



ПРАВИТЕЛЬСТВО
МОСКОВСКОЙ
ОБЛАСТИ



КОМИТЕТ
ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Практическое руководство
по использованию символики акции

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО





история

Около 3 тысяч гектаров леса ежегодно подвергается санитарным вырубкам, причина тому не только пожары, но и разного рода вредители. На вырубленных участках через 1-2 года можно высаживать новые деревья, которые станут полноценным лесом только через 7 лет. В период с 2010 по 2015 годы в Московской области бушевала эпидемия короеда-типографа. От жука пострадало 74 тысячи гектаров леса. Чтобы полностью восстановить утраченное лесное богатство региону понадобится порядка 20 лет.

Как один из путей решения проблемы, в 2013 году была задумана и впервые проведена массовая акция «Наш лес. Посади свое дерево». Сегодня проект существует на постоянной основе. Его поддерживает Правительство Московской области и Комитет лесного хозяйства, он является частью программы губернатора Московской области А. Ю. Воробьева «Наше Подмосковье».

стратегия

Массовая акция «Наш лес. Посади свое дерево» традиционно проходит в осеннее время года. Мероприятие проводится с помощью команды профессиональных лесопатологов, лесников, общественных инспекторов и волонтеров. Участники события высаживают деревья в лесу после санитарных рубок, а также заботятся о сохранении парковых посадок на территории Подмосковья.

Принять участие в акции и в сопутствующих мероприятиях по охране и проверке лесного фонда Московской области может любой желающий – как взрослый, так и ребенок. Для многих жителей Московской области этот важный ежегодный процесс уже стал семейной традицией. По итогам 2017 года в акции приняло участие более 150 тысяч человек.

Активное стимулирование граждан участвовать в акции приведет к минимизации потерь после санитарных вырубок лесного массива и процветанию подмосковных лесов.



МИССИЯ

Основная миссия бренда состоит в оповещении граждан о проблеме уменьшения лесного массива. Глобальная цель – заставить каждого человека задуматься о бережном отношении к природе, объединить горожан и всех жителей области в борьбе с гибелью леса. Особенно важно сформировать правильное отношение к сохранению природных богатств у подрастающего поколения.

Совместные усилия дают высокие результаты, которые растут с каждым годом. В акции принимает участие все большее количество людей – масштабы озеленения увеличиваются. В период с 2013 по 2017 годы на территории региона было высажено более 148 миллионов молодых деревьев на площади 39 тысяч гектаров. Это позволяет постепенно восстанавливать лесной массив после необходимых санитарных вырубок.

содержание

* 1	БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ	
1.1	Логотип «Наш лес. Посади свое дерево»	11
1.2	Иллюстрация «Наш лес. Посади свое дерево»	14
2	СТИЛЬ И ТОНАЛЬНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ	16
* 3	ОСНОВНЫЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ	
3.1	Основная версия логотипа	18
3.2	Варианты компоновки логотипа	19
3.3	Монохромная версия логотипа	20
3.4	Логотип на фоне	22
3.5	Допустимое уменьшение логотипа	24
3.6	Обязательные поля вокруг логотипа	26
3.7	Недопустимое использование логотипа	27
3.8	Основной шрифт	28
3.8	Дополнительный шрифт	29
3.9	Фирменные цвета	30
3.10	Стилеобразующий алгоритм	32
* 4	ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЛОК	
4.1	Буклет	39
4.2	Листовка	40
4.3	Билборд	41

4.4	Ролл-ап	42
4.5	Сити-формат	43
4.6	Шаблон презентации	44
* 5	РЕКЛАМНЫЙ БЛОК	
5.1	Заглавная страница сайта (общая стилистика)	47
5.2	Иконка приложения	48
5.3	Дизайн приложения (общая стилистика)	49
5.4	Web-баннеры	50
5.5	Графические элементы для социальных сетей	52
5.6	Пригласительный билет для web-рассылки	53
* 6	КЛИЕНТСКИЙ БЛОК	
6.1	Грамота	55
6.2	Поздравительное письмо	56
6.3	Открытка	57
* 7	КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОК	
7.1	Папка для документов	59
7.2	Фирменный бланк для пресс-релизов и официальных писем	60
7.3	Шаблон документов для внутреннего пользования	61
7.4	Электронное письмо с подписью	62
7.5	Почтовый конверт	63
7.6	Бейдж	64
7.7	Ланьярд	65
7.8	Пропуск	66

7.9	Табличка настольная.....	67
7.10	Оформление транспортных средств.....	68
7.11	Поздравительная открытка.....	69

*** 8 СУВЕНИРНЫЙ БЛОК**

8.1	Блокнот.....	71
8.2	Ежедневник.....	72
8.3	Ручка и карандаш.....	73
8.4	Флеш-накопитель.....	74
8.5	Значок.....	75
8.6	Шеврон.....	76
8.7	Футболка.....	77
8.8	Толстовка.....	78
8.9	Шарф.....	79
8.10	Бейсболка.....	80
8.11	Сумка.....	81
8.12	Зонт.....	82
8.13	Брелок.....	83
8.14	Магнит.....	84
8.15	Кружка.....	85
8.16	Пакет.....	86
8.17	Наклейка.....	87
8.18	Квартальный календарь.....	88
8.19	Настольный календарь.....	89



В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Данное руководство — инструкция по эксплуатации стиля, позволяющая следить за соблюдением выработанных стандартов. К руководству прилагается диск, на котором находятся все изображения и макеты фирменного стиля. Следует использовать готовые файлы, не создавая ничего заново.



НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

9 сентября



Основной фирменный блок бренда «Наш лес. Посади свое дерево» представляет собой сочетание иллюстрации и дескриптора, который состоит из названия акции и даты ее проведения.

Дескриптор (Наш лес. Посади свое дерево) используется без иллюстрации и даты проведения акции только в случаях, строго регламентированных данным руководством.

Всегда проверяйте пропорциональность масштаба фирменного блока, чтобы убедиться в отсутствии каких-либо искажений!

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

9 сентября



Модульное построение логотипа предназначено для нанесения его на большие поверхности при отрисовке вручную и невозможности использовать его электронную версию.



Иллюстрация представляет собой неотъемлемую часть логотипа и является одним из основных элементов фирменного стиля. Иллюстрация не может использоваться без дескриптора и даты. Допускается разделять логотип, но только в тех случаях, когда обе части логотипа находятся на одной странице и дескриптор выступает в качестве заголовка. Примеры представлены в данном руководстве в разделе № 4.

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

9 сентября

Существует несколько правил, которые следует неукоснительно соблюдать. На любых информационных носителях, кроме нескольких видов сувенирной продукции, дескриптор не может использоваться без даты, которая меняется в зависимости от времени проведения акции. Запрещено разделять дату и основной знак «Наш лес. Посади свое дерево».

стиль и тональность коммуникации

Корпоративный стиль бренда является отражением основных целей: в элементах дизайна четко прослеживается идея объединения и необходимости оказывать помощь природе. Ежегодная высадка леса – особенный день, важное событие для всех, приносящее радость и позитив. Эту мысль отображает логотип: счастливая семья дружно ухаживает за деревом. Яркое солнце, чистое небо, зелень, бабочки и цветы – создают ощущение умиротворения. Каждому должно быть приятно стать частью этой идиллии. Картинка выполнена в стиле детского рисунка или мультипликационного фильма, что подчеркивает важность участия в акции и подрастающего поколения. Кроме того, стилистика героев мультфильма по визуальному восприятию близка и понятна любому человеку. Простые формы ясно передают суть, не отвлекают внимание ненужными деталями.



Бренд «раскрашен» исключительно сочными, теплыми, яркими цветами. Они призваны вызвать у аудитории приподнятое настроение, привлечь внимание, радовать глаз. Зеленый, коричневый, голубой – основные цвета природы, дают отсылку к миссии бренда. Оранжевый – создает акцент внимания.

Посыл акции «Наш лес. Посади свое дерево» должен быть понятен каждому, поэтому в коммуникациях используется ясный и лаконичный язык. Общение с аудиторией происходит на равных, максимально дружелюбно, искренне. Все призывы – короткие и простые. Все подчинено единой цели: создать позитивное отношение к бренду, сформировать команду единомышленников.

НАШ ЛЕС

посади свое
ДЕРЕВО

9 сентября



posadisvoederevo.ru

В большинстве информационных материалов логотип акции «Наш лес. Посади свое дерево» сопровождается адресом сайта на блоке оранжевого цвета. Помимо основной функции - информирования, этот блок несет эстетическую функцию: он не позволяет иллюстрации «висеть» в воздухе.

Следует обратить внимание, что для разных задач используются разные версии логотипа, но адресный блок присутствует практически на всех макетах.

При воспроизведении логотипа разрешается использовать только оригинальные мастер-копии.

Использовать логотип можно только в тех видах, в которых он представлен в файлах, прилагаемых к данному руководству.

НАШ ЛЕС

посади свое
ДЕРЕВО

9 сентября



как и где узнай на сайте: posadisvoederevo.ru

В некоторых случаях может потребоваться горизонтальная версия логотипа.

Использовать логотип можно только в тех видах, в которых он представлен в файлах, прилагаемых к данному руководству.

3.3 Монохромная версия логотипа

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

9 сентября



Основной фирменный блок имеет также монохромное цветовое решение. Если отсутствует возможность полноцветной печати, следует использовать монохромную версию фирменного блока.

Подробная информация о цветах, использованных в фирменном блоке, изложена в пункте 3.9 данного руководства.

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО



3.3 Монохромная версия иллюстрации



Иллюстрация имеет также монохромное цветовое решение. Если отсутствует возможность полноцветной или трехцветной печати, следует использовать монохромную версию иллюстрации.

НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

9 сентября

На рисунке показано разрешенное цветовое решение с использованием допустимого фона. Единственный допустимый фон, кроме дополнительного белого, — это градиентный фон, представленный в данном руководстве.

Использовать версии логотипа на фонах можно только в тех видах, в которых он представлен в файлах, прилагаемых к данному руководству.



НАШ ЛЕС

посади свое

ДЕРЕВО

Белый фон используется в крайне редких случаях, при которых использование градиента невозможно по техническим причинам. Запрещается использование любых фонов, кроме указанных в данном руководстве.

Следует обратить внимание на изменение цветов отдельных элементов иллюстрации в зависимости от цвета фона.

Примеры работы с белым фоном вы можете увидеть в разделах 7 и 8 данного руководства.



3.5 Допустимое уменьшение логотипа

А



30 мм
по горизонтали

Для логотипа существуют четыре варианта установленного минимального размера, необходимых для обеспечения лучшей считываемости элементов.

Дополнительный логотип А.

Не имеет максимального размера. Минимальный размер по горизонтали — 30 мм.

Б



20 мм
по горизонтали

Дополнительный логотип Б.

Не имеет максимального размера. Минимальный размер по горизонтали — 20 мм.

3.5 Допустимое уменьшение логотипа

В



45 мм
по горизонтали

Мастер-файл содержит фирменный логотип в векторном виде, что позволяет увеличивать и уменьшать его без потери качества изображения.

Дополнительный логотип В.

Не имеет максимального размера. Минимальный размер по горизонтали — 45 мм.

Г



30 мм
по горизонтали

Дополнительный логотип Г.

Не имеет максимального размера. Минимальный размер по горизонтали — 30 мм.

3.6 Обязательные поля вокруг логотипа



Чтобы логотип был заметным и хорошо считывался, следует оставлять вокруг него свободное пространство, не содержащее ни текста, ни изображений.

На рисунке приведен минимальный размер свободного поля (прямоугольная рамка вокруг логотипа), который определяется модулем **m**.

3.7 Недопустимое использование логотипа



Фирменный блок всегда следует воспроизводить с шаблонов.

Недопустимые варианты использования логотипа: зеркальное отображение, вращение элементов, повороты под любыми углами, линейные деформации, контурное изображение, изменение прозрачности цвета, изменения по цвету, изменение размеров и положения элементов, тени и другие визуальные эффекты.

COMFORTAA BOLD

НАШ ЛЕС

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Comfortaa Bold. Наружная реклама: адрес сайта, даты, дополнительная информация. Информационные материалы (листочки, плакаты): заголовки, подзаголовки, короткие текстовые блоки, заметки.

CODE PRO BOLD. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА: ТОЛЬКО В ЛОГОТИПЕ. ДОПУСТИМО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В КАЧЕСТВЕ ЗАГОЛОВКА В ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛАХ (ЛИСТОЧКИ, ПЛАКАТЫ).

CODE PRO BOLD:

ДЕРЕВО

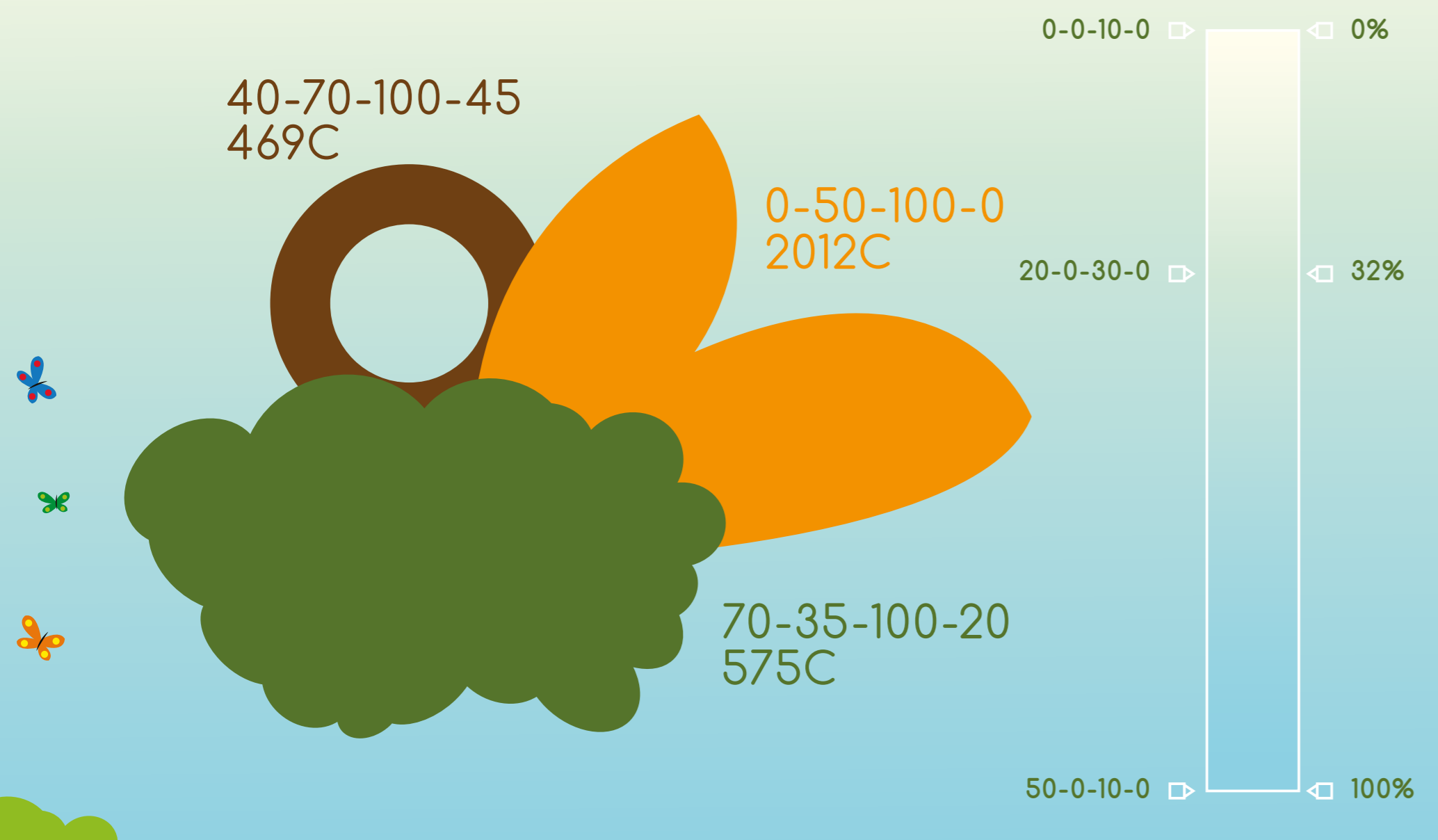
ABCDEFGHIJKLMNOR
QRSTUVWXYZ

CLEAR SANS

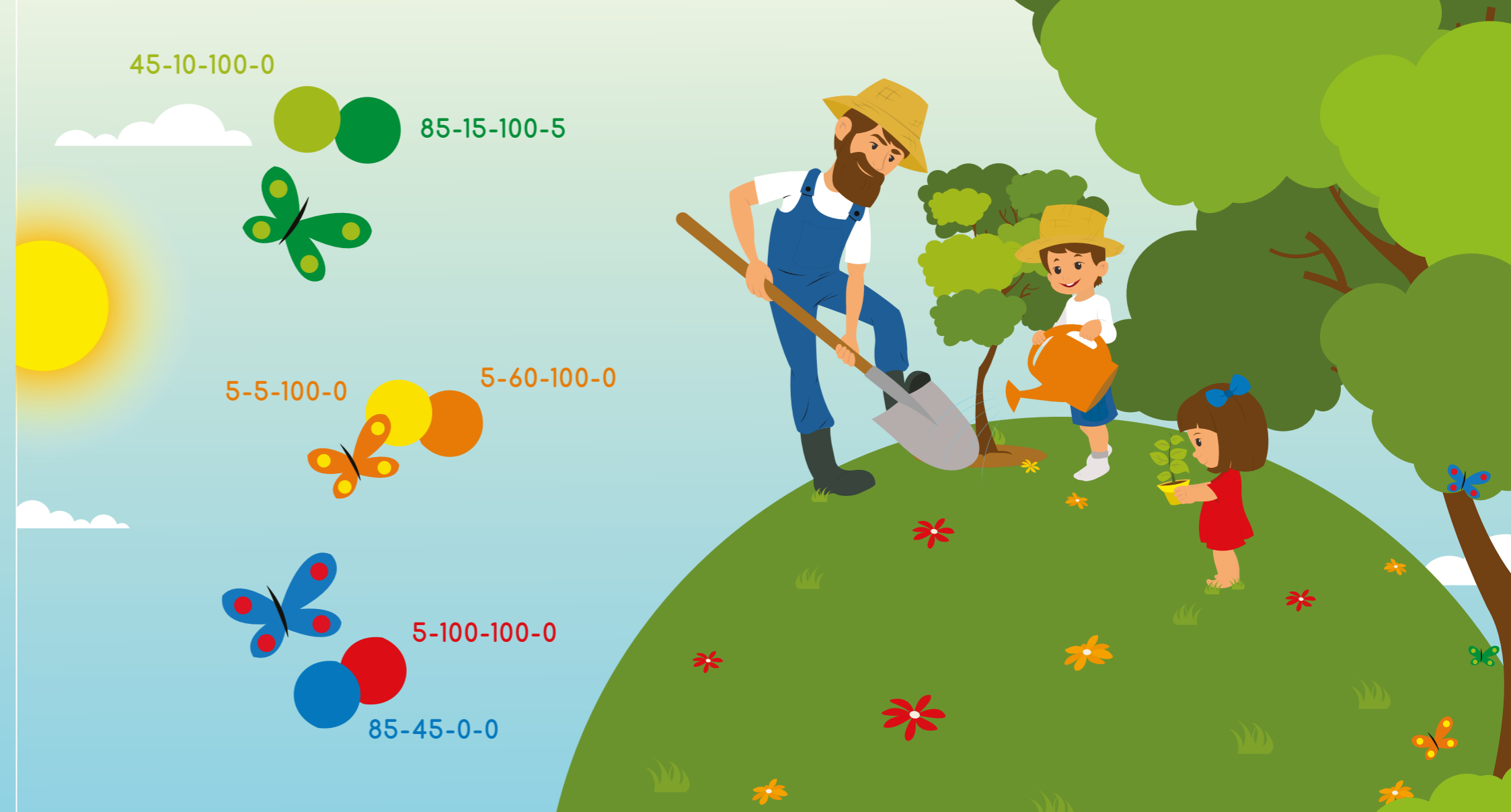
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Данный шрифт используется только в многостраничных материалах в больших блоках текста. Во всех остальных случаях следует использовать один из основных шрифтов.

3.9 Фирменные цвета



3.9 Дополнительные цвета



стилеобразующий алгоритм

Соблюдение единого стилеобразующего алгоритма крайне необходимо для правильной фиксации восприятия бренда и корректной визуальной аутентификации аудиторией. Основные составляющие фирменного стиля – изображение, текстовый блок, градиентный фон, дополнительные элементы. На картинке изображены три человека (отец с двумя детьми), стоящие на лужайке и ухаживающие за деревом. Размеры героев сцены, предметов, дерева и лужайки по отношению друг к другу определены данным руководством. Исключительно важно учитывать тот факт, что изображение подразумевает присутствие единого мира акции, каждый элемент может существовать только в связке с другими, а не обособленно. Например, ни в каких случаях не может быть использовано только изображение отца или только изображение кого-то из детей. Также важно обращать внимание на то, как именно «поданы» герои на лужайке. Например, ноги девочки всегда должны быть прикрыты травой, она не



стоит на плоском фоне, она вписана в мир акции. Изображение всегда используется с текстовой частью. Отдельное применение невозможно. Цветовые решения и корректные размеры элементов описаны в руководстве. Фон обязательно градиентный. В исключительных случаях и при невозможности технического воспроизведения указанного варианта допустимо применение белого фона. Дополнительные элементы (солнце, облака, цветы, выступающие фрагменты травы, бабочки) располагаются в произвольном порядке. Их количество разрешается увеличивать или уменьшать в зависимости от необходимости сделать изображение более насыщенным деталями или, наоборот, при необходимости упростить картинку.



3.10 Стилеобразующий алгоритм. Иконки



туалетная
комната



медпункт



вход



выход



информация



место
встречи

3.10 Стилеобразующий алгоритм. Иконки



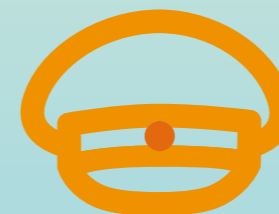
парковка



точка
для селфи



подзарядка
устройств



пункт
полиции



курение
запрещено



соблюдайте
чистоту

3.10 Стилеобразующий алгоритм. Фон и дополнительные элементы



3.10 Стилеобразующий алгоритм. Фон и дополнительные элементы



Допускается незначительно изменять цвета или форму элементов, сохраняя стилистику акции. Следует избегать чрезвычайно большого количества дополнительных цветов и форм. Не позволяйте объектам «висеть» в воздухе.

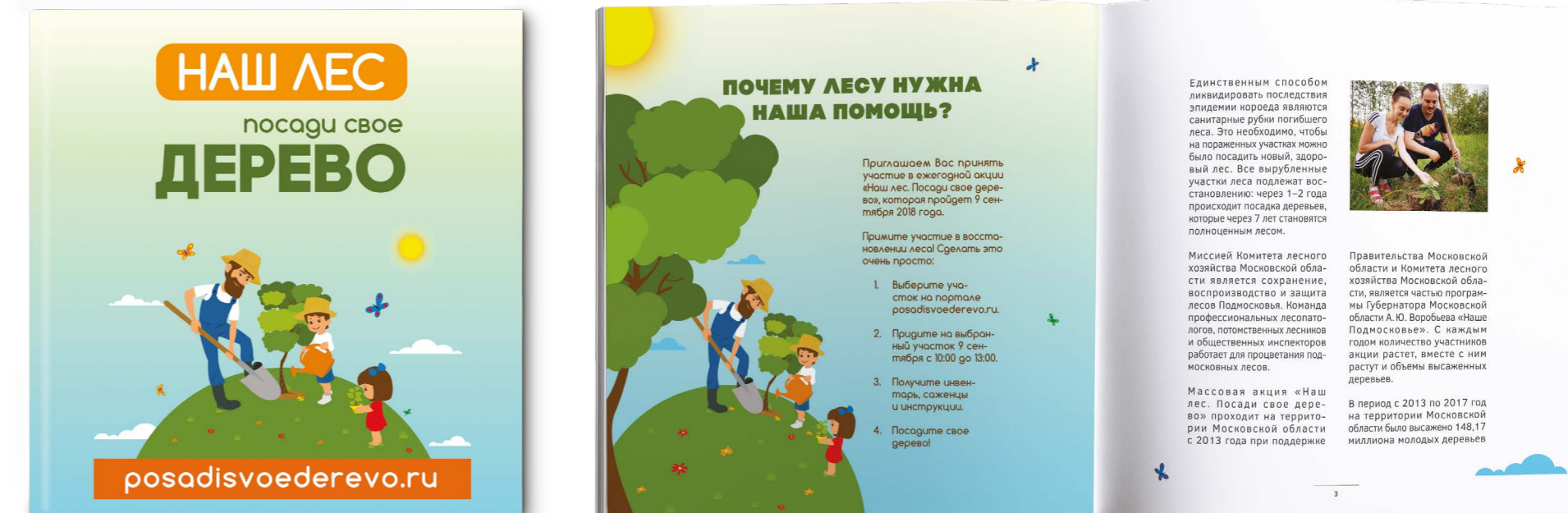
Пример: на ноги девочки наложены травинки.

информационный блок

Раздел посвящен техническим требованиям к продукции, выполняющей функцию информирования аудитории. Он включает в себя руководство по дизайну буклета, листовки, билборда, ролл-апа, сити-формата, шаблона презентации. Составляющие этого блока решают одну из основных задач бренда. Верстка к каждому типу продукции не является взаимозаменяемой.

4 Информационный блок

4.1 Буклет





4. Информационный блок

4.4 Ролл-ап



4. Информационный блок

4.5 Сити-формат





рекламный блок

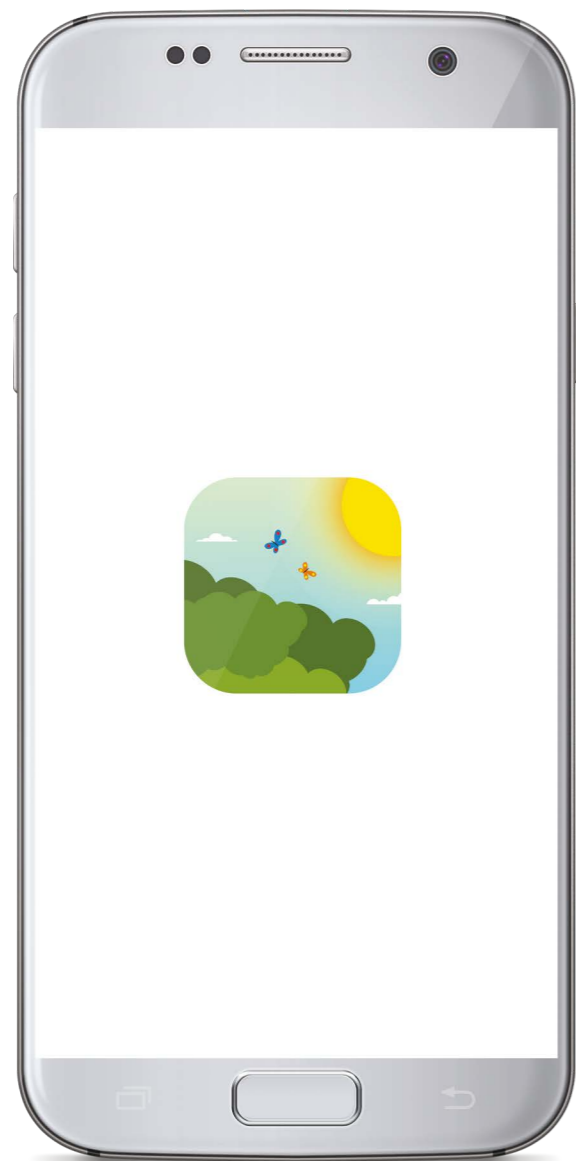
В блоке указаны требования к рекламным материалам. Так как это важнейший инструмент в решении маркетинговых задач проекта, необходимо строгое соблюдение технических требований при производстве продукции. Ниже представлены шаблоны дизайна для web-баннера, графических элементов для социальных сетей, пригласительного билета для web-рассылки, иконки приложения, дизайна приложения и заглавной страницы сайта.

5 Рекламный блок

5.1 Заглавная страница сайта (общая стилистика)



5.2 Иконка приложения

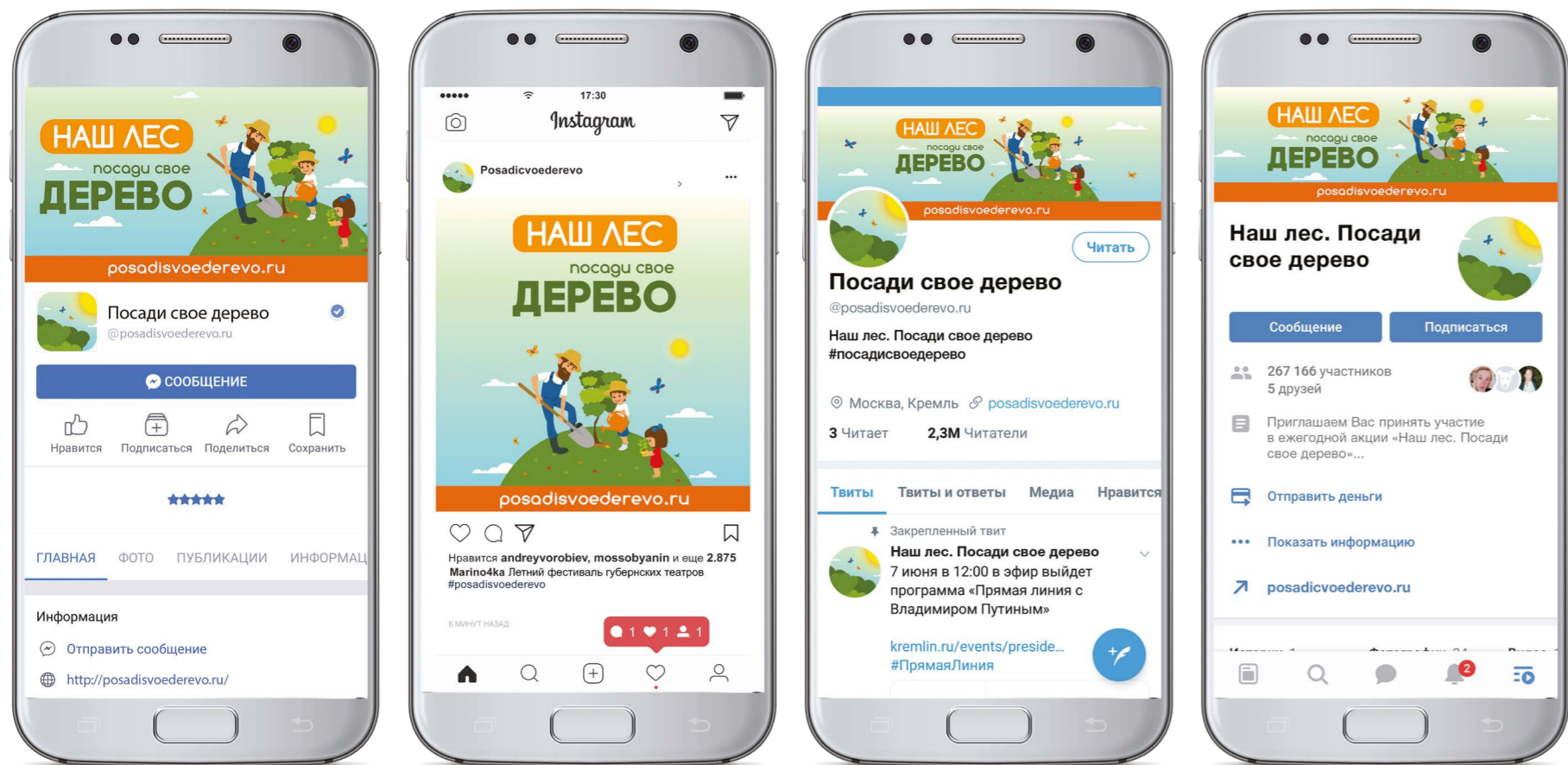


5.3 Дизайн приложения (общая стилистика)

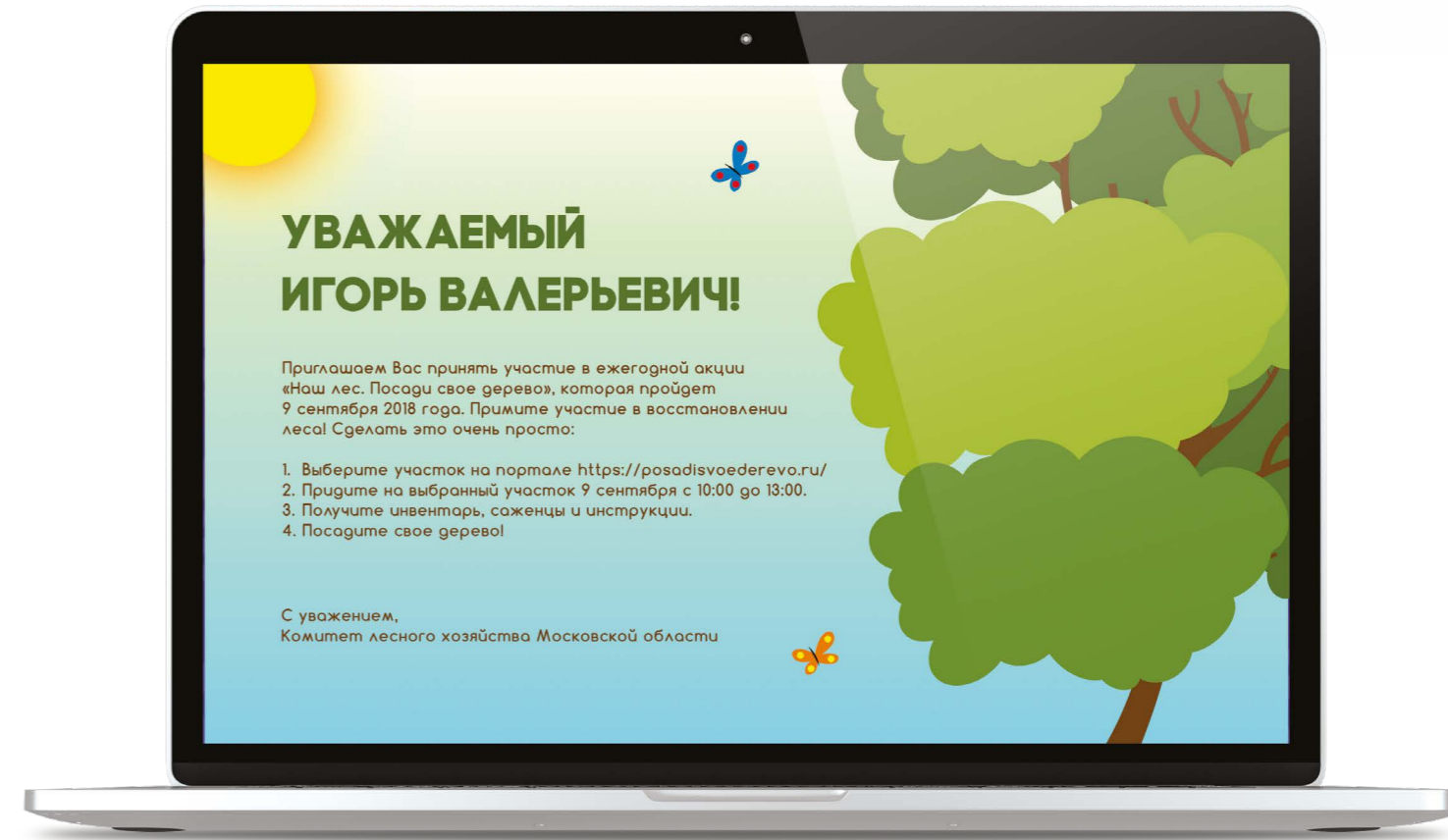




5.5 Графические элементы для социальных сетей



5.6 Пригласительный билет для web-рассылки

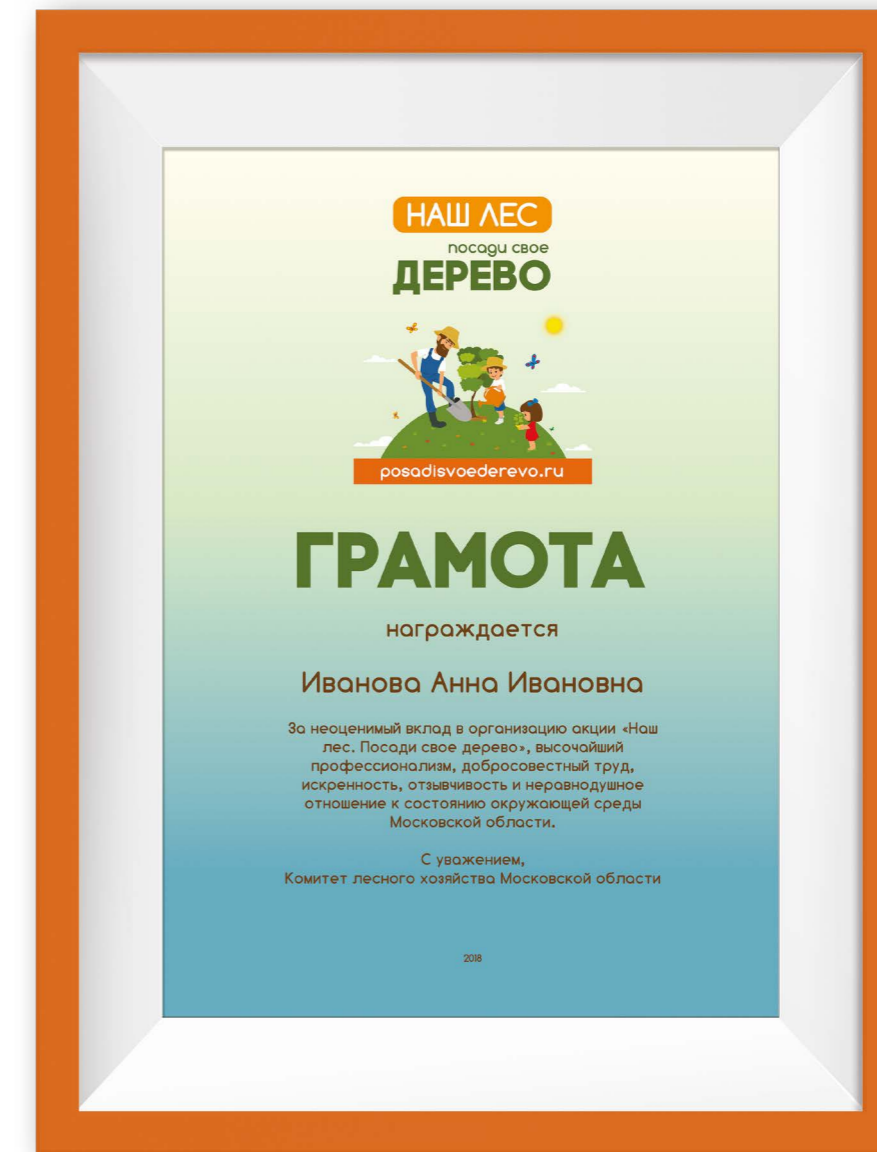


Клиентский блок

Раздел включает в себя требования к дизайну грамоты, поздравительного письма, открытки. Правила, перечисленные в руководстве, должны быть соблюдены, но в верстку могут быть внесены изменения, исходя из ситуации. Например, поздравительное письмо к конкретному событию может выглядеть более или менее торжественно.

6 Клиентский блок

6.1 Грамота



6.2 Поздравительное письмо



6.3 Открытка



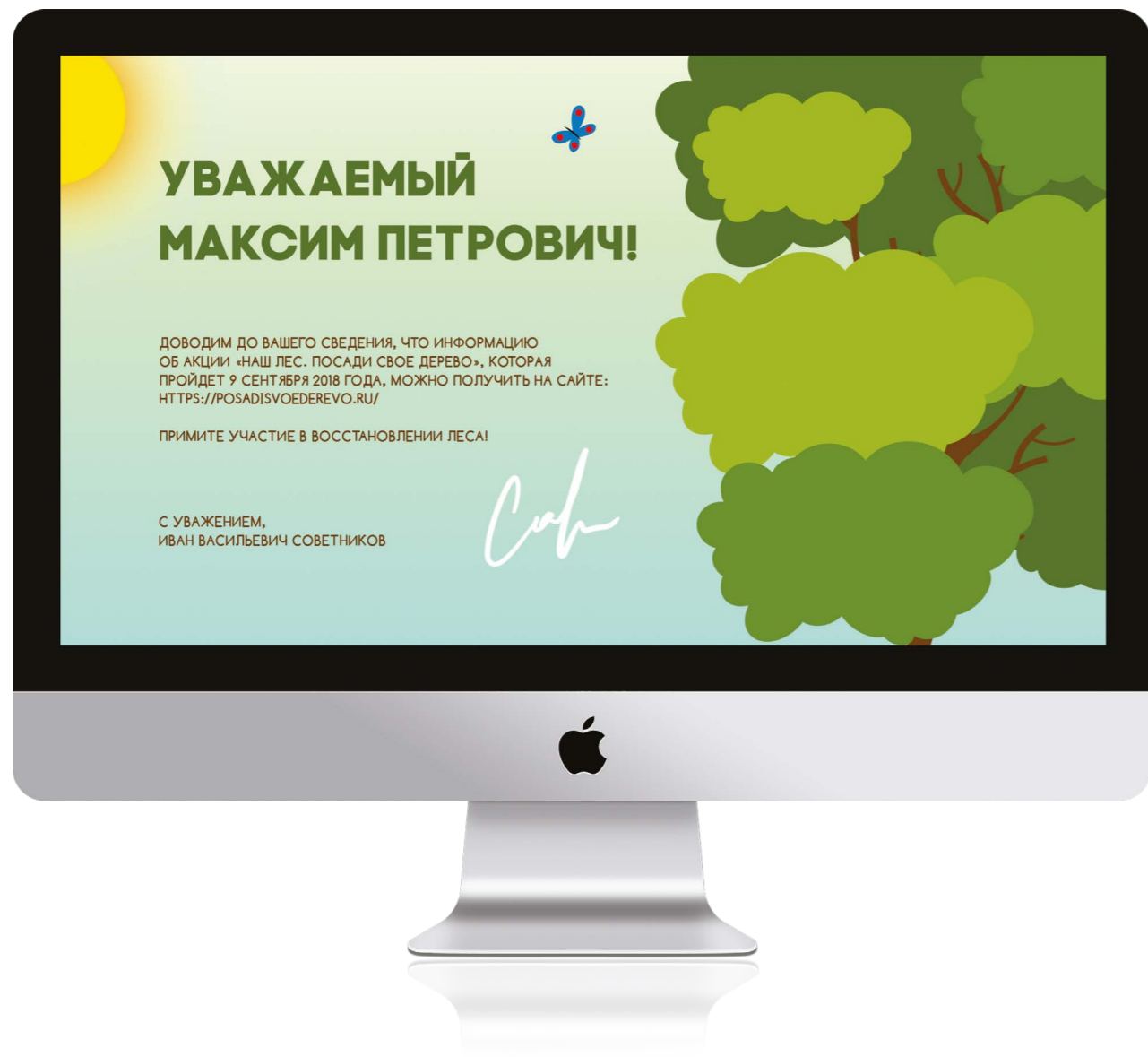
корпоративный блок

Блок описывает требования к дизайну продукции, используемой для корпоративных нужд. Это такие носители, как: фирменный бланк для пресс-релизов и официальных писем, шаблон документов для внутреннего пользования, почтовый конверт, пропуск и так далее (полный список представлен ниже). В данном случае необходимо крайне строгое соблюдение всех перечисленных в руководстве требований, без каких-либо неточностей и изменений.

7 Корпоративный блок

7.1 Папка для документов











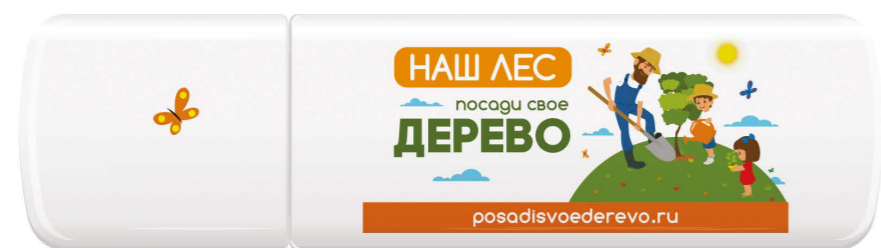
сувенирный блок

Раздел включает в себя ряд требований к дизайну сувенирной продукции, такой как: ежедневник, блокнот, ручка и карандаш, флеш-накопитель и другие (полный список представлен ниже). При создании дизайна необходимо соблюдать перечисленные в руководстве правила. При этом допускаются несущественные изменения, продиктованные размером бюджета, технологией нанесения и индивидуальными особенностями носителя.





8.4 Флеш-накопитель



8.5 Значок





8.8 Толстовка



8.9 Шарф



8.10 Бейсболка



8.11 Сумка



8.12 Зонт



8.13 Брелок







8.18 Квартальный календарь



8.19 Настольный календарь



