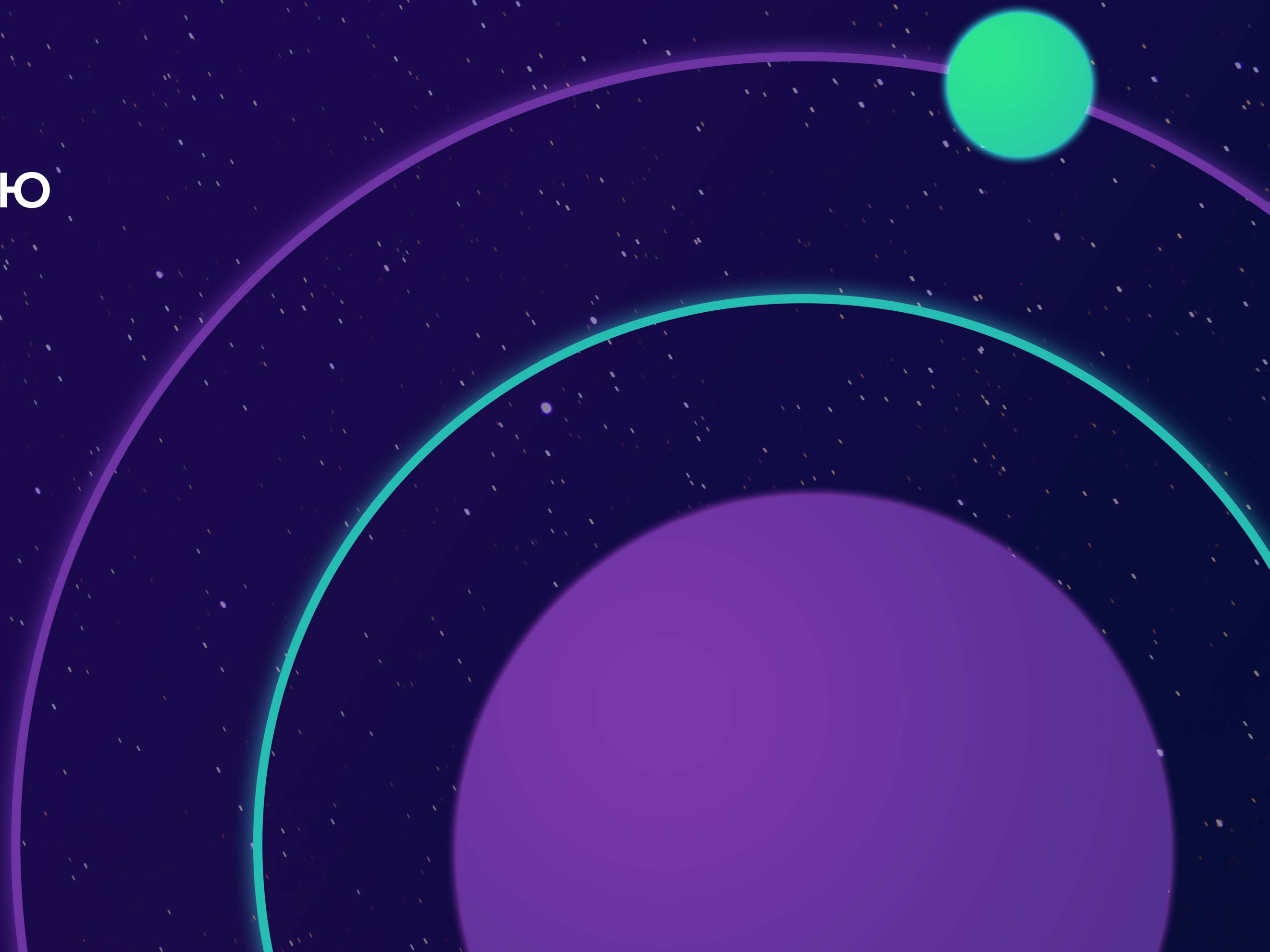


Руководство по использованию
фирменного стиля программы
"Ресурсные Центры"



ОГЛАВЛЕНИЕ

03	1.1 • О ПРОГРАММЕ
04	1.2 • ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ БРЕНД-БЛОКА
05	1.3 • ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ БРЕНД-БЛОКА ЛАТИНСКАЯ ВЕРСИЯ
06	1.4 • ДОПУСТИМЫЕ ФОРМЫ БРЕНД-БЛОКА
08	1.5 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА
09	1.6 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА
10	1.7 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА
11	1.8 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА
12	1.9 • ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА ПРОГРАММЫ И ПАРТНЕРОВ
13	1.10 • ОХРАННОЕ ПОЛЕ БРЕНД-БЛОКА
13	1.11 • МАСШТАБИРОВАНИЕ БРЕНД-БЛОКА
14	1.12 • ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА НА ОСНОВНЫХ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТАХ
15	1.13 • ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА
16	1.14 • ОДНОЦВЕТНЫЕ ВЕРСИИ БРЕНД-БЛОКА
17	1.15 • НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БРЕНД-БЛОКА
19	2.1 • ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА ПАТТЕРН
20	2.2 • ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ ПАТТЕРНА
21	2.3 • ВАРИАТИВНОСТЬ ПАТТЕРНА
22	2.4 • ИЗМЕНЕНИЕ И КАДРИРОВАНИЕ ПАТТЕРНА
23	2.5 • ИЗМЕНЕНИЕ И КАДРИРОВАНИЕ ПАТТЕРНА
24	3.1 • ФОТОСТИЛЬ



1.1 • О ПРОГРАММЕ

Программа "**Ресурсные Центры**" направлена на устойчивое развитие региональных центров добровольчества, их методическое сопровождение и поддержку локальных организаций.

**1.2 • ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ
БРЕНД-БЛОКА**

Основная версия бренд-блока включает в себя логотипы ресурсных центров, которые располагаются в центре сине-фиолетовой окружности-орбиты, на которой помещен бирюзовый круг, символизирующий спутник с белыми буквами — аббревиатурой «АВЦ» и дискриптор «АССОЦИАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКИХ ЦЕНТРОВ».

Данная версия бренд-блока используется по умолчанию и исключительно на белом фоне.



**АССОЦИАЦИЯ
ВОЛОНТЕРСКИХ
ЦЕНТРОВ**

**1.3 • ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ
БРЕНД-БЛОКА
ЛАТИНСКАЯ ВЕРСИЯ**

Латинская версия логотипа создана по тем же принципам, что и русскоязычная версия и используется для создания макетов на английском языке для международного рынка.



**ASSOCIATION
OF VOLUNTEER
CENTERS**

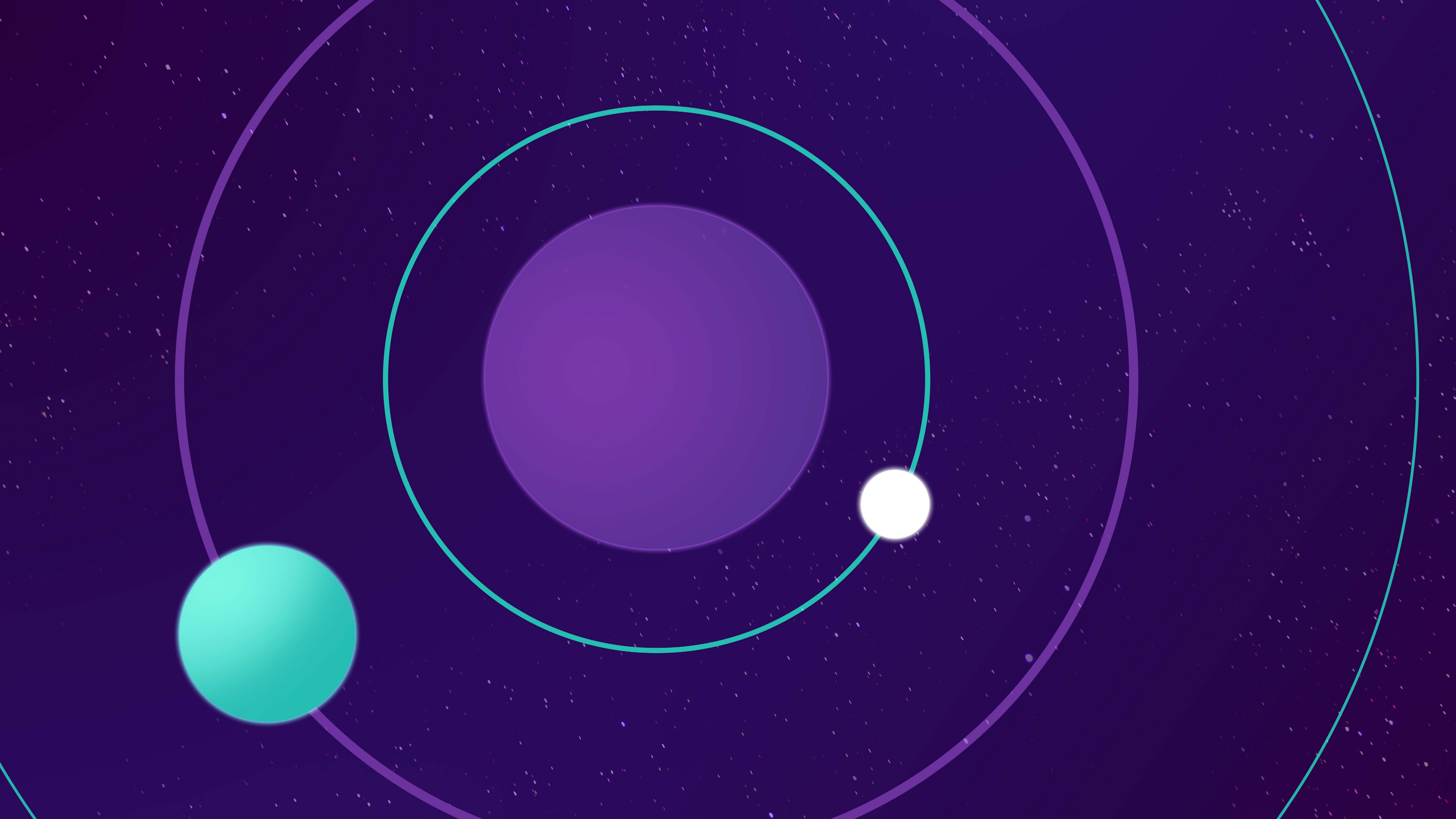
**1.4 • ДОПУСТИМЫЕ ФОРМЫ
БРЕНД-БЛОКА**

Возможно использование "сокращенного" варианта бренд-блока.

Использование бренд-блока без дискриптора «АССОЦИАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКИХ ЦЕНТРОВ» предполагается, когда имеет место размещение бренд-блока с партнерскими логотипами, также использование этого варианта бренд-блока применимо к использованию в других макетах, вместо полного варианта с дискриптором, после прохождения этапа привыкания к новому фирменному стилю.

Аналогичные правила применяются для латинской версии логотипа.





Примеры правильного размещения логотипа программы

1.5 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА

Ресурсные центры являются частью большой и сплоченной системы АВЦ. Для того, чтобы показать эту **связь** и объединить логотип программы Ресурсные центры и логотипы организаций-партнеров были разработаны правила, изложенные ниже.

Для интеграции созданного Вами логотипа в стандартизированную форму поместите Ваш логотип в центр орбиты.

Размещение логотипа допускается только в центре орбиты.

Логотип не должен касаться или пересекать какие-либо элементы логотипа АВЦ.



Примеры правильного размещения логотипа программы

1.6 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ ЛОГОТИПА

Вариант интеграции логотипа с использованием дескриптора.





Логотип организации-партнера
расположен не по центру



Логотип организации-партнера
касается логотипа АВЦ



Логотип организации-партнера
выходит за границы логотипа
ABЦ



Слишком маленький логотип
организации партнера. Удален
элемент логотипа АВЦ

**1.7 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ
ЛОГОТИПА**

На этом слайде представленные
ошибки интеграции логотипа.



Удален элемент логотипа АВЦ



Логотип организации-партнера
находится вне границ логотипа
ABЦ



Логотип организации-партнера
находится вне границ логотипа
ABЦ



Часть логотипа АВЦ
использована отдельно



Логотип организации-партнера
расположен не по центру



Логотип организации-партнера
касается логотипа АВЦ



Логотип организации-партнера
выходит за границы логотипа
АВЦ



Слишком маленький логотип
организации партнера. Удален
элемент логотипа АВЦ

**1.8 • ПРАВИЛА ИНТЕГРАЦИИ
ЛОГОТИПА**

На этом слайде представленные
ошибки интеграции логотипа с ис-
пользованием дескриптора.



Удален элемент логотипа АВЦ



Логотип организации-партнера
находится вне границ логотипа
АВЦ



Логотип организации-партнера
находится вне границ логотипа
АВЦ



Часть логотипа АВЦ
использована отдельно

1.9 • ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА ПРОГРАММЫ И ПАРТНЕРОВ

Логотип партнера используется без изменения.

Имеются два допустимых способа объединения логотипов: к основному варианту бренд-блока с дискриптором подставляется с чертой или без логотип партнера.



**АССОЦИАЦИЯ
ВОЛОНТЕРСКИХ
ЦЕНТРОВ**



**АССОЦИАЦИЯ
ВОЛОНТЕРСКИХ
ЦЕНТРОВ**



Роспатриот



Роспатриот

1.10 • ОХРАННОЕ ПОЛЕ
БРЕНД-БЛОКА

Вокруг бренд-блока необходимо оставлять свободное пространство и не допускать попадание посторонних элементов.

Зона свободного пространства равна высоте букв блока из слов «АССОЦИАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКИХ ЦЕНТРОВ».



1.11 • МАСШТАБИРОВАНИЕ
БРЕНД-БЛОКА

Минимальный размер основного бренд-блока по ширине равен 50 миллиметрам для печатных носителей и 130 пикселей для экранных версий.

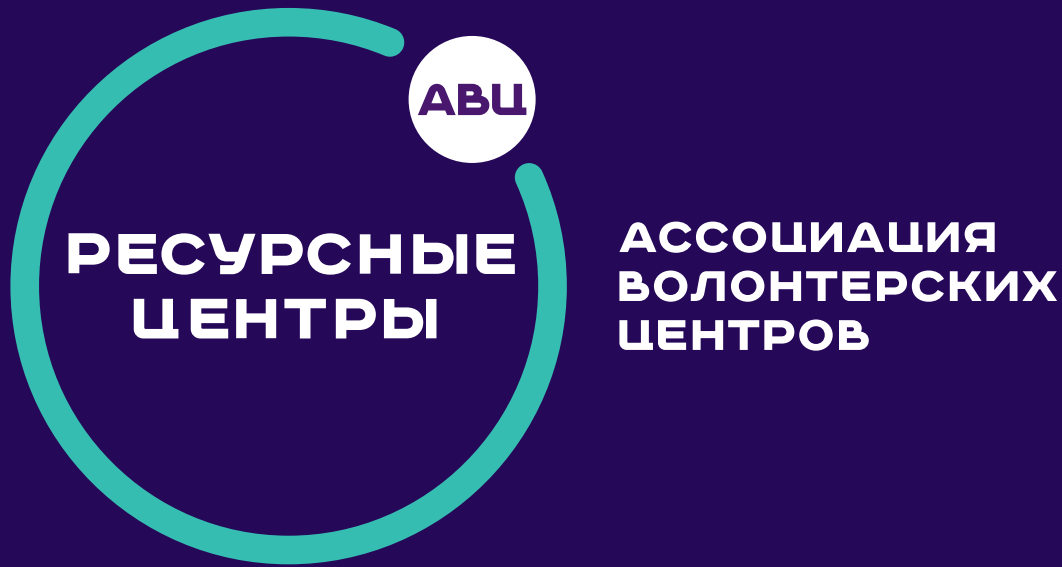
Если необходимо использовать бренд-блок меньшего размера рекомендуется заменять основную версию бренд-блока на дополнительную. Минимальный размер дополнительной версий бренд-блока равен 20 миллиметрам для печатных носителей и 56 пикселей для экранных версий.



**1.12 • ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА
НА ОСНОВНЫХ
ФИРМЕННЫХ ЦВЕТАХ**

Основные цветовые сочетания бренд-блока и фона для печатных носителей и web-версий.

Предполагается использование только основных фирменных цветов.



1.13 • ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основные фирменные цвета, используемые в качестве фона и для элементов фирменной графики.

PANTONE 2695t C
#260859

PANTONE 2597 C
#522E91

PANTONE 3265 C
#35BDB2

C 91
M 100
Y 0
K 49

R 38
G 8
B 89

C 85
M 100
Y 0
K 0

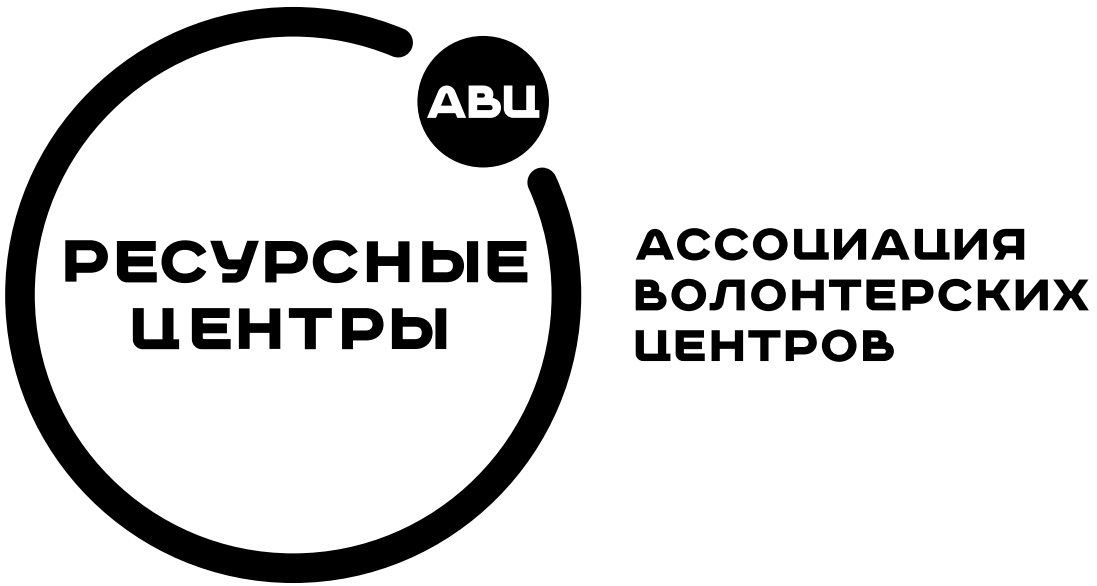
R 82
G 46
B 145

C 69
M 0
Y 37
K 0

R 53
G 189
B 178

**1.14 • ОДНОЦВЕТНЫЕ
ВЕРСИИ БРЕНД-БЛОКА**

В текстовой документации применимо использование черно-белых версий бренд-блока. Также для одноцветной версии допускается использование основного фирменного цвета.

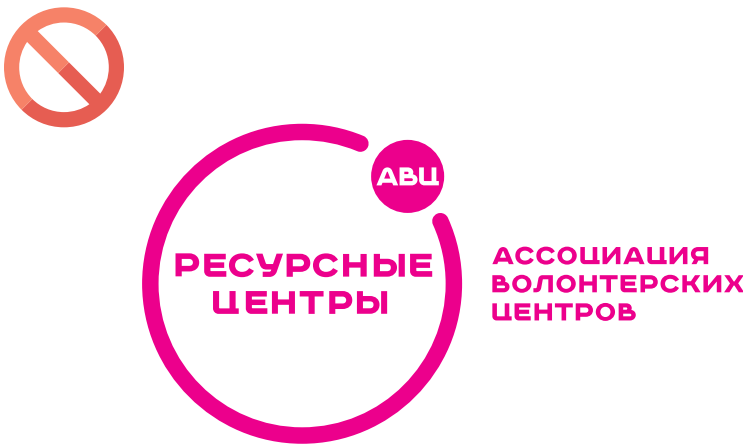


Не допускается:

1.15 • НЕДОПУСТИМОЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
БРЕНД-БЛОКА

На странице представлены распространённые ошибки применения бренд-блока при разработке макетов, которых следует избегать.

Для создания макетов используйте основную или дополнительные версии бренд-блока, обязательно учитывая охранное поле бренд-блока.



Изменение цвета бренд-блока на цвета отличные от основных фирменных цветов.



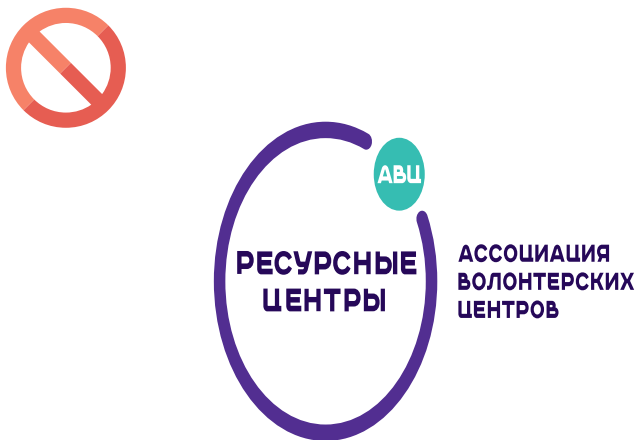
Использование бренд-блока на цветном фоне (кроме фирменных цветов).



Использование бренд-блока на фотоизображениях и ярких неоднородных фонах.



Произвольное расположение бренд-блока.



Изменение пропорций.



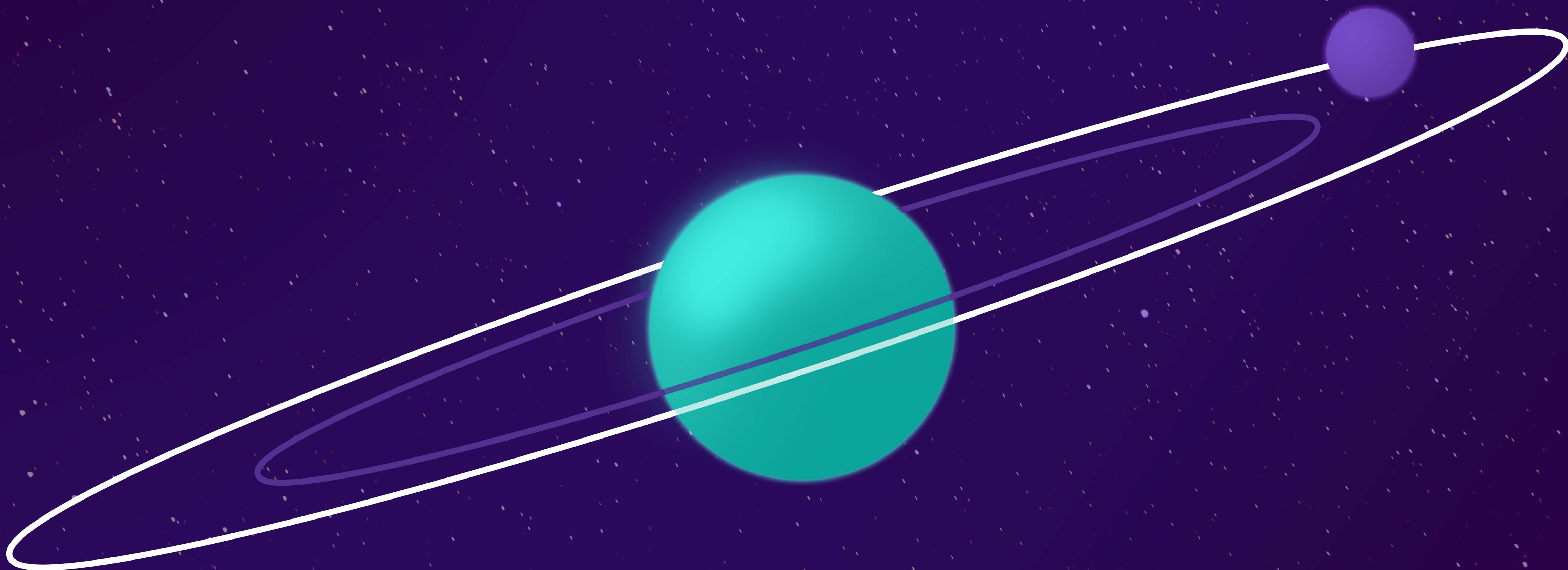
Изменение пропорций элементов бренд-блока.



Потеря элементов.



Использование эффектов.



2.1 • ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА ПАТТЕРН

Фирменная графика Ресурсных центров подчинена фирменной графике Ассоциации и также построена на паттерне, ключевым элементом которого является орбита. Орбиты располагаются разно-удаленно из единого центра.

На орбите размещены круги. Паттерн выполняется в фирменных цветах Ресурсных центров.

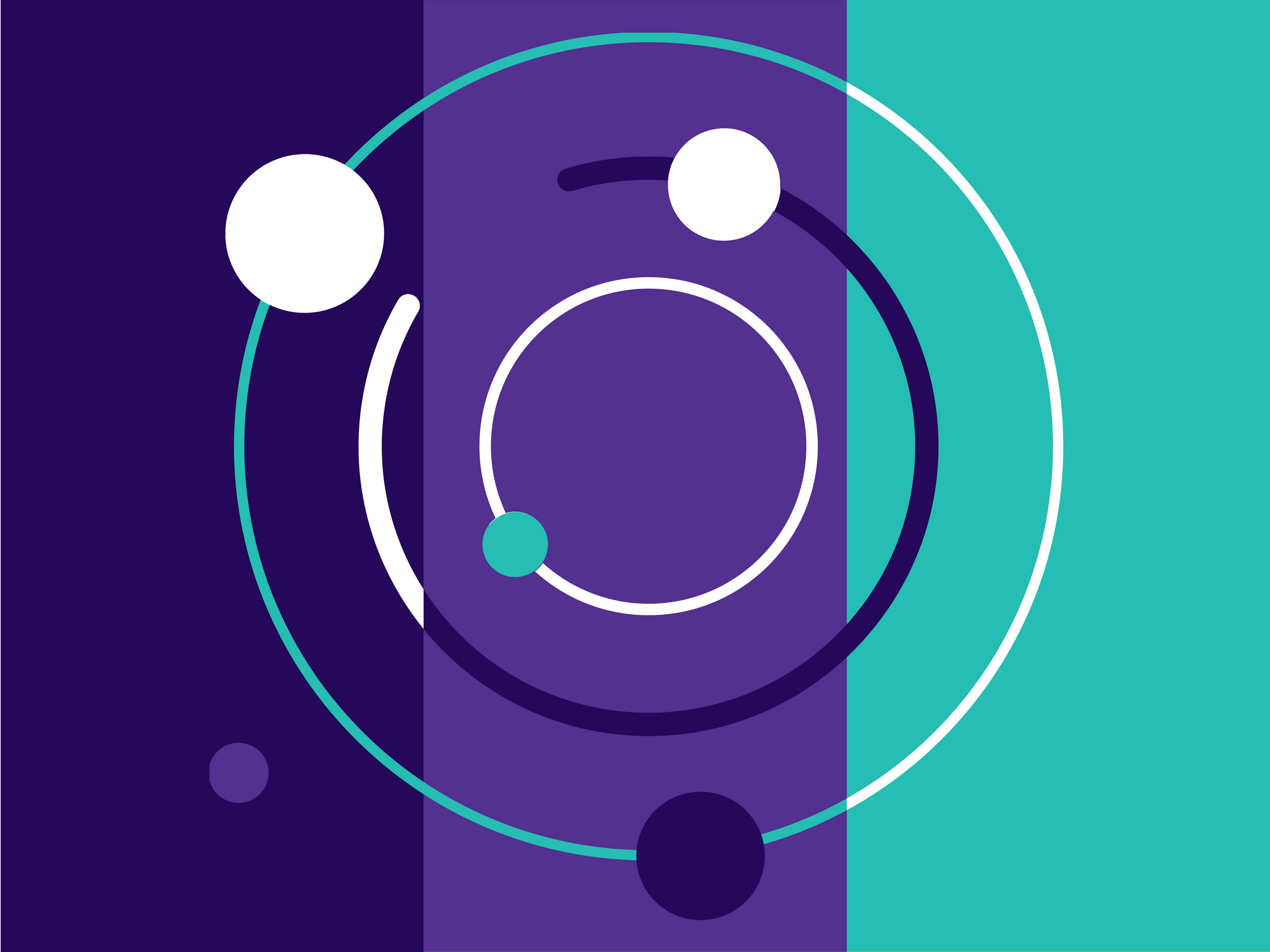
На одной орбите может располагаться несколько кругов (желательно не злоупотреблять и не размещать на орбите более 3-х элементов), круги не повторяют цвет орбиты на которой они расположены.

Орбита может быть законченной окружностью или повторять орбиту из бренд-блока и прерываться в одном месте.



**2.2 • ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ
ПАТТЕРНА**

Паттерн выполняется в фирменных
цветах Ресурсных центров.



**2.3 · ВАРИАТИВНОСТЬ
ПАТТЕРНА**

Паттерн может видоизменяться путем замены одной орбиты слоганом, либо добавлением новых орбит с другим центром расположения осей.



2.4 · ИЗМЕНЕНИЕ И КАДРИРОВАНИЕ ПАТТЕРНА

Паттерн может видоизменяться путем замены одной орбиты слоганом, добавлением новых орбит с другим цветом и расположением осей, а также размещением планет вне орбит.

Для сохранения узнаваемости и гармонии паттерна следует придерживаться следующих правил:

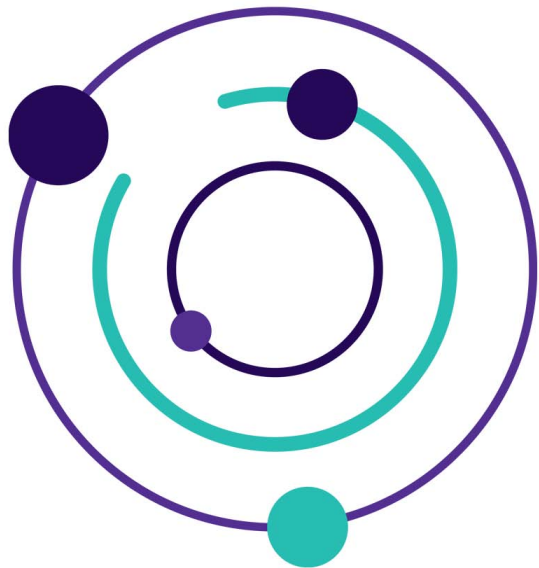
- в жирности орбит должен присутствовать контраст (нельзя использовать более одной жирной орбиты)
- диаметр планеты не должен совпадать с толщиной орбиты
- на одной орбите не располагать более трех планет
- планеты не должны перевешивать орбиты по визуальной массе
- не использовать более одной одиночной орбиты
- соблюдать единый центр орбит
- не использовать более 6 планет на видимой части носителя



Все гармонично, орбиты и надпись не спорят между собой. Линии контрастны.



Нет контраста между линиями. Много жирных орбит. Диаметр планеты совпадает с толщиной орбиты.



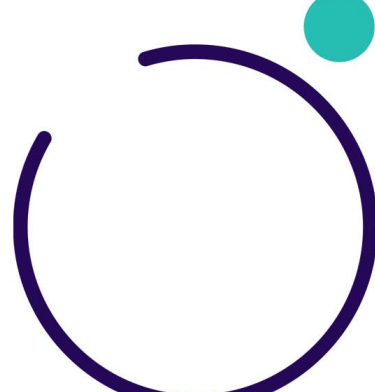
Планеты не засоряют паттерн, размеры контрастны.



Планеты сильно спорят по массе с орбитами.



При уменьшении элементов паттерна, идея продолжает считываться.

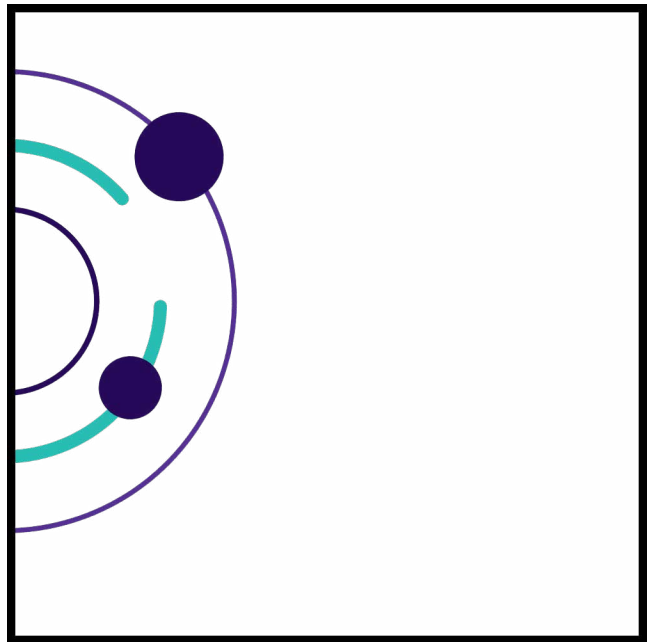


Разрушена визуальная идея. Нет понимания, что представлено перед нами.

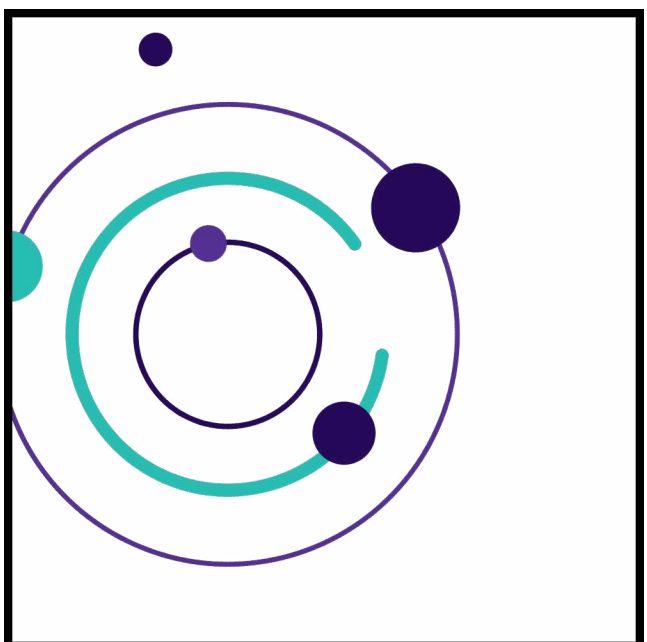
2.5 • ИЗМЕНЕНИЕ И КАДРИРОВАНИЕ ПАТТЕРНА

При кадрировании:

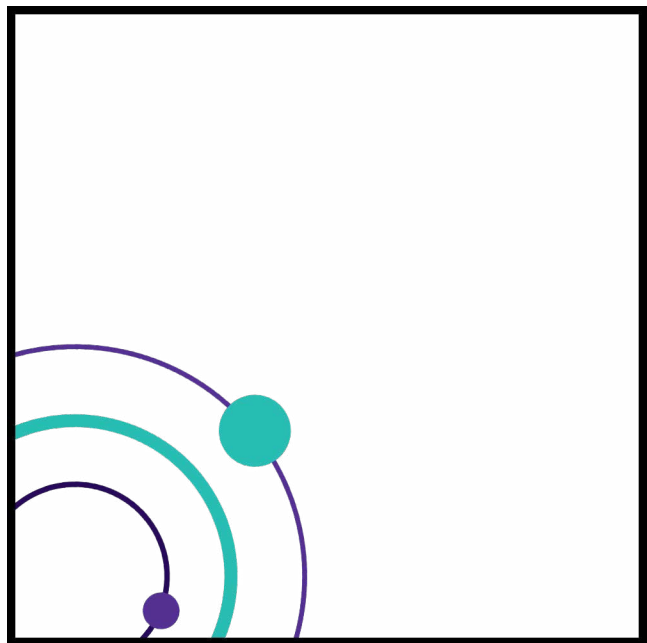
- показывать не менее двух орбит и одной планеты для узнаваемости паттерна
- кадрировать от 40% до 65% паттерна от центра
- планеты кадрировать не более чем на 50%



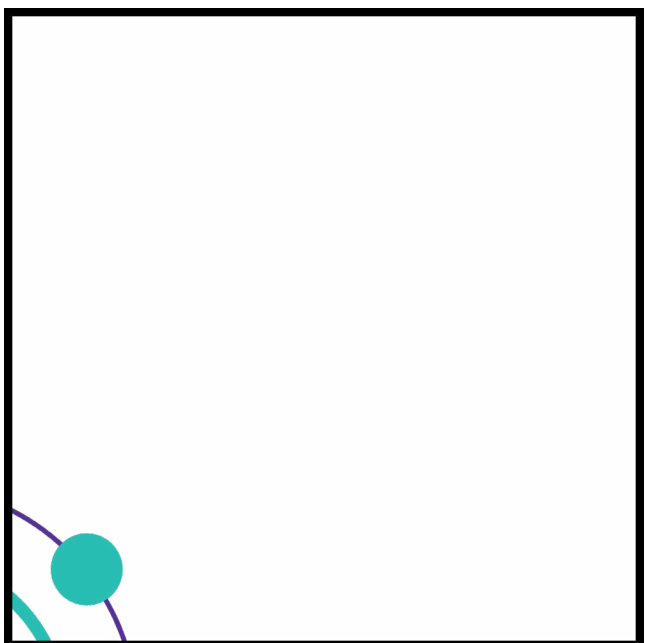
Кадрирована половина паттерна. Идея остается понятной.



Маленький процент кадрирования выглядит как ошибка печати или брак.



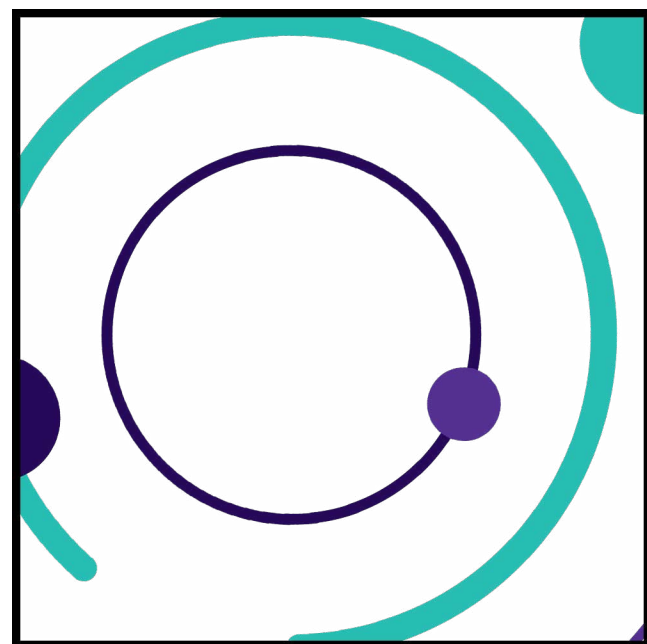
Кадрирование не разрушает целостность паттерна. Орбиты мысленно продолжают за видимыми границами.



Непонятно, что скрывается за границей видимой области. Идея не считывается.



Кадрирование не разрушает целостность паттерна. Остаются видны орбиты и планеты.



Кадрирование небрежно режет планеты, орбиты прилипают к краям, выглядят неясные части орбит.

3.1 • ФОТОСТИЛЬ

При выборе фотографий для создания макетов следует руководствоваться следующими правилами:

Все люди должны быть в естественных позах и эмоциях, характерных для каждого человека.

Выбирать следует фотографии обычных людей, с реальных мероприятий. Если такой возможности нет, то можно использовать фотографии со специальных ресурсов.

Стиль в одежде должен быть casual или smart casual.

На фотографии должно происходить позитивное или спокойное взаимодействие между людьми, например, разговор или обучение. Необходимо показать, что изображенная группа людей – крепкая и дружная команда.

Желательно охватить разные типы:

- по возрасту
- по полу
- по цвету волос
- по национальности
- маломобильные граждане

