# МЕТОДИЧЕCКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по использованию единого визуального стиля реализации национальных проектов (программ)

## Общие положения

1.1 Настоящие методические рекомендации по использованию единого визуального стиля реализации национальных проектов (программ) (далее – методические рекомендации) разработаны в целях обеспечения исполнения на территории Оренбургской области поручения Председателя Правительства Российской Федерации от 04 апреля 2020 года № ММ-П39-2750 и направлены на применение компонентов единого визуального стиля «Национальные проекты России» (далее – брендбук) на введенных в эксплуатацию или строящихся объектах, а также при оказании гражданам и организациям услуг, размещении информационных материалов, касающихся национальных проектов (программ).

1.2 Брендбук разработан АНО «Национальные приоритеты» и является обязательным для применения органами исполнительной власти и органами местного самоуправления на всей территории Российской Федерации. Органы исполнительной власти и органы местного самоуправления Оренбургской области применяют брендбук с учетом особенностей, установленных настоящими методическими рекомендациями.

1.3 Брендбук используется для маркировки результатов, полученных в рамках реализации национальных проектов (программ), а также для повышения узнаваемости и популяризации национальных проектов (программ) среди населения. Цель брендирования (применения брендбука) – донести основные целевые образы национальных проектов:

забота о людях (улучшают среду вокруг нас, а также жизнь: личную, профессиональную);

развитие (сосредоточены на ключевых для всей России направлениях);

персонализация (касаются каждого и могут найти форму участия для всех).

## II. Требования к брендированию

2.1 Информацию о том, что объект функционирует в рамках реализации национальных проектов, должны содержать все созданные, закупленные, отремонтированные, строящиеся объекты. Брендбук должен быть применен в качестве изображений на фасадах зданий, паспортов объектов.

2.2 Фирменный логотип «Национальные проекты России» является основой графического стиля при осуществлении брендирования. Он схож с лучом света, символизирующим энергию развития, модернизацию и достижение национальных целей государства.

2.3 Предусмотрено два цвета для фирменного логотипа: синий и красный.

2.4 Используется два варианта ориентации логотипа: левосторонний (рис.1) и правосторонний (рис.2), а также два типа начертания: плашечный (рис.3) и контурный (рис.4). При увеличении размера логотипа необходимо обеспечить сохранение его пропорций. Фирменный логотип может располагаться на белом фоне и на плашках фирменных цветов: синем или красном. Монохромная версия фирменного логотипа используется только в специальных случаях (гравировка, тиснение). В остальных случаях необходимо использовать полноцветный вариант знака.

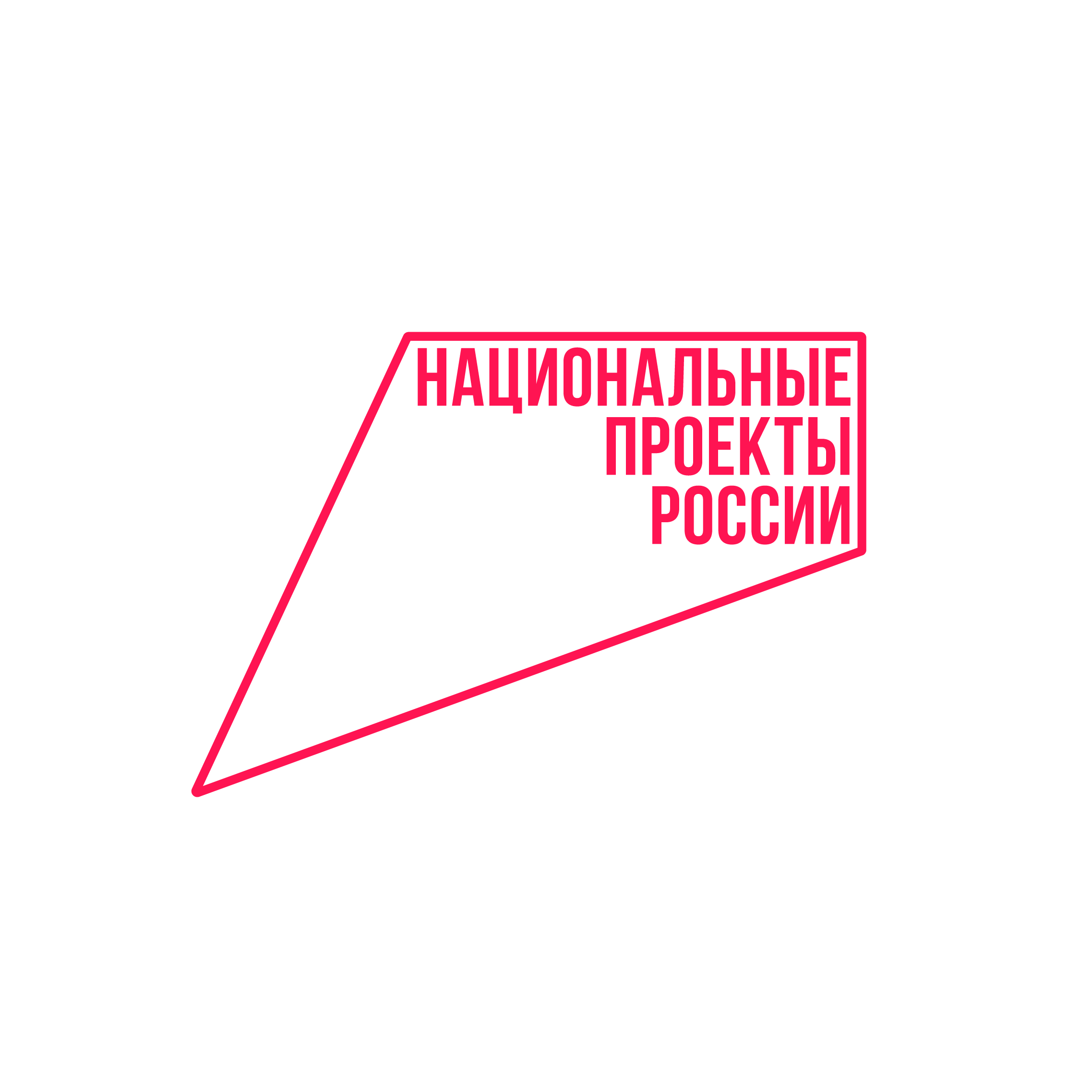
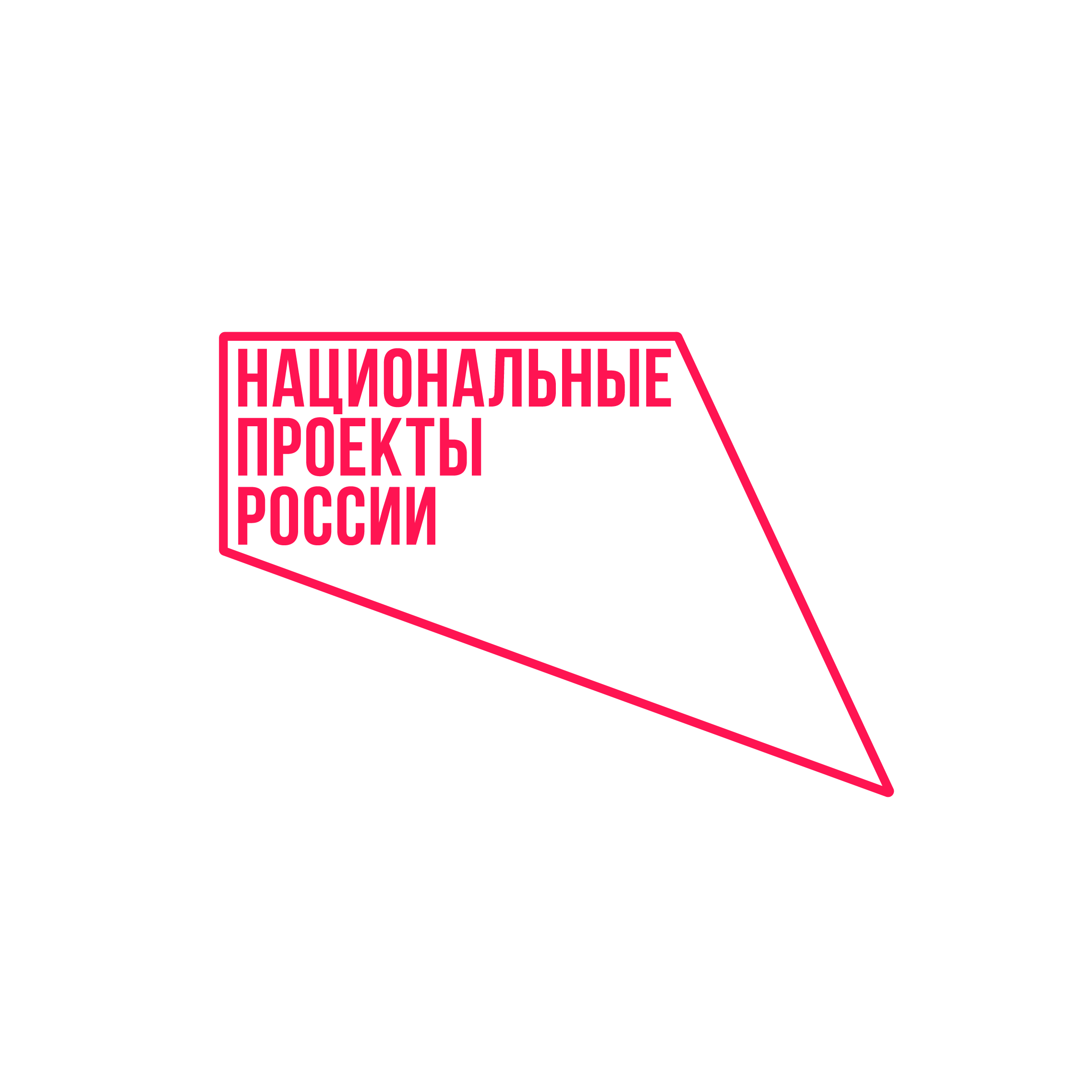


Рисунок 1. Левосторонний логотип Рисунок 2. Правосторонний логотип

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| C:\Users\vac\Documents\Брендбук\0 Собстенно Брендбук\Логотипы НП в целом\Нац_проекты_лого_син_на_плаш_лев.jpg |  | C:\Users\vac\Documents\Брендбук\0 Собстенно Брендбук\Логотипы НП в целом\Нац_проекты_лого_син_контур_на_плаш_лев.jpg |

Рисунок 3. Плашечный тип начертания Рисунок 4. Контурный тип начертания

2.5 Брендирование объектов, относящихся к конкретному национальному проекту, производится в цветах указанного национального проекта.

2.6 Вокруг логотипа следует соблюдать охранную зону – пространство, внутри которого не должны быть расположены другие графические элементы или текст. Минимальное расстояние до границы листа или другого носителя также не должно быть меньше охранной зоны. Размер охранной зоны составляет 0,5Х, т.е. половину от размера логотипа.

2.7 При минимальном размере фирменного логотипа рекомендуется использовать его плашечный вид.

2.8 Изменение цвета логотипа допускается исключительно в случае, когда фирменный логотип встраивается в уже готовый дизайн-проект для гармоничного размещения.

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

* 1. Размещение левостороннего логотипа является предпочтительным. Правосторонний логотип используется тогда, когда размещение левостороннего входит в противоречие с остальными элементами композиции.

2.11 В случаях размещения логотипа на фотографиях не допускается его расположение на значимых частях имиджа (лицо, фигура), на фоне пестрых и мелких деталей. На фотографиях логотип используется белого цвета и в контурном начертании в случае больших размеров носителей или фирменного цвета, если фон близок к белому. На черном фоне допускается использование логотипа фирменного цвета линейного начертания. В случае цветового конфликта с другими элементами используется логотип белого цвета.

## III. Использование логотипа

3.1 Фирменный логотип используется в интерьере, на фасадах зданий, сувенирной продукции, при проведении общественных мероприятий, на сайтах участников реализации национальных проектов.

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.

3.3 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. Плашечное размещение основного логотипа рекомендуется использовать с зеркальной поверхностью, а цвет логотипа – в цвет стены.

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

3.5 При проведении общественных мероприятий, включающих в повестку темы национальных проектов (форумы, совещания и т.п.) необходимо также учитывать размещение логотипов на визуальных поверхностях (баннеры, ролл-апы, мультимедийные экраны, сертификаты, грамоты и иная полиграфическая продукция).

3.6 Размещение логотипа реализуемого национального проекта необходимо производить на сайтах органов исполнительной власти, сайтах соответствующих подведомственных учреждений, сайтах муниципальных образований, иных информационных ресурсах, освещающих ход реализации национального проекта. Логотип должен быть кликабельным и переадресовывать на сайт национальныепроекты.рф.

## IV. Информационное взаимодействие в процессе брендирования

4.1 Лицам, ответственным за изготовление материалов в рамках брендирования объектов, рекомендуется согласовывать макеты указанных материалов, а также места их размещения с руководителем (администратором) соответствующего регионального проекта, а также с региональным проектным офисом Оренбургской области. При необходимости согласование брендирования объектов осуществляется с АНО «Национальные приоритеты» в соответствии с Регламентом взаимодействия Дирекции мультимедиа АНО «Национальные приоритеты» и представителей региональных организаций в рамках реализации брендирования объектов «Национальные проекты России».

4.2 Ежемесячно, в срок не позднее 10 числа месяца, следующего за отчетным месяцем, органы исполнительной власти и органы местного самоуправления Оренбургской области представляют в региональный проектный офис отчет об использовании единого визуального стиля реализации национальных проектов по форме согласно приложению №1 к настоящим методическим рекомендациям. Региональный проектный офис на основе информации, поступающей от органов исполнительной власти и органов местного самоуправления Оренбургской области, обеспечивает формирование и направление сводной информации о брендировании в АНО «Национальные приоритеты», в том числе путем ее размещения в системе сбора и распределения контента.

4.3 Применение компонентов единого визуального стиля реализации национальных проектов (программ) в новостном контенте обеспечивает управление по аналитической работе и интернет-коммуникациям министерства региональной и информационной политики Оренбургской области.