

УТВЕРЖДАЮ
И.о. первого заместителя
Председателя Правительства
Республики Тыва


А.В. Брокерт

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по использованию единого визуального стиля реализации
национальных проектов (программ) на территории Республики Тыва

I. Общие положения

Настоящие методические рекомендации по использованию единого визуального стиля реализации национальных проектов (программ) (далее – методические рекомендации) разработаны в целях обеспечения исполнения поручения Председателя Правительства Российской Федерации М.В. Мишустина от 04 апреля 2020 года No MM-ПЗ9-2750.

Методические рекомендации направлены на применение компонентов единого визуального стиля на введенных в эксплуатацию или строящихся объектах, а также при оказании гражданам и организациям услуг, размещении информационных материалов, касающихся национальных проектов (программ).

Органы исполнительной власти Республики Тыва, органы местного самоуправления Республики Тыва при обеспечении единых методических условий обязаны применять единый визуальный стиль согласно установленным настоящими методическими рекомендациями требованиям.

II. Требования к оформлению и размещению фирменного блока

1. Фирменный блок.

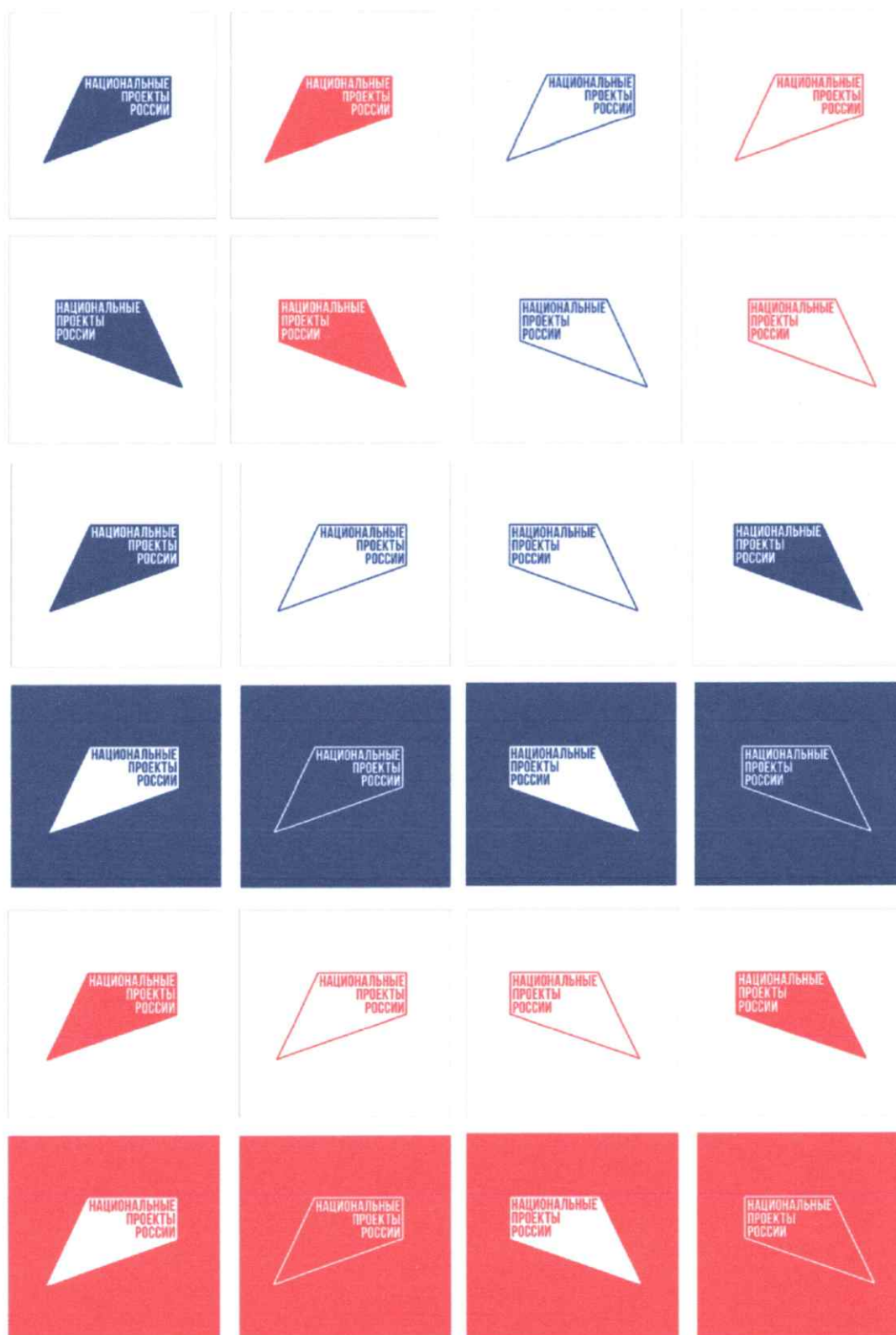
Фирменный блок «Национальные проекты России» – основа графического стиля. Используется только слитно. Допускается два варианта компоновки: слева и справа. Имеет два вида начертания: плашечный (рис.1) и контурный (рис.2). Предусматривается исключительное использование готовых версий логотипа.

Фирменный блок может располагаться на белом фоне и на плашках фирменных цветов: синем или красном.

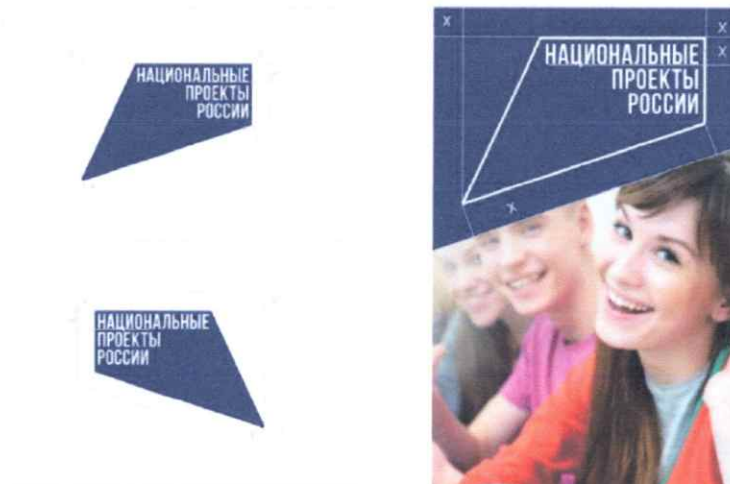
Монохромная версия фирменного блока используется только при печати в одну краску или в специальных случаях, таких как гравировка или тиснение. В остальных случаях необходимо использовать исключительно полноцветный вариант знака.

рис. 1 Плоскечное начертание

рис. 2 Контурное начертание



2. Охранная зона

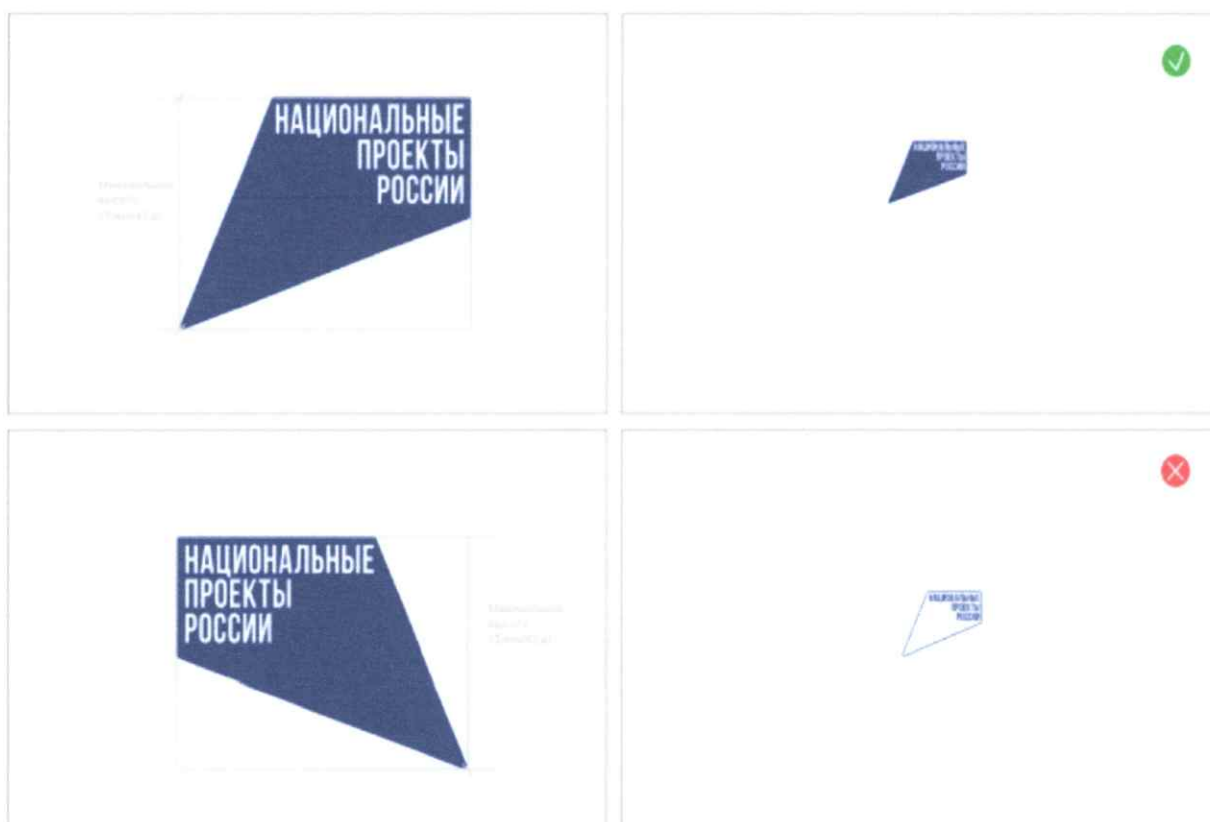


Всегда следует соблюдать охранную зону вокруг логотипа (0,5x) – пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст.

Охранная зона также определяет минимальное расстояние до границы листа или другого носителя.

3. Минимальный размер

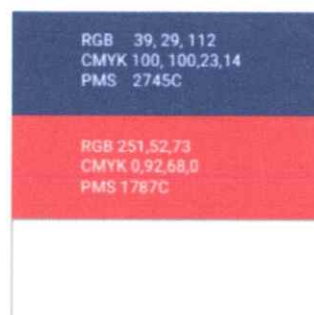
При минимальном размере фирменного блока рекомендуется использовать плащечный вид логотипа.



4. Цветовая схема

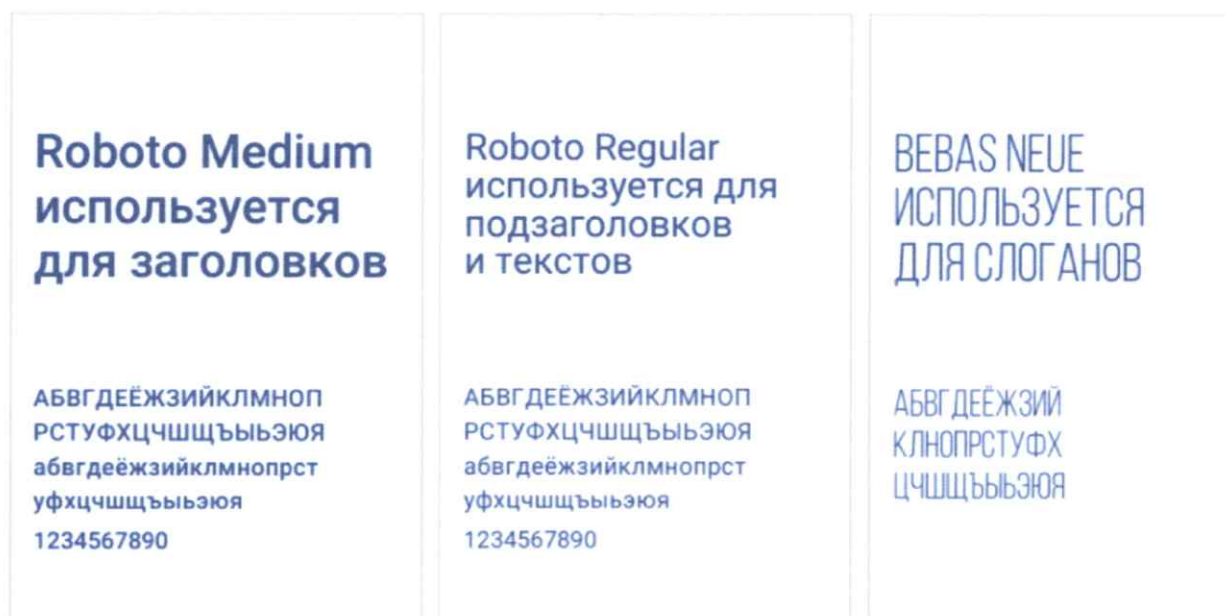
Основная палитра состоит из двух цветов: красный или синий (тот или иной цвет выбирается в зависимости от характера коммуникации с фоновым изображением).

Изменение цвета фирменного блока допускается исключительно в случае, когда фирменный блок встраивается в уже готовый дизайн-проект для гармоничного размещения.



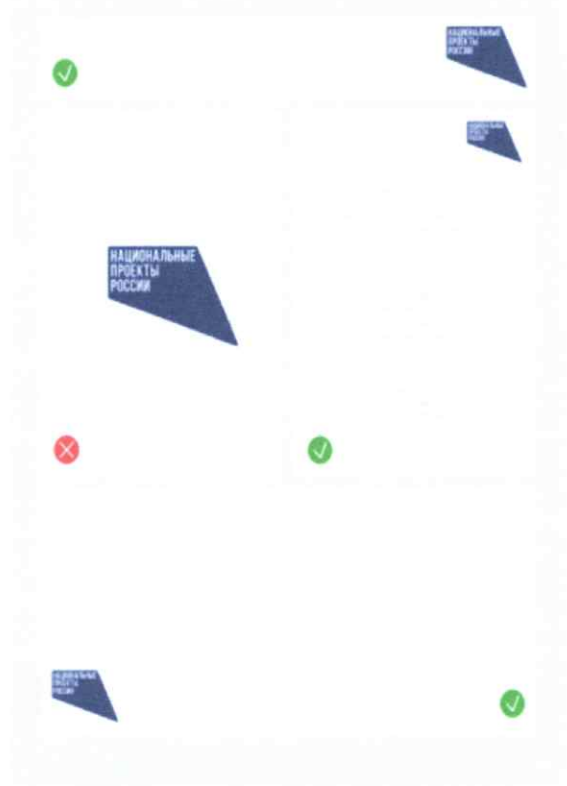
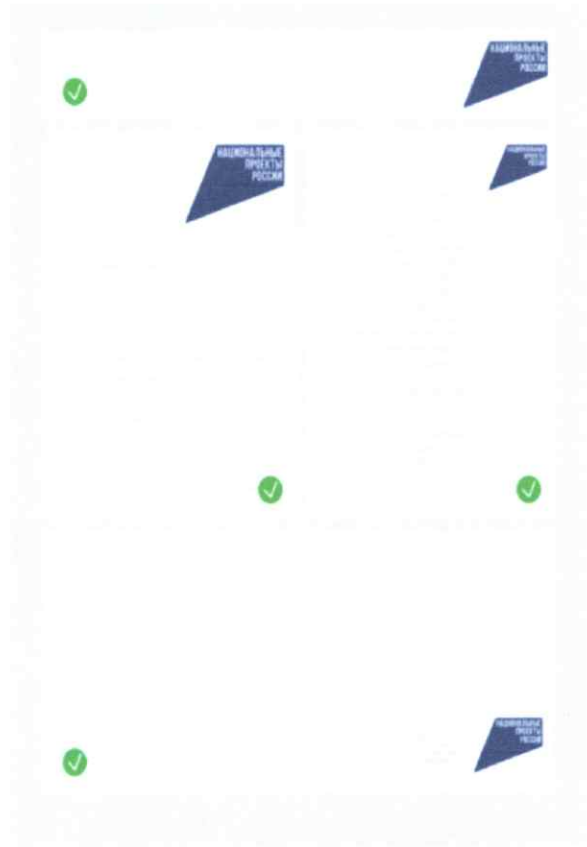
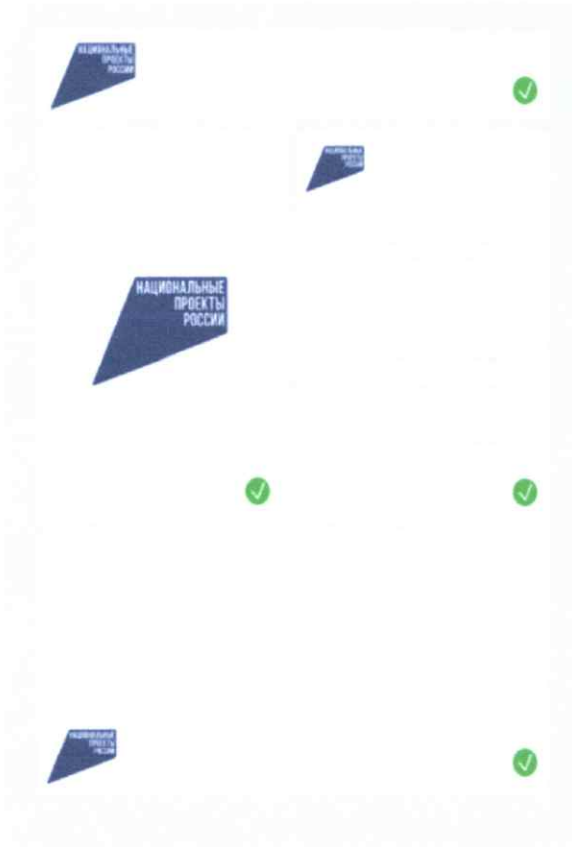
5. Типографика

В качестве основного шрифта используется Roboto. Основные начертания: Medium – для заголовков, Regular – для остальных текстов, Bebas Neue – для слоганов.



6. Позиционирование

Рекомендуется размещение левого блока. Правый блок используется, когда размещение левого блока входит в противоречие с остальными элементами композиции. В центральном размещении правый блок не используется.



7. Размещение на фотографиях

В случаях размещения фирменного блока на фотографиях не допускается расположение на значимых частях имиджа (лицо, фигура), на фоне пестрых и мелких деталей.

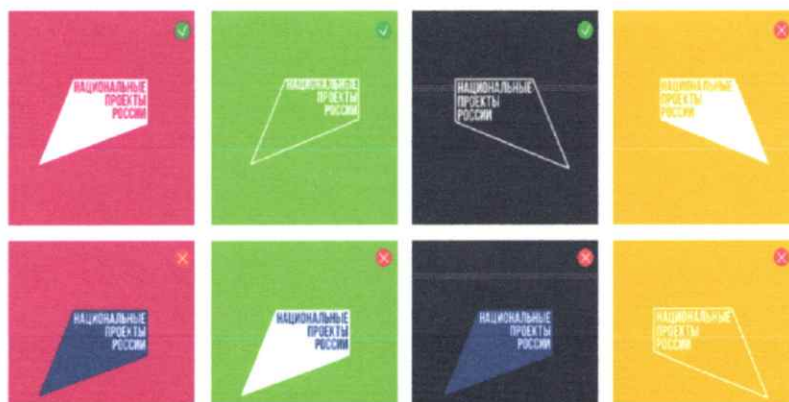
На фотографиях фирменный блок используется белого цвета и в контурном начертании в случае больших размеров носителей, или фирменного цвета (плашечный и контурный), если фон близок к белому.

Не допускается расположение блока фирменных цветов на черном цвете или фонах к нему близких.

На черном фоне допускается использование блока фирменного цвета линейного начертания. В случае цветового конфликта с другими элементами используется блок белого цвета

8. Размещение на цветных фонах

В случаях невозможности использовать фирменный или белый цвет в качестве фона рекомендуется размещать фирменный блок только в белом цвете.



Равномерный темный фон, расположение перед лицом человека.



Равномерный белый фон, расположение перед лицом человека.



Равномерный фон, расположение над людьми.



Равномерный фон, расположение перед человеком.



Фон близкий к черному (используем только белый вариант), расположение на человеке.



Неравномерный и не светлый фон, расположение на человеке.



Пестрый фон, расположение на человеке, знак упирается в руки.



Фон близкий к черному (используем только белый вариант)

III. Использование фирменного блока

3.1 Сфера применения

Допускается использование фирменного блока в интерьере, на фасадах зданий, сувенирной продукции, пресс-воллах самостоятельно или с партнерской компанией, а также в существующем фирменном стиле партнера.

3.2 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.

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.



Пластик, самоклеящаяся пленка под металл (золото или серебро, в зависимости от цветовой гаммы интерьера)



Пластик, самоклеящаяся пленка фирменных цветов.



Знак-зеркало, буквы - самоклеящаяся пленка, в цвет стены.



Пластик, самоклеящаяся пленка в зависимости от цветовой гаммы интерьера)



Не используем плашечное написание фирменных цветов.



Фирменный цвет конфликтует с цветовой гаммой интерьера

Фон фотографий не должен быть абстрактным и плоским. Допускается использование изображений людей, изолированных от фона. Позы людей и сюжеты не должны быть искусственными или нарочитыми.



3.3 Фирменный блок в интерьере

В интерьерах рекомендуется использовать контурное начертание блока фирменного цвета, если цветовая гамма интерьера близка к фирменному цвету, или подобрать цвет, гармонично вписывающийся в имеющийся интерьер. Плащечное размещение фирменного блока рекомендуется использовать с зеркальной поверхностью, в цвет логотипа в цвет стены.

3.4 Фирменный блок на фасадах зданий

На фасадах зданий рекомендуется использовать контурное начертание блока фирменного цвета. Также можно использовать плащечное начертание, если цветовая гамма фасада близка к фирменному цвету. В ином случае, для блока рекомендуется использовать цвет, гармонично вписывающийся в фасад здания



Пластик, пленка, подсветка контражур



Пластик, пленка - золото, хром, подсветка контражур



Пластик, самоклеющаяся пленка, в цвет элементов фасада.

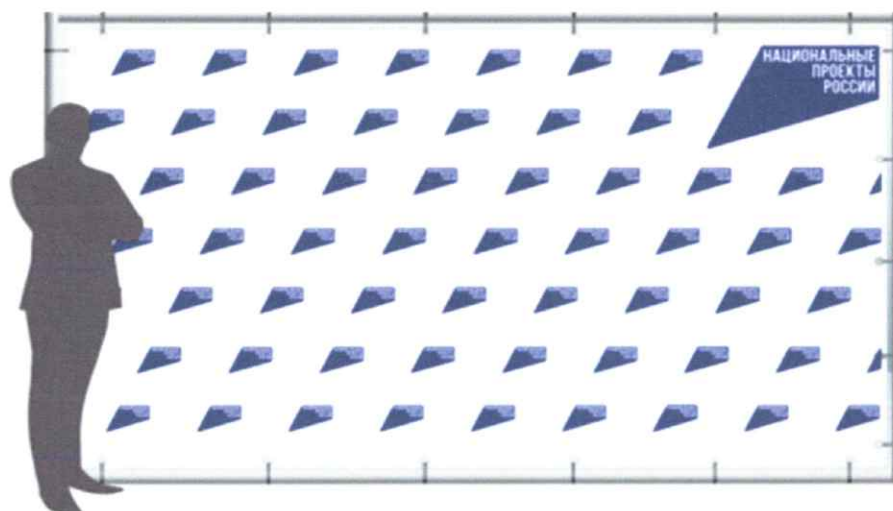


Фирменный цвет не гармонирует по цвету с фасадом.

3.5 Фирменный блок на мероприятиях

Логотип Национальных проектов используется на всех публичных мероприятиях, касающихся реализации национальных проектов. Логотипы размещаются в том числе на мультимедийных поверхностях.

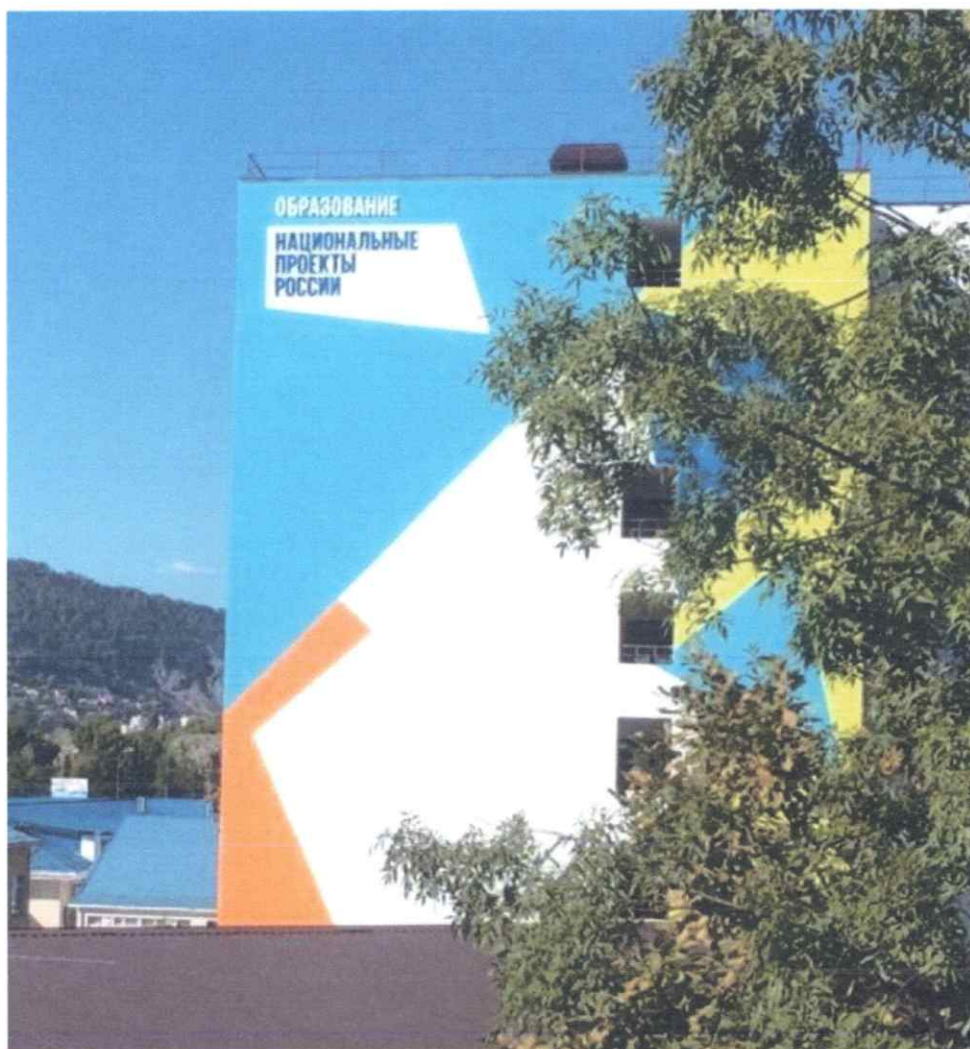
Фирменный блок размещается на баннерах, пресс-воллах, ролл-апах, сертификатах, грамотах и иной полиграфической продукции.



Ошибки в брендировании объектов национальных проектов

1. Общежитие ВУЗа.

Логотип сильно искажен, изменены исходные пропорции. «Луч» полностью потерял свою форму, соответственно, концепция нарушена – теперь это не логотип национальных проектов.

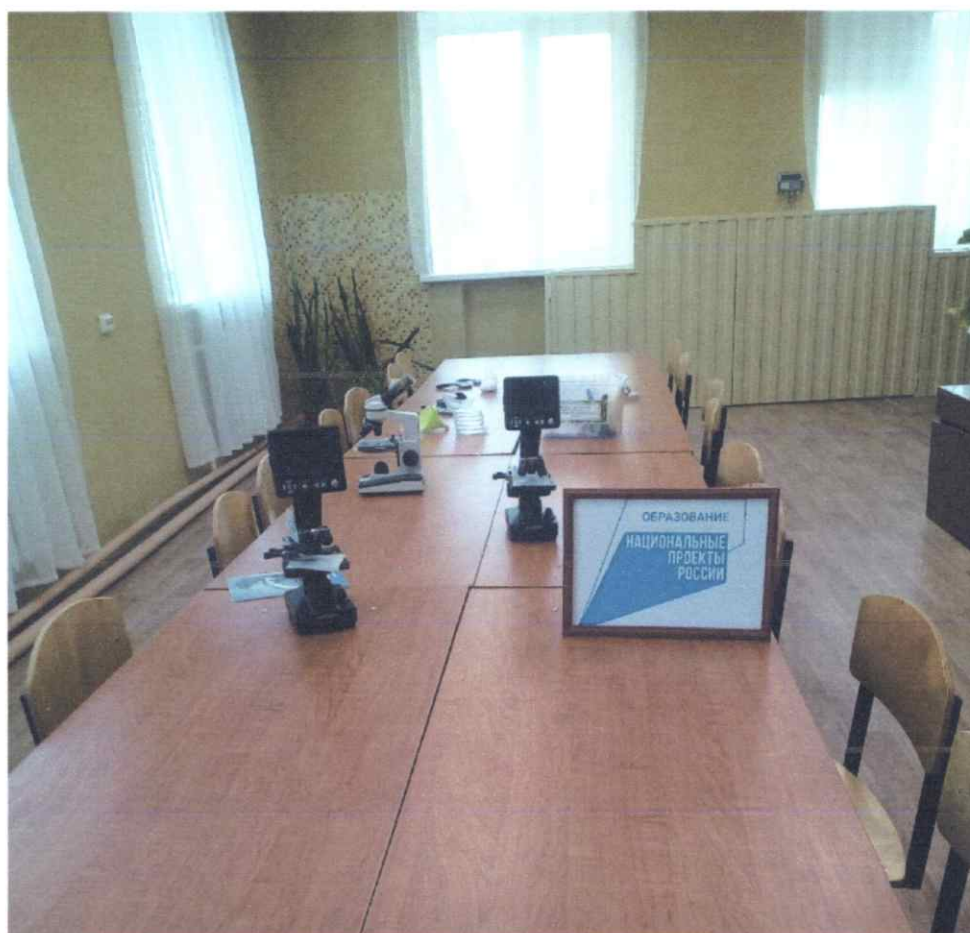


2. Брендирование школьного класса.

В рамках реализации национального проекта «Образование» в класс муниципальной школы было закуплено оборудование. В качестве брендирования помещения был размещен напечатанный на формате А4 логотип национального проекта «Образование».

Такой формат не является брендированием.

Примером применения визуального стиля – в данном случае может быть нанесение наклеек на оборудование, размещение табличек в интерьере при входе, создается типографным способом.



3. Паспорт строящегося объекта.

Паспорт объекта перегружен элементами



ЗДРАВООХРАНЕНИЕ
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

**ФЕЛЬДШЕРСКО-АКУШЕРСКИЙ ПУНКТ
В АУЛЕ НАЧЕРЕЗИЙ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТШЕЦХОЙСКИЙ РАЙОН»**

СТРОИМ ЗДОРОВОЕ БУДУЩЕЕ!

Заказчик:
**Министерство здравоохранения
Республики Адыгея,
Меретуков Р.Б.,
тел.: 52-49-22**

Технический заказчик:
**ГБУ РА «Стройзаказчик»,
Абрегов А.Л.,
тел.: 57-17-37
Подрядчик:
ООО «Еврокомфорт»**

Общая площадь объекта: 79,06 м2

Срок ввода объекта: 20.12.2020 г.

Дизайн-макет фасада здания размещен некорректно. По задумке, он должен быть встроен под зеленый графический элемент (в правом нижнем углу).



ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ПАСПОРТ ОБЪЕКТА

Наименование объекта:
Жилый многоквартирный дом со встроенными нежилыми помещениями на земельном участке с кадастровым номером 31:06:0201012:771, расположенный по адресу: Белгородская область, г. Старый Оскол, микрорайон Центральный, участок № 4» 1 ЭТАП.
«Приобретение жилых помещений в многоквартирных домах, строительство которых не завершено, для предоставления гражданам, переселяемым из аварийных многоквартирных домов, расположенных на территории Старооскольского городского округа»

Заказчик:
Департамент жилищно-коммунального хозяйства Белгородской области

Проектная организация:
ООО «Проектная мастерская «АУРЕС»

Генподрядчик:
ООО «ФЛАГМАН»

Ответственный:
Чаплыгин Леонид Владимирович тел. 89204600222

Сроки строительства:
Начало строительства **08 апреля 2020 г.**
Окончание строительства **30 июня 2021 г.**

4. Интерпретация логотипа.

У логотипа национальных проектов, по брендбуку, есть охранная зона, в которую нельзя добавлять никакие графические элементы.

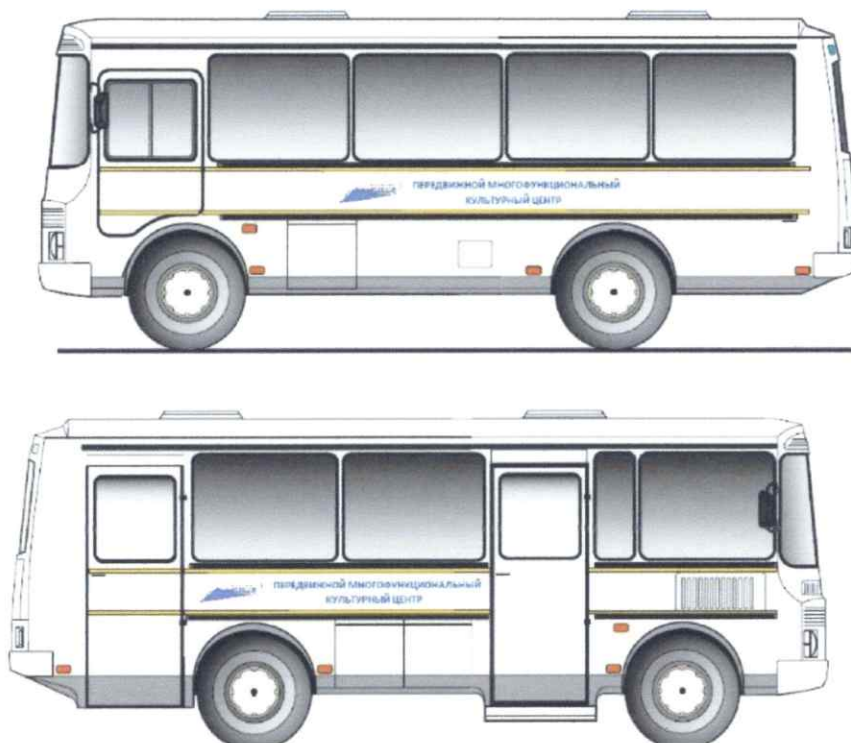
Не допускается использование дополнительных копилайнов, ссылок на нормативные документы, имена, даты.

Менять логотип строго запрещено!



5. Автобус.

Логотип искажен. Визуализация слабая, теряется на большом белом пространстве передвижного автоклуба.



Логотип нанесен в зонах неприоритетной видимости. Копилайн на боковых бортах дублирует суть логотипа.

