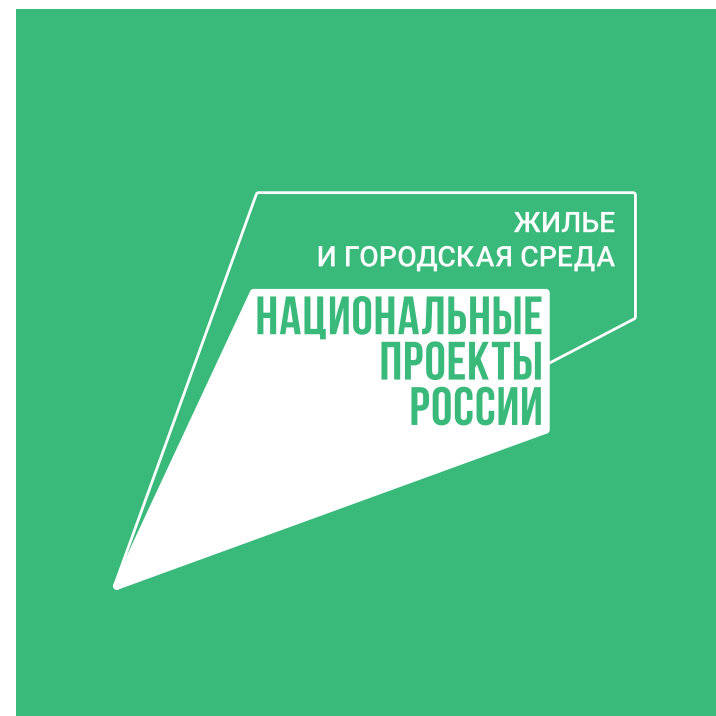
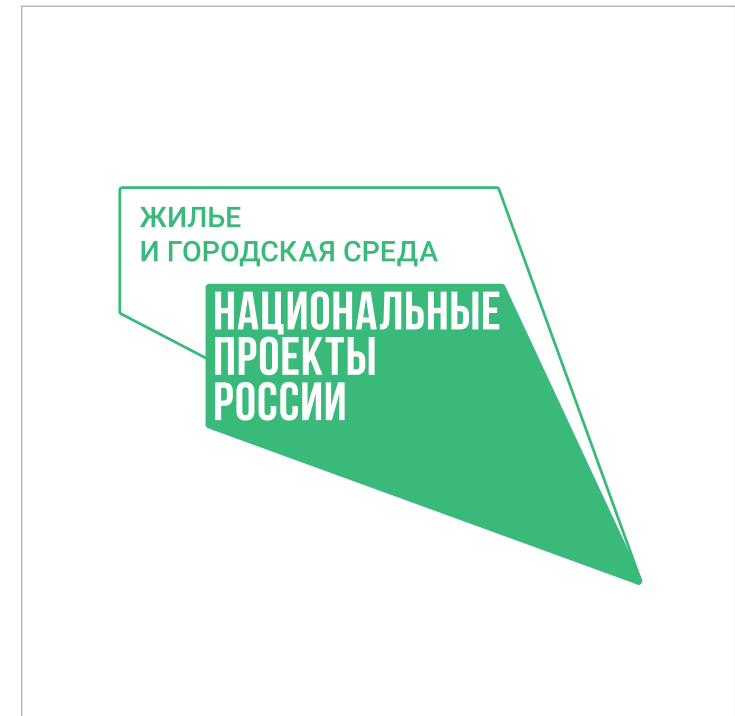
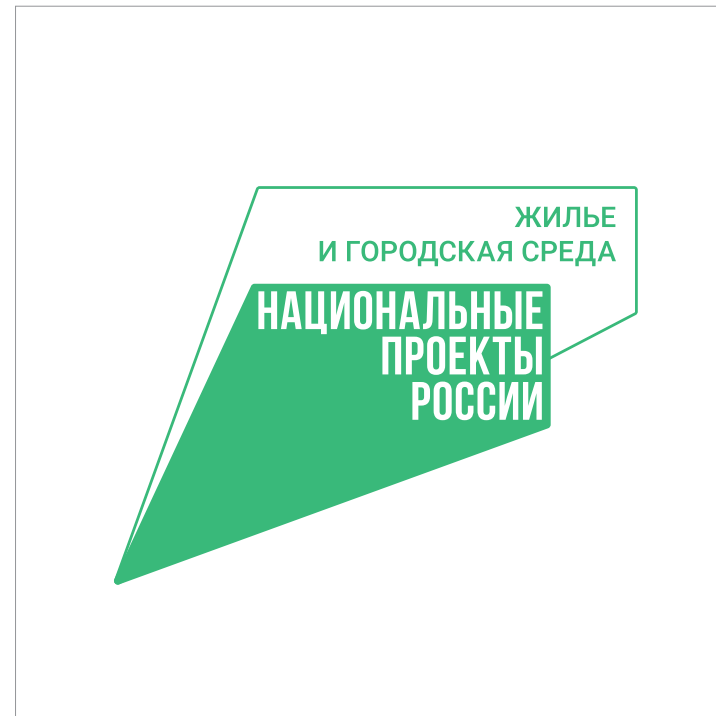
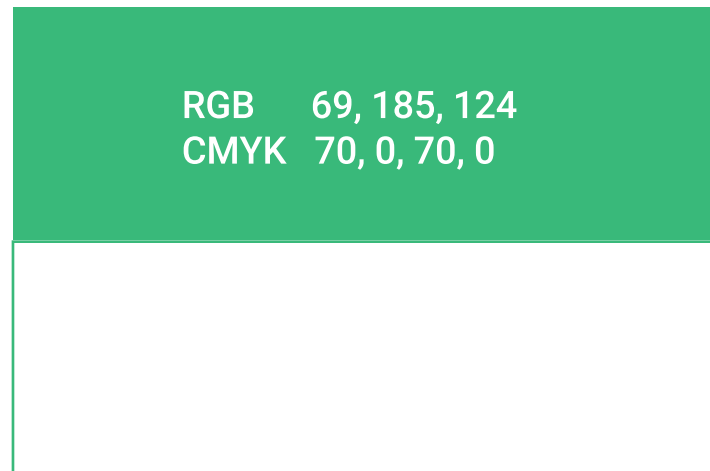
При минимальном размере фирменного блока рекомендуется использовать плашечный вид логотипа.



Цветовая схема В2С

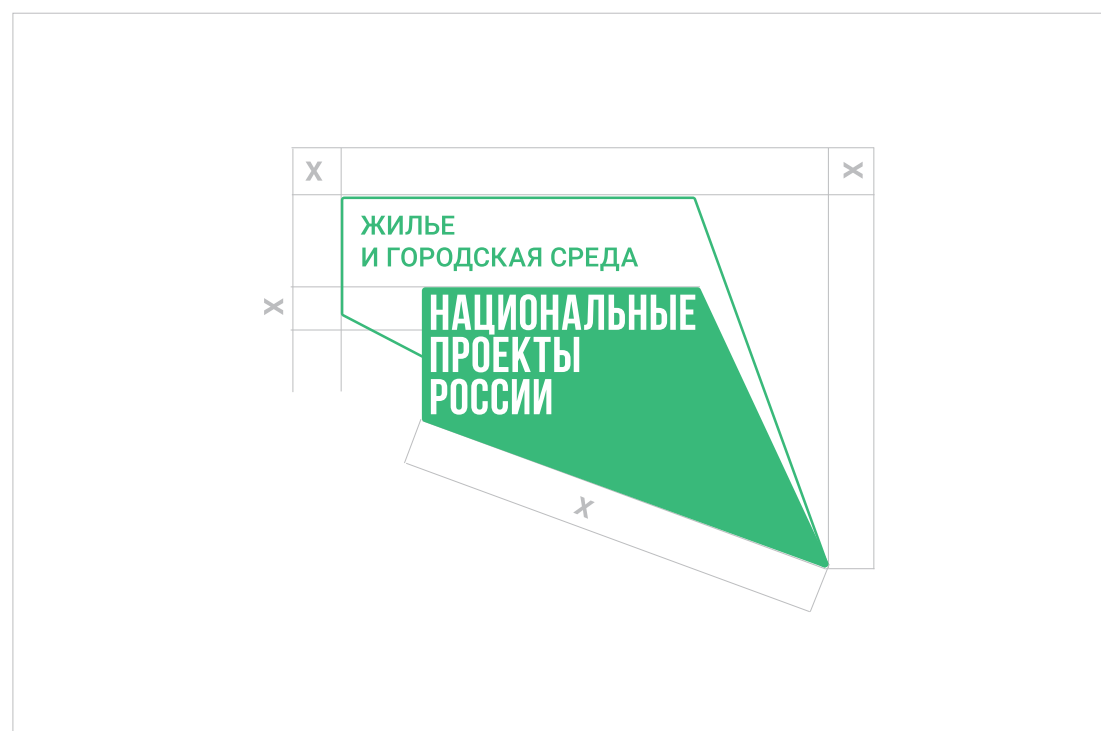
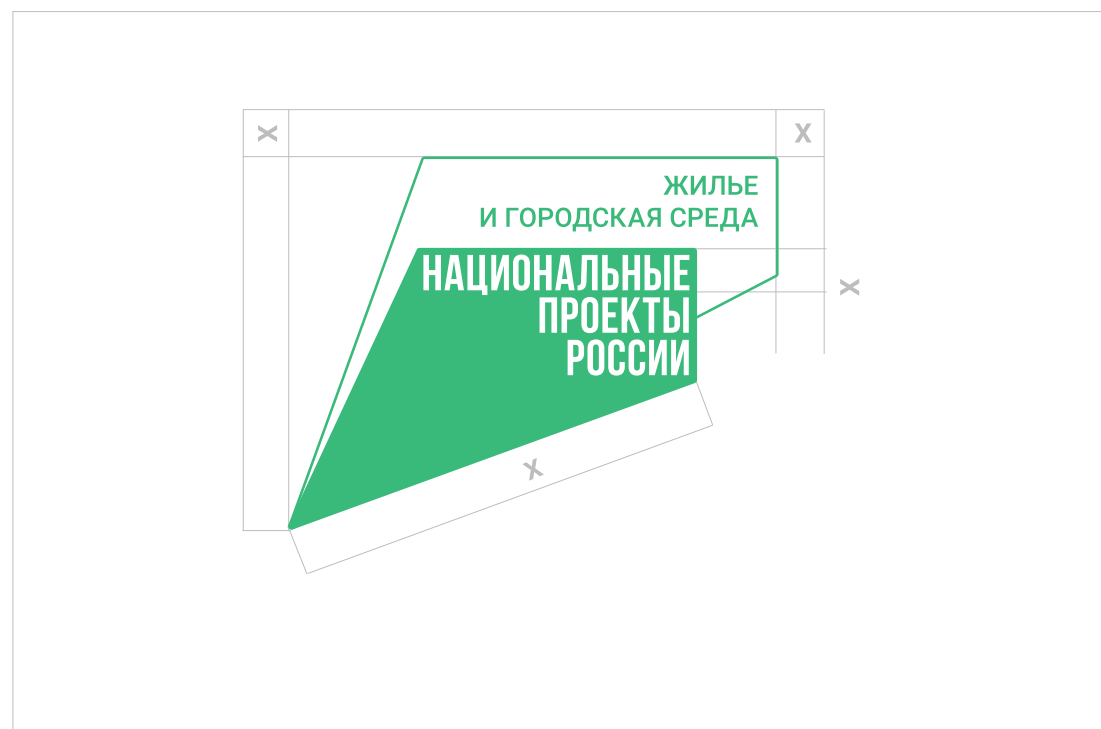
Фирменный цвет: RGB: 69, 185, 124 / CMYK: 70, 0, 70, 0.

Изменить цвет фирменного блока можно только в случае, если он встраивается в уже готовый дизайн (интерьер, фасад здания, действующий сайт, инструмент и т. д.) — для гармоничного размещения.



Охранная зона

Всегда следует соблюдать охранную зону вокруг логотипа — это пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст. Охранная зона также определяет минимальное расстояние до границ листа или другого носителя.

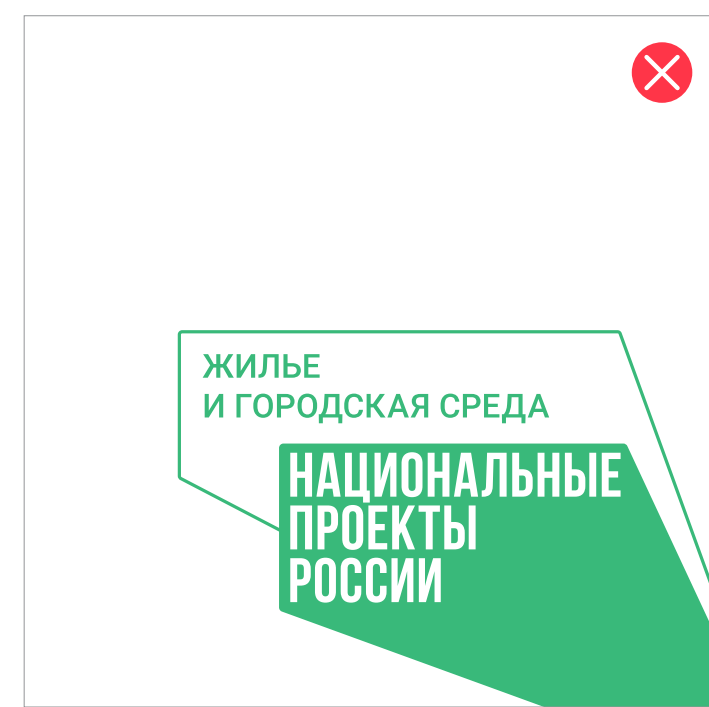
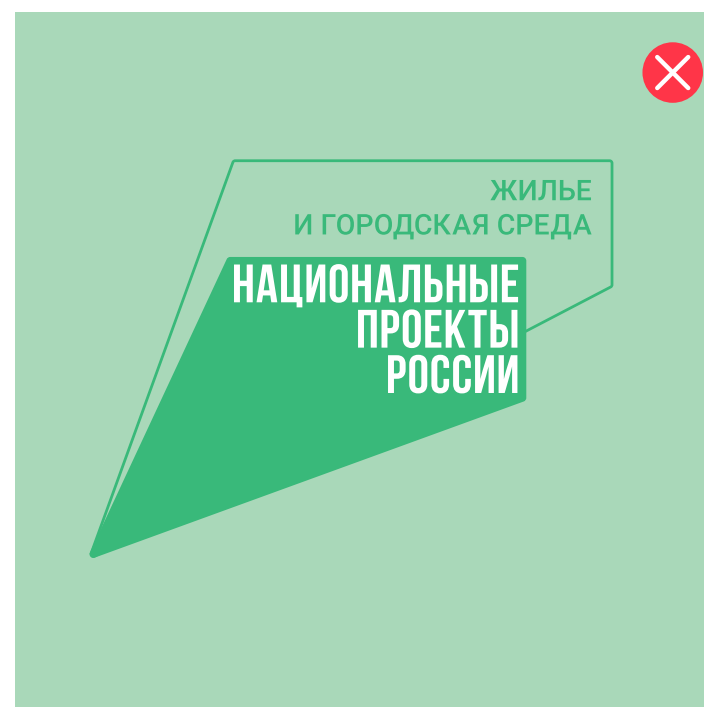
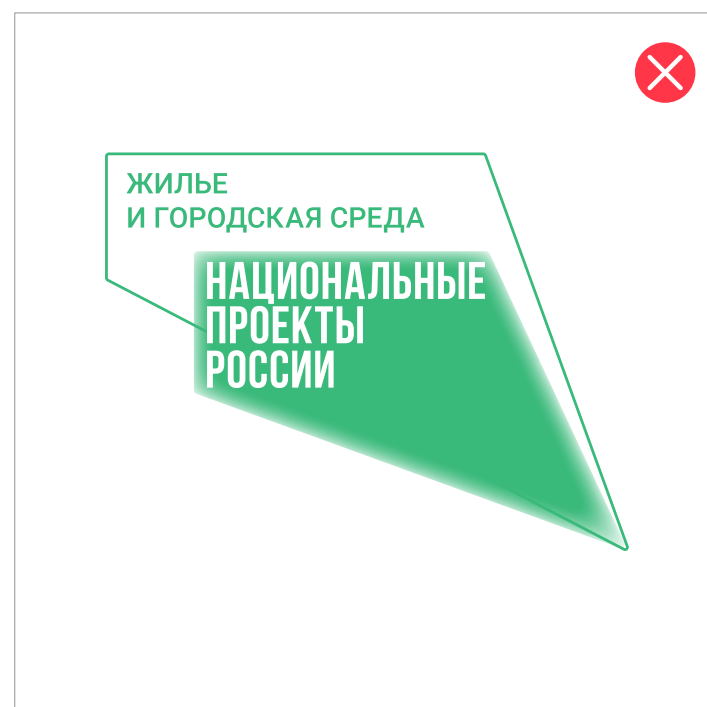
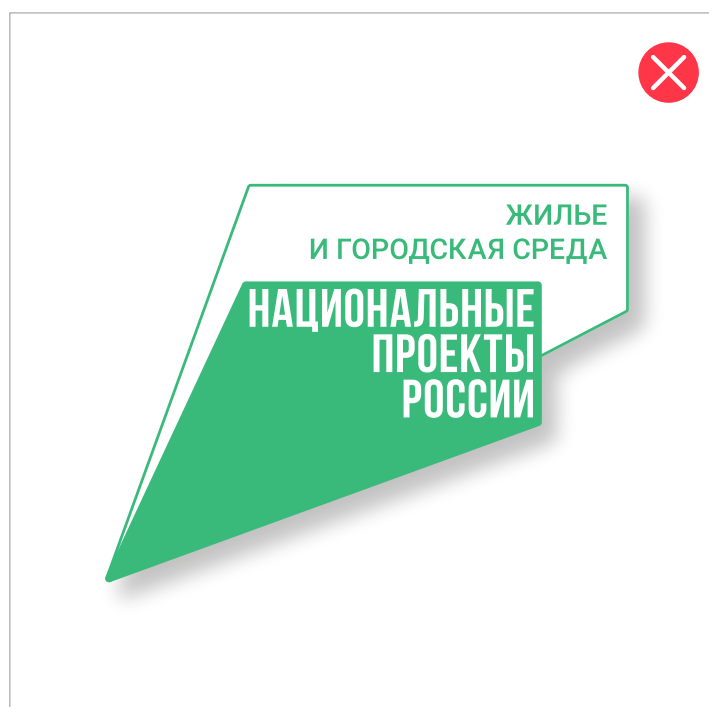
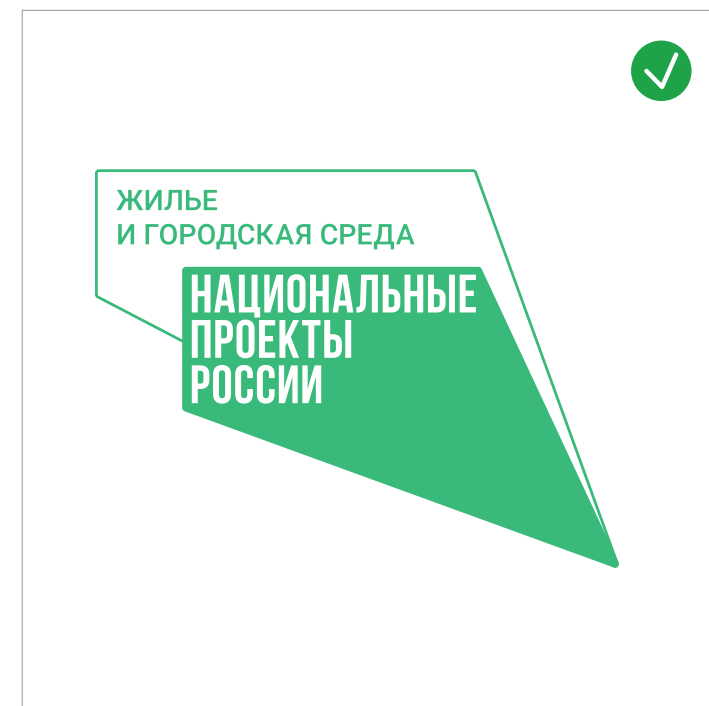
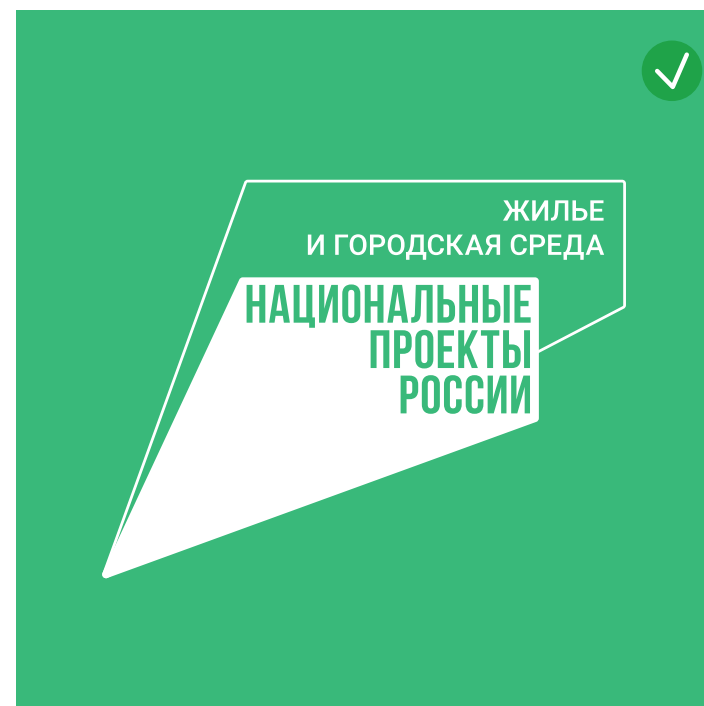
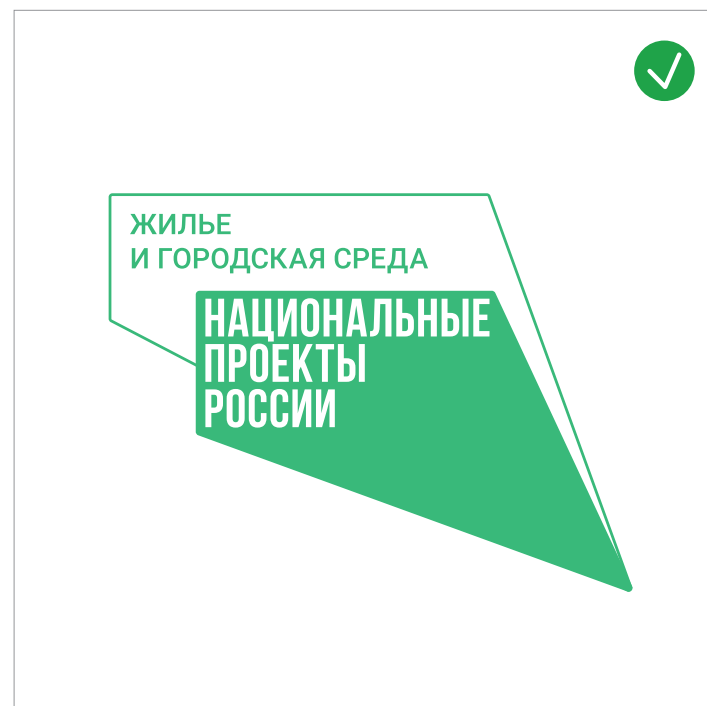
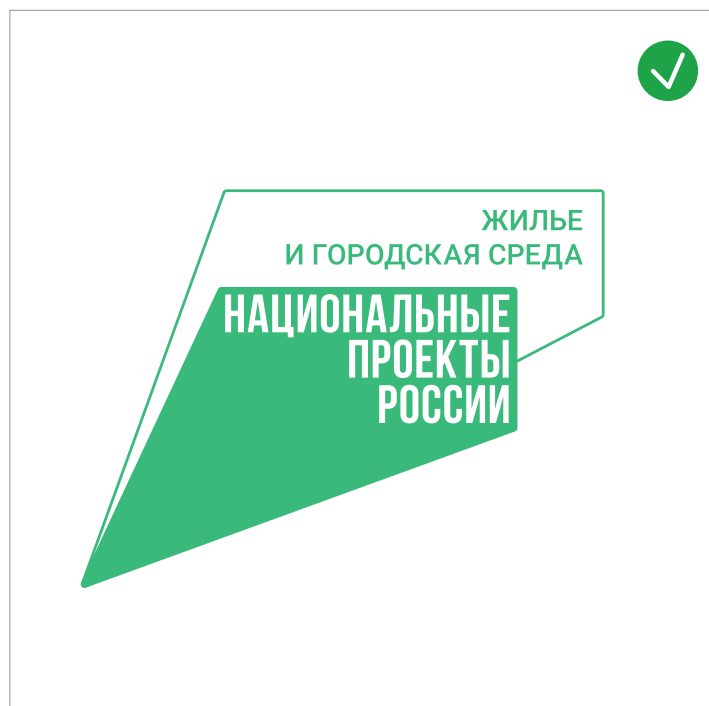


Ошибки

Никогда не подкладывайте тень под фирменный блок.

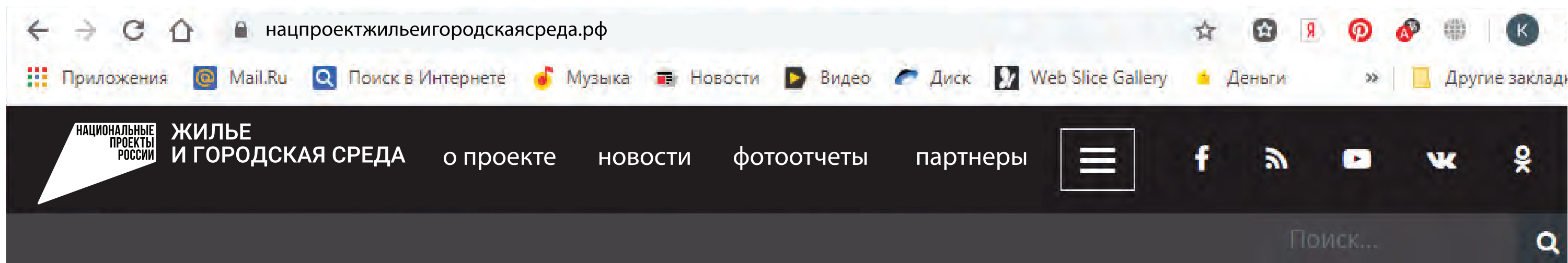
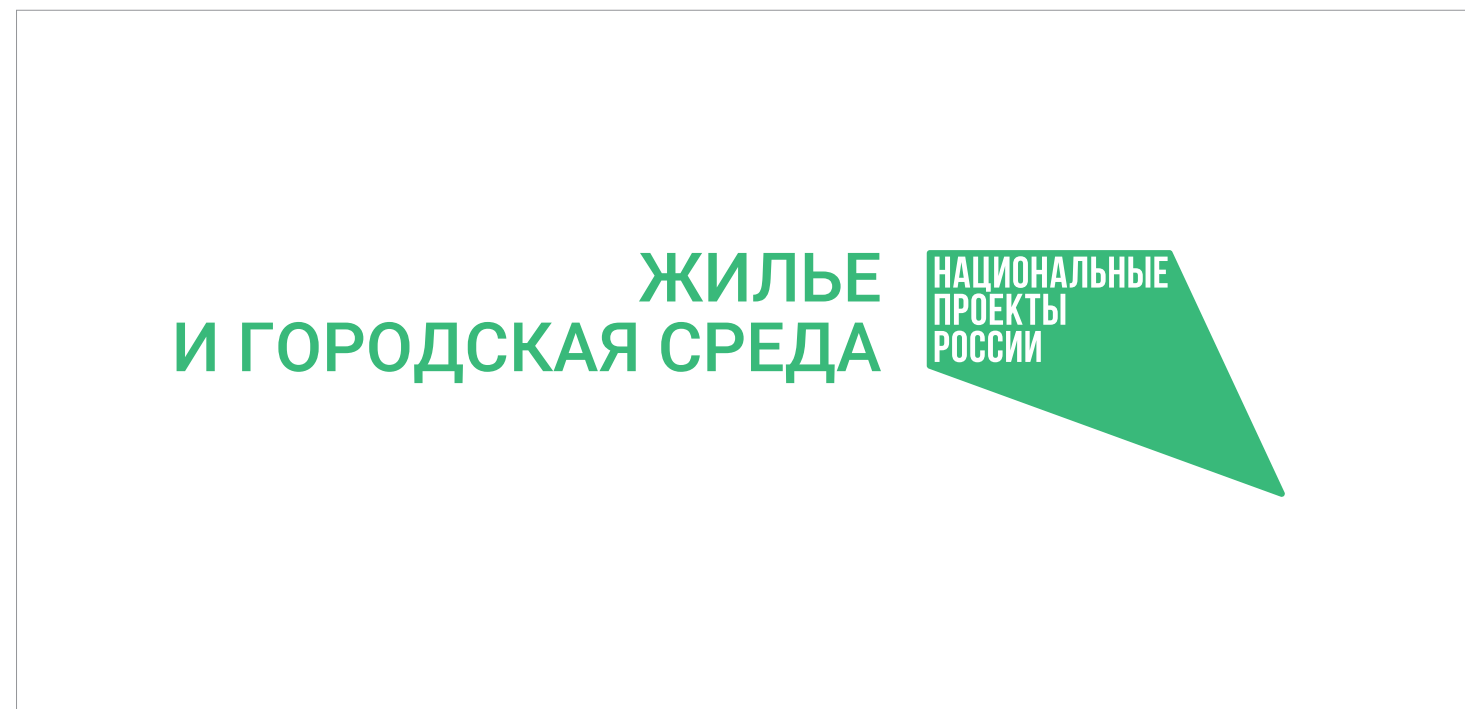
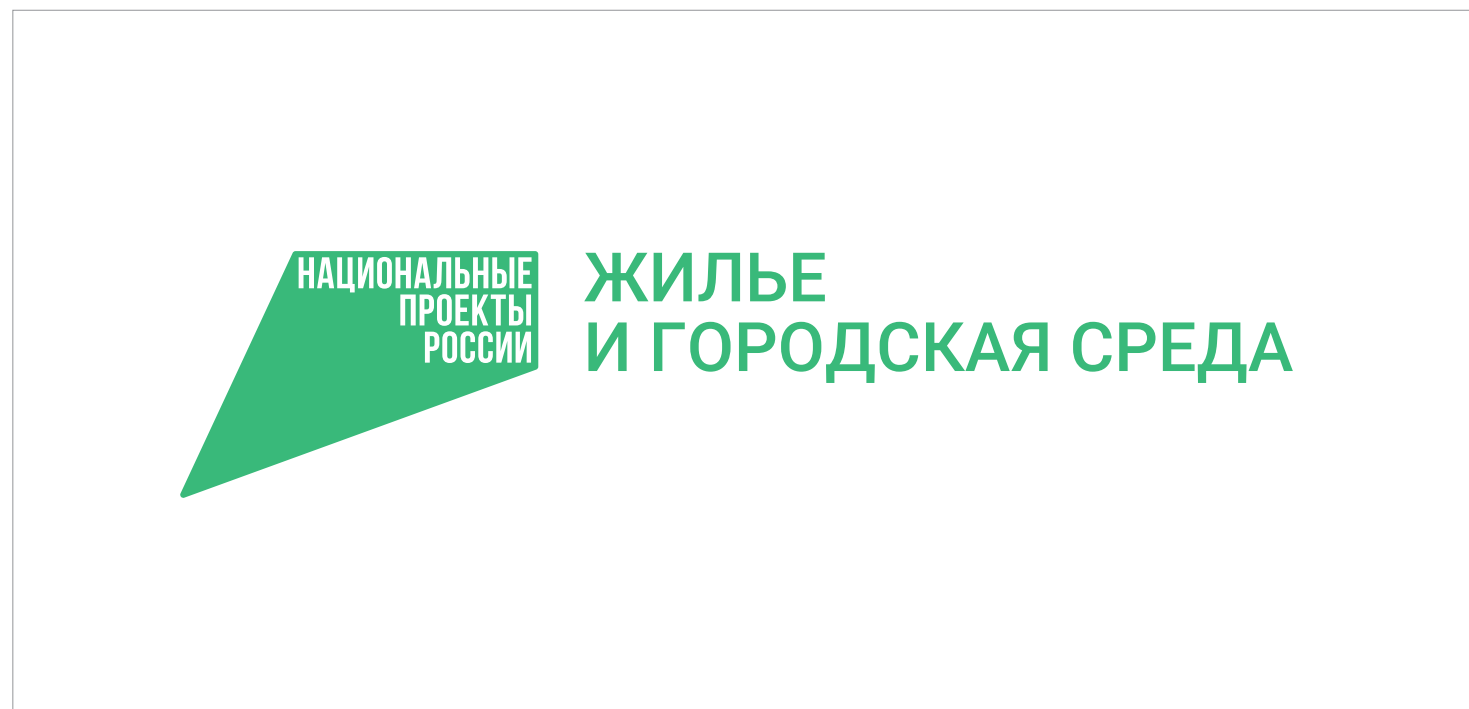
Никогда не применяйте дополнительные эффекты к оформлению фирменного блока.

Используйте только фон фирменного цвета. Никогда не обрезайте фирменный блок.



Фирменный горизонтальный блок

Горизонтальный фирменный блок используется в случае недостатка места по вертикали, или, когда при уменьшении знака название национального проекта не читается. Горизонтальный блок всегда используется в плашечном начертании.



Типографика

Типографика является неотъемлемой частью идентичности, с ее помощью строятся все коммуникации. В качестве основного шрифта используем Roboto. Основные начертания: Medium — для заголовков, Regular — для остальных текстов, Bebas Neue — для слоганов.

Roboto Medium используется для заголовков

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрст
уфхцчшщъыьэюя
1234567890

Roboto Regular ис- пользуется для подзаголовков и текстов

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрст
уфхцчшщъыьэюя
1234567890

BEBAS NEUE ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ СЛОГАНОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙ
КЛНОПРСТУФХ
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

Позиционирование

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

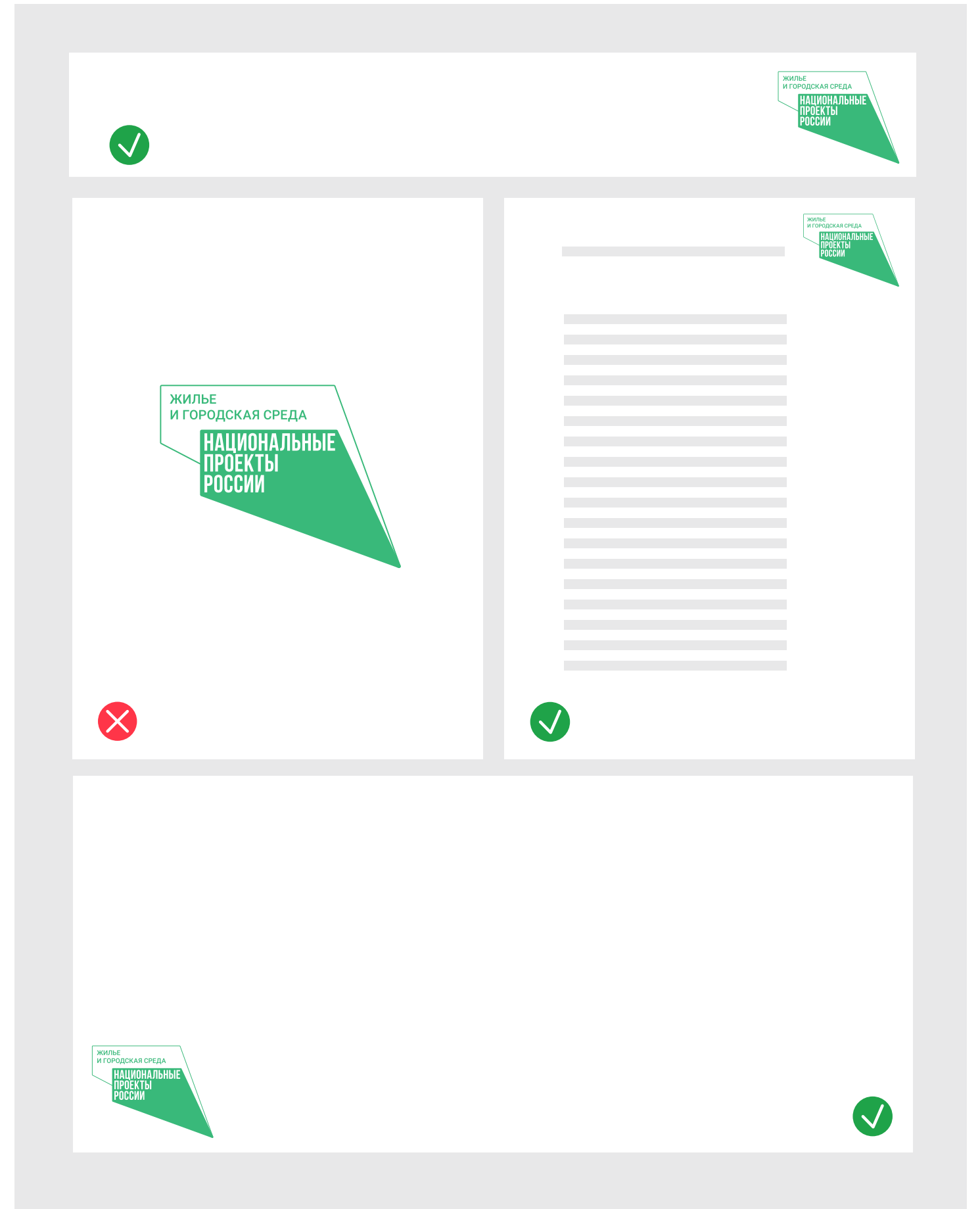
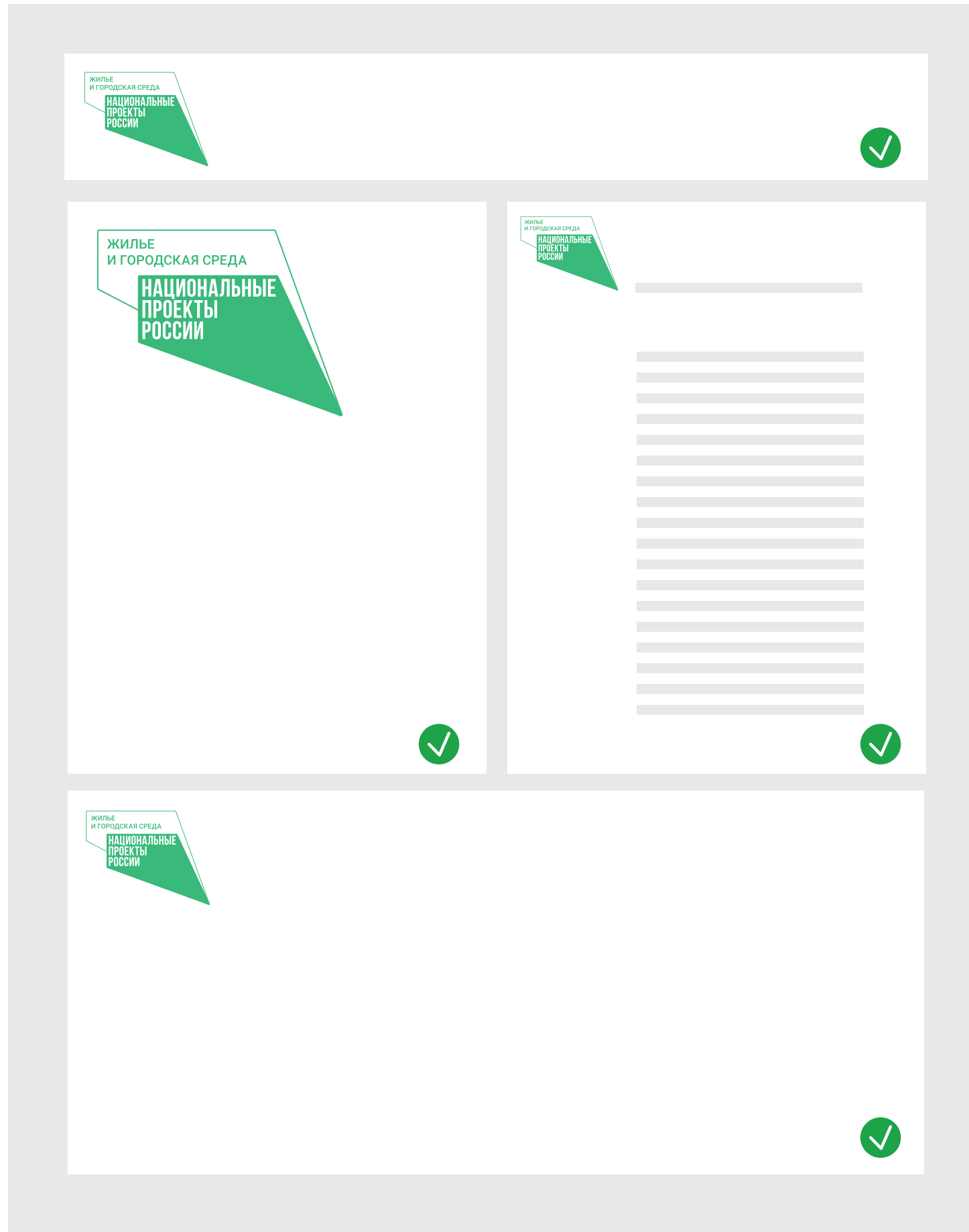
ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

Позиционирование

Правый блок рекомендуем использовать, если размещение левого блока входит в противоречие с остальными элементами композиции. В центральном размещении правый блок не используем.



Использование фотоимиджей

Все имиджи для рекламных материалов представляют из себя полноцветные фотоизображения.

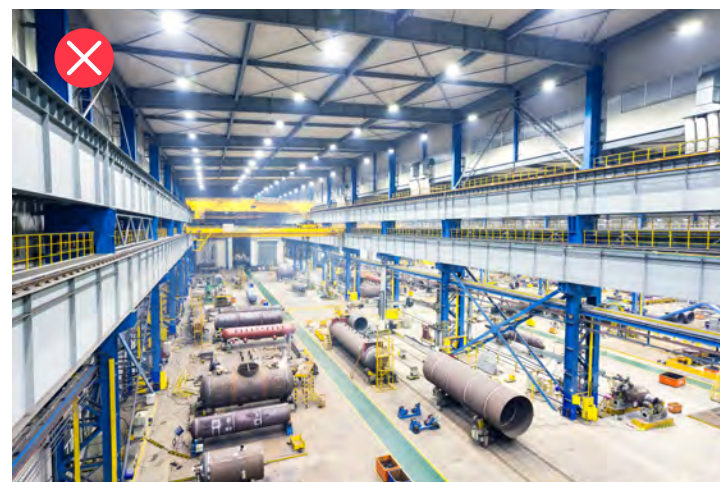
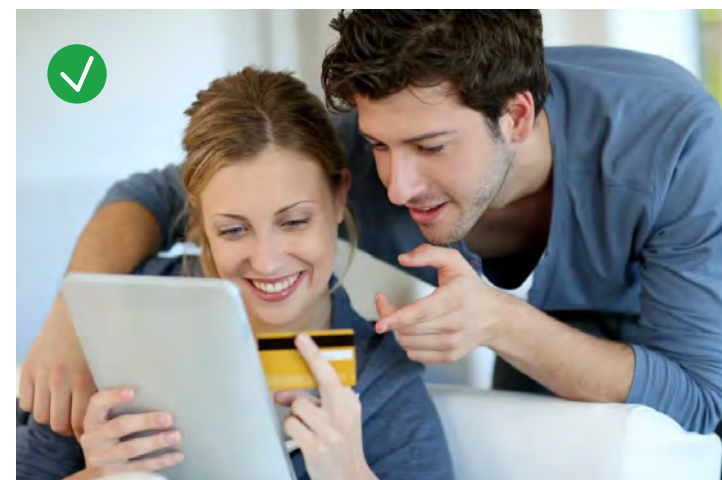
Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер, и подбираются соответственно направлениям. В качестве сюжетов выбираются простые ситуации, где люди демонстрируют позитивные эмоции в процессе своей деятельности.

Угол съемки – спокойный, без сильных ракурсов.

Освещение – естественное, дневное, без резких источников света. В изображении не должно быть контрастных по светотени объектов, темных силуэтов на переднем плане; также следует избегать нарочитых бликов и вспышек.

Имиджи не должны представлять из себя пейзажи, объекты (предметы), абстрактные текстуры. В них должны присутствовать: сюжет, люди, участвующие в деятельности проекта, и люди, пользующиеся результатами проекта.

Фон фотографий не должен быть абстрактным и плоским (например, компьютерный-однотонный или созданный из ритмических узоров). Допускается использование изображений людей, изолированных от фона. Позы людей и сюжеты не должны быть искусственными или нарочитыми.

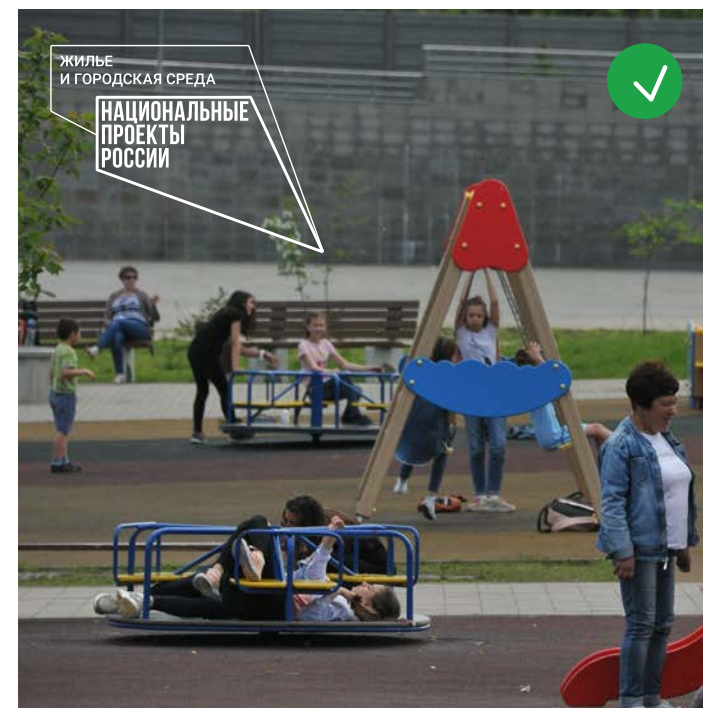


Размещение на фотографиях

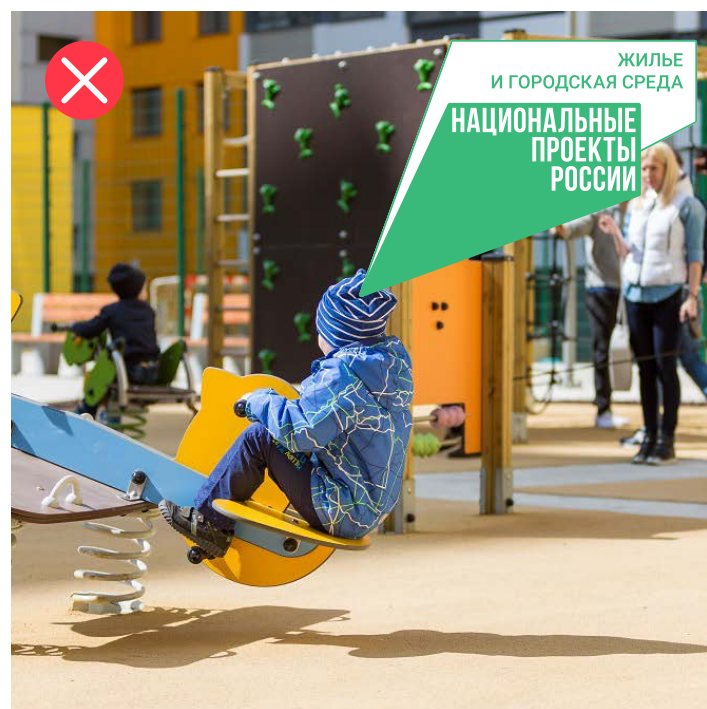
В случаях размещения фирменного блока на фотографиях следите, чтобы фирменный блок не располагался на значимых частях имиджа (лицо, фигура) или на фоне пестрых и мелких деталей. На фотографиях фирменный блок используется только белого цвета в контурном начертании, или фирменного цвета, если фон близкий к белому или черному.



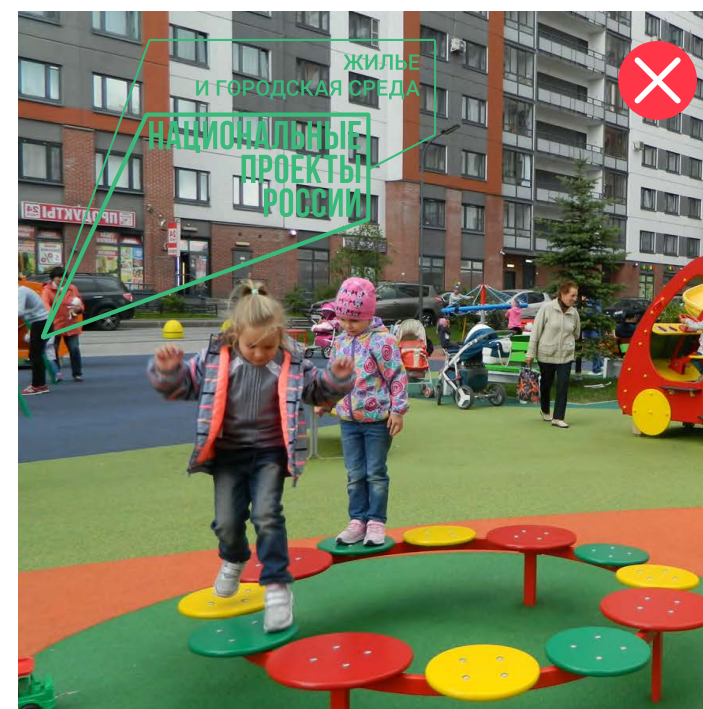
Равномерный белый фон, расположение перед лицом человека.



Равномерный темный фон, расположение перед лицом человека.



Плашечное начертание, расположение на человеке.



Неравномерный и не светлый фон, расположение на человеке.