

БРЕНДБУК ПРОГРАММЫ СДЕЛАНО В РОССИИ

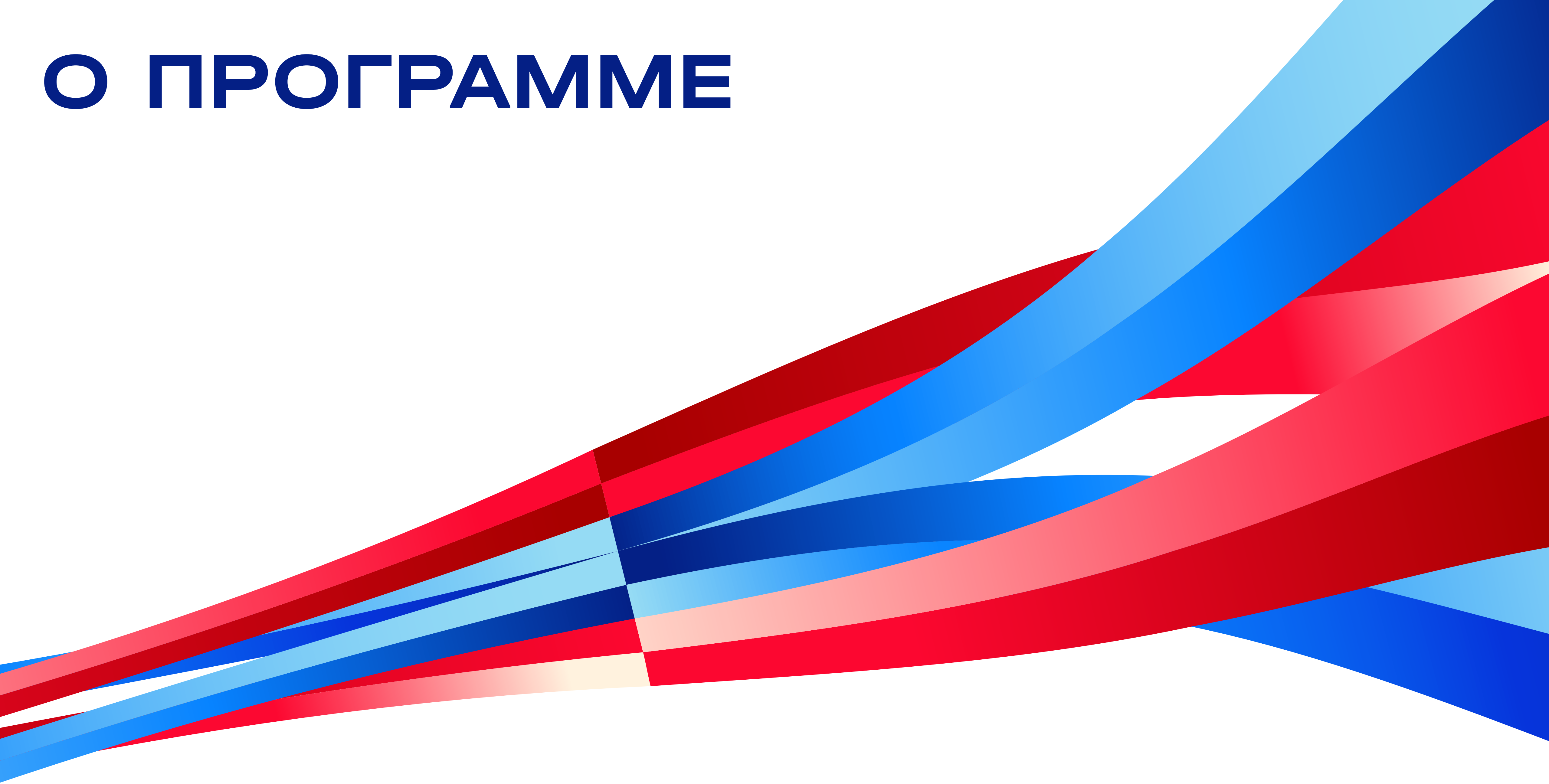
Приложение № 1
Утвержден приказом
АО «Российский экспортный центр»
от «» ____ 2025 г. № _



КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА



О ПРОГРАММЕ



ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ БРЕНДА

Национальный бренд «Сделано в России» является знаком качества, подтвержденным на международном уровне

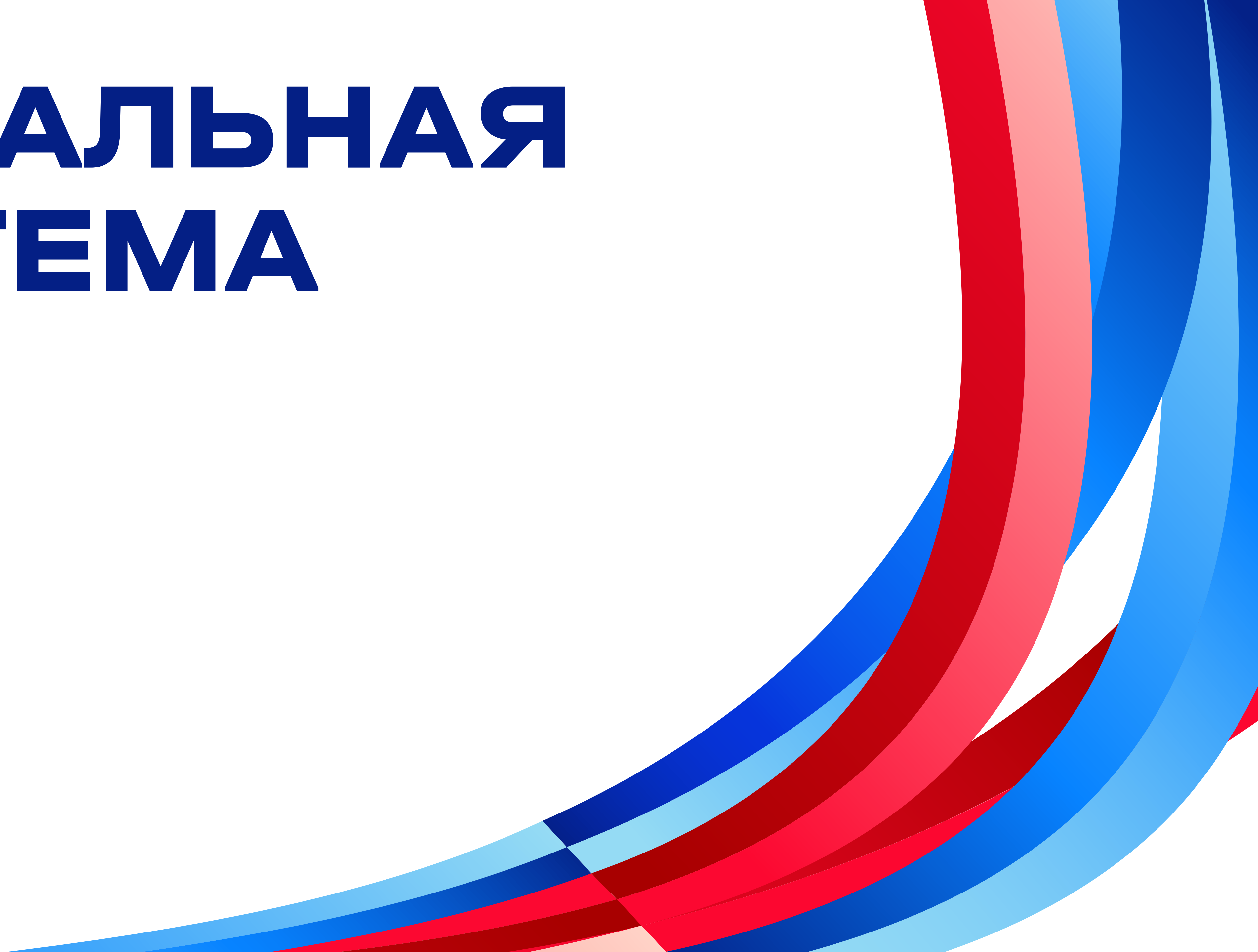
Программа включает в себя развитие национального бренда, который объединяет под собой все российские товары и услуги, производимые на территории Российской Федерации отечественными компаниями, отличающимися основными характеристиками по направлениям: качество, надежность, уникальность, технологичность, экологичность

Цель: Повышение востребованности российской продукции в мире и стимулирование повышение ее конкурентоспособности.

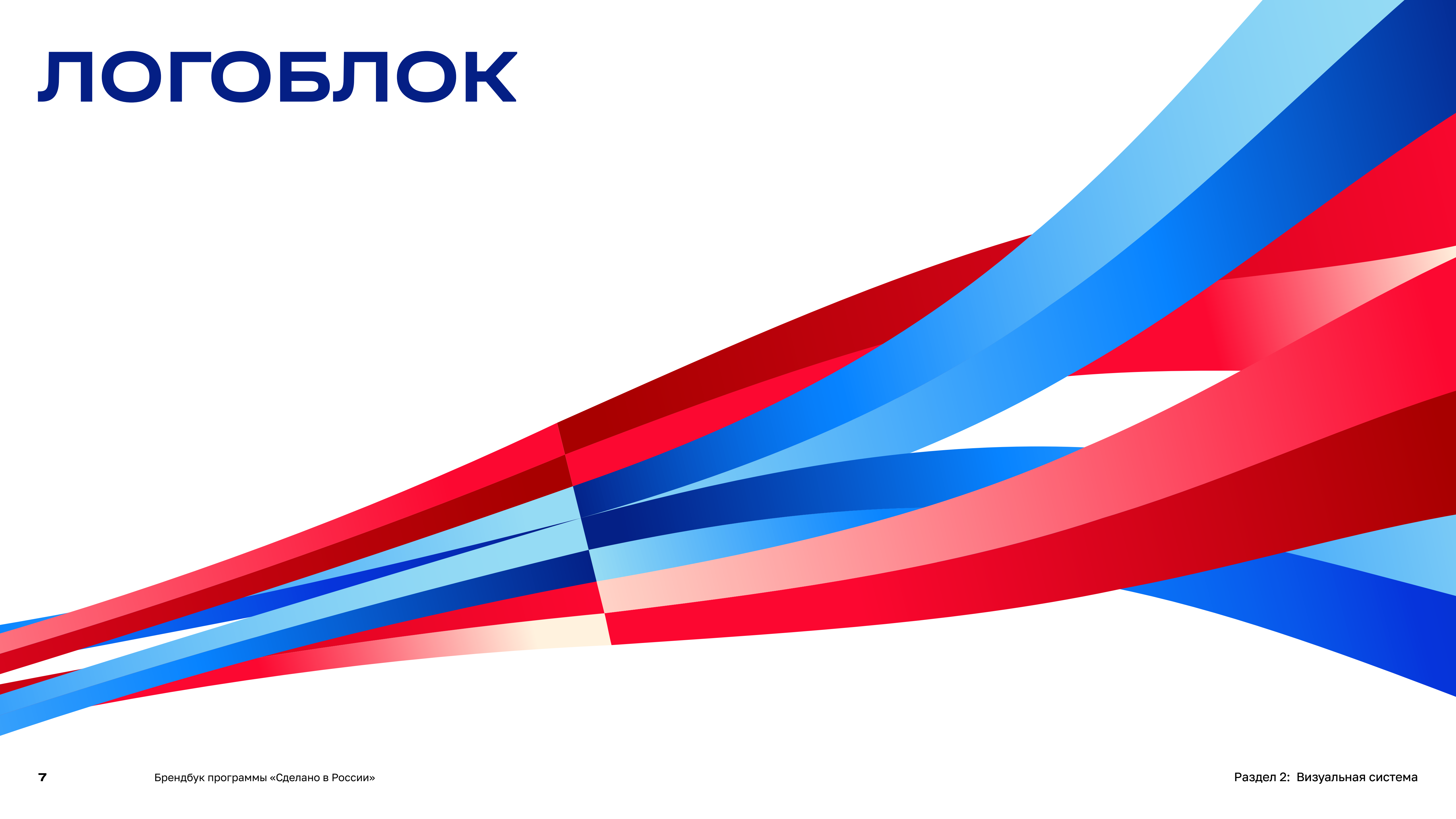
Миссия: объединение российских компаний, регионов и людей под единым национальным брендом, формирование доверия к отечественной продукции и продвижение её как символа качества, инноваций и современной идентичности России внутри страны и за рубежом.



ВИЗУАЛЬНАЯ СИСТЕМА



ЛОГОБЛОК



ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОБЛОКА

Логоблок — это ключевая визуальная константа бренда. Компоновка логоблока является фиксированной и неизменной и может применяться только так, как описано в данном руководстве.

Логоблок состоит из фирменного символа и шрифтовой части «Сделано в России». Основной версией по умолчанию является горизонтальное исполнение логотипа.



ПОСТРОЕНИЕ ОСНОВНОЙ ВЕРСИИ ЛОГОБЛОКА

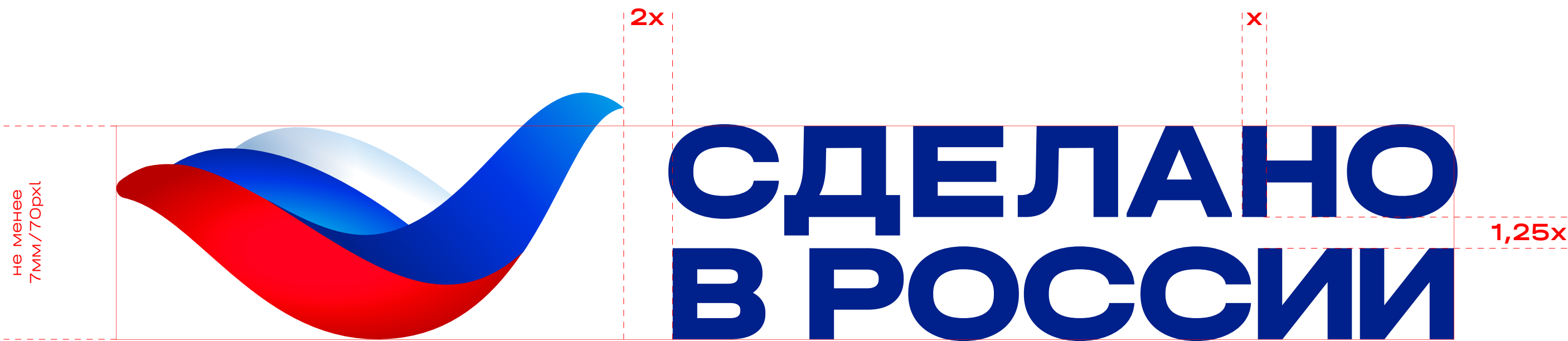
Фирменный логоблок «Сделано в России» строится на основе чётко заданной композиционной сетки и пропорциональных правил. Все элементы размещаются согласно утверждённой структуре, обеспечивающей единый визуальный стиль. Любое изменение формы, пропорций, взаиморасположения частей или неправильное масштабирование логотипа строго запрещено.

Допускается воспроизведение логотипа только согласно официальному шаблону, а сохранение оригинальной геометрии гарантирует узнаваемость и доверие к бренду.

Для горизонтальной версии логоблока рекомендуется использовать такие параметры:

- для экранов не менее 70 пикселей в высоту
- для печати не менее 7 миллиметров в высоту

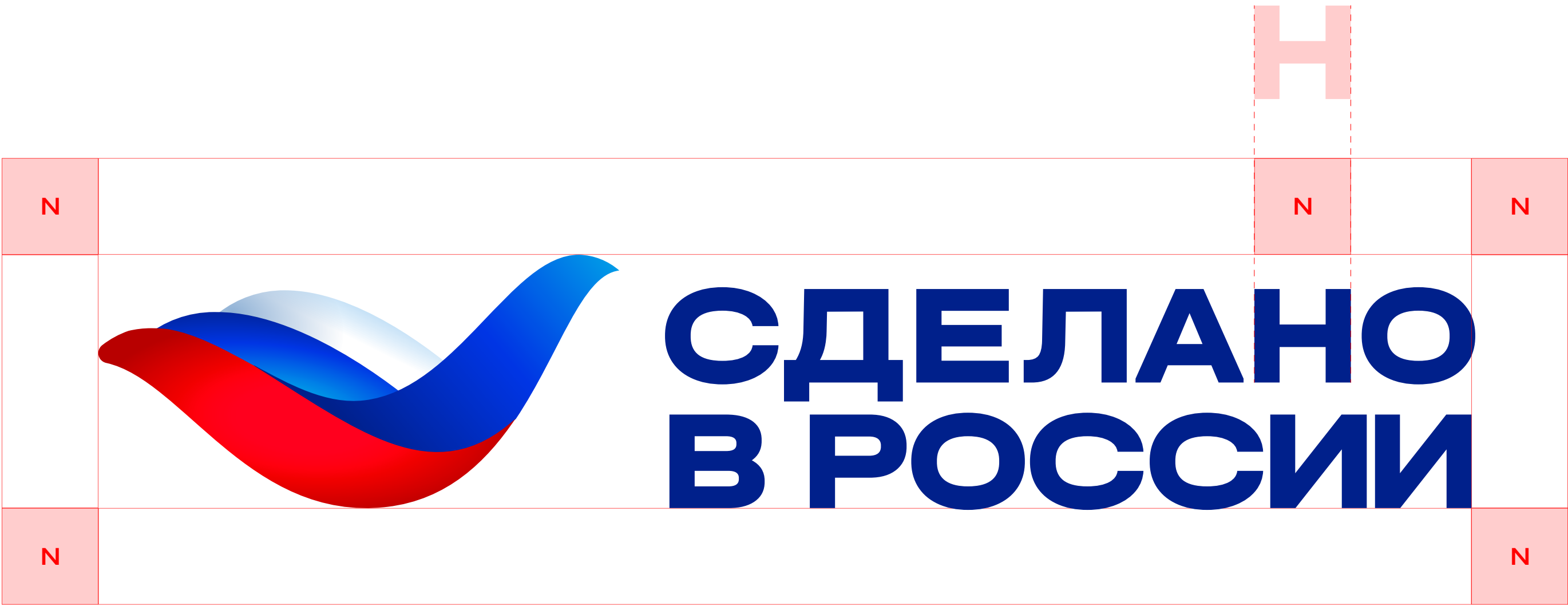
Также стоит обращать внимание на материал объекта, на который наносится изображение логоблока и учитывать его характеристики.



РАЗМЕЩЕНИЕ ОСНОВНОЙ ВЕРСИИ ЛОГОБЛОКА

Охранные поля — минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от других графических или текстовых элементов. Эта зона определяется шириной элемента (Н) логоблока и защищает целостность фирменного знака. Размещение любых компонентов внутри охранной зоны не рекомендуется.

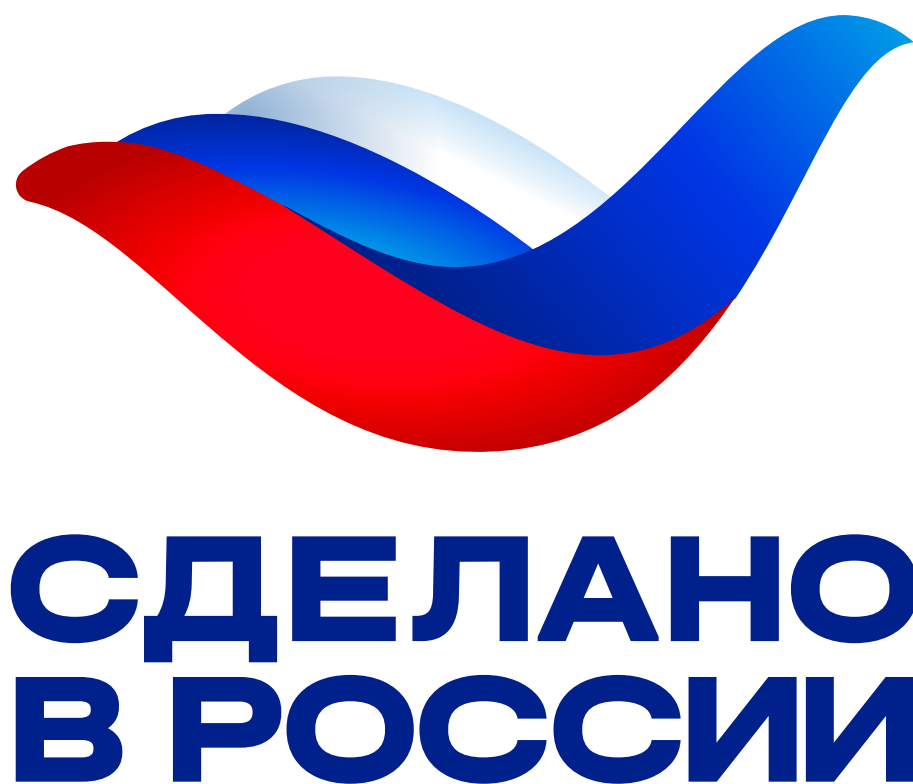
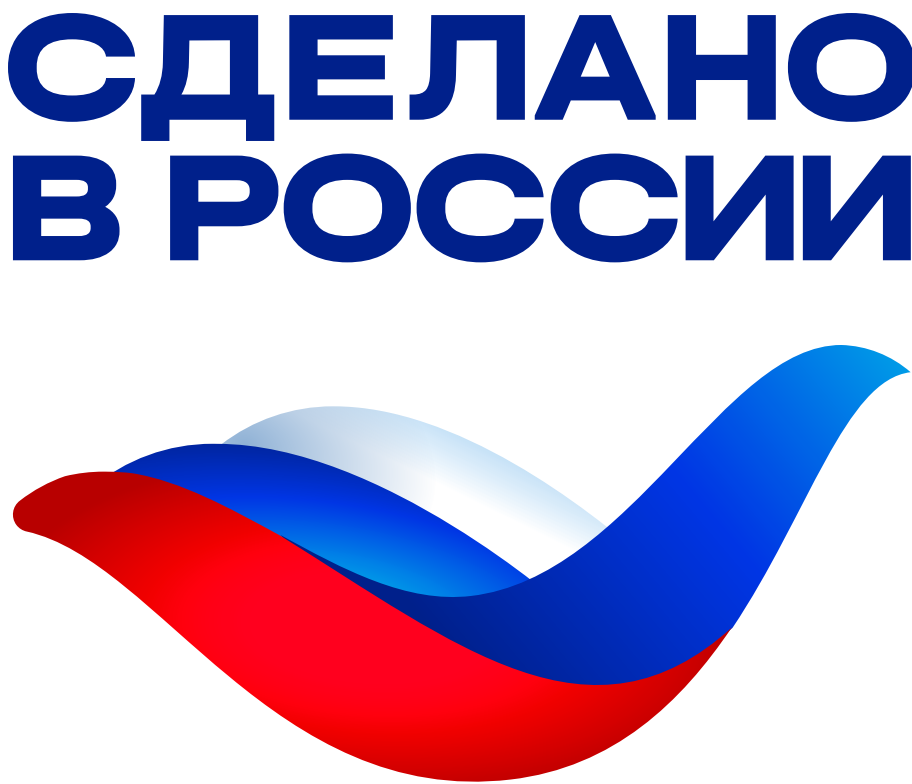
В исключительных случаях (например, упаковка) может быть предусмотрен альтернативный вариант размера зоны охраны, который может быть использован единично. Минимальные размеры логоблока устанавливаются с расчётом на сохранение высоких стандартов качества и читаемости.



ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОБЛОКА

Дополнительной версией логоблока, является вертикальная версия в двух форматах, с расположением блока «Сделано в России» над символом и с расположением под символом. Версии равноценны и подбираются под конкретные макеты.

По умолчанию рекомендуется использовать версию с расположением блока «Сделано в России» в нижней части макета. В зависимости от композиции и формата допустимо использовать версию где шрифтовая часть логоблока расположена над фирменным символом.



ПОСТРОЕНИЕ ВЕРТИКАЛЬНОГО ЛОГОБЛОКА

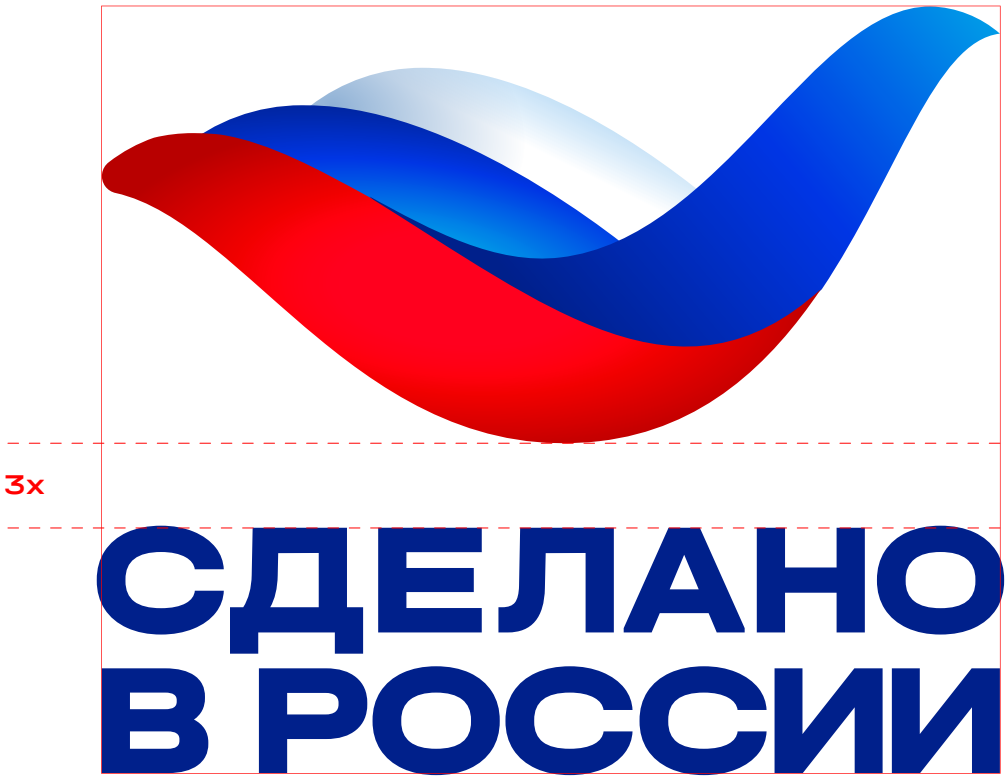
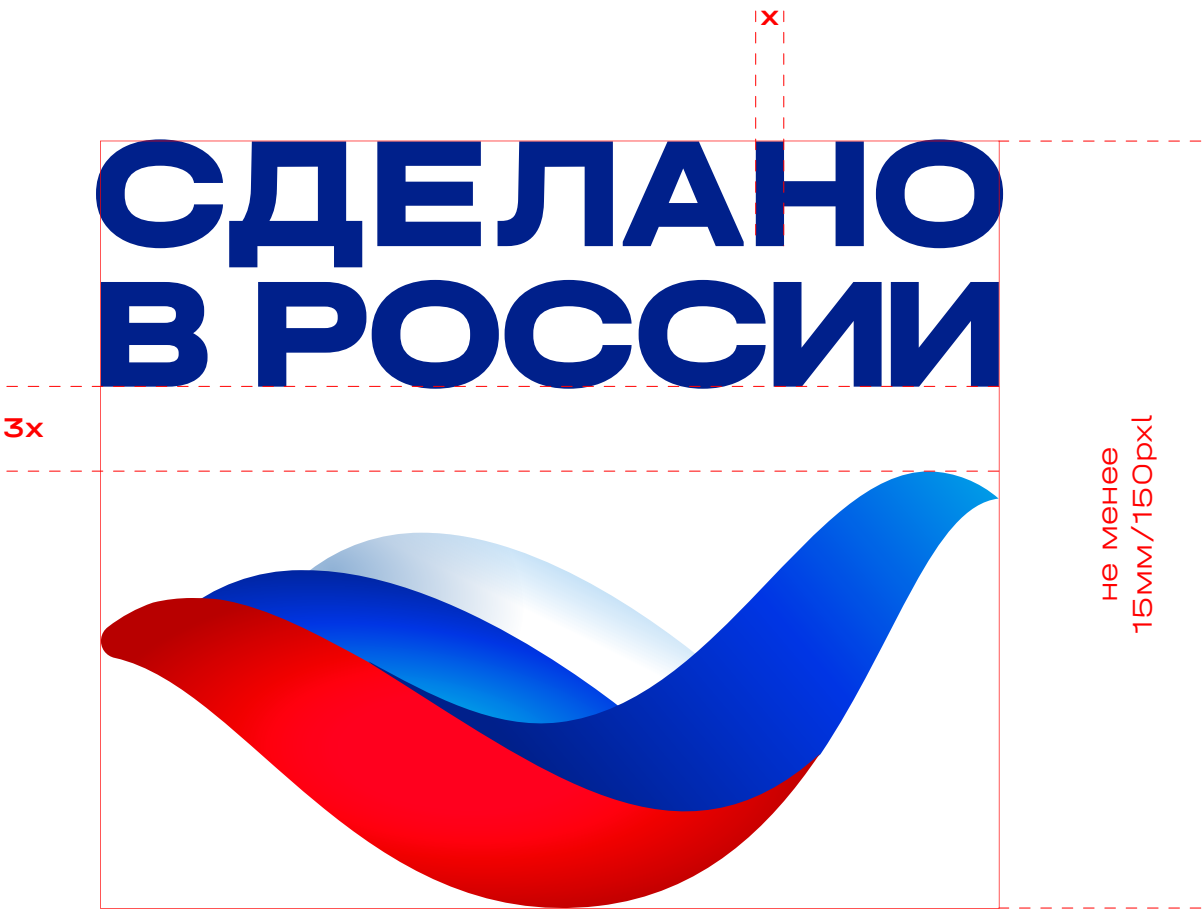
Фирменный логоблок «Сделано в России» строится на основе чётко заданной композиционной сетки и пропорциональных правил. Все элементы размещаются согласно утверждённой структуре, обеспечивающей единый визуальный стиль. Любое изменение формы, пропорций, взаиморасположения частей или неправильное масштабирование логотипа строго запрещено.

Допускается воспроизведение логотипа только согласно официальному шаблону, а сохранение оригинальной геометрии гарантирует узнаваемость и доверие к бренду.

Для вертикальной версии логотипа рекомендуется использовать такие параметры:

- для экранов не менее 150 пикселей в высоту
- для печати не менее 15 миллиметров в высоту

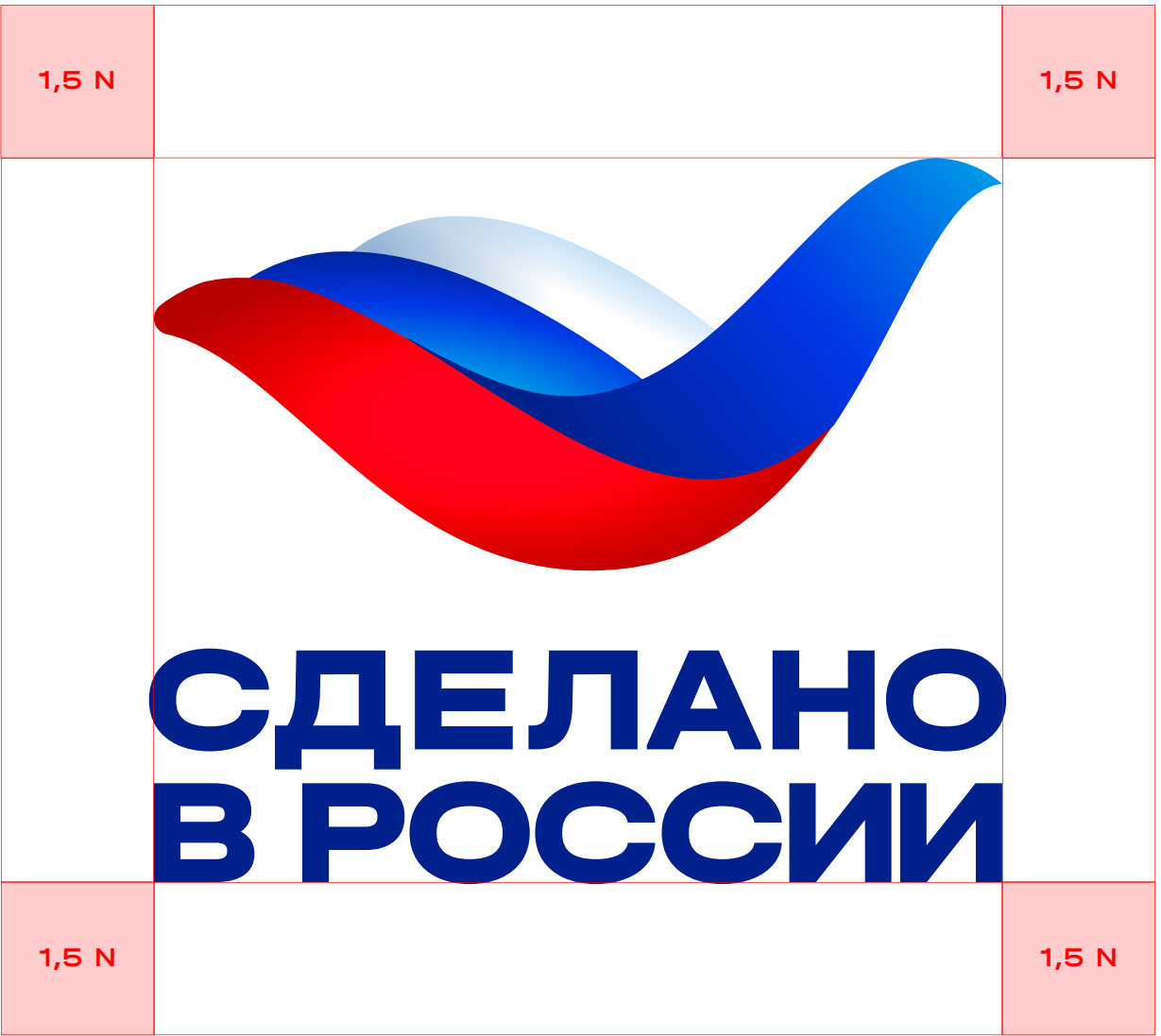
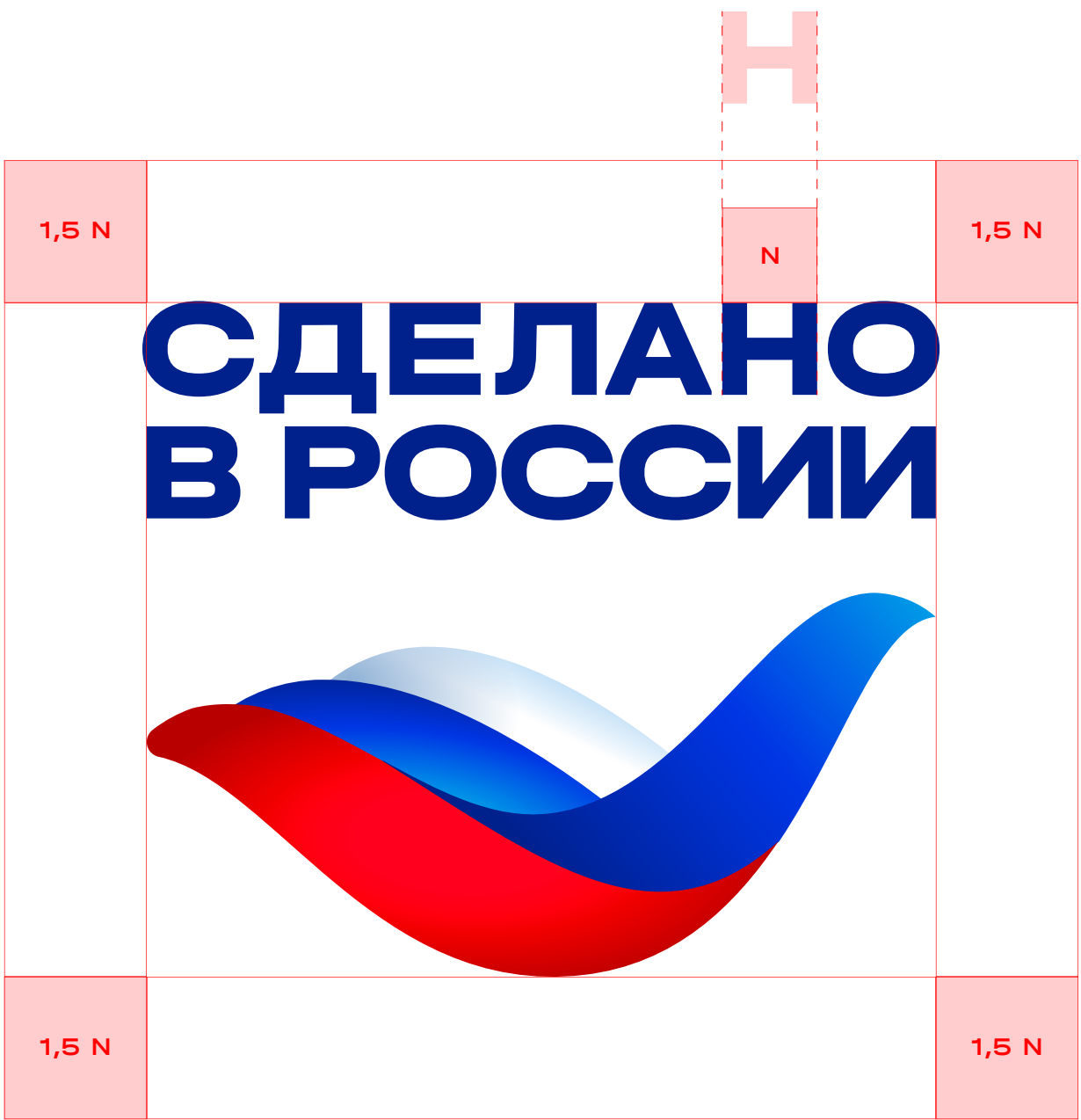
Также стоит обращать внимание на материал объекта, на который наносится изображение логотипа и учитывать его характеристики.



РАЗМЕЩЕНИЕ ВЕРТИКАЛЬНОГО ЛОГОБЛОКА

Охранные поля — минимально допустимое пространство вокруг логоблока, свободное от других графических или текстовых элементов. Эта зона определяется шириной элемента (Н) логотипа и защищает целостность фирменного знака. Размещение любых компонентов внутри охранной зоны не рекомендуется.

В исключительных случаях (например, упаковка) может быть предусмотрен альтернативный вариант размера зоны охраны, который может быть использован единично. Минимальные размеры логоблока устанавливаются с расчётом на сохранение высоких стандартов качества и читаемости.



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЕРСИИ

Все международные версии фирменного логоблока «Made in Russia» полностью подчиняются утверждённому правилам макетирования, охранным полям и минимальным размерам, предусмотренным для основного логотипа.

Вне зависимости от языка и региона применения, композиция сохраняет идентичность бренда и защиту его визуальных характеристик.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОБЛОКА НА ЦВЕТНЫХ ФОНАХ

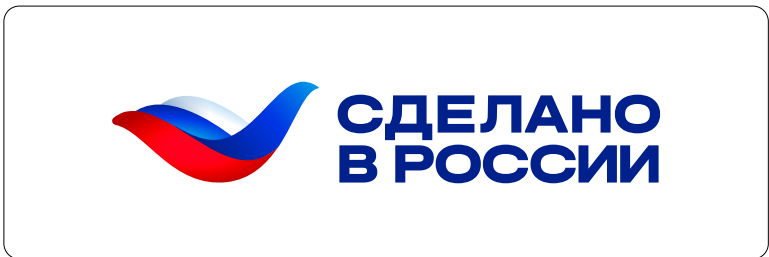
В зависимости от фона, на котором располагается логоблок, стоит размещать разные версии логоблока. При расположении логоблока стоит учитывать материал нанесения и использовать подходящие цвета красок, указанные в брендбуке.

Основная версия логоблока (горизонтальное совмещение фирменного символа и шрифтовой части «Сделано в России») имеет приоритет в использовании на всех носителях корпоративного стиля.

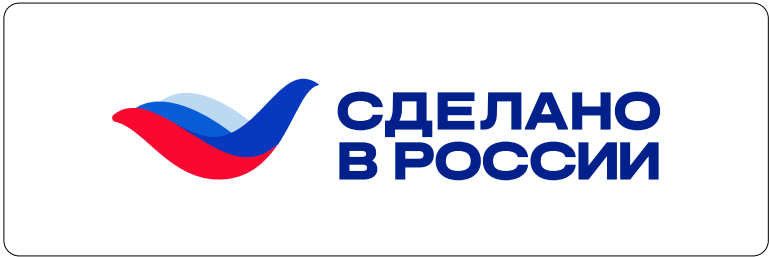
Дополнительная версия используется, когда нет возможности разместить основную версию логоблока, из-за технических или других ограничений, можно разместить дополнительную плашечную версию логоблока с однотонной заливкой элементов.

Дополнительная монохромная версия логоблока используется в базовом черном и белом цвете, а также в цветах фирменной палитры, допускается использование серебряной или золотой версии логоблока.

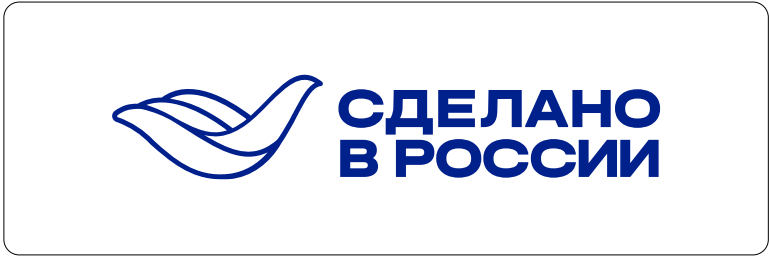
Описанные выше и другие изменения нанесения логоблоков, необходимо утверждать с представителями РЭЦ.



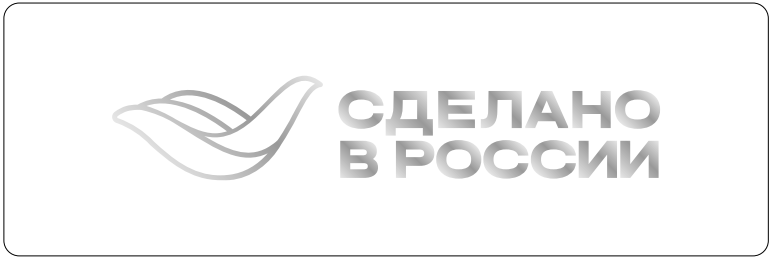
Основная версия логоблока



Дополнительная версия логоблока



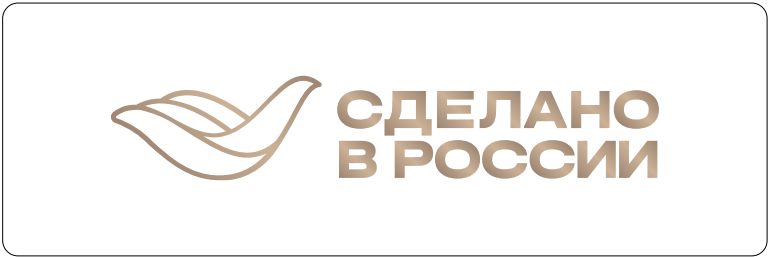
Дополнительная монохромная версия логоблока в синем цвете



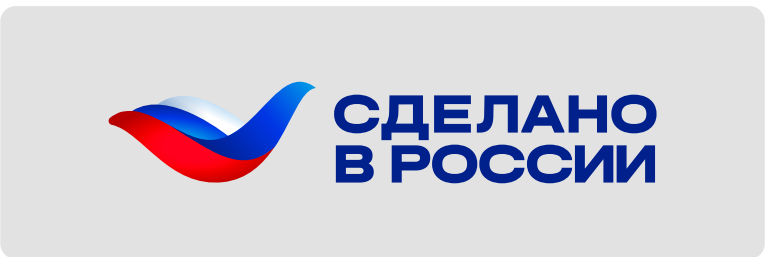
Дополнительная монохромная версия логоблока в серебряном цвете



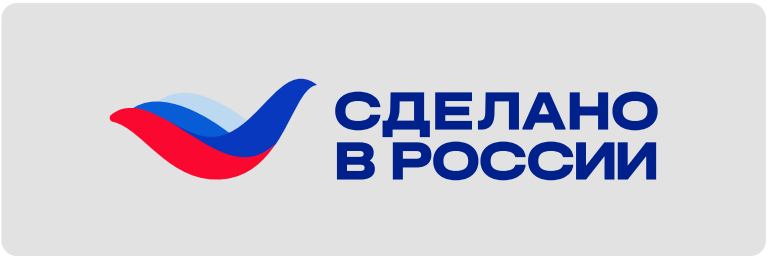
Дополнительная монохромная версия логоблока в красном цвете



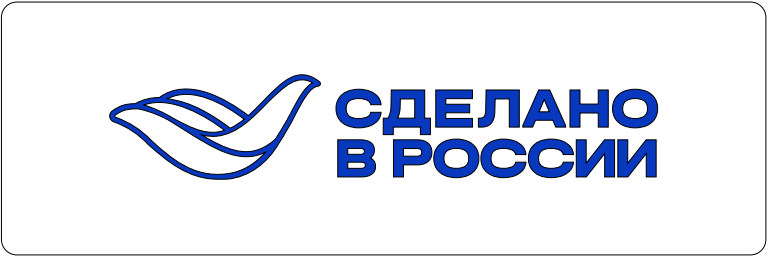
Дополнительная монохромная версия логоблока в золотом цвете



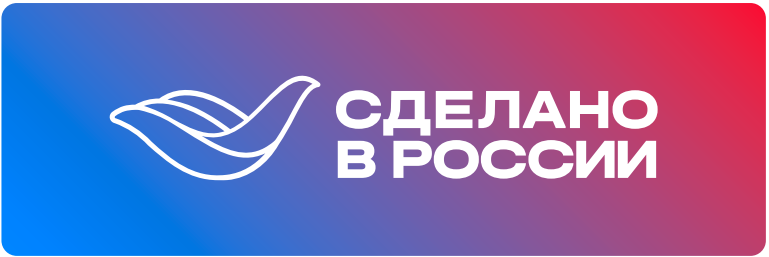
Основная версия логоблока



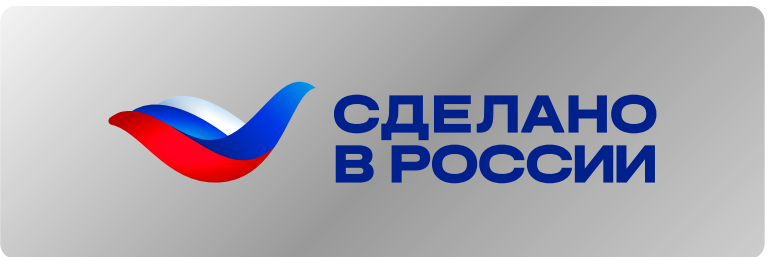
Дополнительная версия логоблока



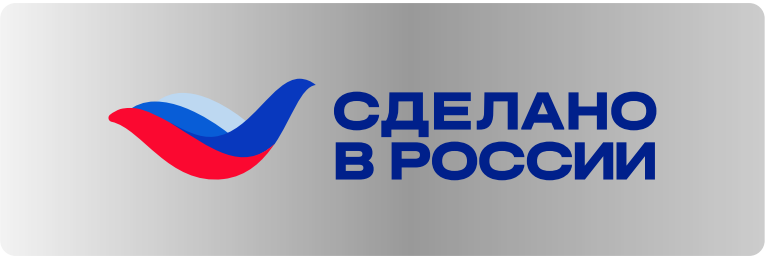
Дополнительная монохромная версия логоблока в голубом цвете



Дополнительная монохромная версия логоблока на фоне



Основная версия логоблока



Дополнительная версия логоблока



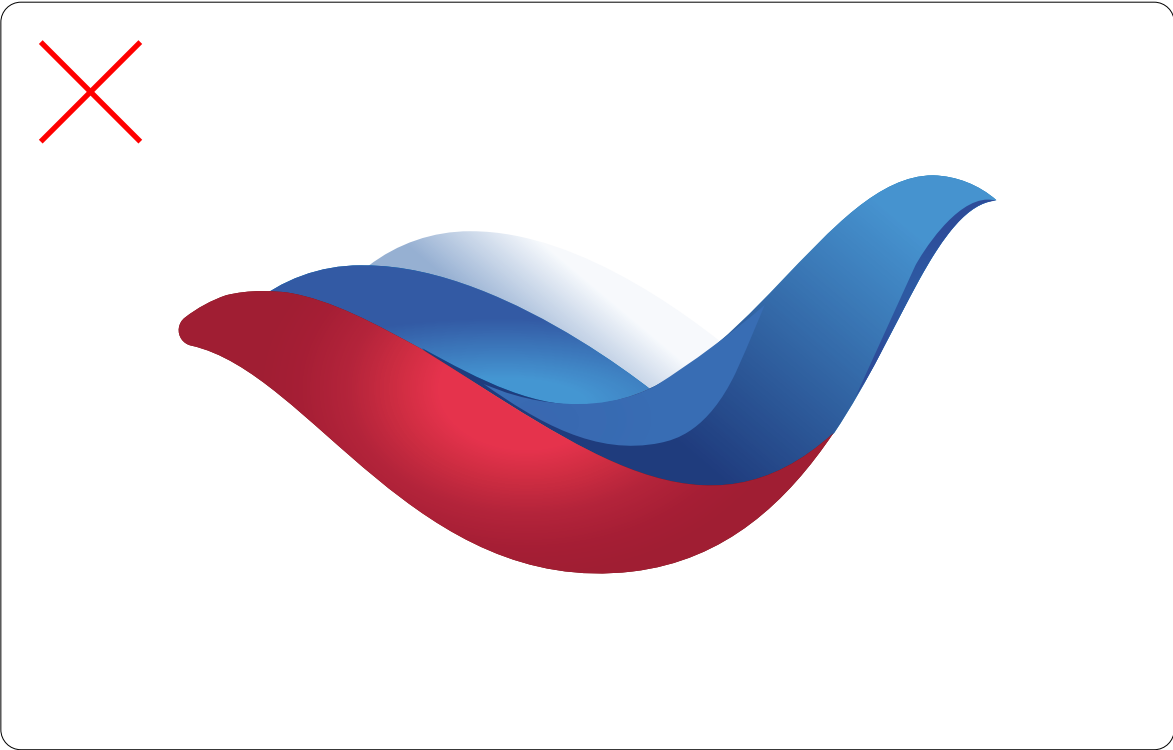
Дополнительная монохромная версия логоблока



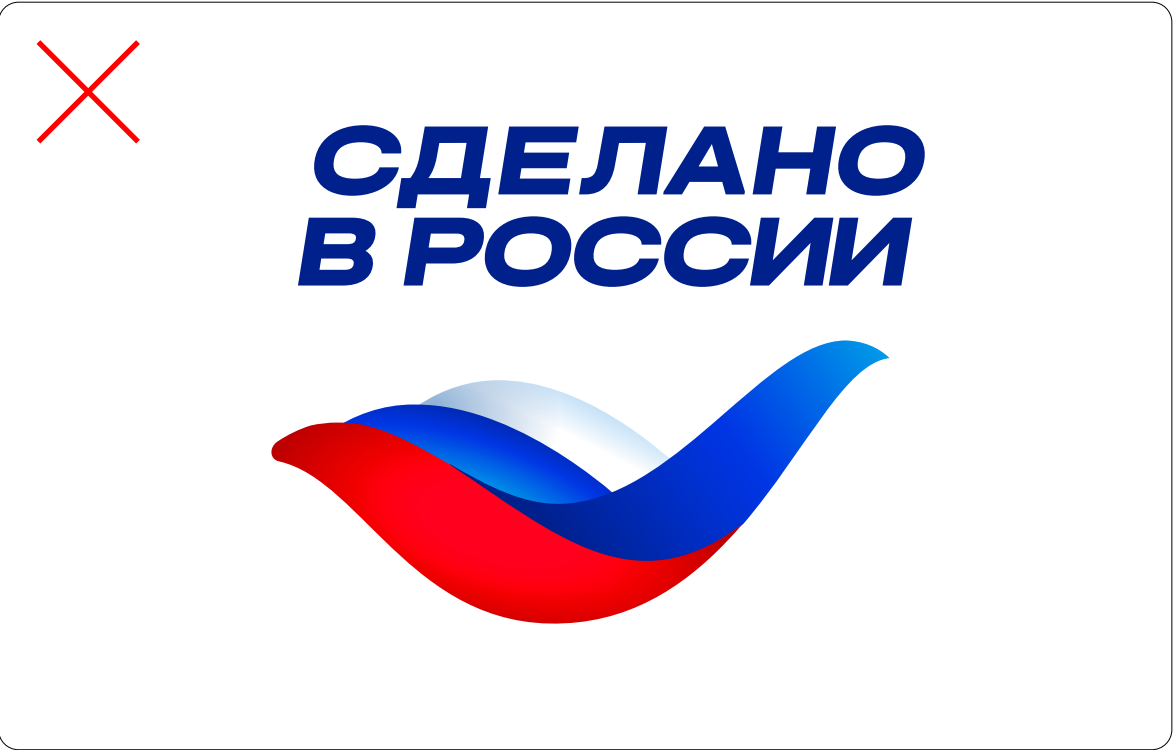
Дополнительная монохромная версия логоблока

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

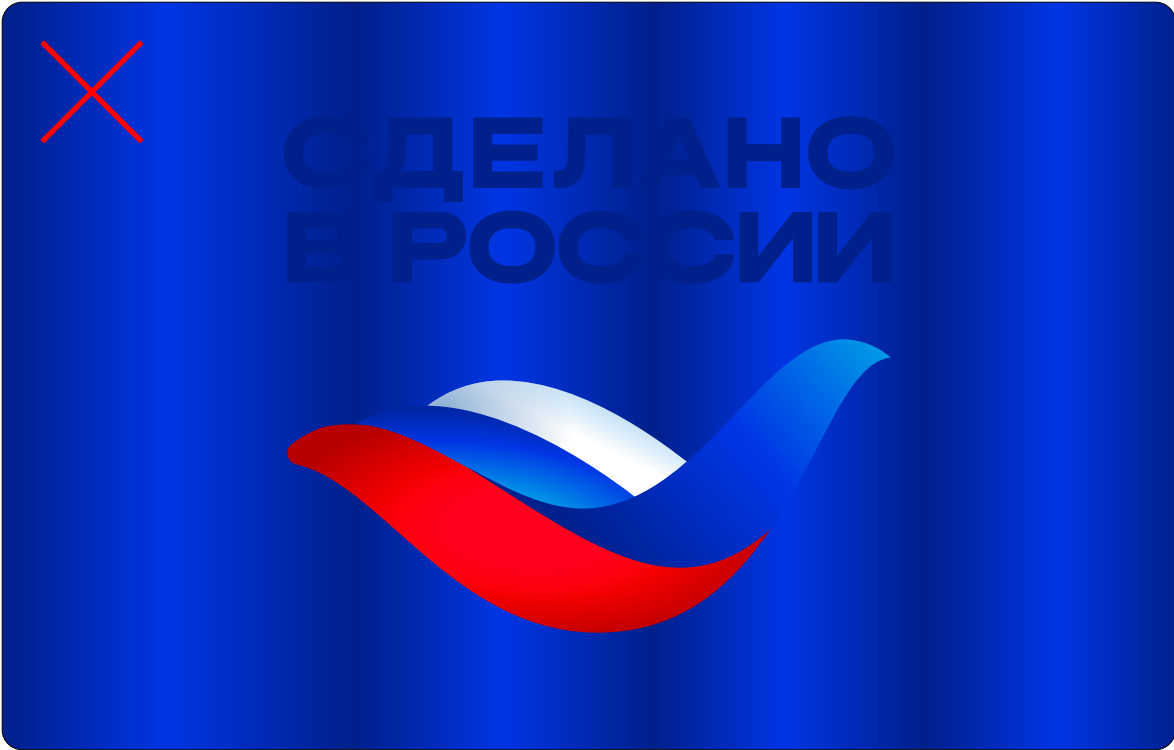
Запрещается использовать старую версию фирменного знака.



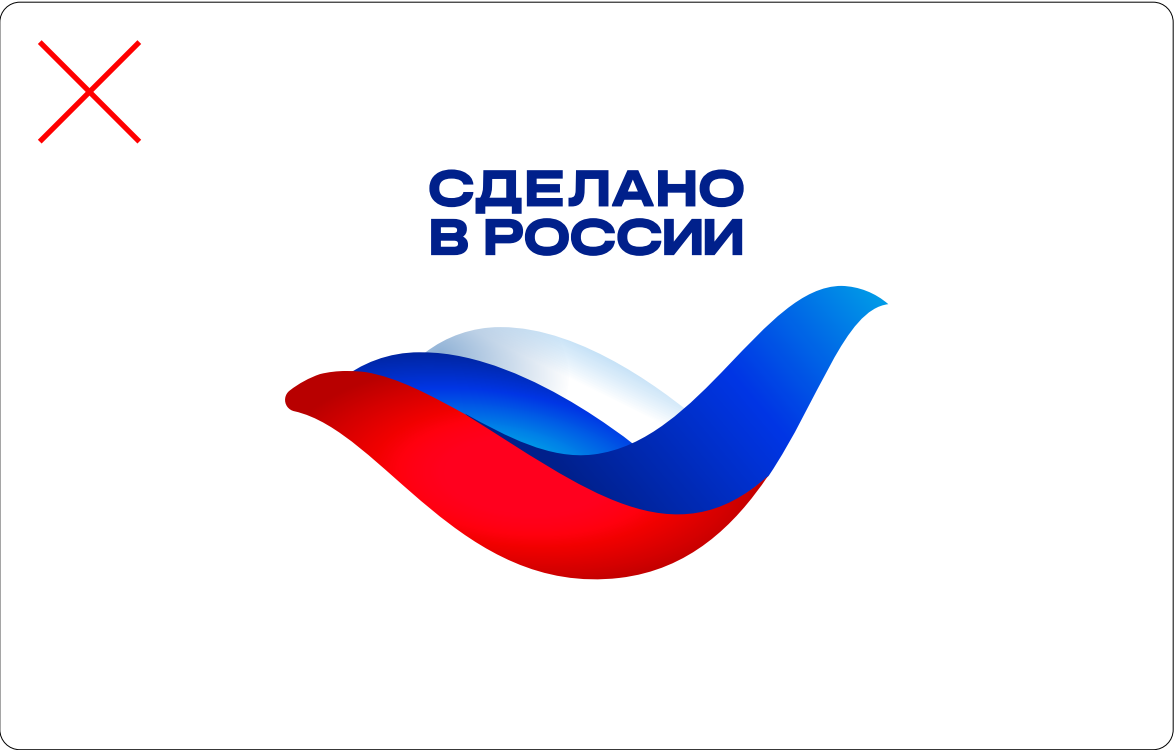
Запрещается наклонять, деформировать и искажать элементы логоблока.



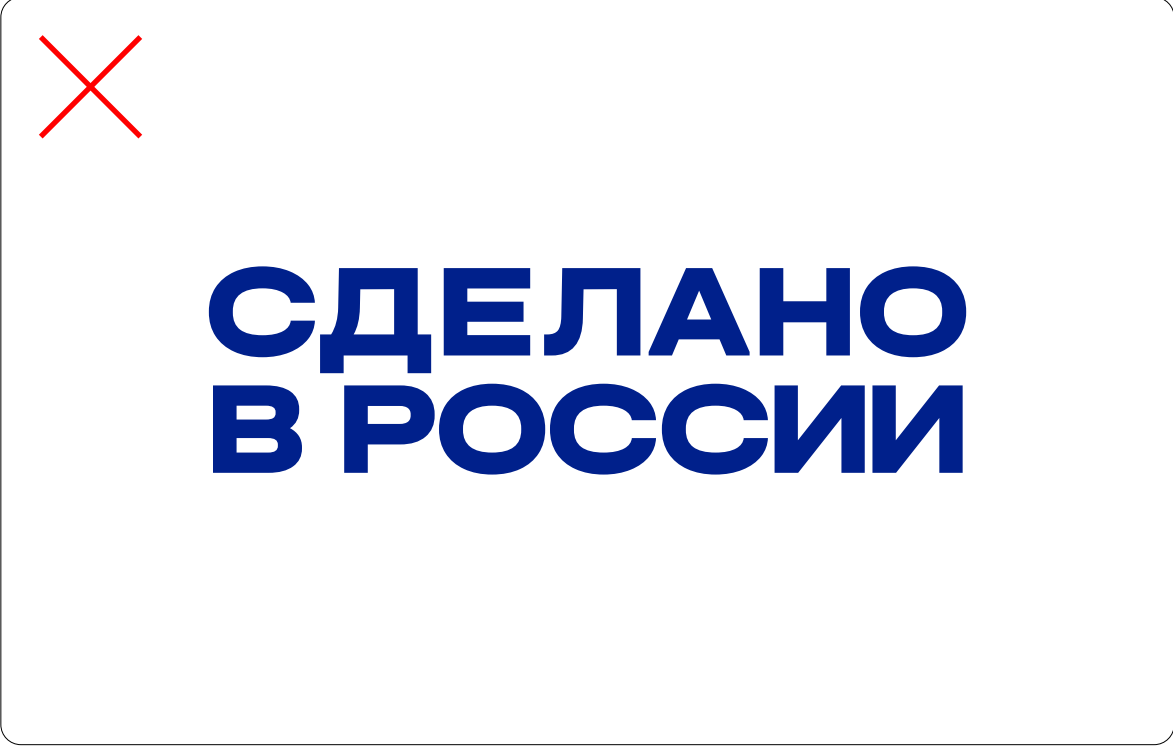
Запрещается использовать пестрый или сливающийся с логоблоком фон.



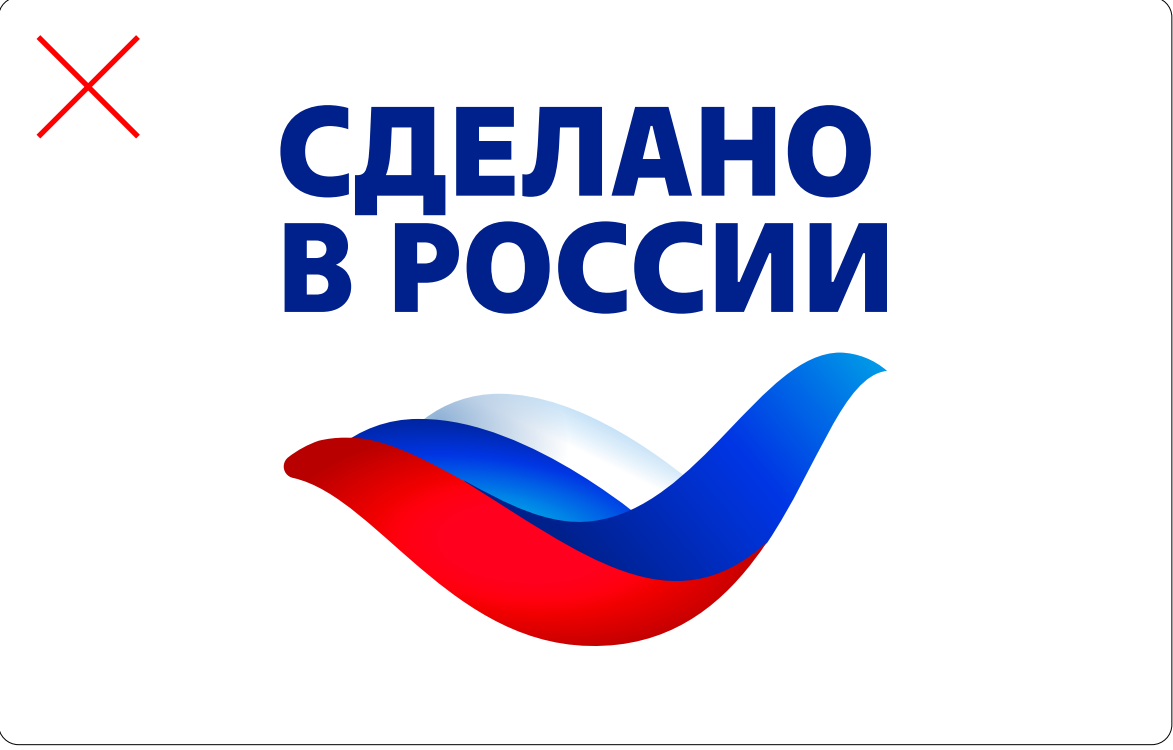
Запрещается нарушать соотношение символа и логотипа «Сделано в России».



Запрещается использование написания «Сделано в России» без фирменного символа.



Запрещается применение других шрифтовых начертаний.



Запрещается использование альтернативных цветов.



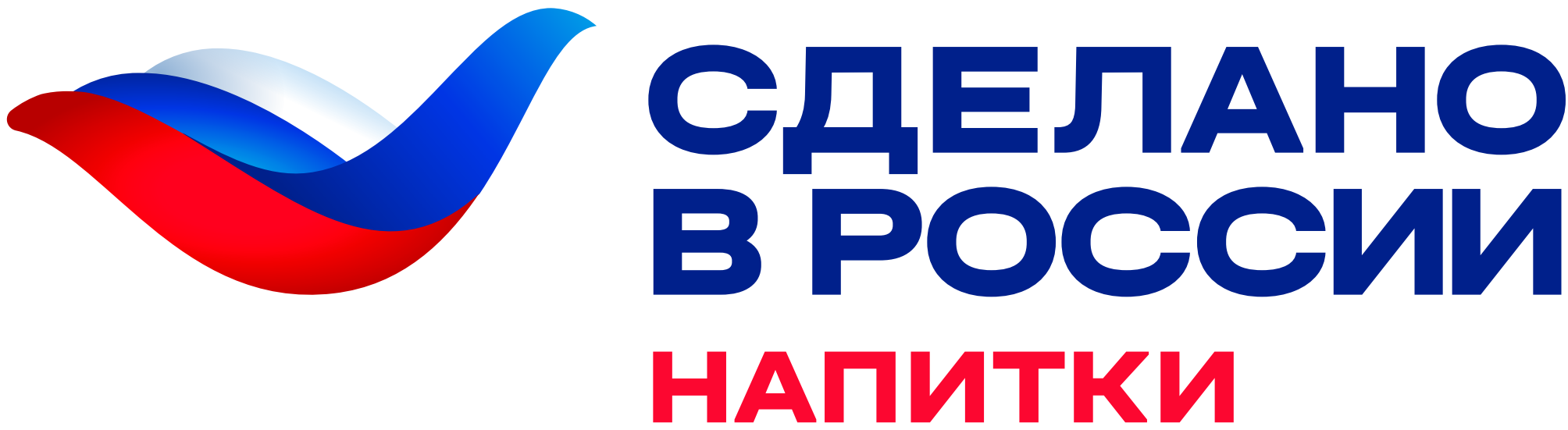
Запрещается использовать обводку логоблока, кроме дополнительной версии.



ОТРАСЛЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Фирменный логоблок может быть дополнен отраслевыми суббрендами, направлениями, применяемой для обозначения конкретной специализации продукта и других элементов.

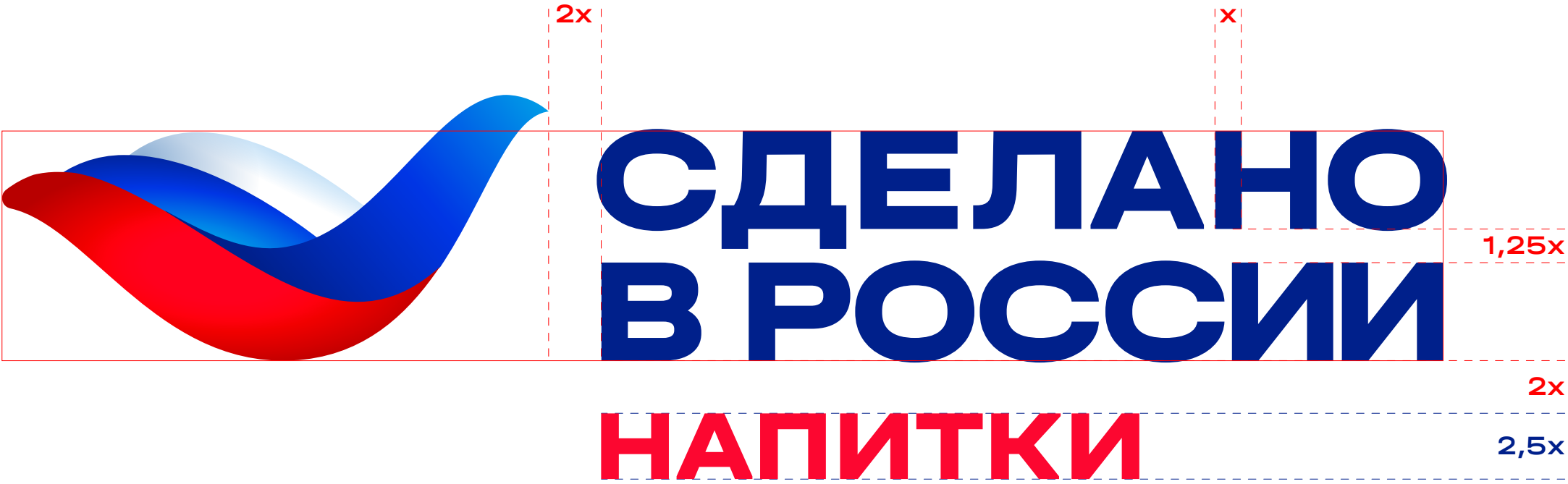
Основная часть логоблока продолжает подчиняться правилам размещения фирменного символа и шрифтовой части по построению. Дополнительный текстовый блок добавляется ниже основного логотипа по правилам, которые описаны далее.



ОТРАСЛЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Все дополнительные элементы вписываются в структуру согласно базовым пропорциям логотипа, что обеспечивает универсальность на любых масштабах и носителях. Запрещается видоизменять соотношение логотипа отраслевого суббренда.

Допускается использование как русскоязычных, так и англоязычных форм — при строгом следовании утверждённым регламентам компоновки.



РЕГИОНАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

В случае необходимости подчеркнуть региональную привязку, рекомендуется использовать версию логоблока с региональным суббрендом.

Логоблок регионального саббренда состоит из фирменного символа и шрифтовой части, где к уже существующей надписи «Сделано в России», добавляется регион.



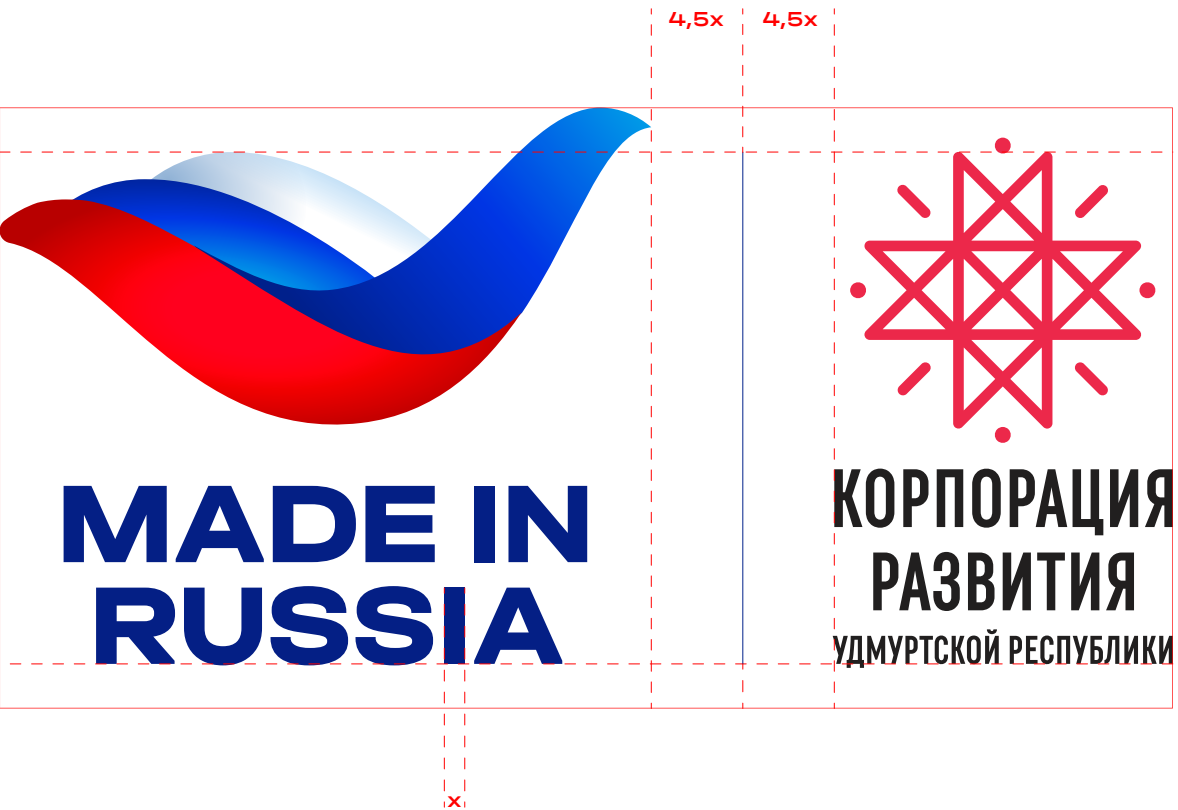
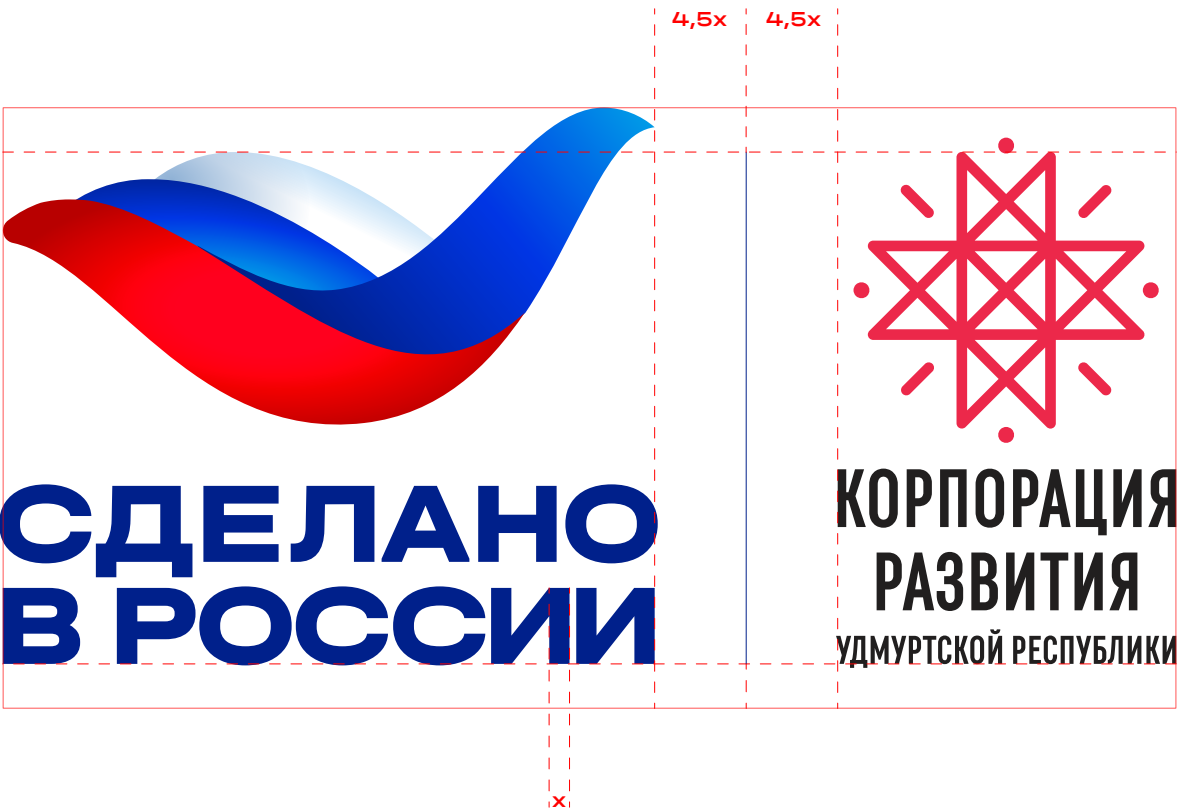
ПАРТНЕРСКОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

Логотип «Сделано в России» размещается так, чтобы сохранялся композиционный и визуальный баланс. Он не должен доминировать в макете. При совместном размещении с другими логотипами учитывается оптический вес, а не фактический размер — логотипы должны выглядеть визуально уравновешенными.

Для партнерского размещения рекомендуется использовать одинаковую компоновку для версии логоблока «Сделано в России» и версии логотипа партнера (например квадратные и вертикальные логотипы с вертикальной версией).

Рекомендуется учитывать особенности и нормативы символов других организаций, чтобы обеспечить корректное, согласованное представление всех знаков в единой композиции, без нарушения фирменного стиля.

Любое нарушение правил размещения и охранной зоны не рекомендуется, чтобы сохранить идентификацию бренда.



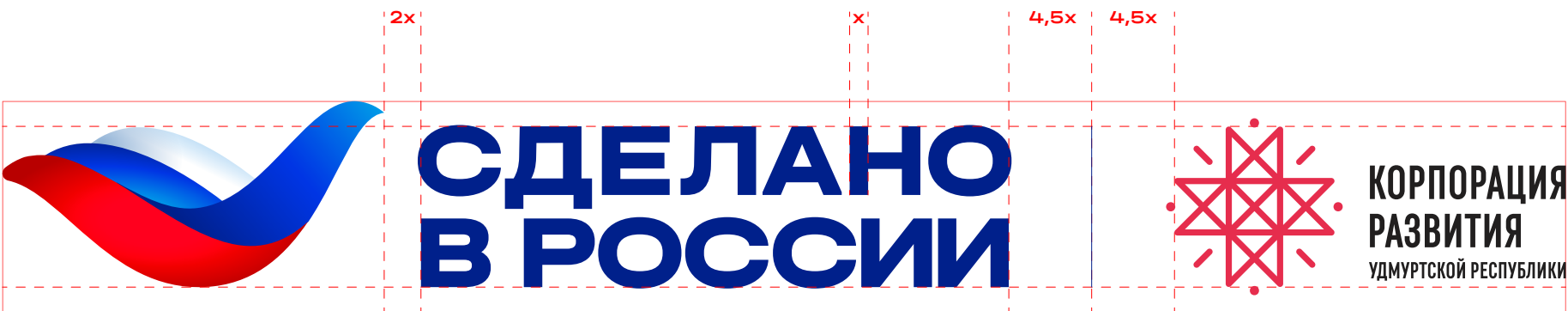
ПАРТНЕРСКОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

Логотип «Сделано в России» размещается так, чтобы сохранялся композиционный и визуальный баланс. Он не должен доминировать в макете. При совместном размещении с другими логотипами учитывается оптический вес, а не фактический размер — логотипы должны выглядеть визуально уравновешенными.

При выборе версии логотипа для партнерского размещения, нужно обратить внимание на логотип партнерской организации и выбрать знак «Сделано в России», который более сопоставим по высоте и ширине (например горизонтальные логотипы с горизонтальной версией).

Важно учитывать особенности и нормативы символов других организаций, чтобы обеспечить корректное, согласованное представление всех знаков в единой композиции, без нарушения фирменного стиля.

Любое нарушение правил размещения и охранной зоны не рекомендуется, чтобы сохранить идентификацию бренда.



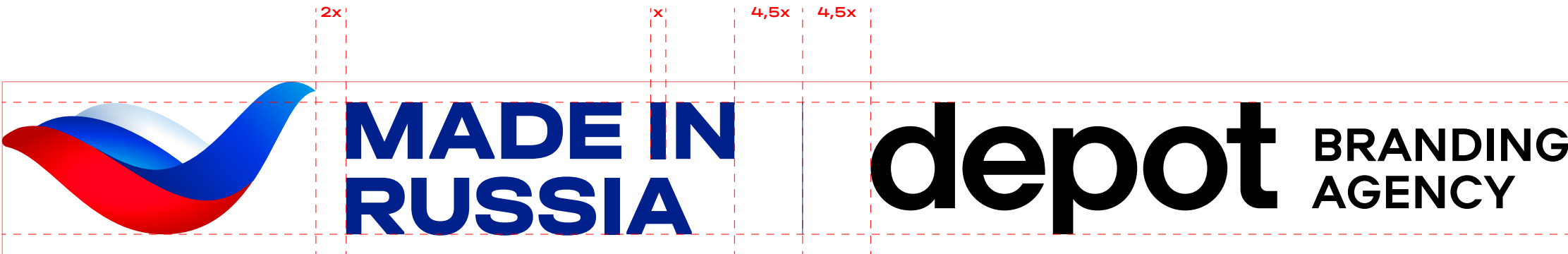
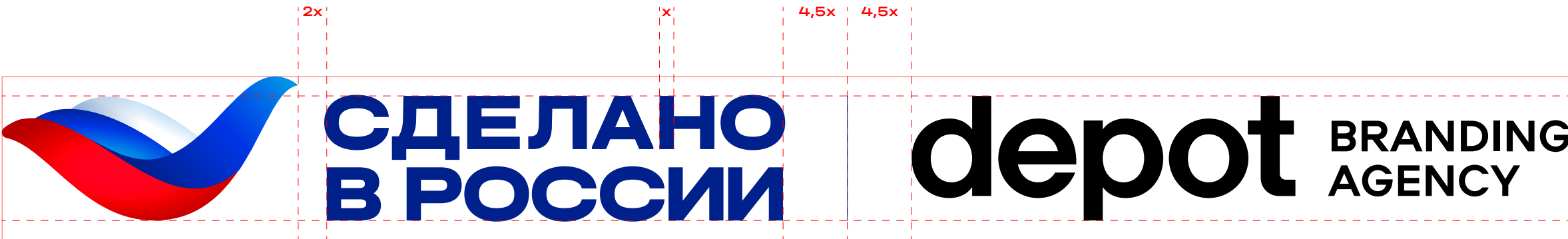
ПАРТНЕРСКОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

При размещении логотипа «Сделано в России» с логотипами регионов или партнеров соблюдается визуальное равноправие — сопоставимый оптический размер и гармоничная композиция.

При этом логотип «Сделано в России» всегда является первым по приоритету:
— в горизонтальной композиции размещается слева;
— в вертикальной — сверху.
Правило обязательно для всех материалов.

Важно учитывать особенности и нормативы символов других организаций, чтобы обеспечить корректное, согласованное представление всех знаков в единой композиции, без нарушения фирменного стиля.

Любое нарушение правил размещения и охранной зоны не рекомендуется, чтобы сохранить идентификацию бренда.



ПАРТНЕРСКОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ

При размещении логотипа «Сделано в России» с логотипом Центра Поддержки Экспорта соблюдается визуальное равноправие — сопоставимый оптический размер и гармоничная композиция.

При этом логотип «Сделано в России» всегда является первым по приоритету:

- в горизонтальной композиции размещается слева;
- в вертикальной — сверху.

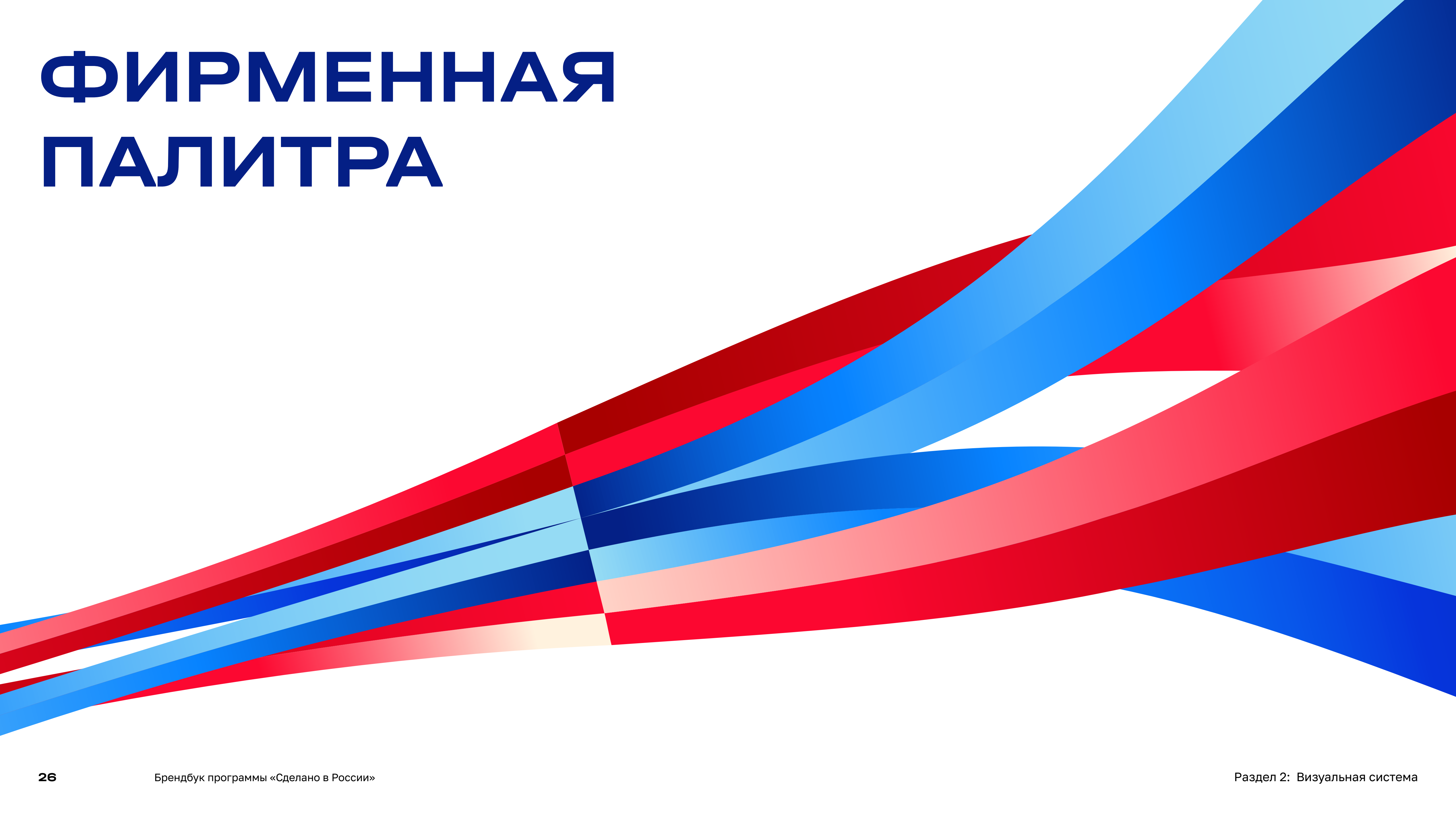
Правило обязательно для всех материалов.

Важно учитывать особенности и нормативы символов других организаций, чтобы обеспечить корректное, согласованное представление всех знаков в единой композиции, без нарушения фирменного стиля.

Любое нарушение правил размещения и охранной зоны не рекомендуется, чтобы сохранить идентификацию бренда.



ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА



ОСНОВНАЯ ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

Основными цветами бренда «Сделано в России» являются цвета используемые в логоблоке. Цвета, которые сохраняются как во внутренней, так и во внешней коммуникации.

Для физических носителей самой точной передачей цвета является PANTONE, в случаях когда panton невозможно использовать, следует воспользоваться палитрой CMYK. Для диджитал носителей (например, посты в социальных сетях) используется цветовая палитра RGB.



Цвет написания текста в логоблоке
PANTONE 286C
CMYK 100 79 18 0
RGB 4 31 133



Цвет синей заливки символа
PANTONE 2195C
CMYK 95 44 0 0
RGB 24 55 183



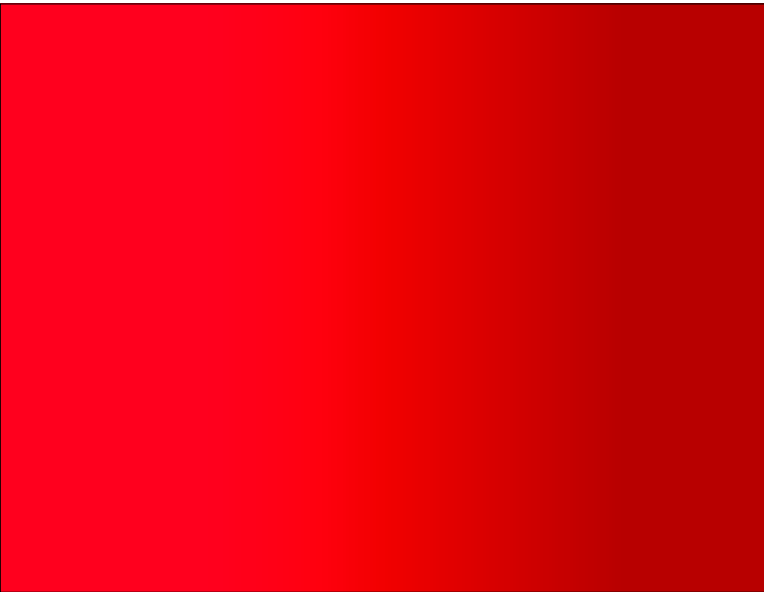
Цвет красной заливки символа
PANTONE 1787C
CMYK 0 87 60 0
RGB 230 52 59



Цвет белого градиента в символе
WHITE / PANTONE 290C
WHITE / CMYK 26 5 0 0
WHITE / RGB 190 217 242



Цвет синего градиента в символе
PANTONE 200C / 2172C / 286C
CMYK 17 100 78 7 / 89 77 0 0 / 100 79 18 0
RGB 154 30 19 / 6 52 219 / 4 31 133



Цвет красного градиента в символе
PANTONE 1787C / 200C
CMYK 0 87 60 0 / 17 100 78 7
RGB 154 30 19 / 154 30 19

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Для использования в фирменной графике «Сделано в России» используется дополнительная цветовая палитра градиентов.

Для физических носителей самой точной передачей цвета является PANTONE, в случаях когда panton невозможно использовать, следует воспользоваться палитрой CMYK. Для диджитал носителей (например, посты в социальных сетях) используется цветовая палитра RGB.



WHITE / PANTONE 298C
WHITE / CMYK 69 7 0 0
WHITE / RGB 85 168 220



PANTONE 2975C / 2195C / 286C
CMYK 45 0 7 0 / 95 44 0 0 / 100 79 18 0
RGB 140 247 255 / 7 131 255 / 24 55 183



PANTONE 2975C / 2195C
CMYK 45 0 7 0 / 95 44 0 0
RGB 140 247 255 / 7 131 255



PANTONE 7499C / 1787C / 200C
CMYK 9 7 38 0 / 0 87 60 0 / 17 100 78 7
RGB 255 242 222 / 230 52 59 / 154 30 19

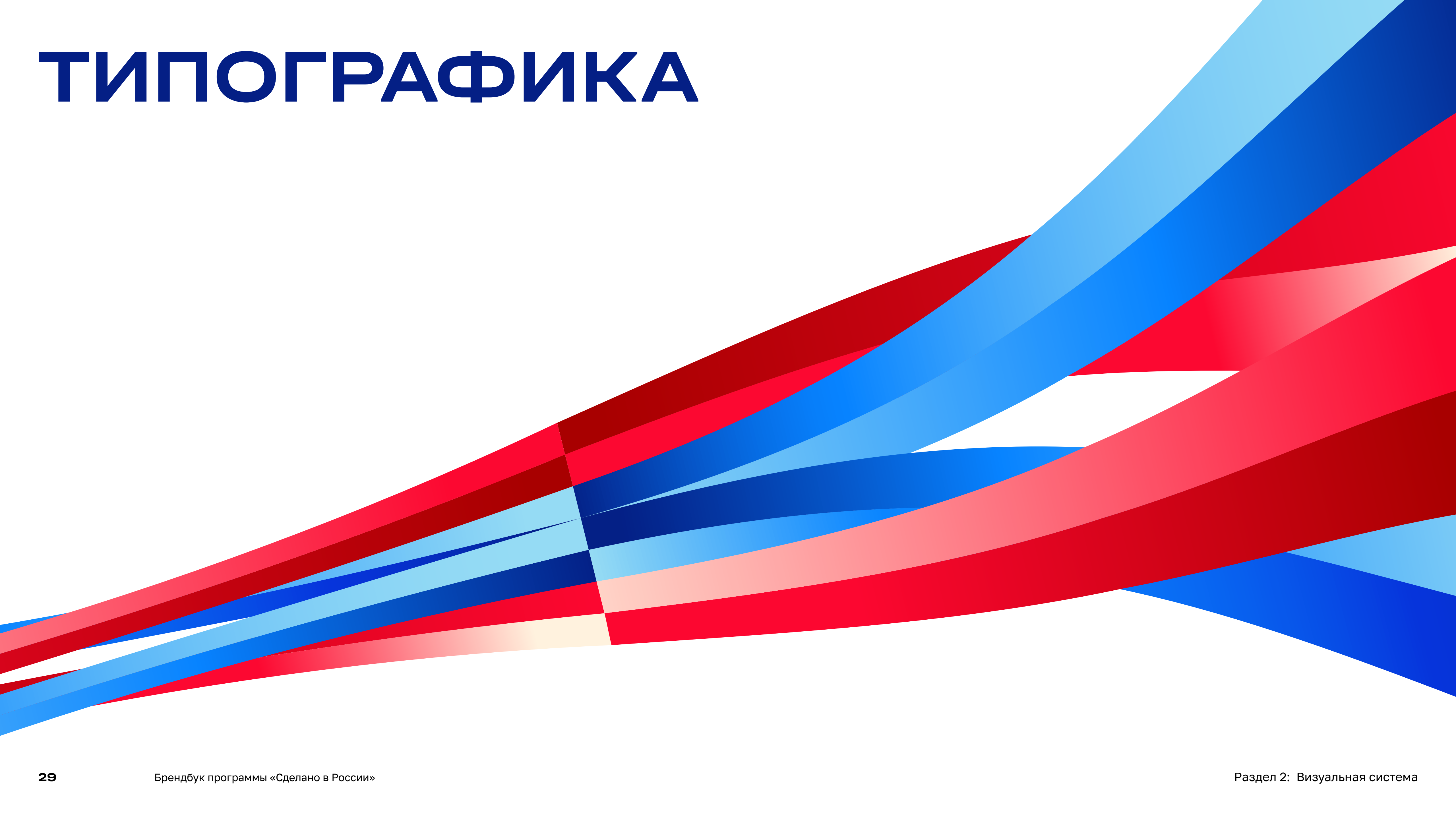


PANTONE 7499C / 1787C
CMYK 9 7 38 0 / 0 87 60 0
RGB 255 242 222 / 230 52 59



PANTONE 2337C / 200C
CMYK 0 33 23 0 / 17 100 78 7
RGB 255 190 166 / 154 30 19

ТИПОГРАФИКА



ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Фирменный шрифт Halvar Breitschrift является основной акцидентной гарнитурой для всех материалов бренда «Сделано в России» и имеет приоритет в использовании. Альтернативные гарнитуры применяются только в случаях, когда нет возможности использовать шрифт Halvar Breitschrift.

В брендинге «Сделано в России» используется два начертания Halvar Breitschrift: Medium и Extra Bold.

Для заголовков первого порядка рекомендуется использовать начертание Extra Bold, для заголовков второго порядка и коротких текстовых блоков рекомендуется использовать Medium.

Halvar Breitschrift

Medium

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? 1/4 1/2 3/4 ©

Extra Bold

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? 1/4 1/2 3/4 ©

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Фирменный шрифт Golos является основной наборной гарнитурой для всех материалов «Сделано в России» и имеет приоритет в использовании. Альтернативные гарнитуры применяются только в случаях, когда нет возможности использовать шрифт Golos.

В брендинге «Сделано в России» используется два начертания Golos: Regular и Medium.

Golos

Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? ¼ ½ ¾ ©

Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? ¼ ½ ¾ ©

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ШРИФТ: КИТАЙ

При необходимости использования иностранного языка (Китайский) используется шрифт - в аналогичных начертаниях Bold и Extra Bold.

В случаях когда текст набирается на русском или английском языке, шрифт запрещён к использованию.

Chinese font

常用字 (基础展示)
我 你 他 她 它
中 国 文 字 汉
时 间 生 活 工 作
新 年 学 校 城 市
爱 心 力 气 平 安
海 天 山 水 日 月

复杂与简易字形混合
简 繁 难 易 强 弱
龙 风 云 雨 雪 雷
医 院 病 健 体 气

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? ¼ ½ ¾ ©

结构多样性 (左右 / 上下 / 包围)
树 林 森 火 炎 焱
明 晴 影 虫 蛇 虎
问 问 间 闭 门 开
园 国 回 困 图 园
想 想 意 愿 情 感

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

В случаях, когда нет возможности пользоваться основным шрифтом Halvar Breitschrift (например, презентации в Power Point), можно воспользоваться дополнительным универсальным шрифтом Arial.

В брендинге «Сделано в России» используется два начертания Arial: Regular и Bold.

Arial

Regular

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? ¼ ½ ¾ ©

Bold

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъь Ыы Ьъ Ээ
Юю Яя

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
! @ \$ % & () ? ¼ ½ ¾ ©

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТИПОГРАФИКЕ

Halvar Breitschrift Extra Bold и Arial Bold (когда невозможно использовать Halvar Breitschrift) рекомендуется использовать для заголовков, подзаголовков и выделений в тексте.

Halvar Breitschrift Medium (текст строчными), Golos Regular (текст обычного размера) и Arial Regular (когда невозможно использовать Halvar Breitschrift) рекомендуется использовать для основного текста, описаний.

Соотношение размеров между заголовками и основным текстом должно составлять не менее 20 %.

Рекомендуется левая и центральная выключка. Выравнивание текста осуществляется по фирменному знаку, или по границе отступов от краев.

СДЕЛАНО В РОССИИ
РАБОТАЕТ ДЛЯ МИРА

МЫ ВЕРИМ, ЧТО ИСТИННОЕ
КАЧЕСТВО РОЖДАЕТСЯ
НА СТЫКЕ УВАЖЕНИЯ К ИСТОКАМ
И СМЕЛОГО ВЗГЛЯДА ВПЕРЕД

Мы верим, что истинное качество
рождается на стыке уважения
к истокам и смелого взгляда вперед

СДЕЛАНО В РОССИИ
РАБОТАЕТ ДЛЯ МИРА

МЫ ВЕРИМ, ЧТО ИСТИННОЕ
КАЧЕСТВО РОЖДАЕТСЯ
НА СТЫКЕ УВАЖЕНИЯ К ИСТОКАМ
И СМЕЛОГО ВЗГЛЯДА ВПЕРЕД

Мы верим, что истинное качество
рождается на стыке уважения
к истокам и смелого взгляда вперед

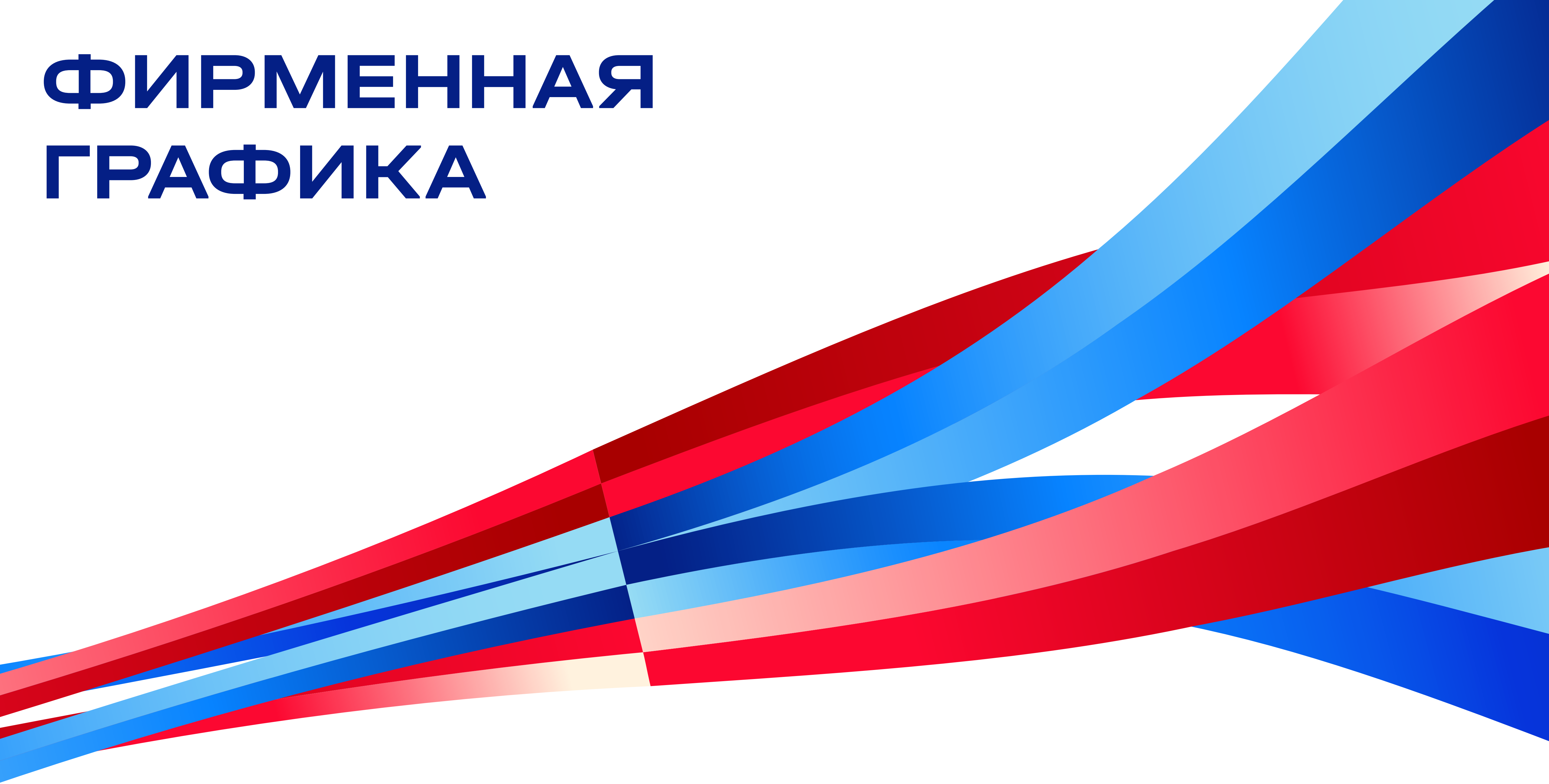
СДЕЛАНО В РОССИИ
РАБОТАЕТ ДЛЯ МИРА

Мы верим, что истинное качество
рождается на стыке уважения
к истокам и смелого взгляда вперед

СДЕЛАНО В РОССИИ
РАБОТАЕТ ДЛЯ МИРА

Мы верим, что истинное качество
рождается на стыке уважения
к истокам и смелого взгляда вперед

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА



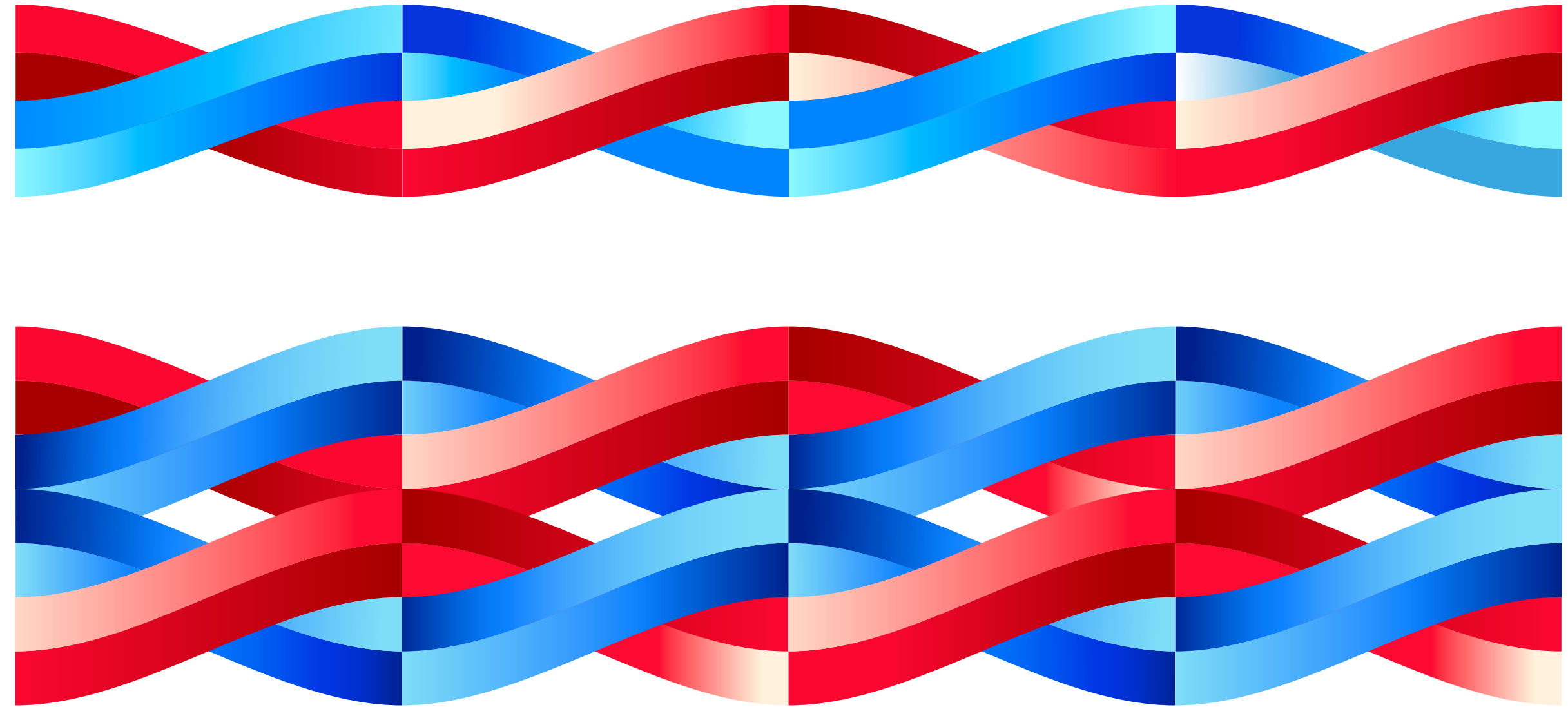
ТИП ФИРМЕННОЙ ГРАФИКИ — «КОСИЧКА»

Тип фирменной графики «косичка» имеет фиксированный принцип построения и не видоизменяется внутри этого типа фирменной графики. «Косичка» может комбинироваться и создавать единый орнамент. Такой тип фирменной графики рекомендуется использовать в случаях, когда в центре макета находится короткое имиджевое сообщение. Используется во всех типах макетов в разных конфигурациях, которые будут описаны далее.

Помимо основного элемента, фирменной графики «косичка» может комбинироваться по двум типам:

1 - скрещивание «косички» образующее составную фигуру (может быть исполнено в любых разрешенных цветах) этот тип используется как графический элемент в композиции.

2 - скрещивание «косички» образующее фоновый паттерн (может быть исполнено в любых разрешенных цветах) этот тип используется как фон макета

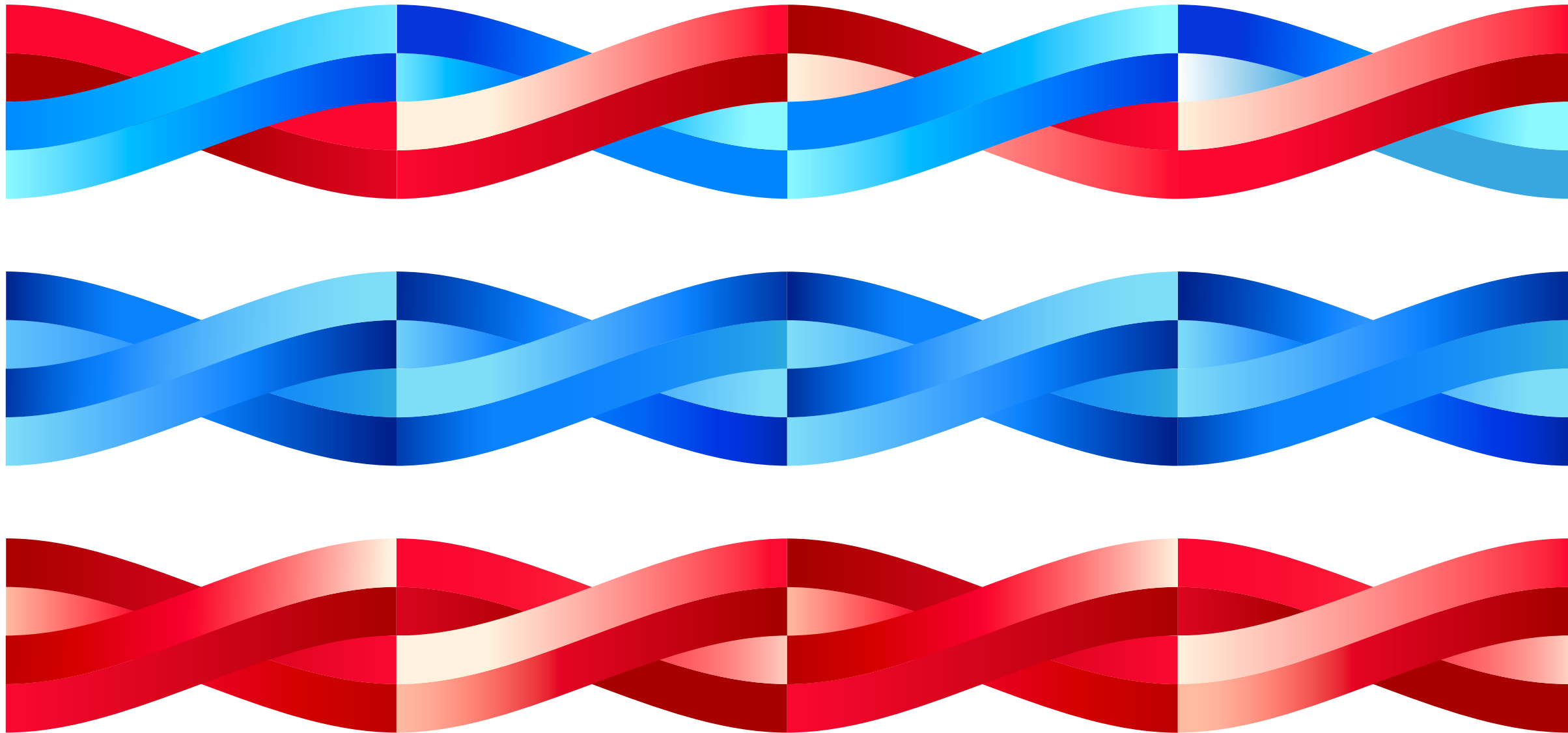


ТИП ФИРМЕННОЙ ГРАФИКИ — «КОСИЧКА»

У этого типа фирменной графики предусмотрено 3 базовых цветовых решения, которые используются во всем брендинге:

- синий + красный
- синий
- красный

Для заполнения фигуры цветом, разрешено использование только указанных в руководстве цветов (смотри раздел цветовая палитра).



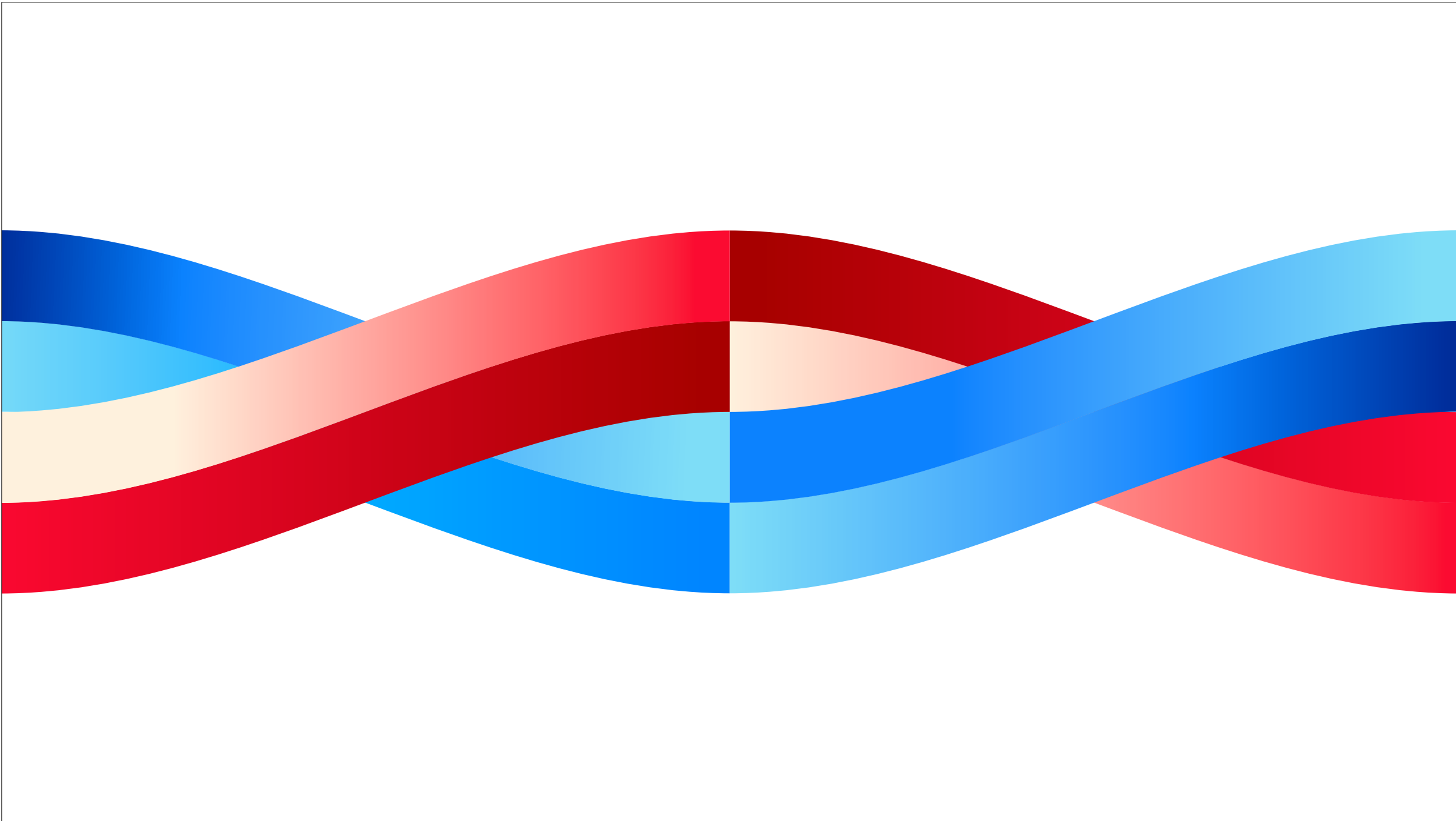
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИКИ «КОСИЧКА»

Фирменная графика «косичка» используется в качестве графического элемента в общей композиции только в горизонтальном формате.

В случае использования два типа комбинирования, фоновое изображение, созданное из «косички», может поворачиваться на 90°.

Не рекомендуется накладывать надписи и другую информацию на графику, чтобы сохранить читабельность информации и не нарушить вид графики.

Такой тип графики рекомендуется использовать в случаях, когда в центре макета находится короткое имиджевое сообщение.



Пример расположения фирменной графики «косичка» на макете

ПРИМЕРЫ ВЕРСТКИ С ГРАФИКОЙ «КОСИЧКА»

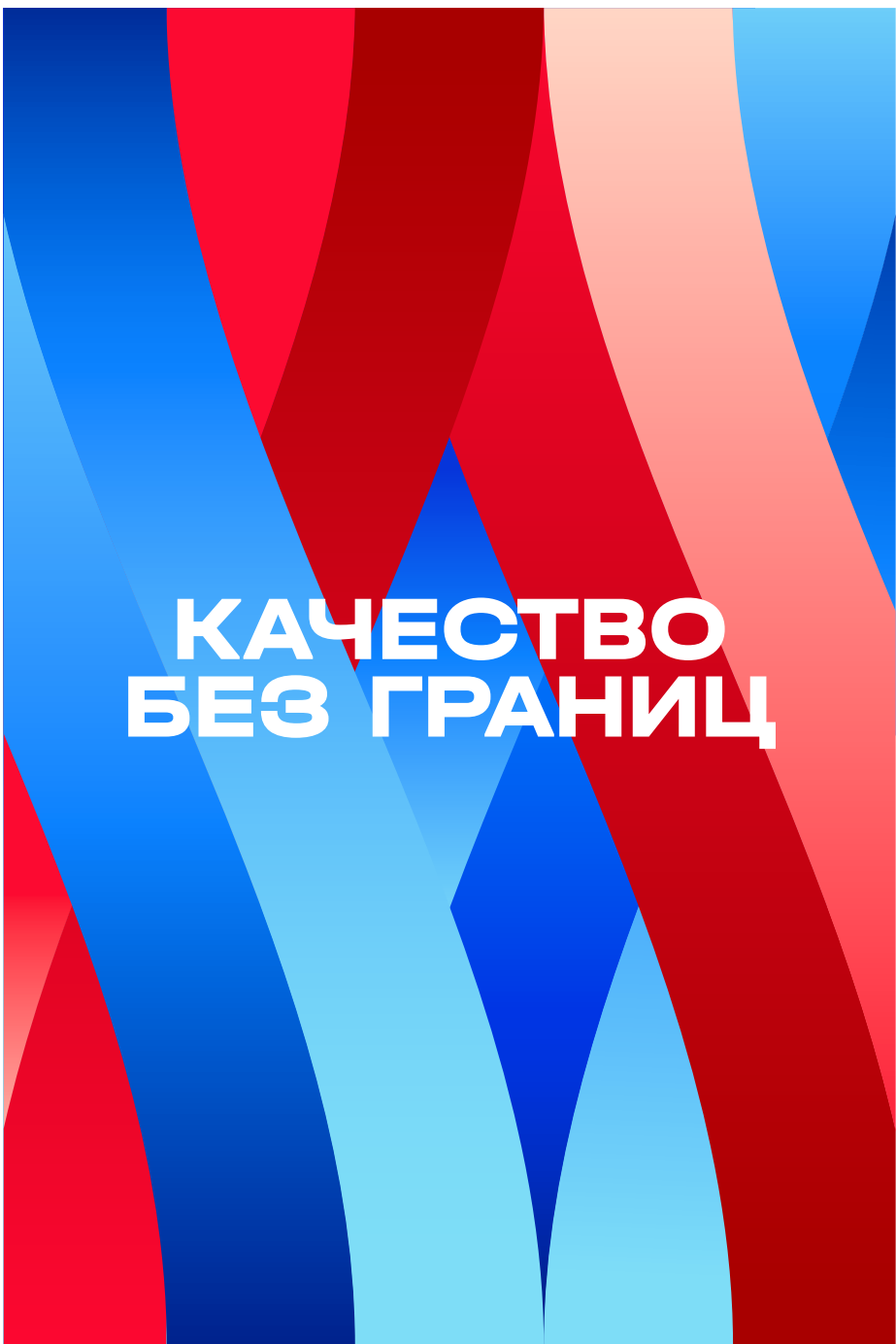
Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



Пример верстки макета 2:1



Пример верстки макета 1:2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИКИ «КОСИЧКА»

Помимо основных вариантов, фирменная графика «косичка» может становиться контурной графикой, в этом типе графики она является фоновым изображением в сочетании с фоном в виде градиентной заливки. Также может поворачиваться на 90° в макетах.

Использование такой версии «косички» не допускается вне сочетания с фоном в виде градиентной заливки.



Пример расположения фирменной графики «косичка» на макете

ПРИМЕРЫ ВЕРСТКИ С ГРАФИКОЙ «КОСИЧКА»

Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



Пример верстки макета 2:1



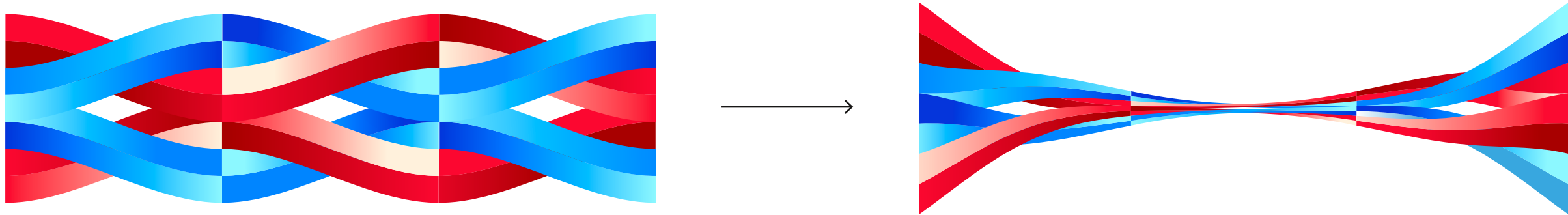
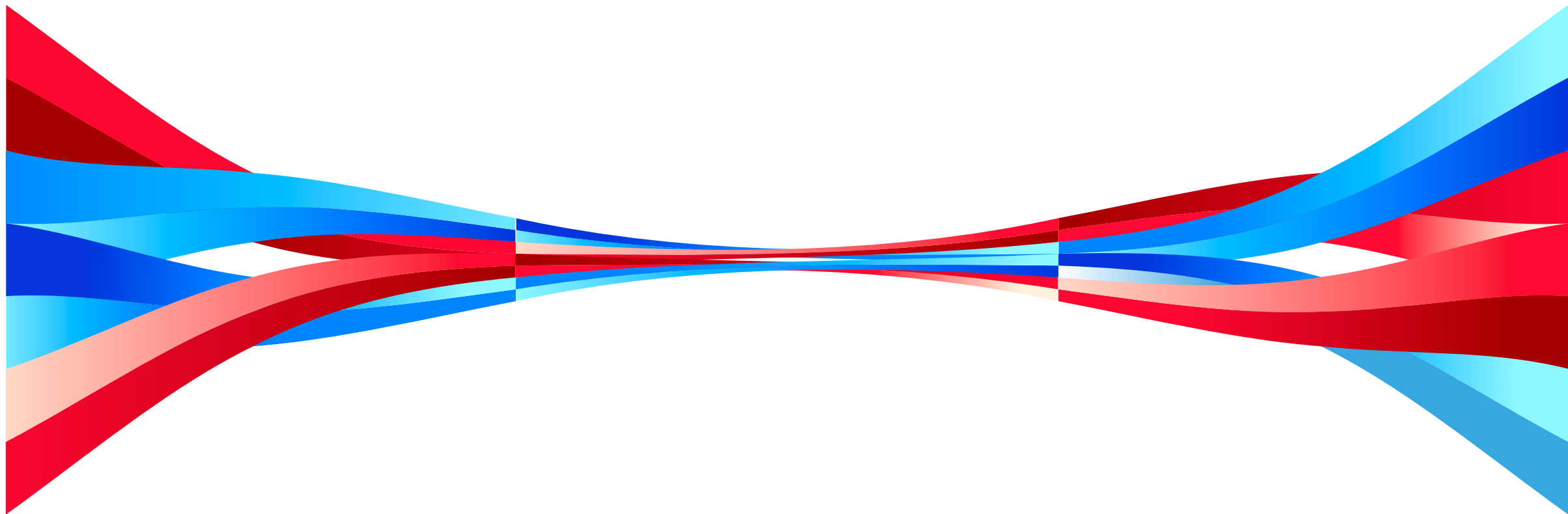
Пример верстки макета 1:2

ТИП ФИРМЕННОЙ ГРАФИКИ — «ЛЕНТА»

Тип фирменной графики «лента» происходит от типа фирменной графики «косичка». Этот тип графики гибкий и в отличие от других типов графики имеет возможность видоизменяться. Изменение типа графики происходит с помощью определенных инструментов в программа Adobe Illustrator.

Действия в Adobe Illustrator:
Для превращения комбинированной «косички» в «ленту» в программе:

- 1 - откройте окно **Appearance** (Внешний вид)
- 2 - примените для «косички» эффект **Warp** (Искажение)
- 3 - примените в нем параметр **Bulge** (Выпуклость)
- 4 - выберите параметр **Horizontal** (По горизонтали)
- 5 - в параметре **Bend** (Наклон) выставите значение -38%



ТИП ФИРМЕННОЙ ГРАФИКИ — «ЛЕНТА»

Тип графики «лента» рекомендуется использовать в продуктовых и бизнес-коммуникациях. «Лента» видоизменяется в своеобразную «волну», для видоизменения нет конкретных ограничений, но стоит учитывать состав макета и сообщения.

Действия в Adobe Illustrator:

Для деформации «ленты» в Adobe Illustrator:

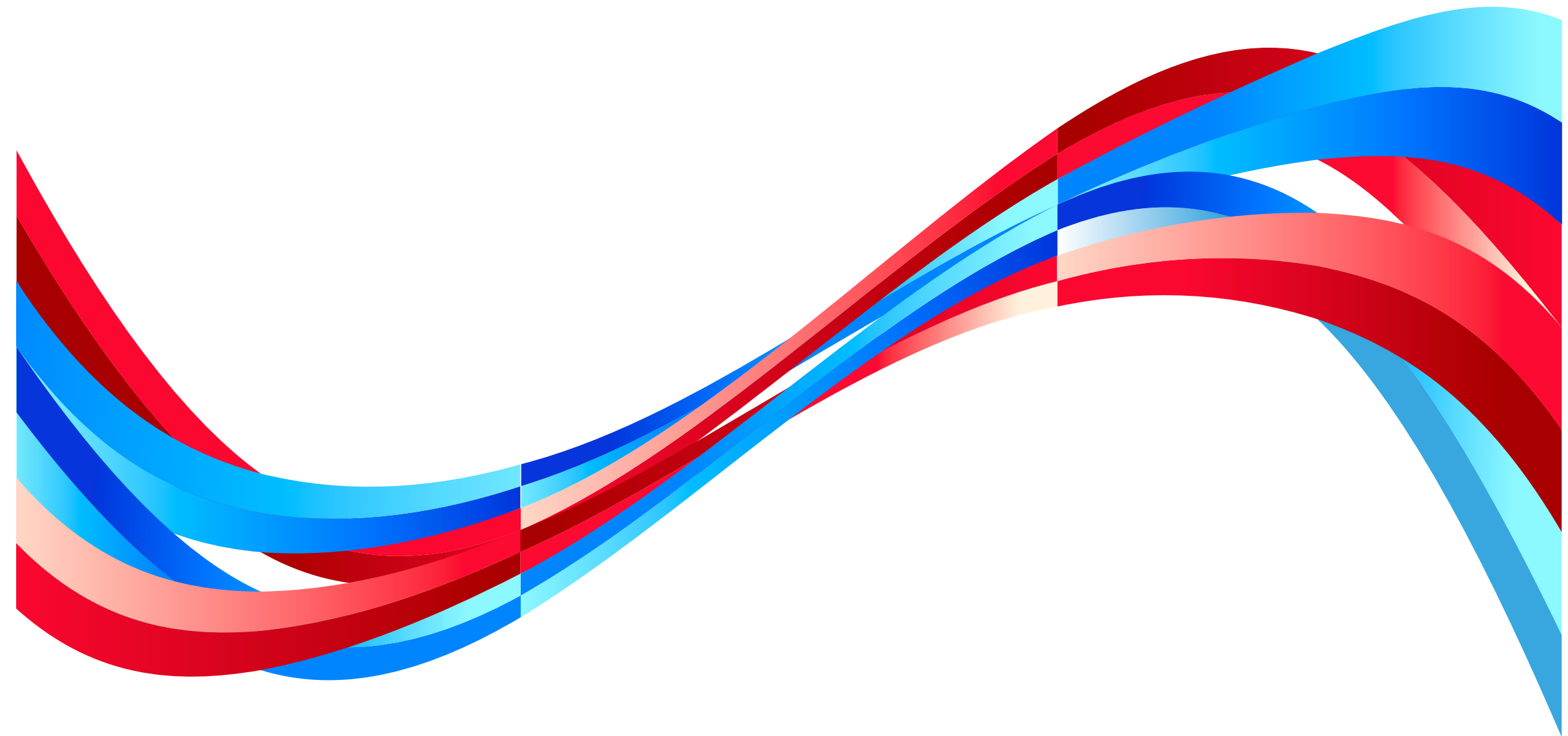
1 - откройте окно **Appearance** (Внешний вид)

2 - поверх эффекта **Bulge** (Выпуклость) добавьте эффект **Warp** (Искажение) с пунктом **Flag** (Флаг)

3 - в пункте **Flag** выберите параметр **Horizontal** (По горизонтали) и выставьте параметр **Bend** (Наклон) на 100% или -100%.

Для редактирования «ленты»:

в пункте **Distortion** (Искажение) разрешено менять параметр **Horizontal** (По горизонтали), параметр **Vertical** (По вертикали) менять не рекомендуется.

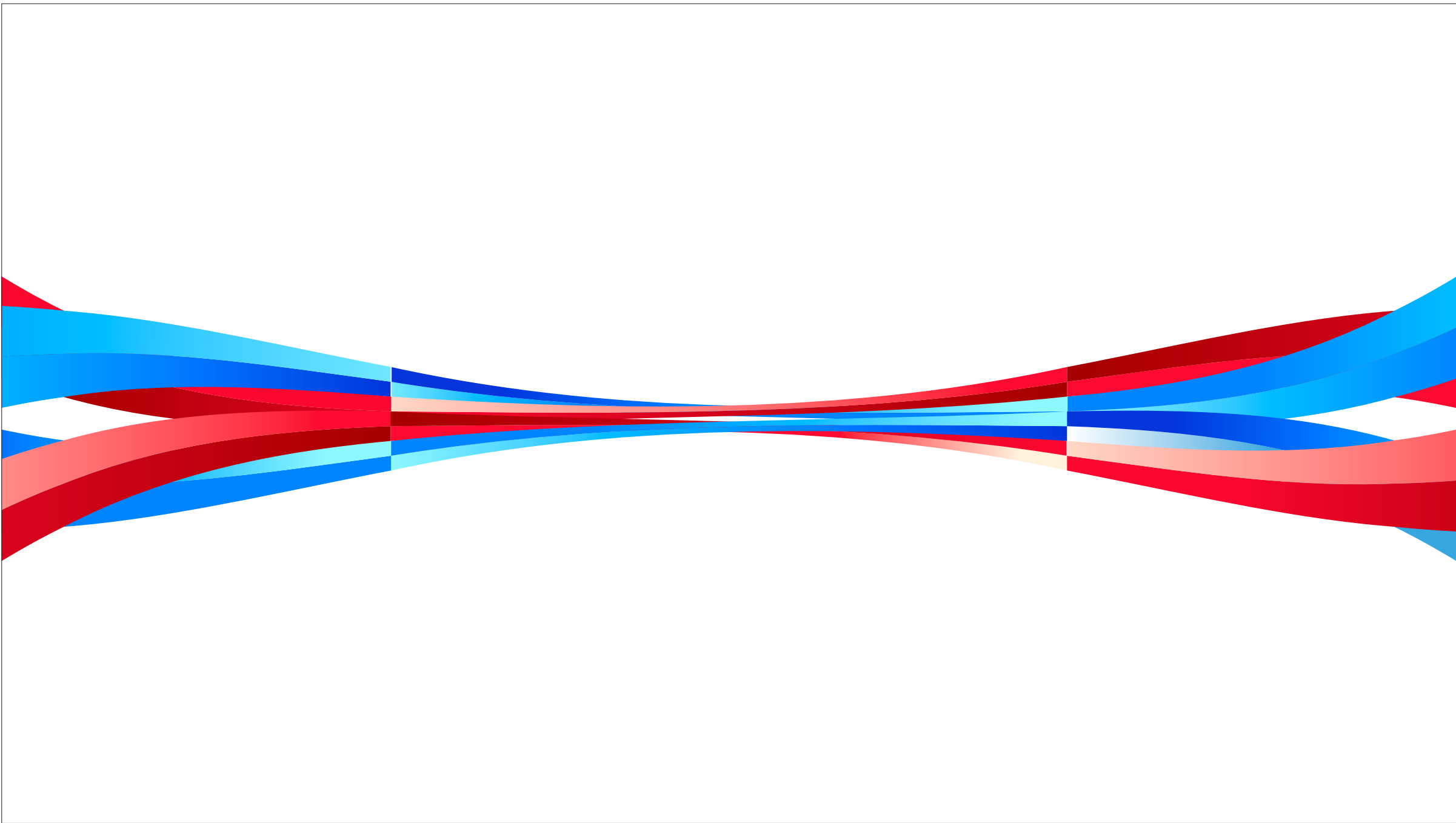


ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИКИ «ЛЕНТА»

Фирменная графика «лента» используется в качестве графического элемента в общей композиции под любым углом. Этот тип графики рекомендуется подбирать под каждый макет отдельно и подбирать максимально подходящий ракурс для более динамичного финального вида.

Фирменная графика «лента» больше подходит для использования в бизнес коммуникации, так как есть возможность аккуратнее добавить этот элемент в макет, при этом, не потеряв идентичность.

Не рекомендуется накладывать надписи и другую информацию на графику, чтобы сохранить читабельность информации и не нарушить вид графики.



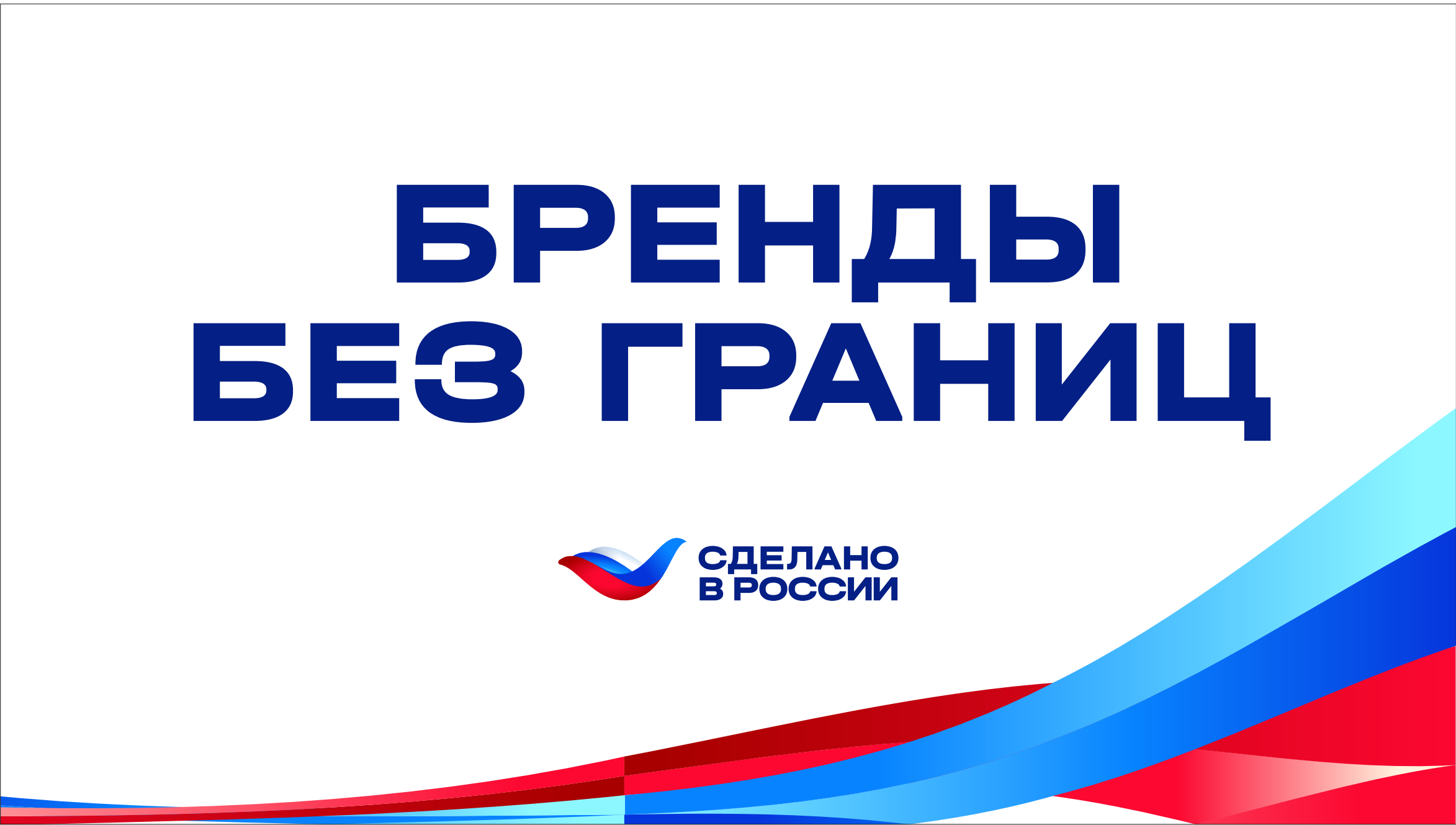
Пример расположения фирменной графики «лента» на макете

ПРИМЕРЫ ВЕРСТКИ С ГРАФИКОЙ «ЛЕНТА»

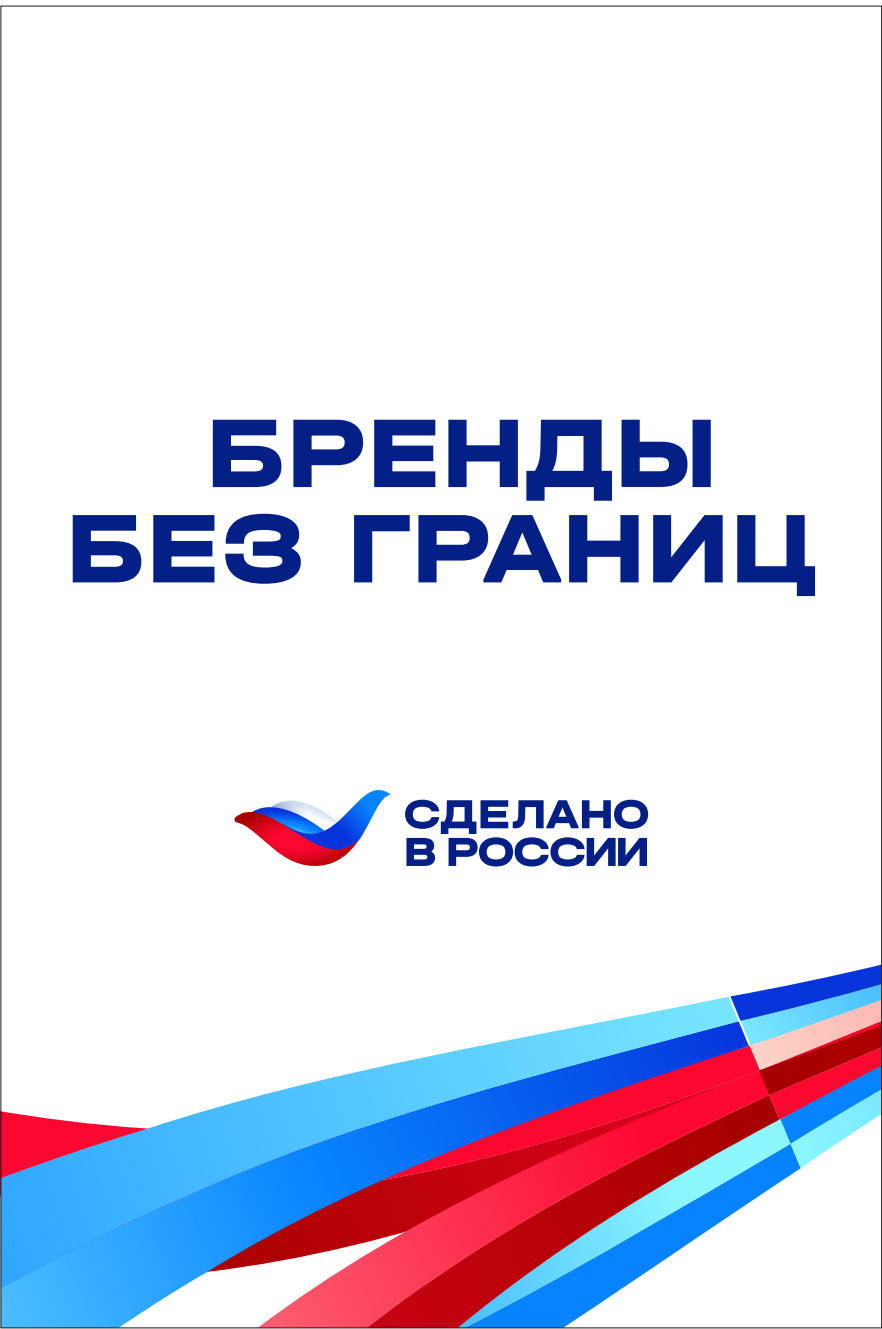
Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



Пример верстки макета 2:1



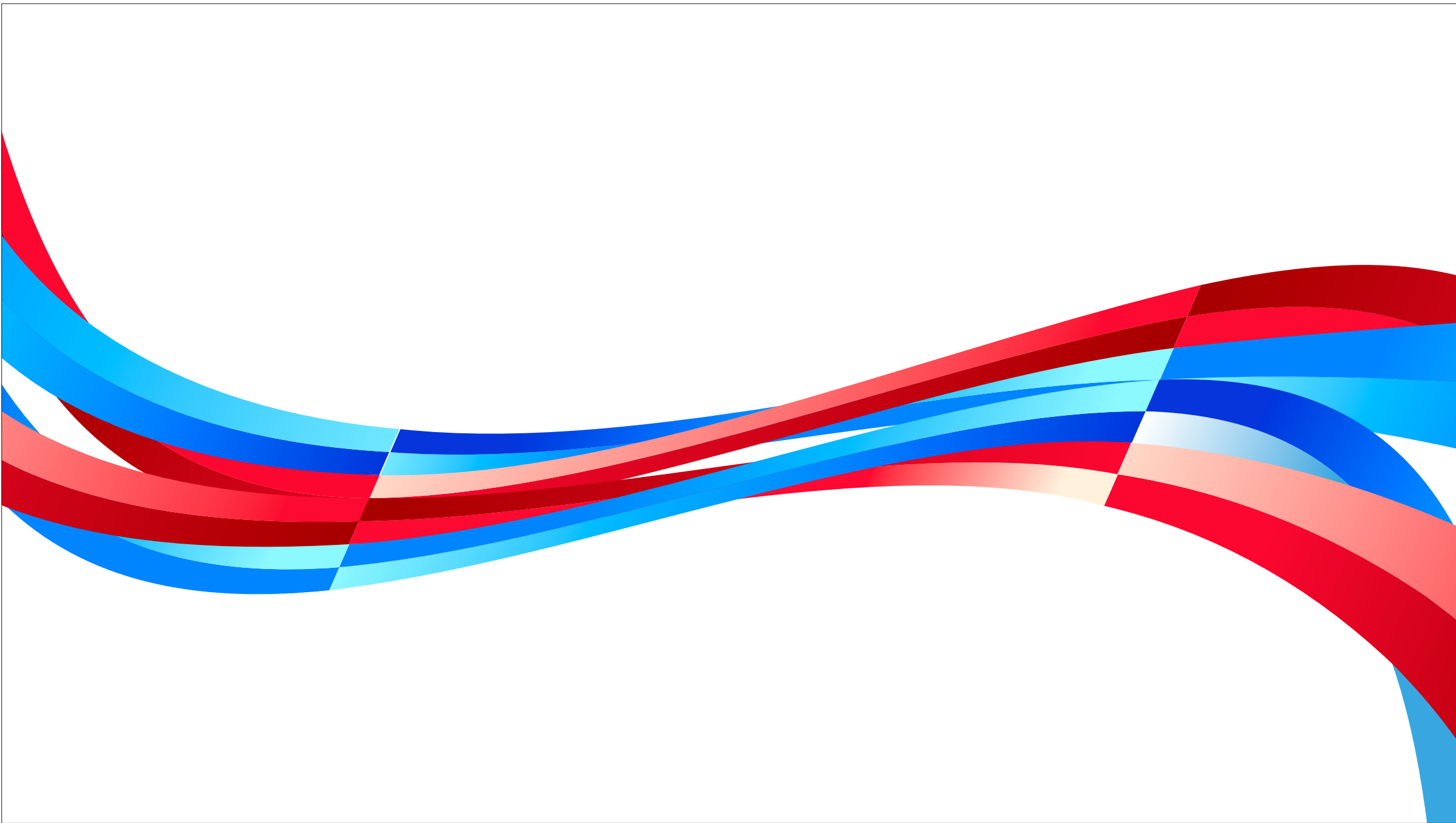
Пример верстки макета 1:2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАФИКИ «ЛЕНТА»

Фирменная графика «лента» используется в качестве графического элемента в общей композиции под любым углом. Этот тип графики рекомендуется подбирать под каждый макет отдельно и подбирать максимально подходящий ракурс для более динамичного финального вида.

Фирменная графика «лента» больше подходит для использования в бизнес коммуникации, так как есть возможность аккуратнее добавить этот элемент в макет, при этом, не потеряв идентичность.

Не рекомендуется накладывать надписи и другую информацию на графику, чтобы сохранить читабельность информации и не нарушить вид графики.



Пример расположения фирменной графики «лента» на макете

ПРИМЕРЫ ВЕРСТКИ С ГРАФИКОЙ «ЛЕНТА»

Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



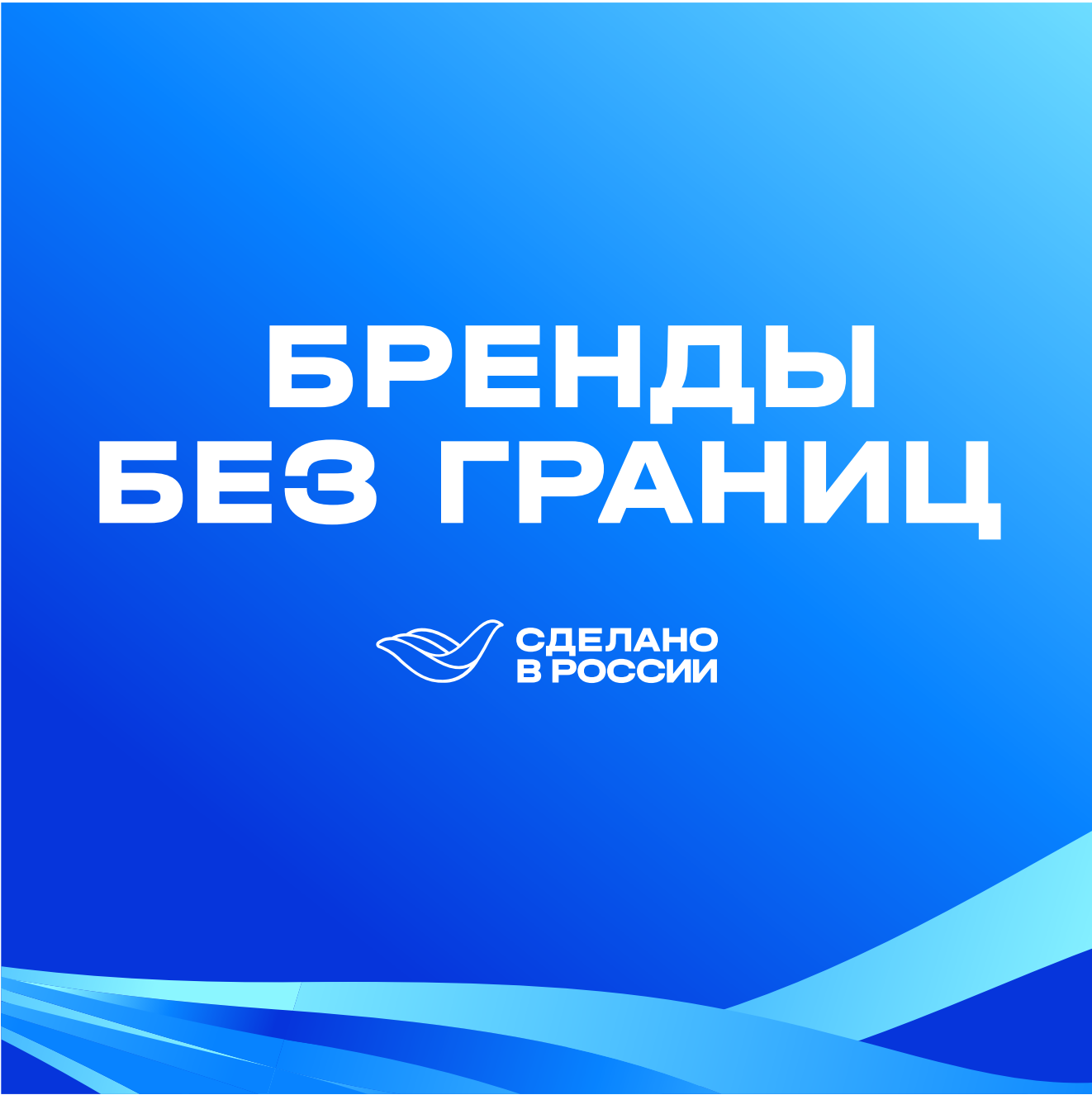
Пример верстки макета 2:1



Пример верстки макета 1:2

АЛЬТЕРНАТИВА ГРАФИКИ «ЛЕНТА»

Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



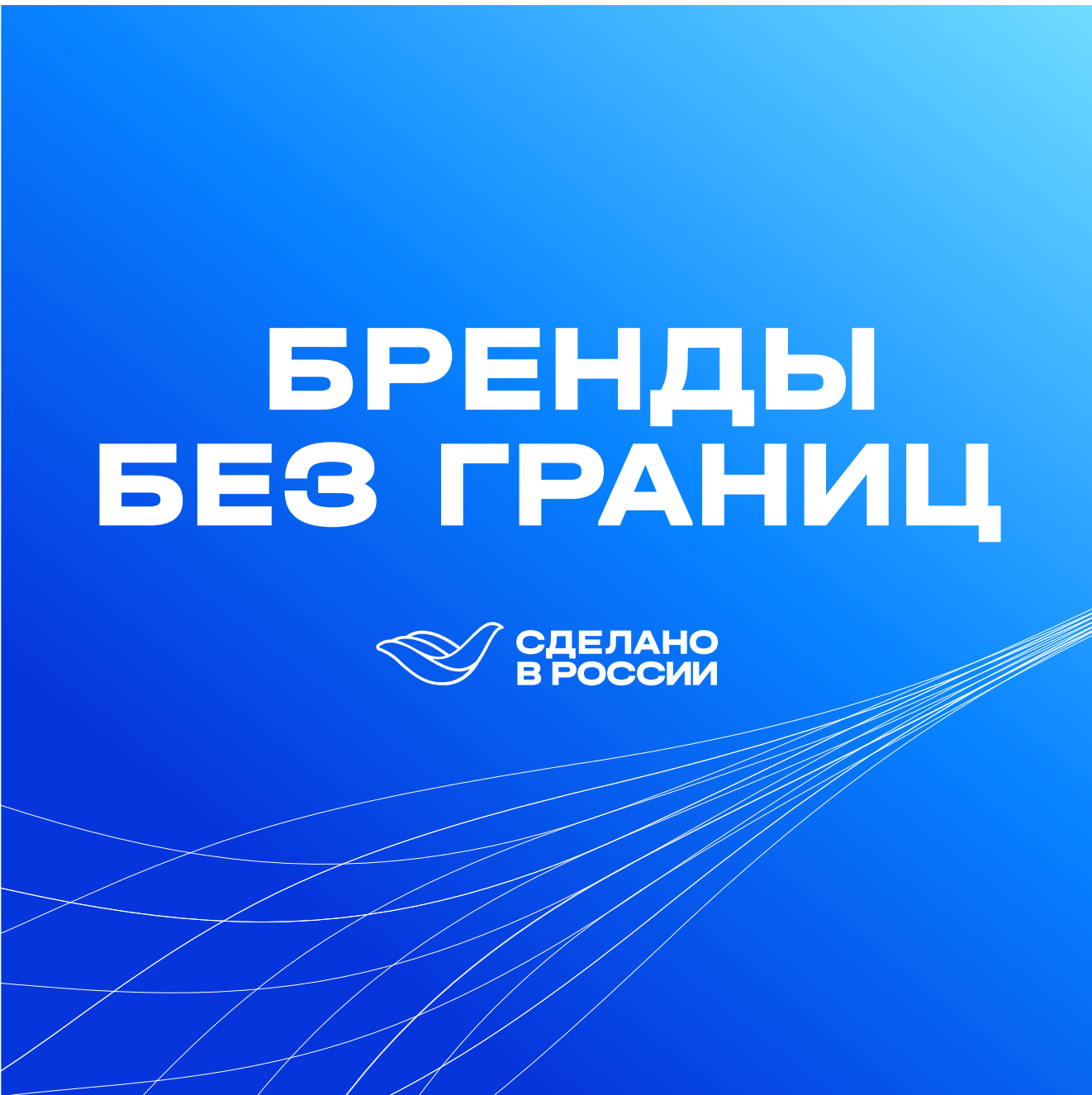
Пример верстки макета 2:1



Пример верстки макета 1:2

АЛЬТЕРНАТИВА ГРАФИКИ «ЛЕНТА»

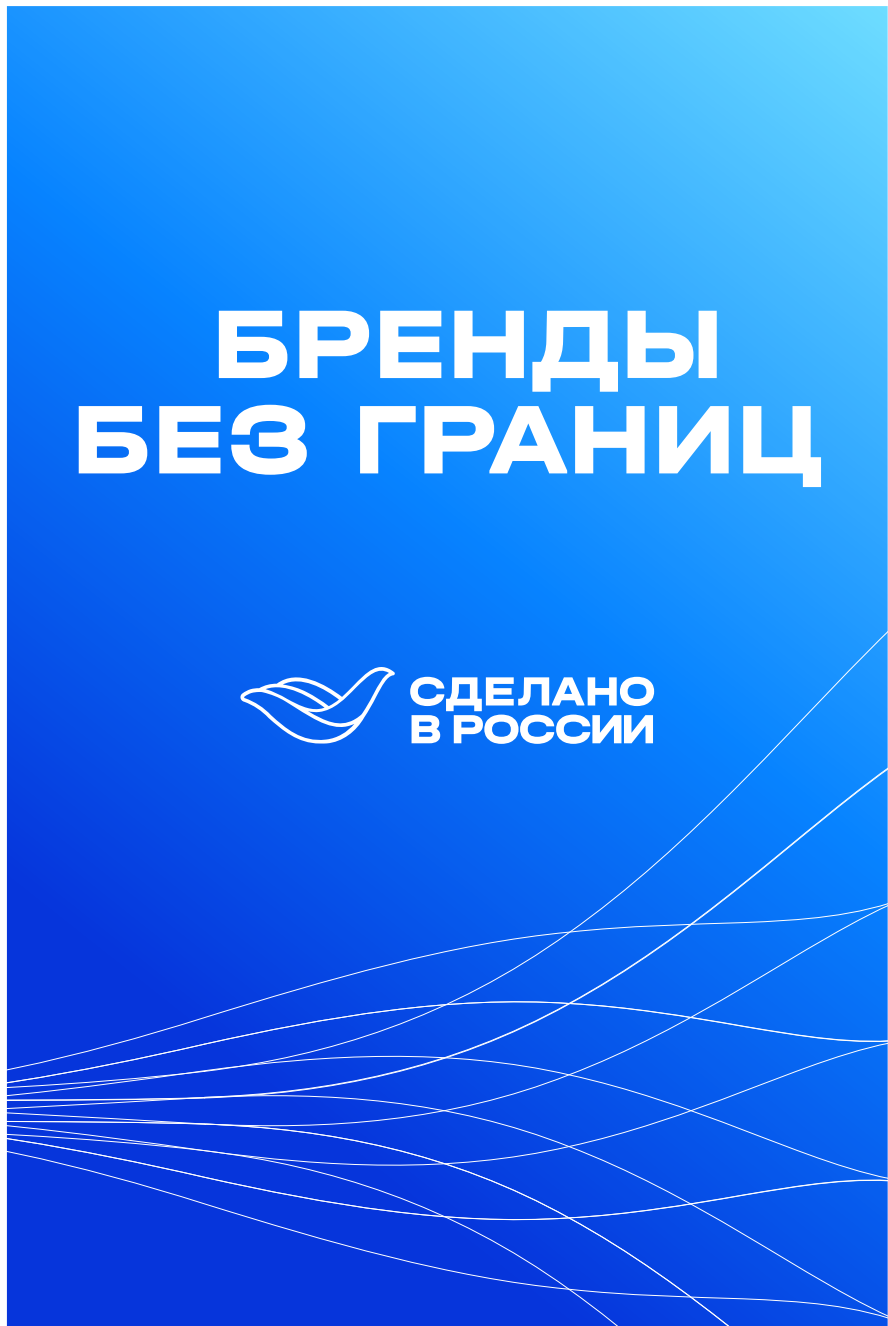
Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1



Пример верстки макета 2:1



Пример верстки макета 1:2

АЛЬТЕРНАТИВА ГРАФИКИ «ЛЕНТА»

Варианты расположения графики на макете



Пример верстки макета 1:1

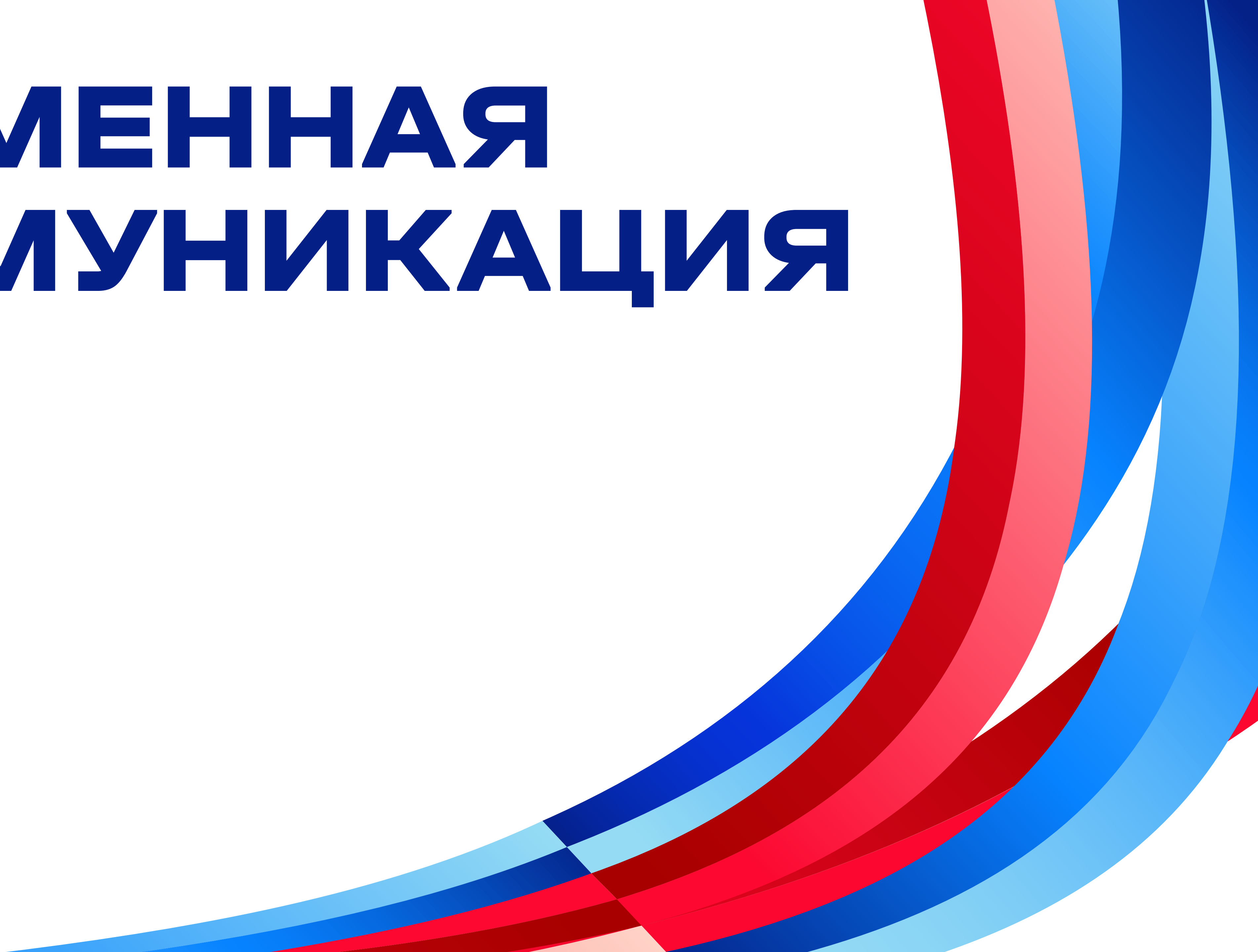


Пример верстки макета 2:1

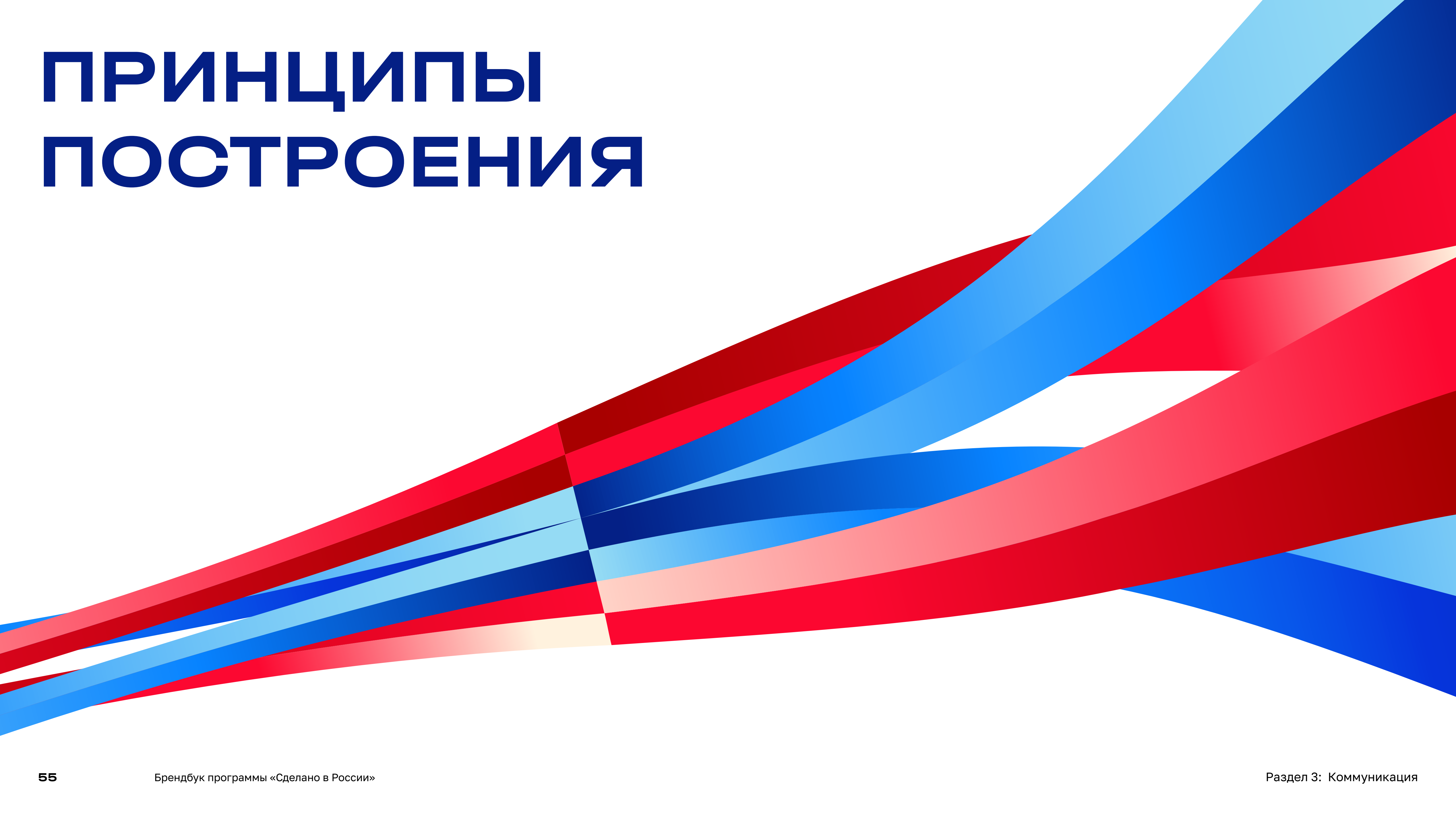


Пример верстки макета 1:2

ФИРМЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ



ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ



ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ВЕРСТКИ МАКЕТОВ

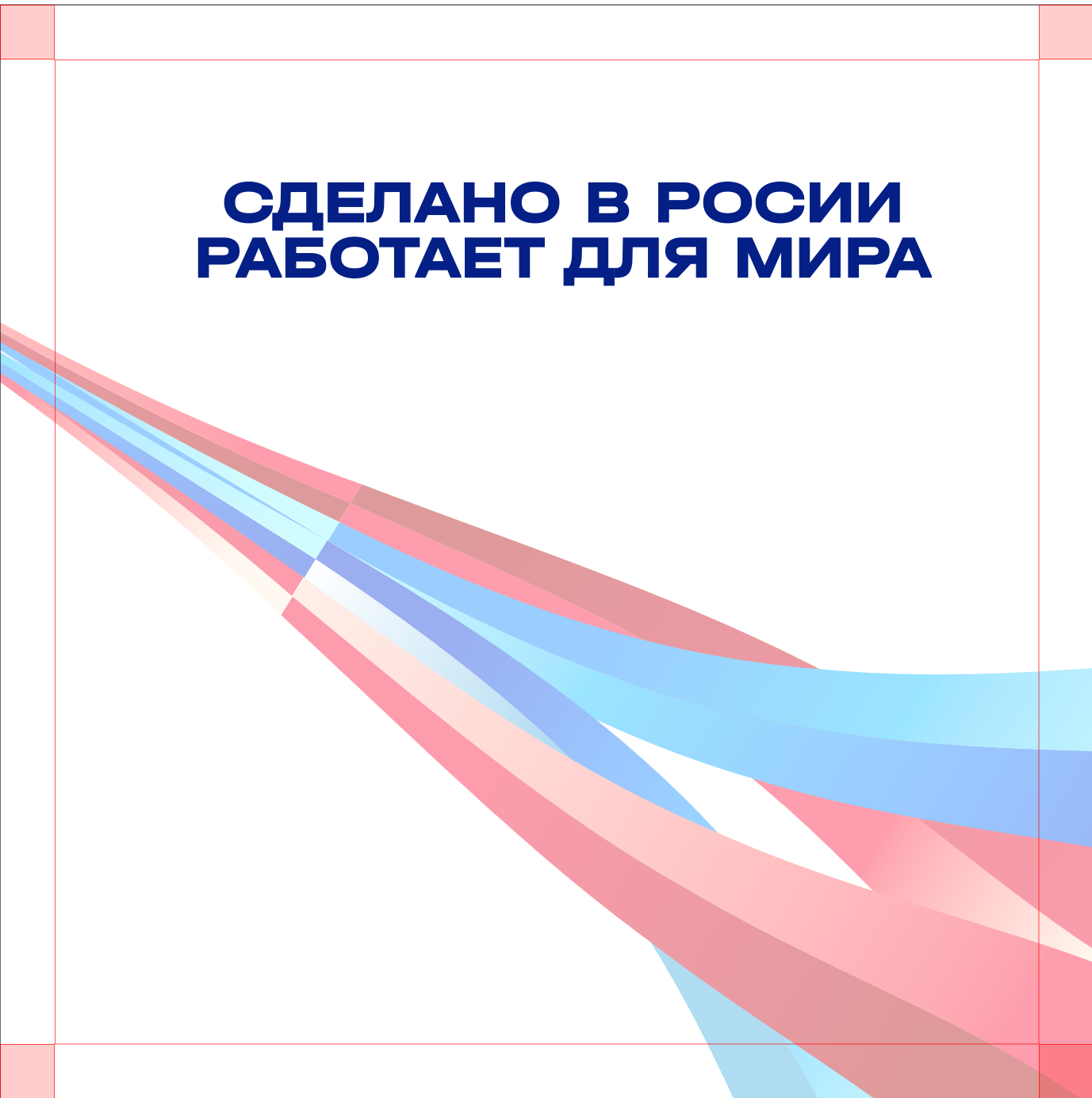
При работе над макетами стоит учитывать базовые правила верстки и не размещать контент (помимо графики) близко к краям макета. Рекомендуется делать поля размером минимум 1/20 от меньшей стороны макета.

При работе с контентом также не ставить его слишком плотно и выполнять требования по использованию типографики (смотри раздел «рекомендации по типографике»).

Контент в виде изображений рекомендуется обрамлять фирменной графикой и таким образом отделять от блоков текста в другой части.



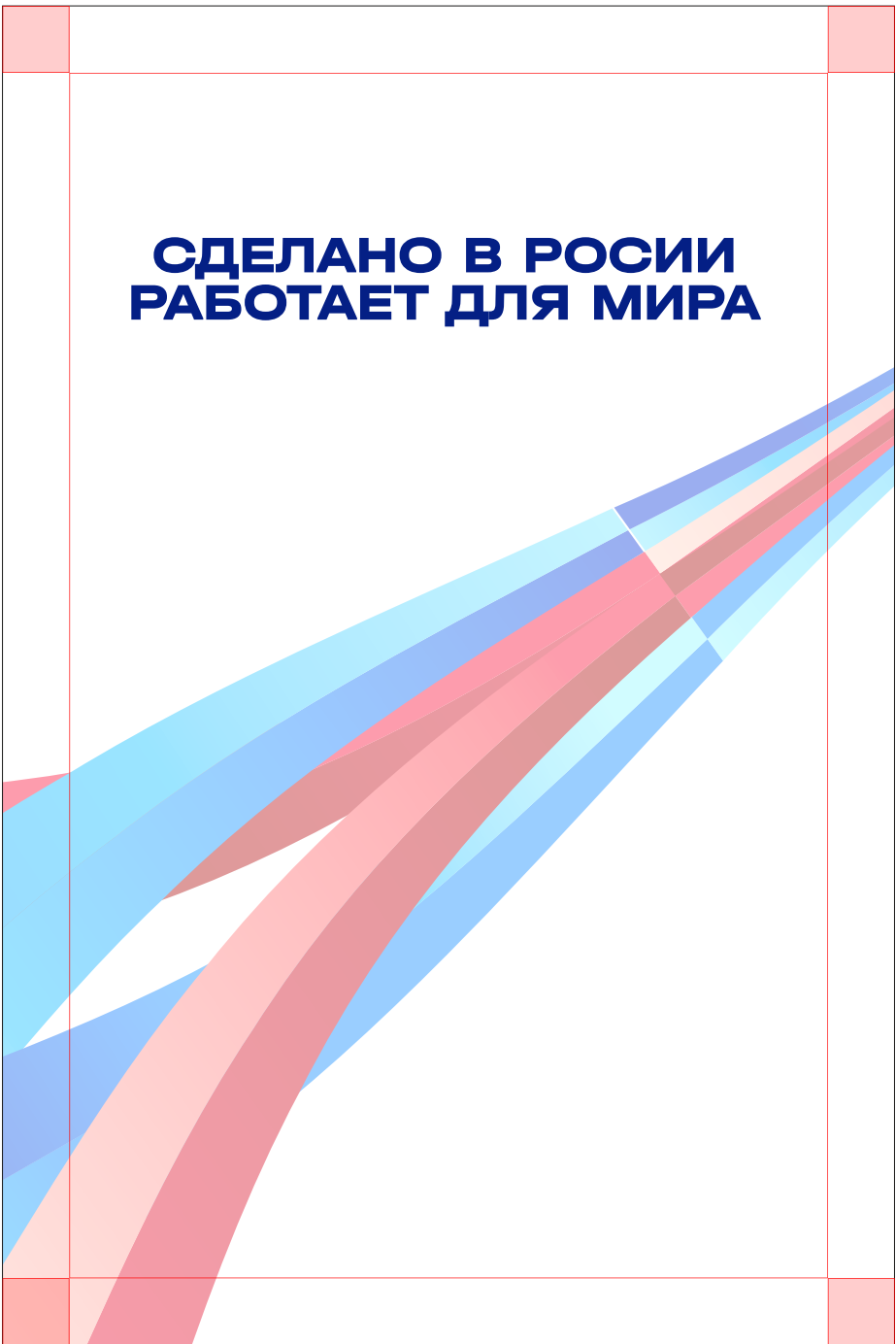
ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ВЕРСТКИ МАКЕТОВ



Пример верстки макета 1:1

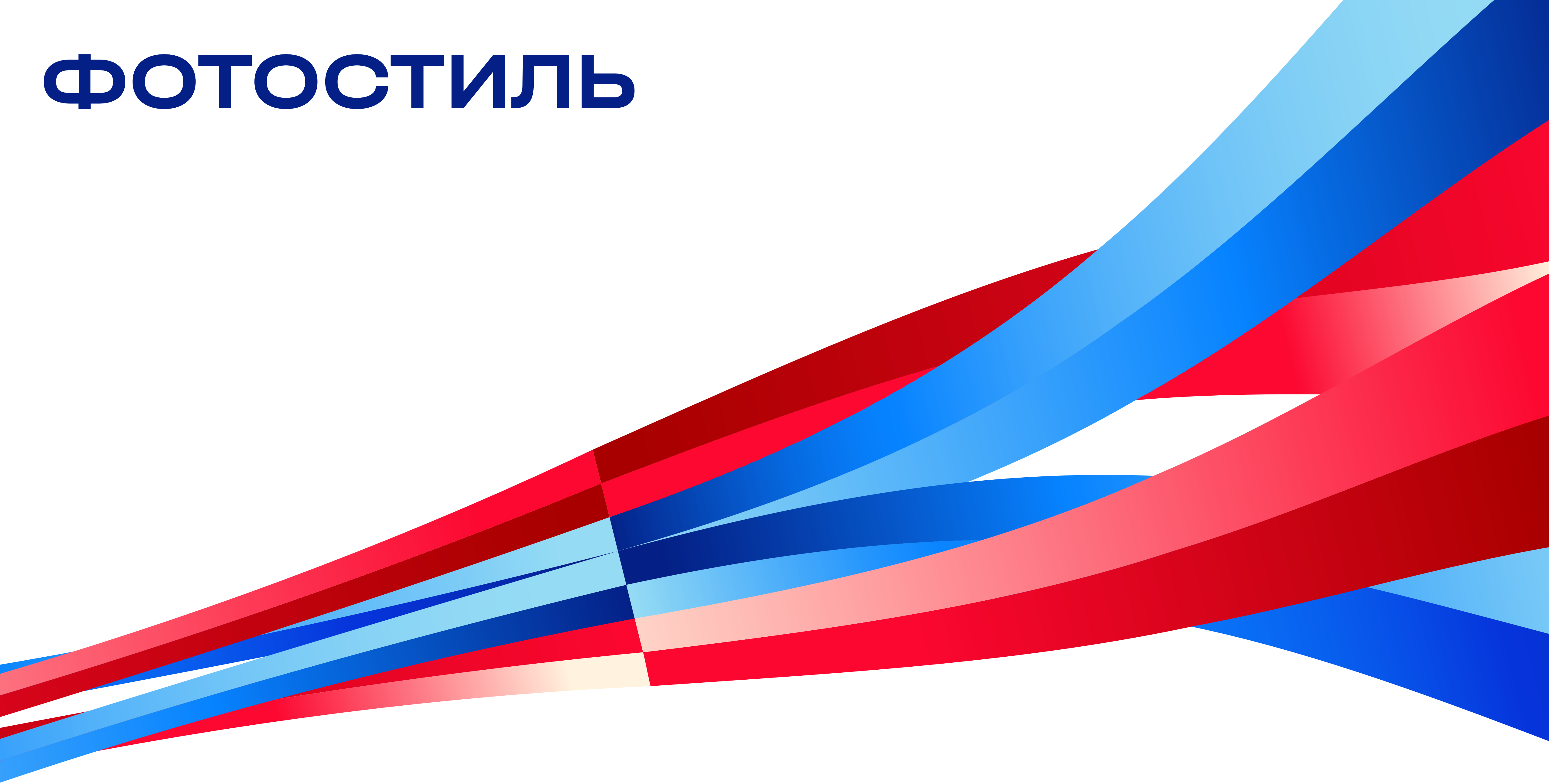


Пример верстки макета 2:1



Пример верстки макета 1:2

ФОТОСТИЛЬ



ИМИДЖЕВЫЙ ФОТОСТИЛЬ

Главными характеристиками имиджевой фотографии программы «Сделано в России» является перенос цветовой палитры и графики из основы фирменного стиля (смотри раздел «Фирменная графика»).

В изображениях преобладают белый, синий и красный. На изображения условно перенесен стиль графики из фирменного стиля - динамические полосы, которые занимают большую часть композиции.

В качестве фирменного фотостилля рекомендуется использовать динамические сюжеты подчеркивающие позиционирование программы с акцентом на главного “героя”, у которого также преобладает цветовая палитра бренда.

Не рекомендуется использовать негативные сюжеты, не рекомендуется использовать фотографии на основе цветов не соответствующих фирменной палитре.



ИМИДЖЕВЫЙ ФОТОСТИЛЬ

Примеры имиджевых изображений

Светлая фотография, присутствуют динамические полосы, предусмотренные в бренде.



Качественное изображение с четким главным героем и правильными цветами бренда.



Акцент на главном герое, цвета бренда доминируют, хорошее качество фотографии.



АНТИПРИМЕРЫ ИМИДЖЕВОГО ФОТОСТИЛЯ

Антипримеры имиджевых изображений

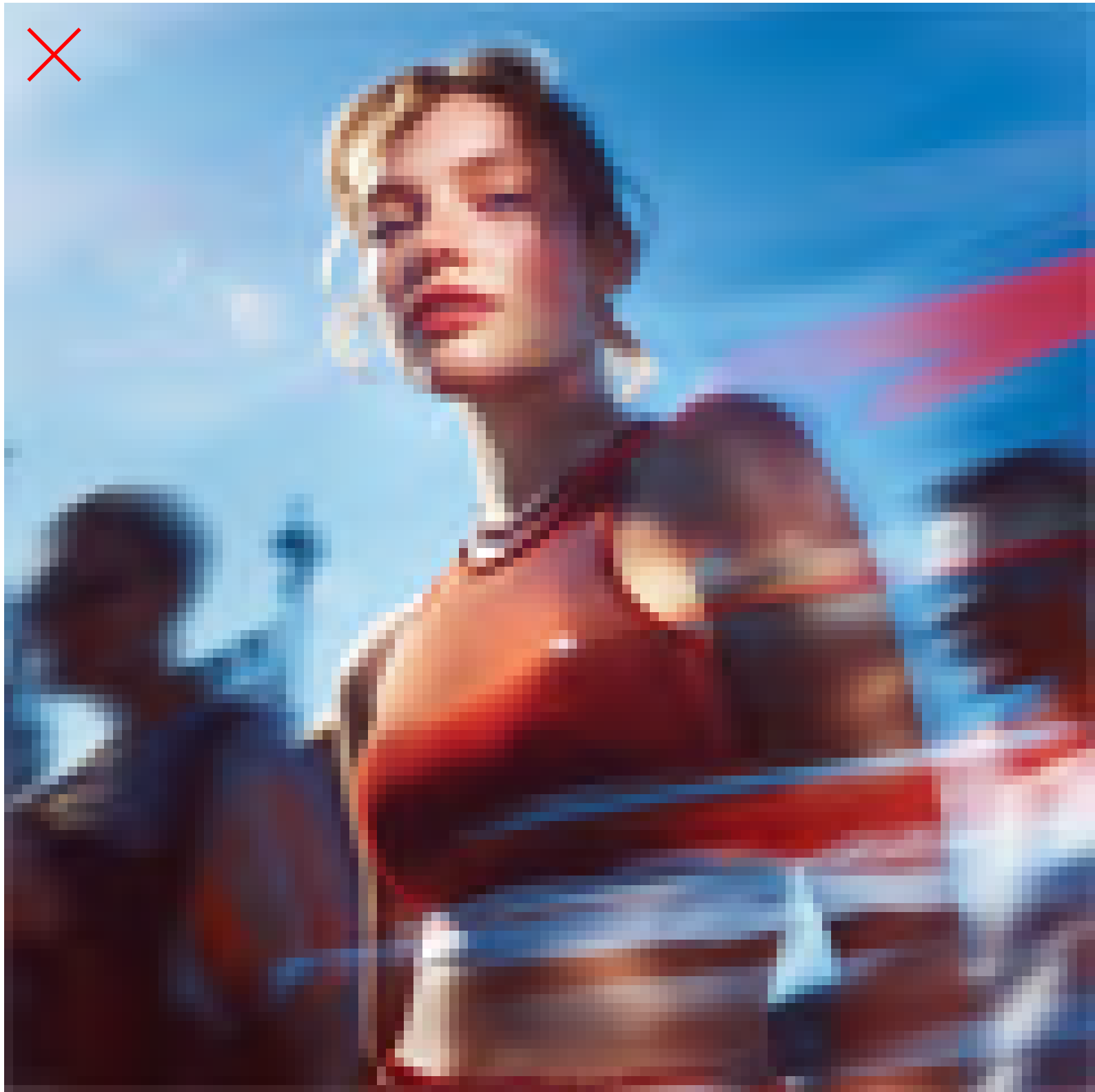
Запрещается использовать изображения с графикой, непредусмотренной в бренде.



Запрещается использовать изображения, нарушающие разрешенные цвета бренда.



Запрещается использование изображений в плохом качестве.



ПРОДУКТОВЫЙ ФОТОСТИЛЬ

Фотостиль для продуктов может использоваться вместе с фирменной графикой и без неё (например, в постах в социальных сетях или общей галерее изображений).

Важно правильно подбирать имиджевые фотографии продуктов, лучше всего пользоваться фотографиями или изображениями от самой компании, они чаще всего хорошего качества. Рекомендуется использовать изображения с нейтральными фонами, а также использовать фотографии, которые пересекаются по цветам со стилем бренда «Сделано в России».

На изображении с нейтральным фоном есть возможность удалить фон, что позволит использовать изображение продукта на макетах более эффектно.



ПРОДУКТОВЫЙ ФОТОСТИЛЬ

Примеры изображений продукта

Продукт в презентабельном виде, выделяется на изображении, фон не пестрый и «чистый».



Фотография продукта от производителя с чистым фоном и качественной визуализацией.



Взаимодействие человека с продуктом, продукт выделяется, изображение «чистое».



АНТИПРИМЕРЫ ПРОДУКТОВОГО ФОТОСТИЛЯ

Антипримеры имиджевых изображений

Запрещается использовать продукт в непрезентабельном виде с «грязным» фоном.



Запрещается использовать продукт с необоснованной «грязной» текстурой на фоне.



Запрещается использовать изображение взаимодействия продукта с плохим качеством.



ПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОТОСТИЛЬ

При использовании изображений промышленного характера (с производств) стоит учитывать некоторые факторы при их выборе. Рекомендуется показывать только чистые и светлые фотографии и другие изображения, это касается как самих производств, так и их сотрудников.

Не рекомендуем использовать изображения из «грязных» цехов, с плохим светом, неудачными ракурсами, сделанными на смартфон, или сотрудников в непрезентабельном виде.



ПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОТОСТИЛЬ

Примеры имиджевых изображений

«Чистое» производство без лишних элементов, качественная и светлая фотография.



Общий ракурс производственного объекта, светлая фотография, показывающая всё производство.



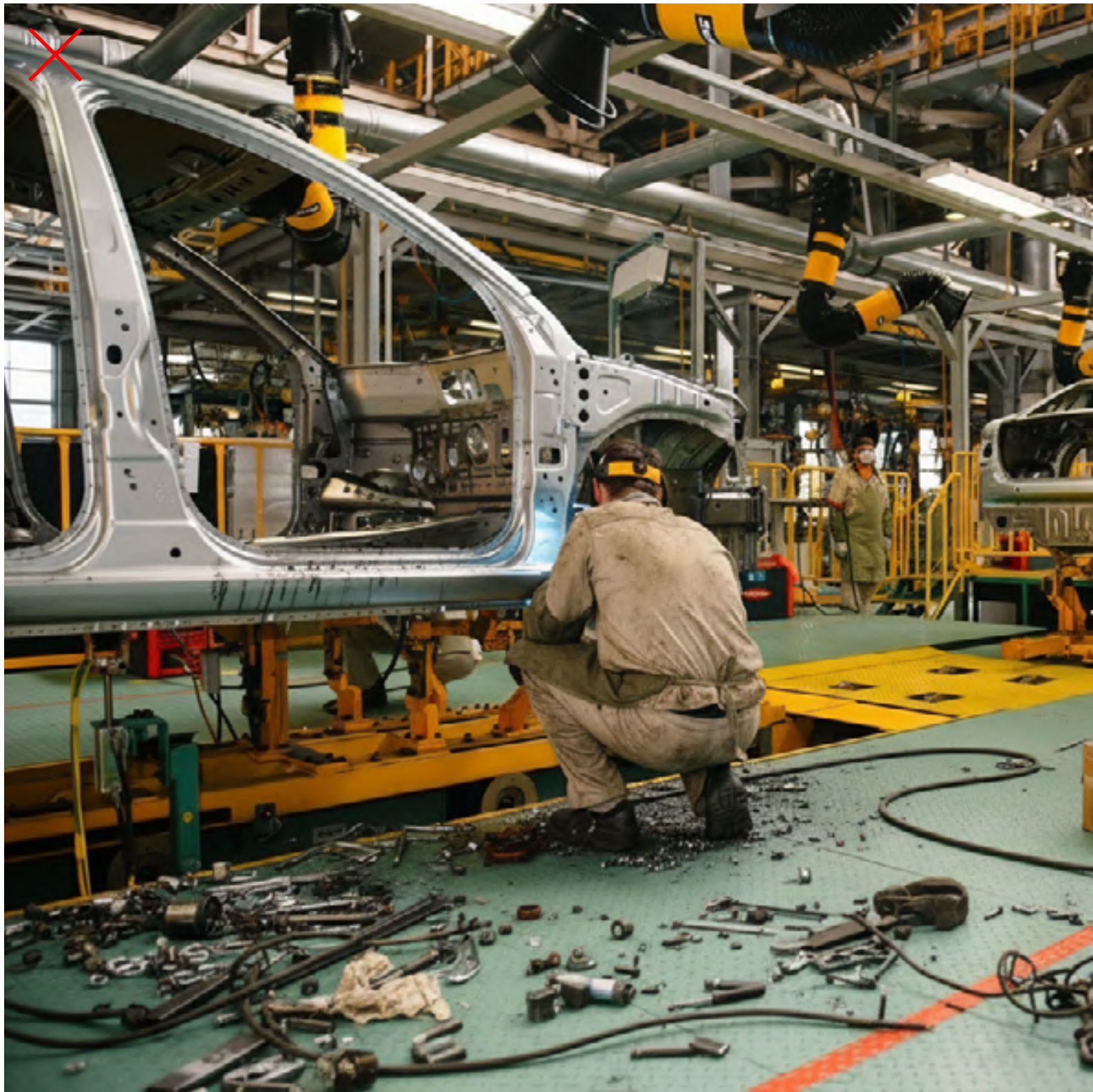
Сотрудник в чистой униформе и презентабельном виде, светлая и качественная фотография.



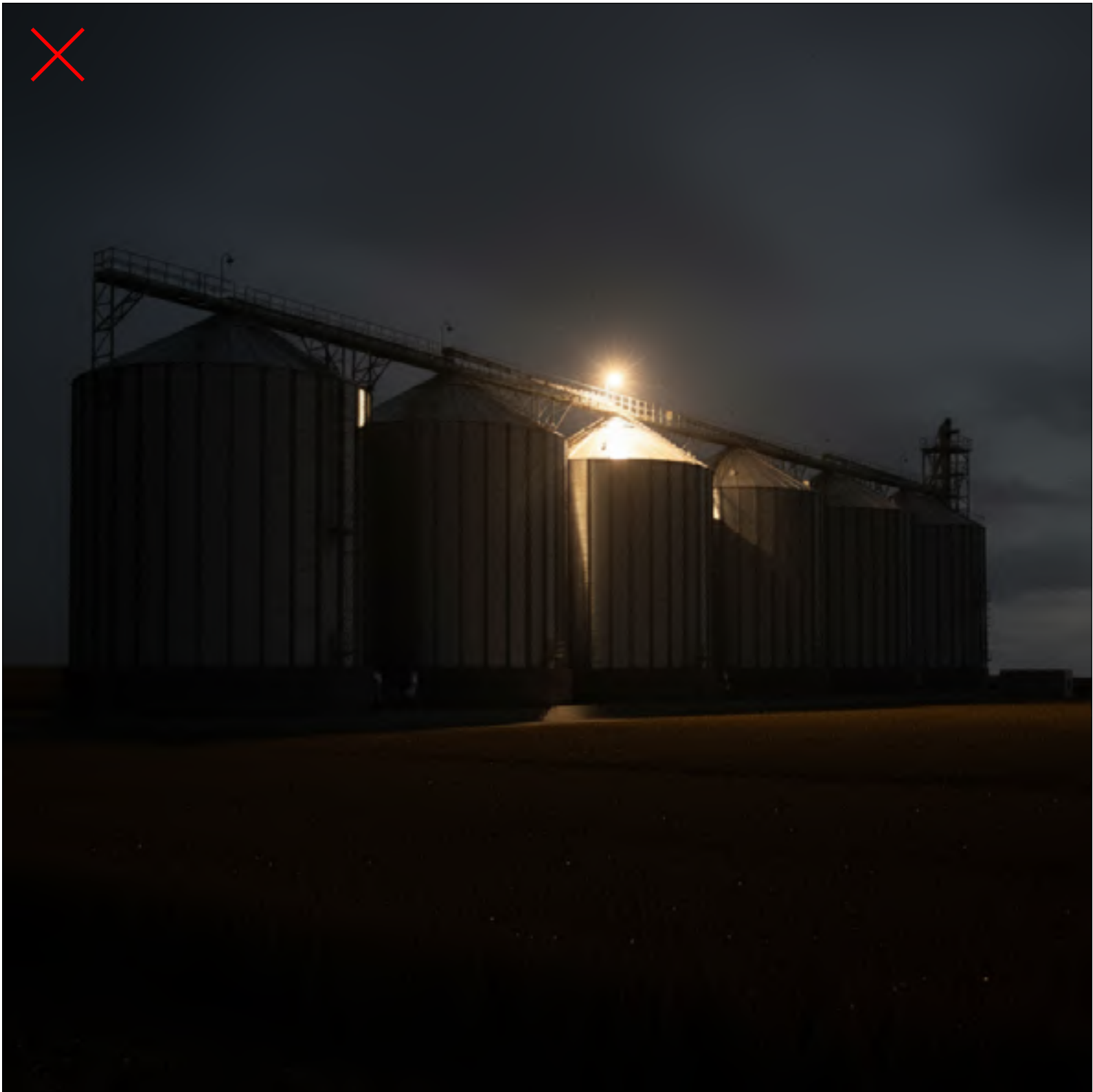
АНТИПРИМЕРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ФОТОСТИЛЯ

Антипримеры имиджевых изображений

Не рекомендуется использование фотографий грязного производства с кучей мусора на изображении.



Не рекомендуется использовать ночные фотографии, на которых сложно различить объект.



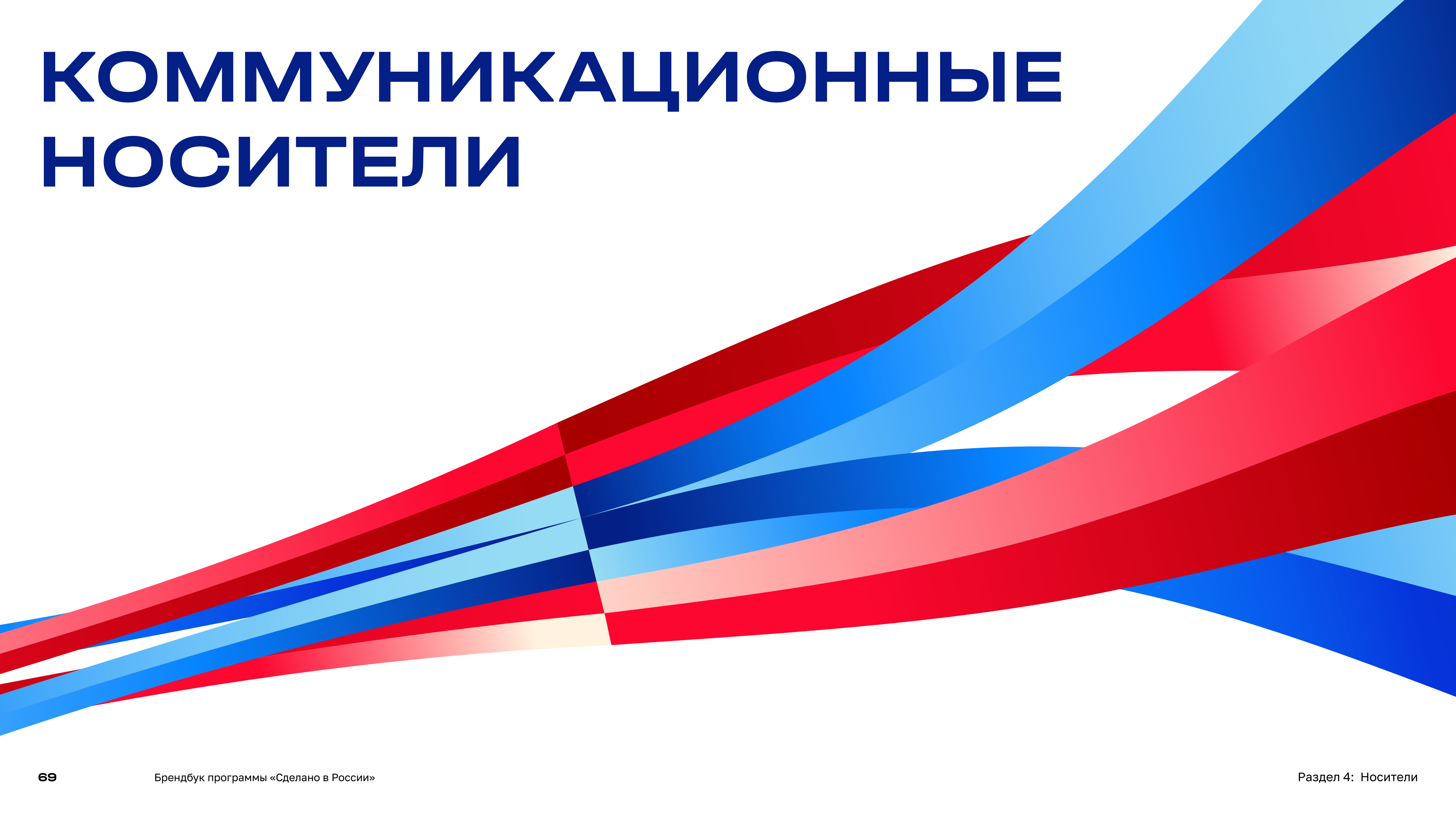
Не рекомендуется использовать плохие фотографии со смартфонов, с плохим ракурсом и светом.



НОСИТЕЛИ



КОММУНИКАЦИОННЫЕ НОСИТЕЛИ



БРЕНДИРОВАННЫЕ ПОЛКИ

При оформлении различных материалов для розницы подходят стандартные требования оформления макетов. Стоит обращать внимание на требования баннера или экрана и измерять минимально допустимые размеры текстовых блоков, а также логотипов и символов.

Не рекомендуется использовать большие по количеству информации текстовые блоки на пестром фоне, текст может потерять читабельность.



БРЕНДИРОВАННЫЕ ПОЛКИ

Пример использования



КАРТОЧКА ТОВАРА ДЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСА

Для оформления карточек на маркетплейсах предусмотрены две версии «диджитал плашек». Плашку для карточки стоит выбирать исходя из фона изображения продукта. Для яркого фона рекомендуем выбирать плашки с серым фоном. Для нейтрального и «спокойного» фона рекомендуется выбирать плашку с цветным фоном.



169₽

Витаминный Sport Drink /Summer Special/ без сахара 0,33л

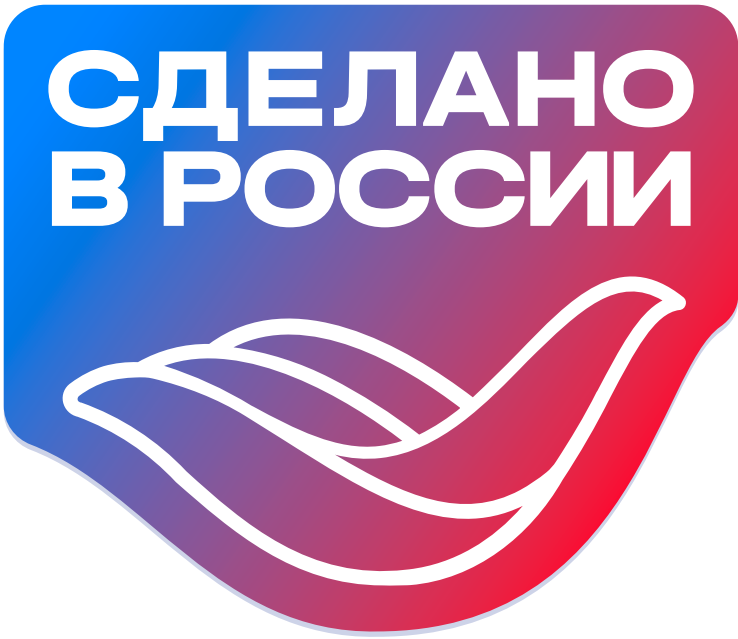
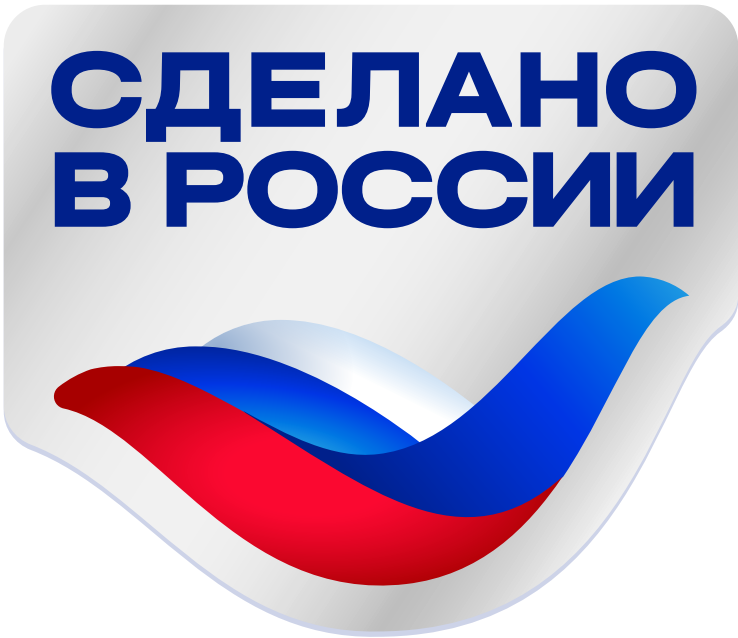
заказать



169₽

Витаминный Sport Drink /Summer Special/ без сахара 0,33л

заказать

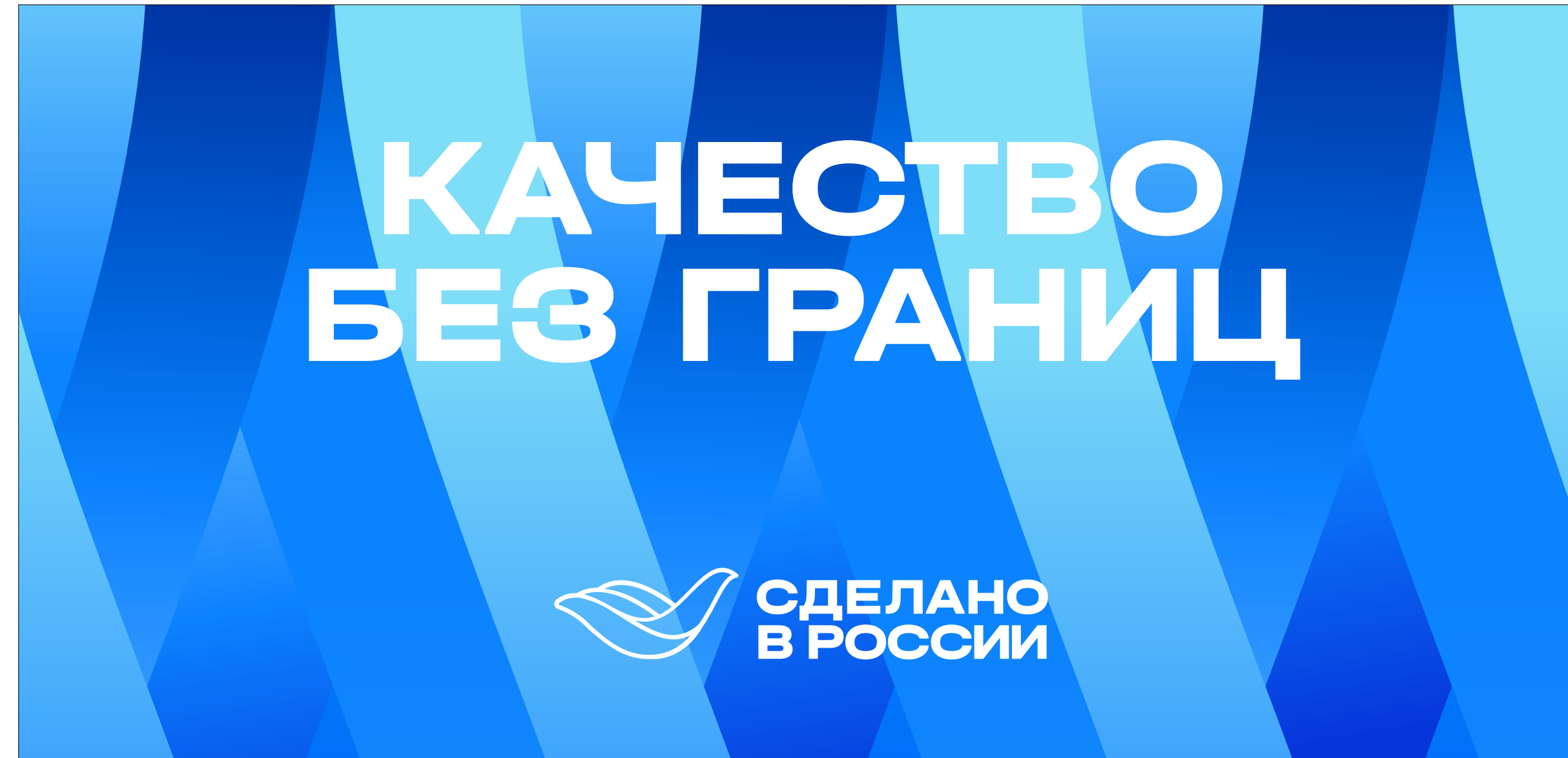


ДИДЖИТАЛ БАННЕР

При оформлении диджитал баннера подходят стандартные требования оформления макетов. Стоит обращать внимание на требования баннера и измерять минимально допустимые размеры текстовых блоков, а также логотипов и символов.

Не рекомендуется использовать большие по количеству информации текстовые блоки на пестром фоне, текст может потерять читабельность.

Данный макет можнт использоваться и для других носителей, например, электронная заставка или баннер.



ДИДЖИТАЛ БАННЕР

Пример использования



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

При оформлении различных материалов для мероприятий подходят стандартные требования оформления макетов. Стоит обращать внимание на требования баннера или экрана и измерять минимально допустимые размеры текстовых блоков, а также логотипов и символов.

Не рекомендуется использовать большие по количеству информации текстовые блоки на пестром фоне, текст может потерять читабельность.

Также рекомендуется при разработке носителей на мероприятиях следить за консистентностью носителей, придерживаясь фирменного стиля бренда и визуальной идентичности

Данный макет можнт использоваться и для других носителей, например, электронная заставка или баннер.



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Пример использования



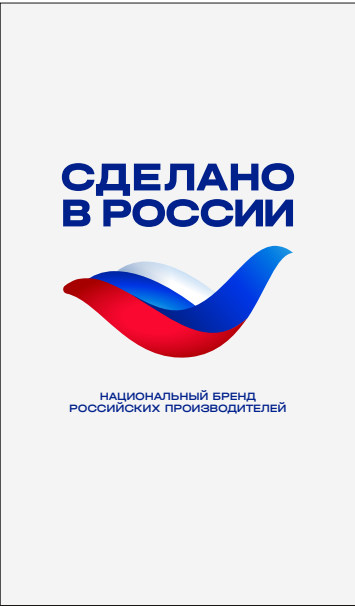
ВЫСТАВОЧНЫЙ СТЕНД

При оформлении различных материалов для мероприятий подходят стандартные требования оформления макетов. Стоит обращать внимание на требования баннера или экрана и измерять минимально допустимые размеры текстовых блоков, а также логотипов и символов.

Не рекомендуется использовать большие по количеству информации и с маленьким шрифтом текстовые блоки на пестром фоне, текст может потерять читабельность.

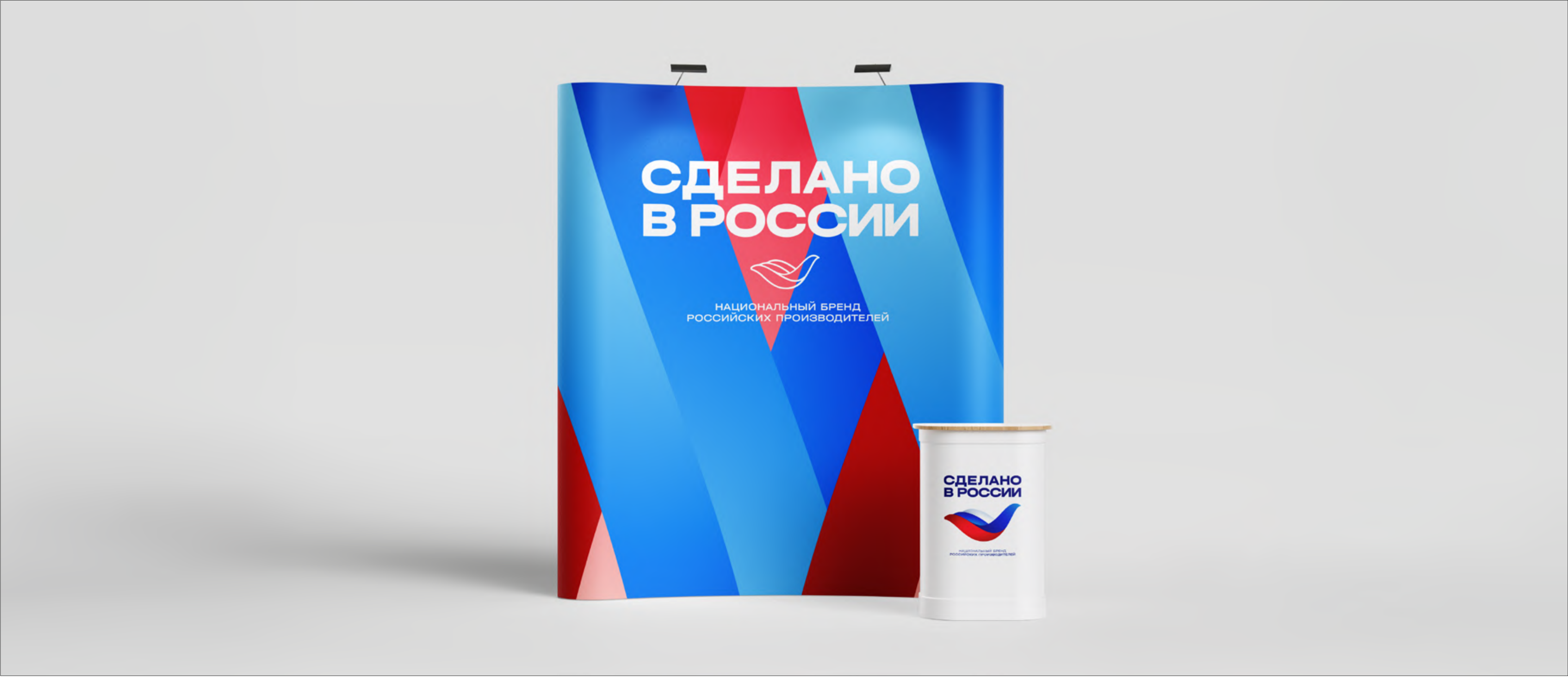
Также рекомендуется при разработке носителей на мероприятиях следить за консистентностью носителей, придерживаясь фирменного стиля бренда и визуальной идентичности.

Данный макет можнт использоваться и для других носителей, например, баннер.



ВЫСТАВОЧНЫЙ СТЕНД

Пример использования



РОЛЛАП

При оформлении различных материалов для мероприятий подходят стандартные требования оформления макетов. Стоит обращать внимание на требования баннера или экрана и измерять минимально допустимые размеры текстовых блоков, а также логотипов и символов.

Не рекомендуется использовать большие по количеству информации и с маленьким шрифтом текстовые блоки на пестром фоне, текст может потерять читабельность.

Также рекомендуется при разработке носителей на мероприятиях следить за консистентностью носителей, придерживаясь фирменного стиля бренда и визуальной идентичности.

Данный макет можнт использоваться и для других носителей, например, флаг.



РОЛЛАП

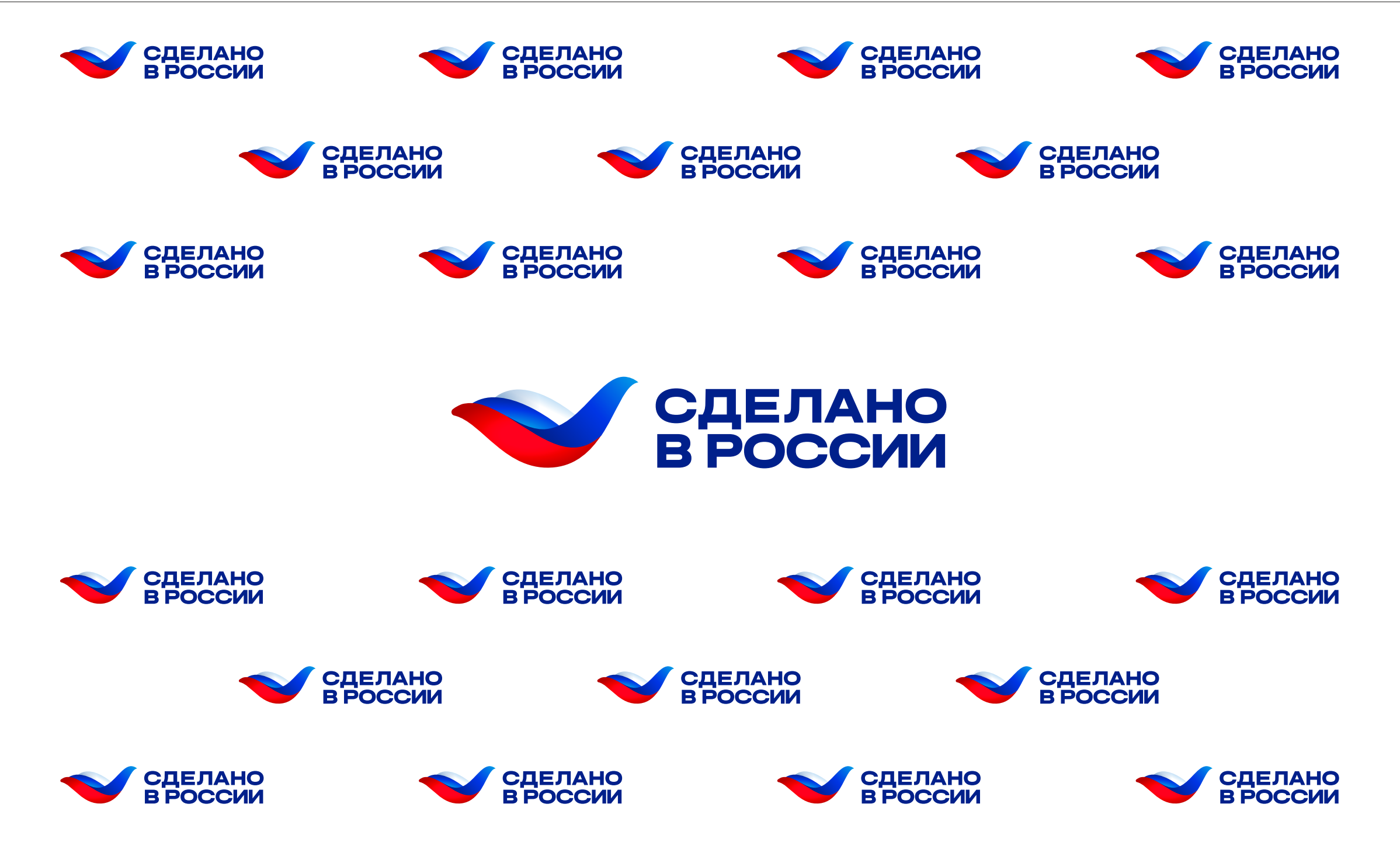
Пример использования



ПРЕСС-ВОЛЛ

При оформлении прессволла стоит обращать внимание на требования баннера или экрана и измерять минимально допустимые размеры логоблоков, которые будут располагаться на нем, чтобы все логотипы четко считывались, и были различимы не только вживую, но и на съемке.

При добавлении логотипов партнеров, рассчитывать логотипы по массам, чтобы не было ощущения доминирования одного логотипа над другим.

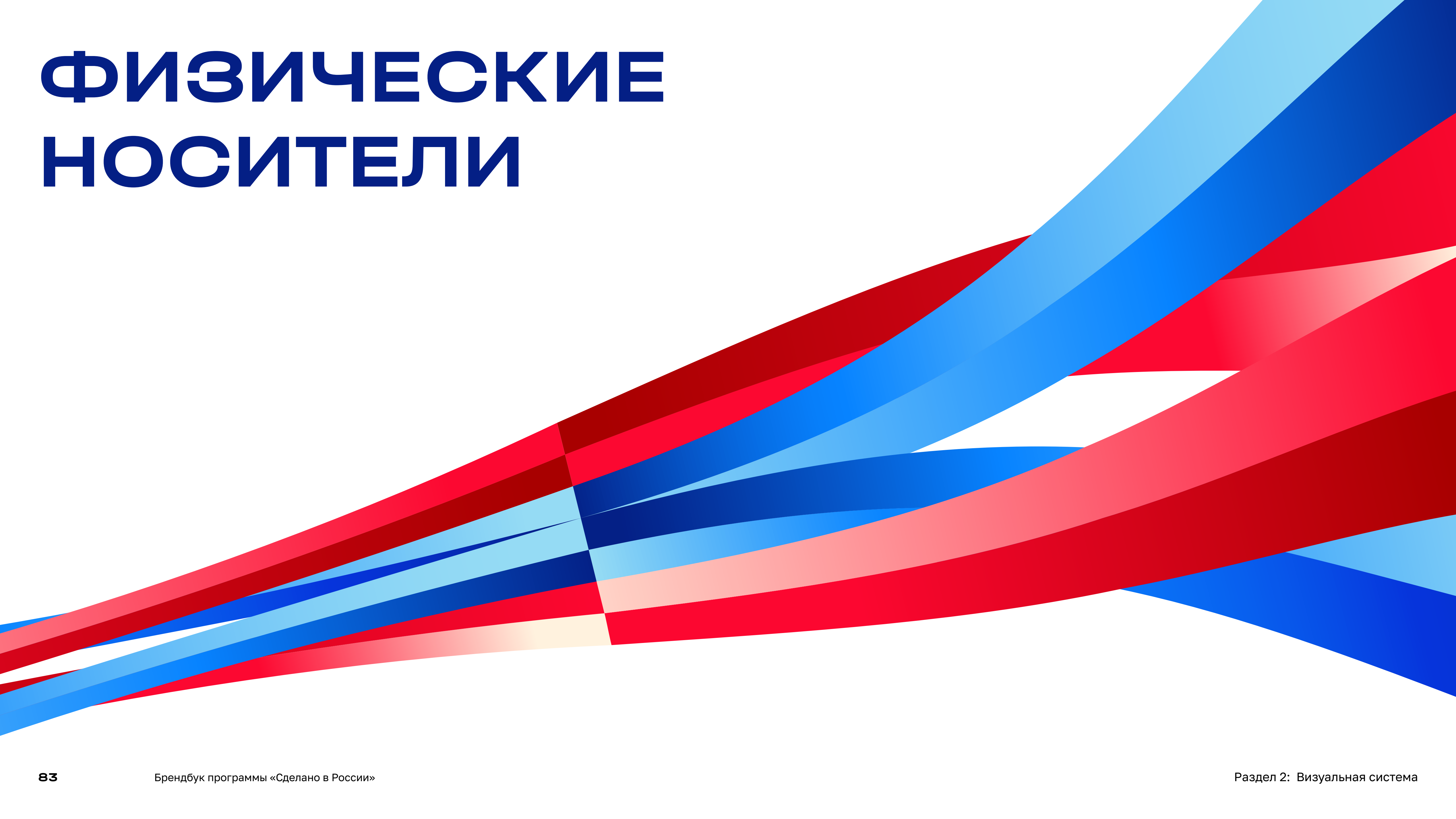


ПРЕСС-ВОЛЛ

Пример использования



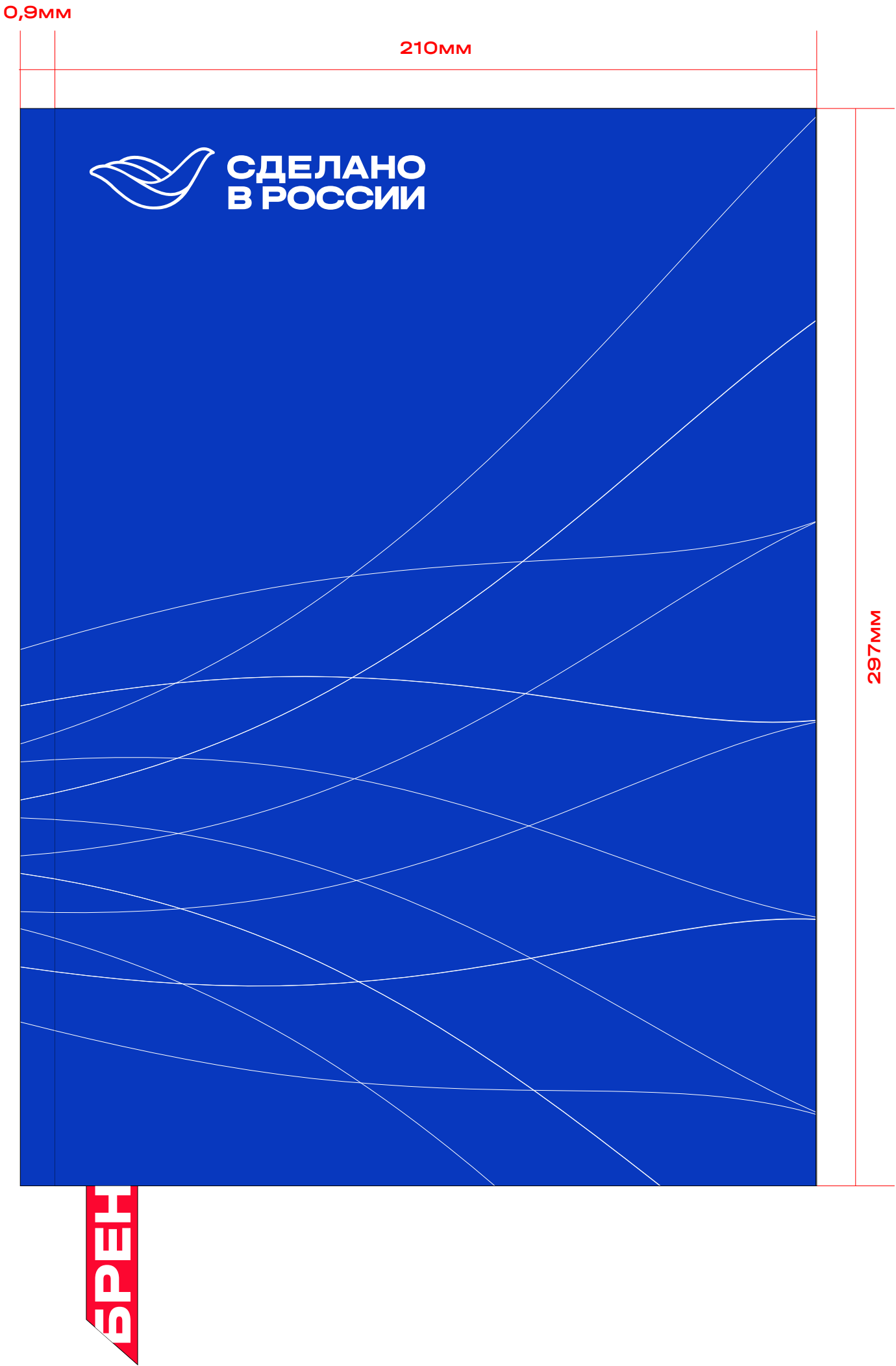
ФИЗИЧЕСКИЕ НОСИТЕЛИ



БУКЛЕТ А4

Пример оформления буклета. Используются стандартные приемы графики из руководства и цвета из фирменной палитры бренда. Стоит учитывать требования типографики для печати такого рода носителей (например, не стоит размещать на такой носитель сложную графику или градиент так как, не при каждом типе печати и материале есть возможность качественно её разместить)

Рекомендуется использовать более простые элементы фирменного стиля для создания подобных носителей это гарантирует качество итоговой продукции.



БУКЛЕТ А4

Пример использования



ФУТБОЛКА

При создании футболок (и других носителей, одежды) рекомендуется использовать дополнительную версию логоблока или символа, с однотонной заливкой (если позволяет фон) или монохромную (контурную), это обеспечит качество принта или вышивки на итоговом продукте.

Цвета принта рекомендуется использовать из фирменной палитры бренда. Для подбора цвета ткани рекомендуем использовать палитру PANTONE.



ФУТБОЛКА

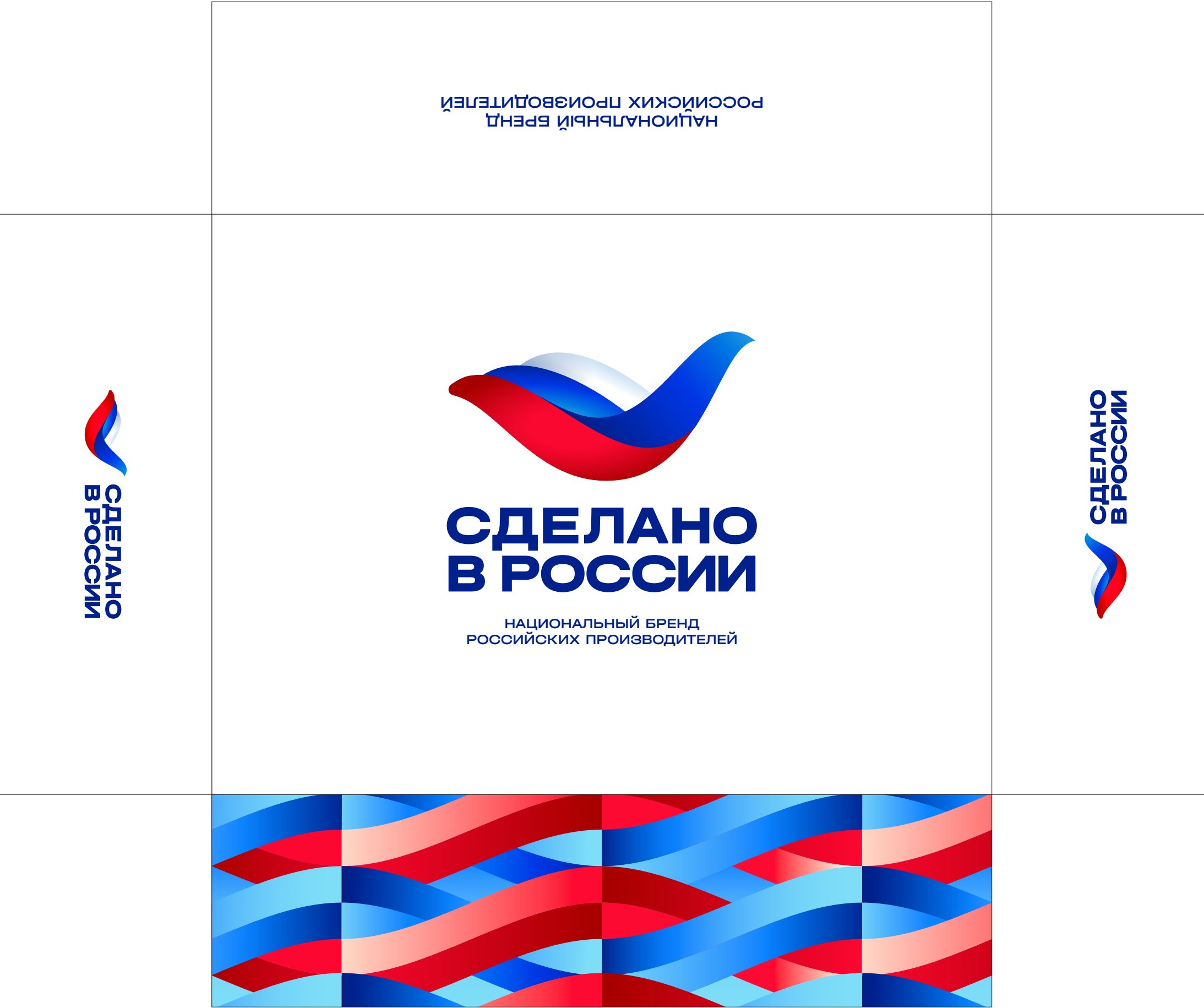
Пример использования



УПАКОВКА ПРОДУКЦИИ

При создании упаковок и иных упаковочных носителей в фирменном стиле, рекомендуется использовать фирменные черты бренда в виде графики, шрифтов и логоблоков, не используя сторонние графические элементы. Не рекомендуется использовать большое количество фирменной графики, чтобы не создавать переизбыток элементов.

Для подбора цветов красок рекомендуется использовать палитру PANTONE.



УПАКОВКА ПРОДУКЦИИ

Пример использования



