

Всероссийский рейтинг малого
и среднего предпринимательства



Брендбук: руководство по использованию фирменного стиля

Версия 1.0
Ноябрь, 2024

О проекте

Всероссийский рейтинг малого и среднего предпринимательства «Индекс дела» - проект, нацеленный на ранжирование и честную оценку бизнеса по «маркерам роста» в сфере предпринимательской деятельности.

Автоматизированная проверка показателей и применение повышающих и понижающих региональных коэффициентов в рамках рейтинга позволят ежегодно формировать единый для страны реестр наиболее активного и развивающегося бизнеса.

И в результате - присуждать всем субъектам МСП персонализированный индекс, указывающий на уровень и темпы развития дела во всех регионах России и сферах деятельности.

Как использовать брендбук

Брендбук содержит не строгие правила, а продуманные рекомендации. Он создан, чтобы помочь команде проекта проложить путь к предпринимателям. И позволить бренду последовательно развиваться и адаптироваться к изменениям.

В этом документе вы найдёте информацию об основных правилах от использования логотипа, цветов и типографики до оформления основной документации.

Также этот документ послужит инструкцией для любого партнёрского агентства, копирайтера или дизайнера, которые будут создавать для вас новые материалы.

Прежде чем разрабатывать рекламные кампании и другие коммуникации бренда, подрядчикам следует ознакомиться с этим документом, чтобы уточнить задание и убедиться, что вы говорите на одном языке и учитываете основы стиля и ценности стиля.

Содержание

1. Базовые элементы

1.1 Логотип	8
1.2 Фирменная палитра	20
1.3 Типографика	22
1.4 Графика	25

2. Носители стиля

2.1 Наградные бланки	28
2.2 Папка для документов	29
2.3 Стикеры на дверь	30

1

Базовые ЭЛЕМЕНТЫ

1. Логотип

1.1 Символ

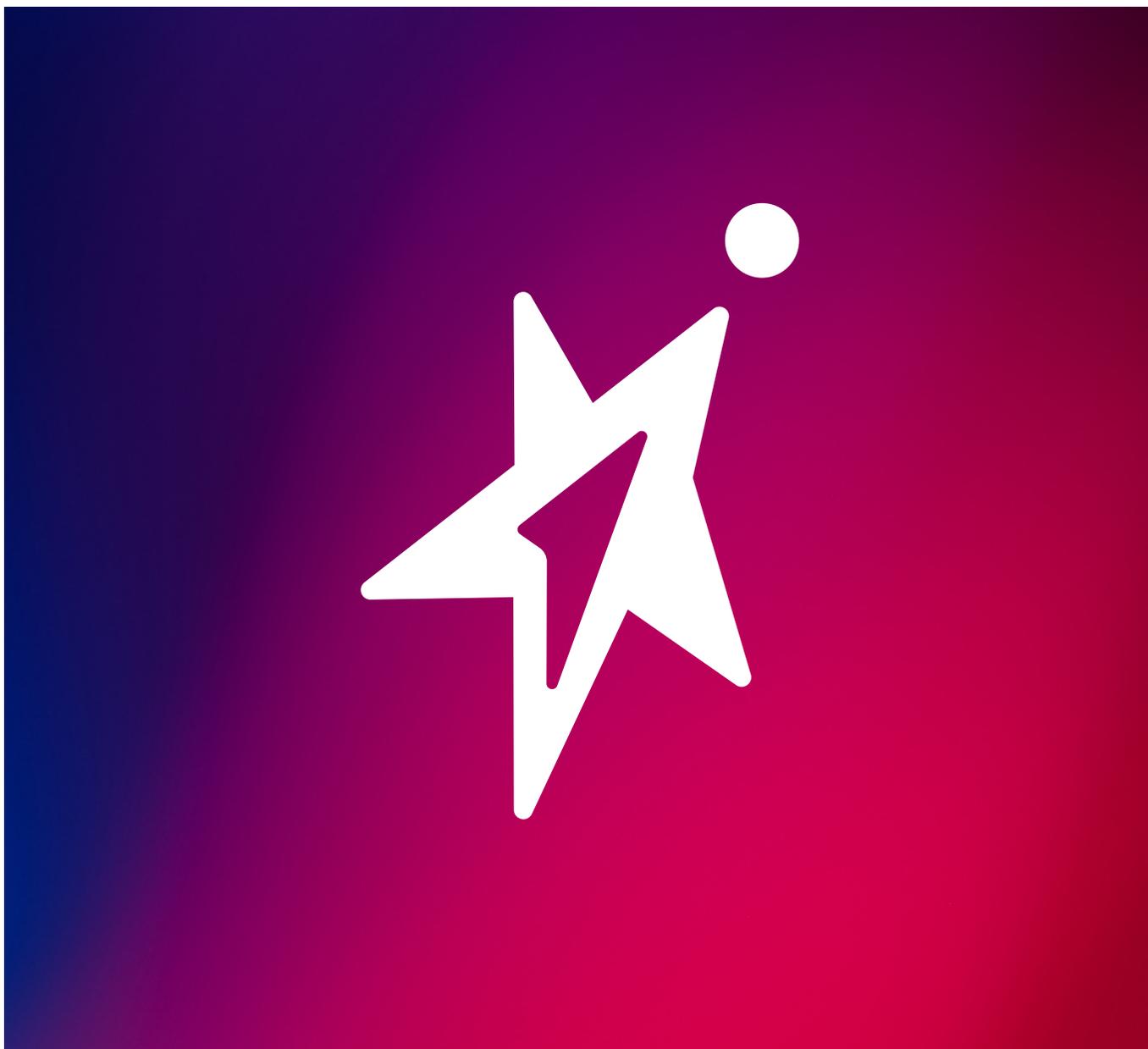
Звезда - общеузнаваемый знак оценки, дополненный характерным знаком индекса и восходящей стрелы графика роста.

Эта часть логотипа будет использоваться как узнаваемый спецзнак для растущего бизнеса страны



1.1 Символ

Плотная и геометричная графика символа позволяет использовать символ самостоятельно на любом фоне.



Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

1.2 Полная горизонтальная версия

Логотип Индекс дела — основная единица бренда, задающая общий визуальный тон всем носителям фирменного стиля.

Состоит логотип из 2 частей — уникального шрифтового написания и графической составляющей.

Рекомендуемые минимальные размеры по горизонтали:

- при печати от 40 мм
- на экране от 200 px

Расположение элементов логотипа и их пропорции являются неизменными. Никогда не пытайтесь воспроизвести логотип самостоятельно, всегда используйте исходный файл из данного Руководства.



Версия 1



40 мм



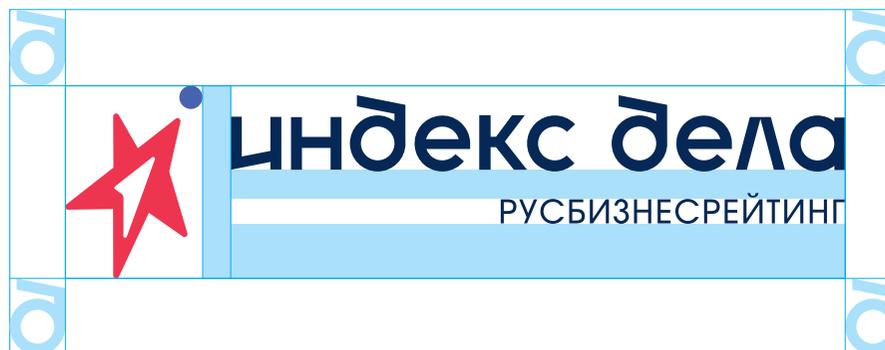
Версия 2



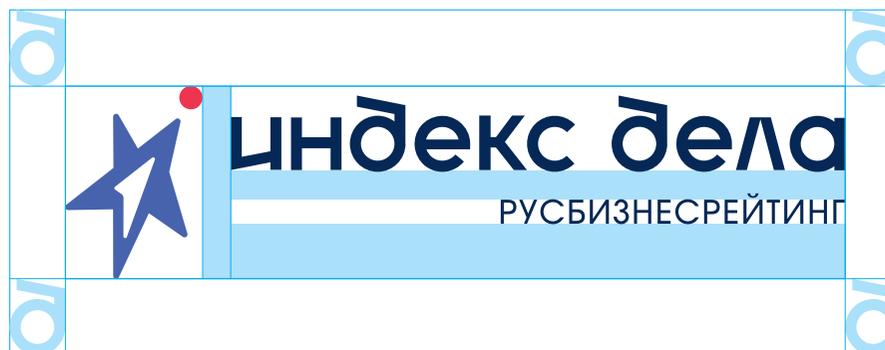
40 мм

1.3 Полная горизонтальная версия Охранное поле

Охранное поле — свободное пространство вокруг логотипа, в котором не должно находиться никаких элементов дизайна, если только эти элементы не являются фоном. За единицу измерения охранного поля взята высота буквы «Д» из логотипа.



Версия 1

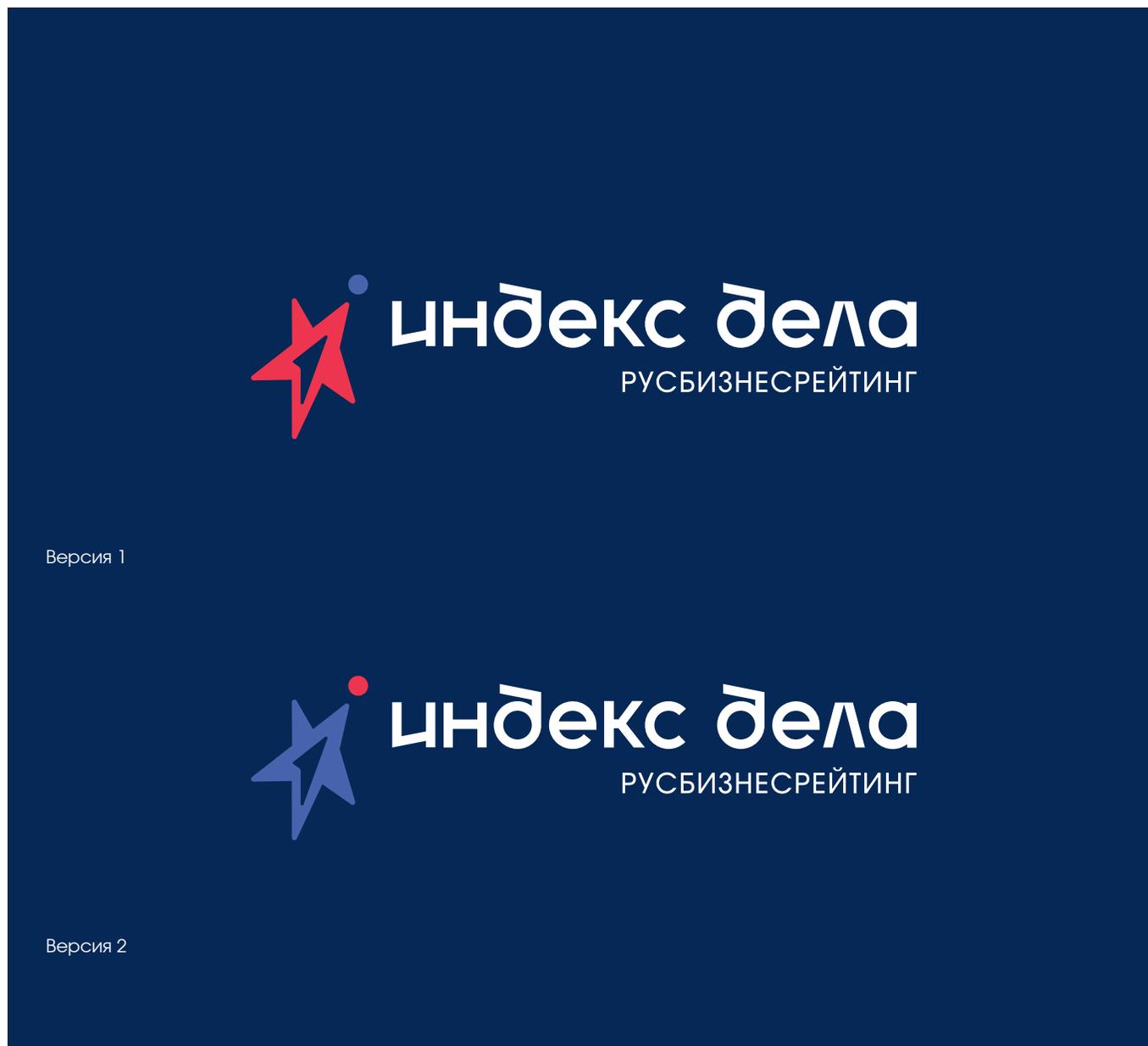


Версия 2

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

1.4 Полная горизонтальная версия Использование на фонах

Существуют два основных варианта воспроизведения фирменного знака в цвете: на белом и темно-синем фоне.



1.5 Полная горизонтальная версия Монохромная версия

В случае, если воспроизведение в цвете невозможно, используется дополнительный чёрно-белый вариант.

Чёрно-белый вариант логотипа является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). Также используется для лазерной гравировки.



1.6 Полная вертикальная версия

Логотип Индекс дела — основная единица бренда, задающая общий визуальный тон всем носителям фирменного стиля.

Состоит логотип из 2 частей — уникального шрифтового написания и графической составляющей.

Рекомендуемые минимальные размеры по горизонтали:

- при печати от 40 мм
- на экране от 200 px

Расположение элементов логотипа и их пропорции являются неизменными. Никогда не пытайтесь воспроизвести логотип самостоятельно, всегда используйте исходный файл из данного Руководства.



Версия 1



30 мм



Версия 2



30 мм

1.7 Полная вертикальная версия Охранное поле

Охранное поле — свободное пространство вокруг логотипа, в котором не должно находиться никаких элементов дизайна, если только эти элементы не являются фоном. За единицу измерения охранного поля взята высота буквы «Д» из логотипа.



Версия 1



Версия 2

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

1.8 Полная горизонтальная версия Использование на фонах

Существуют два основных варианта воспроизведения фирменного знака в цвете: на белом и темно-синем фоне.



Версия 1



Версия 2

1.9 Полная горизонтальная версия Монохромная версия

В случае, если воспроизведение в цвете невозможно, используется дополнительный чёрно-белый вариант.

Чёрно-белый вариант логотипа является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). Также используется для лазерной гравировки.



1.10 Кобрендинг

В контексте совместного брендинга, когда это возможно, рекомендуется использовать чёрно-белую версию логотипов. Убедитесь, что логотипы визуально выровнены и имеют примерно одинаковую высоту.

Для разделения логотипов используется вертикальная линия с отбивкой равной 2х модулей охранного поля.

В партнёрском использовании можно использовать любые версии логотипа. Выбор зависит от геометрии и ощущения от логотипа партнёра.



Горизонтальная версия



Вертикальная версия

Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

1.11 Запрещенное использование логотипа

Примеры на данной странице показывают, каким образом нельзя использовать логотип.

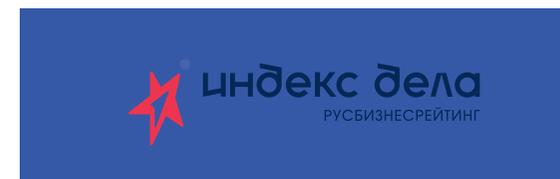
Для того, чтобы сохранить последовательность и высокую узнаваемость бренда, необходимо четко следить за правильным использованием логотипа.



1. Никогда не используйте логотип в каких-либо иных цветах, кроме установленных. Не используйте эффекты.



2. Никогда не меняйте элементы или масштаб элементов в логотипе. И не меняйте организацию логотипа.



3. Никогда не располагайте логотип в рамку или контур.



4. Никогда не используйте полноцветную (CMYK) версию логотипа на сходном по цвету фоне



5. Никогда не располагайте полноцветный логотип на сложном или насыщенном фоне который уменьшает заметность логотипа.



6. Никогда не обрезайте логотип.

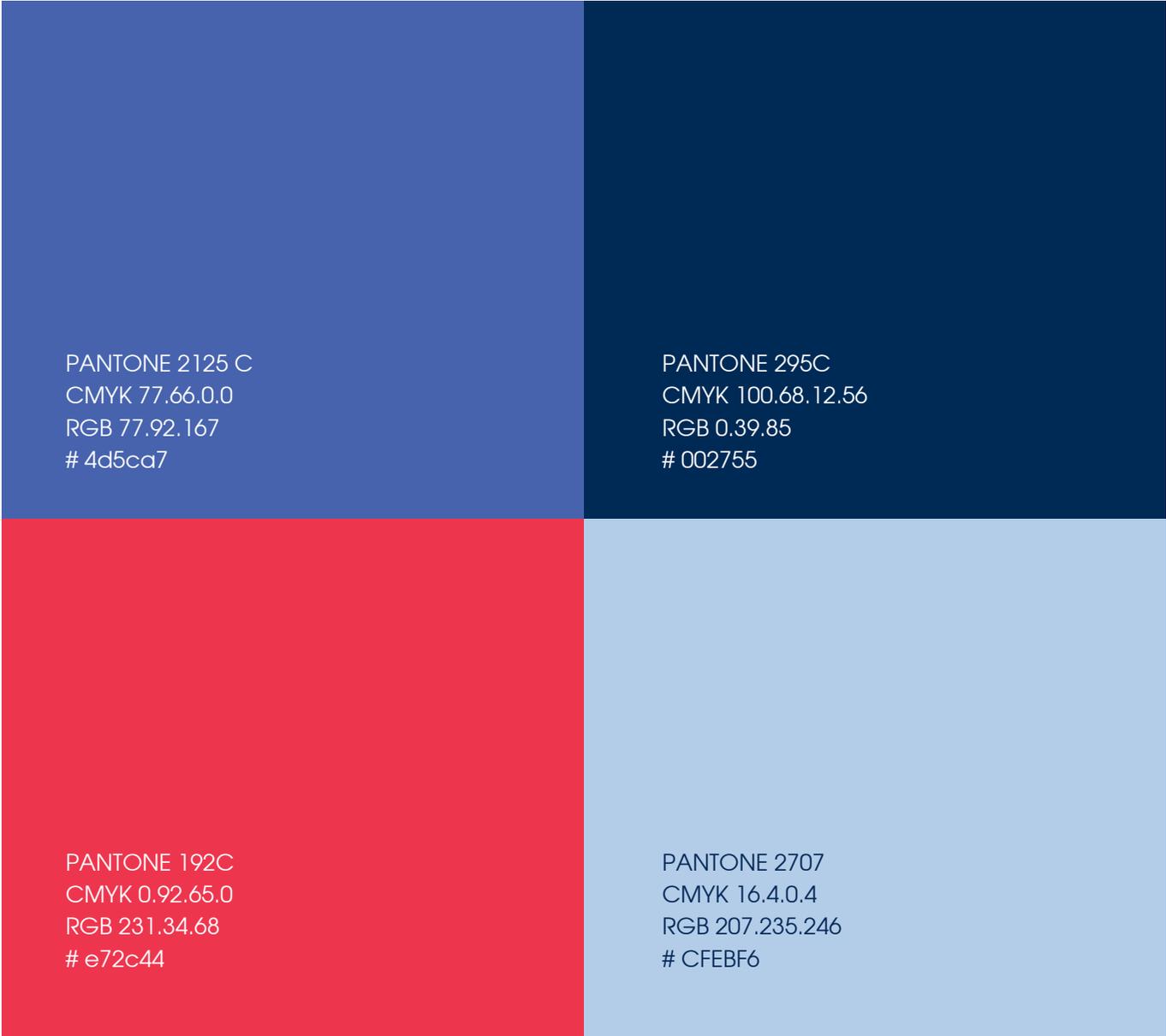
Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

2. Фирменная палитра

2.1 Основные цвета

Основные цвета используются для оформления всех печатных и электронных носителей фирменного стиля: начиная от визиток и бейджей, заканчивая электронными рекламными материалами.

Допускается небольшая корректировка цветов в зависимости от контекста: наличия материалов, возможностей и особенностей конкретной технологии изготовления и производства. В таком случае следует ориентироваться на общую цветовую гамму и итоговое визуальное ощущение.



PANTONE 2125 C
CMYK 77.66.0.0
RGB 77.92.167
4d5ca7

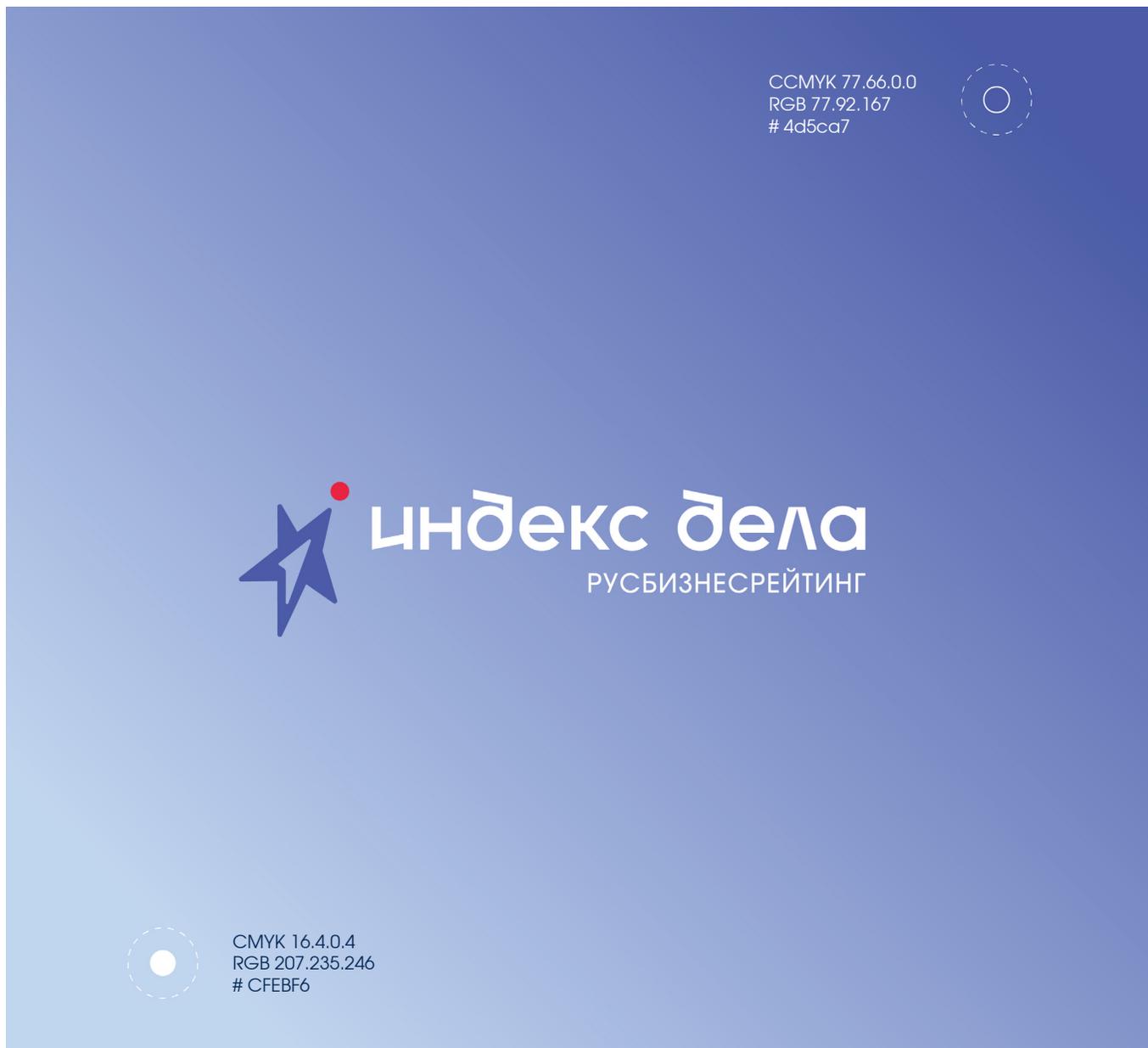
PANTONE 295C
CMYK 100.68.12.56
RGB 0.39.85
002755

PANTONE 192C
CMYK 0.92.65.0
RGB 231.34.68
e72c44

PANTONE 2707
CMYK 16.4.0.4
RGB 207.235.246
CFEBF6

2.2 Градиент

Градиент может быть использован как фоновый элемент. Для задания градиента следует использовать модели CMYK или RGB, т.к. возможности работы с градациями на основе красок PANTONE ограничены.



3. Типографика

3.1 Фирменные шрифты

Фирменный шрифт — Brotesk (Trial) используется для рекламных заголовков первого уровня. Для подзаголовков и основного текста используется фирменный шрифт Involve, в начертаниях: Regular и Bold.

Brotesk (Trial) Semibold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ
УФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890(\$@%&#.:;!*?)

Involve Involve Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ
УФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890(\$@%&#.:;!*?)

3.2 Системный шрифт

Дополнительный шрифт Verdana — используется для офисного документооборота, например, для работы в программах пакета Microsoft Office.

Verdana
Verdana Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ
УФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890(\$@%&#.:,;*!?)

3.3 Принципы верстки

На данной странице показано примерное распределение масштабов текста, используемых при верстке макетов.

Крупный

Brotesk (Trial)
Semibold
36 пт

ЗАЛОГОВОК

Involve
Bold
18 пт

Средний уточняющий заголовок

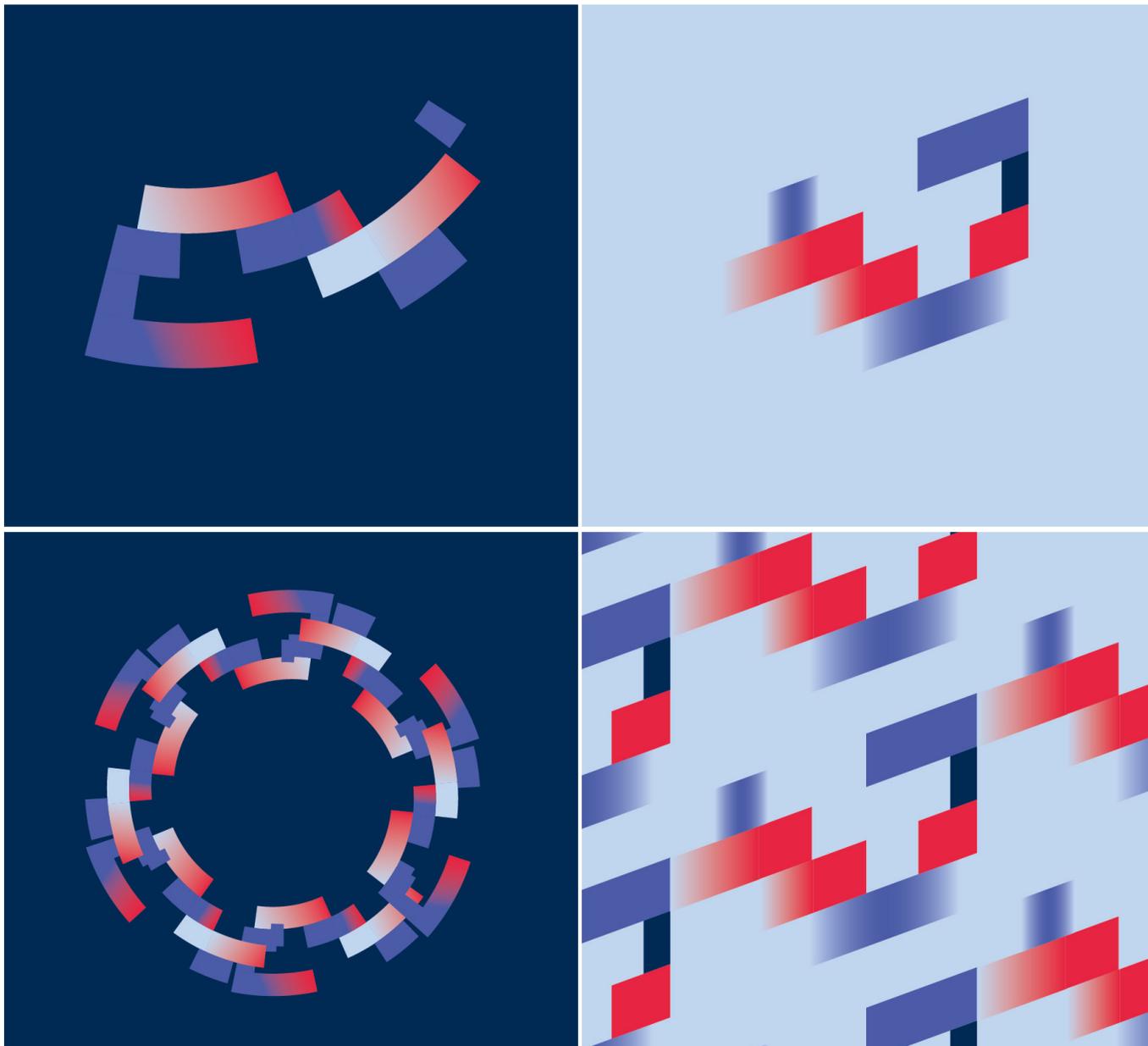
Involve
Regular
10 пт

Автоматизированная проверка показателей и применение повышающих и понижающих региональных коэффициентов в рамках рейтинга позволяет ежегодно формировать единый для страны реестр наиболее активного и развивающегося бизнеса.

4. Графика

4.1 Элементы айдентики

Концепция айдентики опирается на визуальные образы диаграмм и графиков, так как они позволяют проводить оценку бизнес-показателей посредством их ранжирования.



Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

2

Носители стиля

2.1 Наградные бланки

Формат — А4, 210×297 мм.

Печать — офсетная (4+4, СМУК).

Материал — белая, матовая,
плотностью 300 г/м²



Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

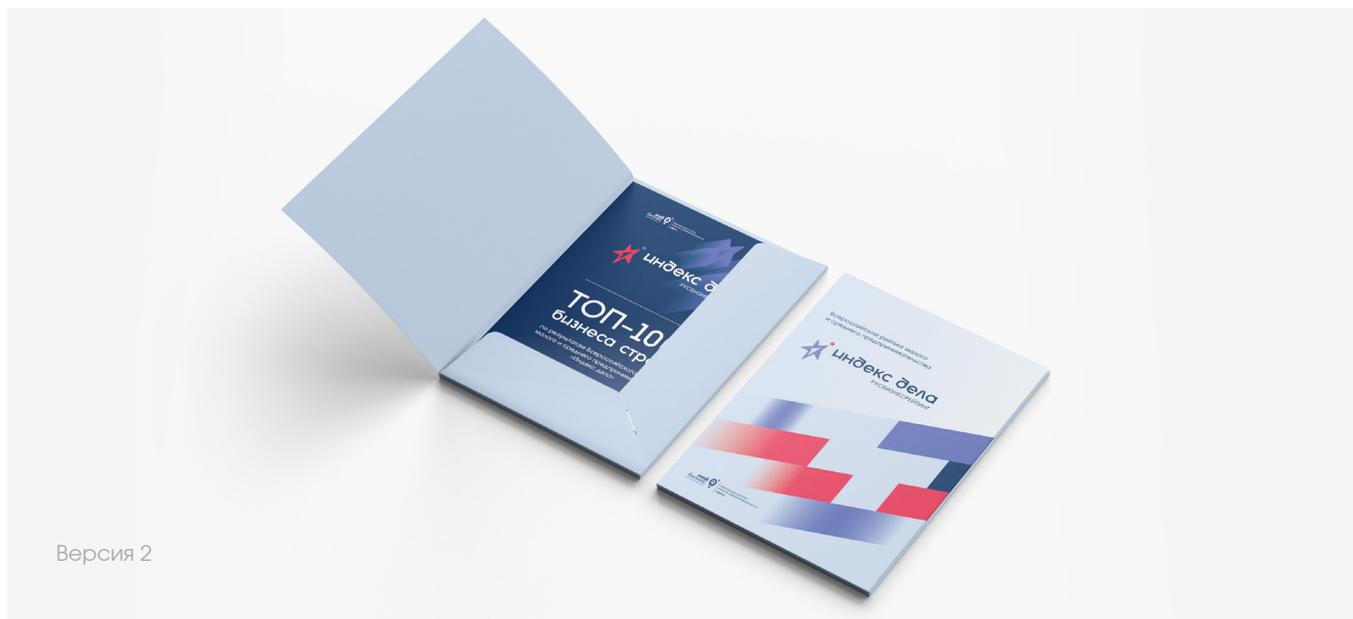
2.2 Папка для документов

Формат — 513x389 мм.

Печать — офсетная (4+4, СМУК или 3+2 при печати красками Pantone)

Материал — картон, плотностью 250—300 г/м².

Финишная обработка: матовая ламинация, вырубка.



Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов

2.3 Стикеры на дверь

Формат — 150x150 мм.

Печать — офсетная (4+4, СМУК).

Материал — матовая пленка ПВХ
с контурной резкой.



Для воспроизведения следует использовать только оригинальные версии макетов



Заключение

Стиль проекта «Индекс дела» может быть многогранным. При создании новых носителей следует руководствоваться не только правилами, указанными в этом документе, но и здравым смыслом, а также чувством эстетики бренда. Именно поэтому мы призываем следовать изложенным в руководстве инструкциям к созданию макетов.

Мы верим, что вы помогаете нам сделать образ проекта «Индекс дела» четким, неизменным и соответствующим всем признакам нашего бренда. Инструментарий, заложенный в руководстве, помогает оформить любой носитель. Используйте примеры для вдохновения.



Версия 1.0
Ноябрь, 2024