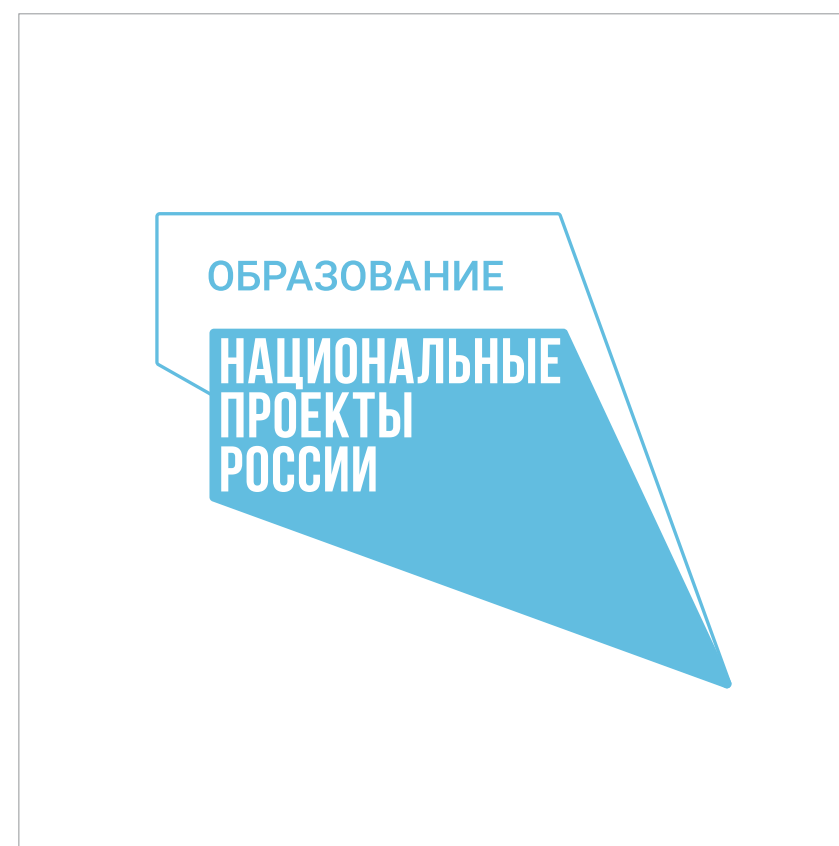
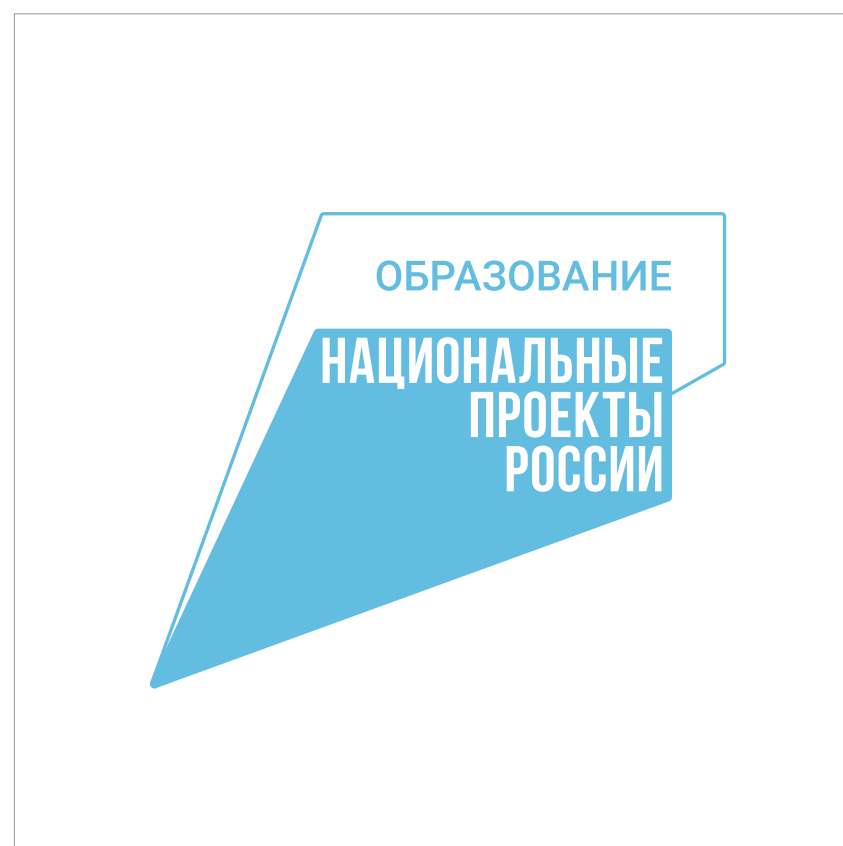


**Фирменный блок / плашечное начертание**

Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / ОБРАЗОВАНИЕ — основа графического стиля.

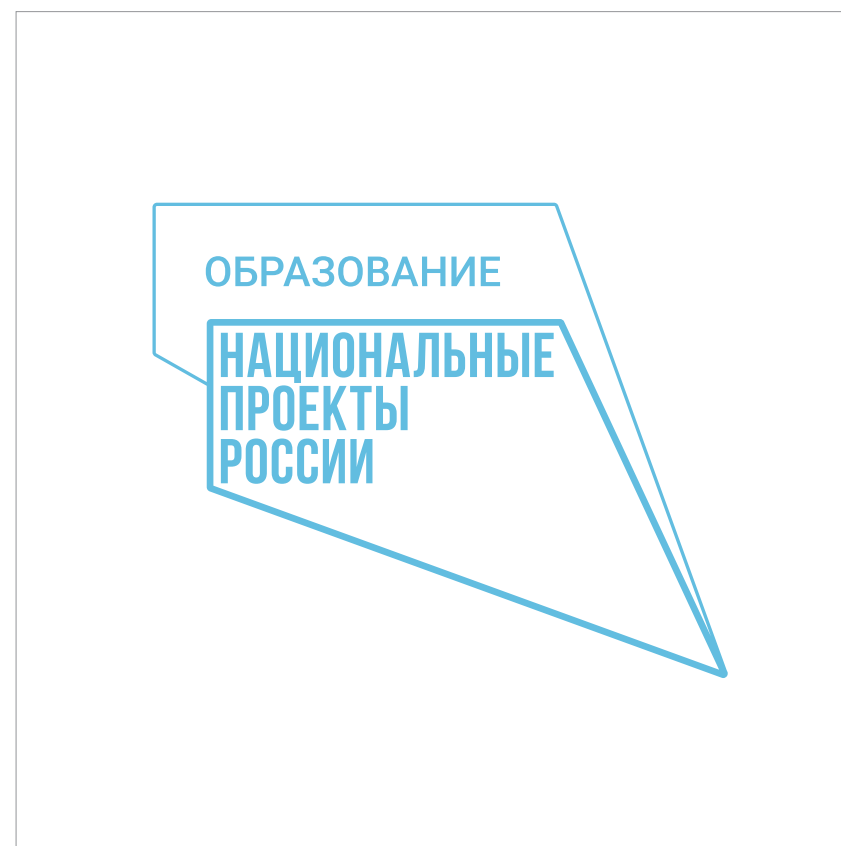
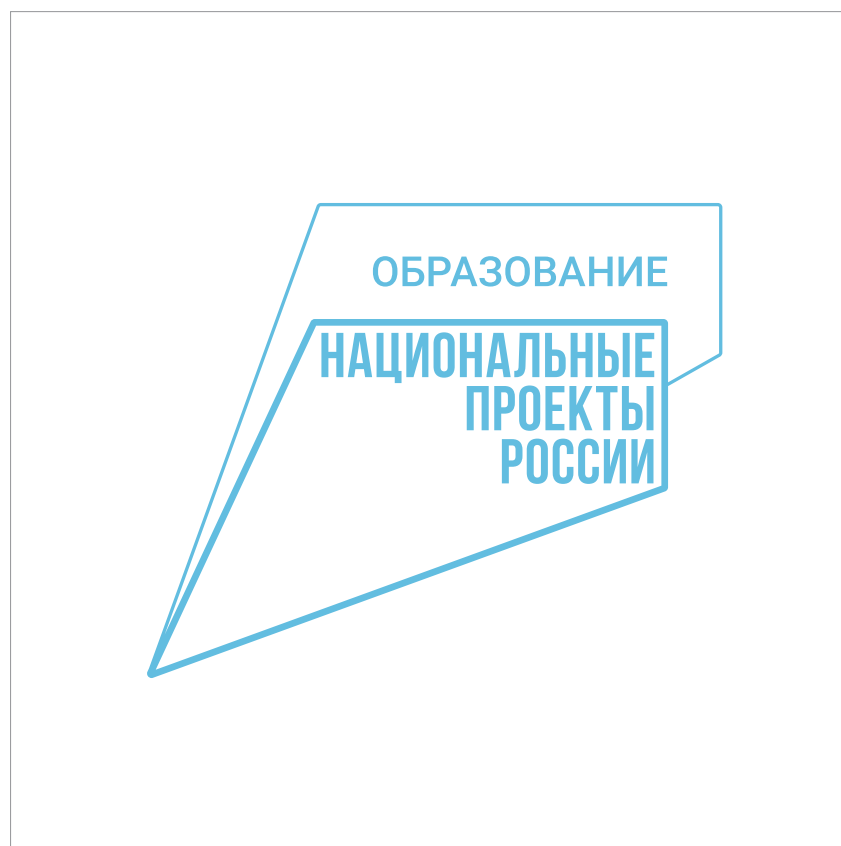
Используется только слитно. Возможны два варианта компоновки: левый и правый. Два вида начертания: плашечный и контурный. Всегда используйте готовые версии логотипа — не пытайтесь создавать их самостоятельно.



**Фирменный блок / контурное начертание**

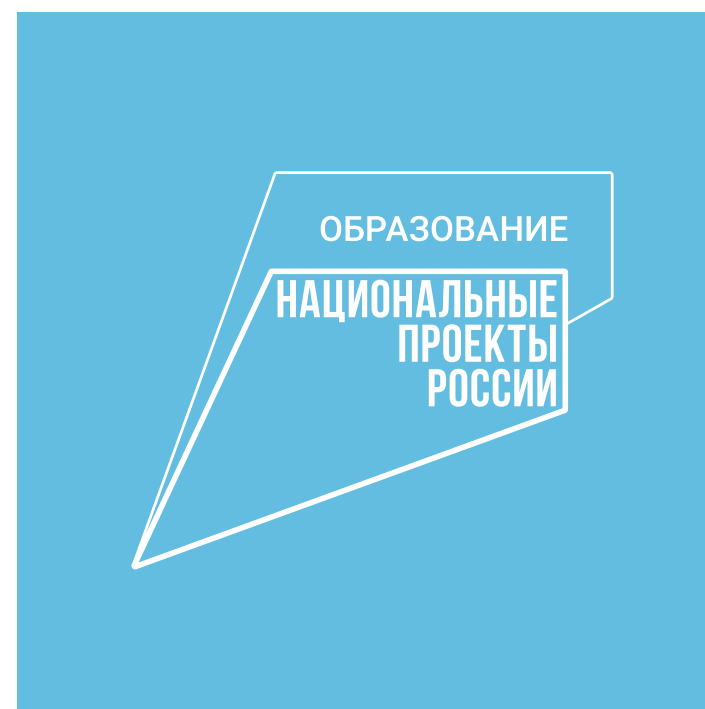
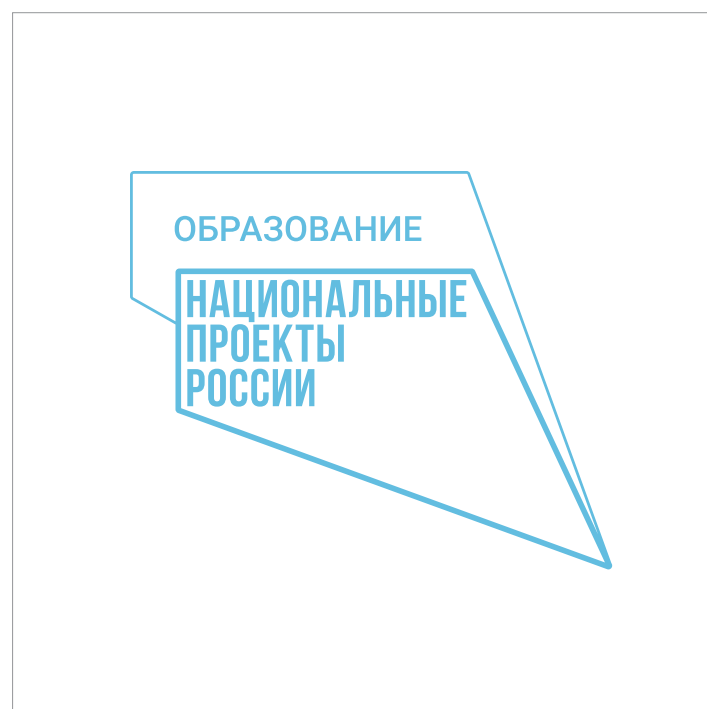
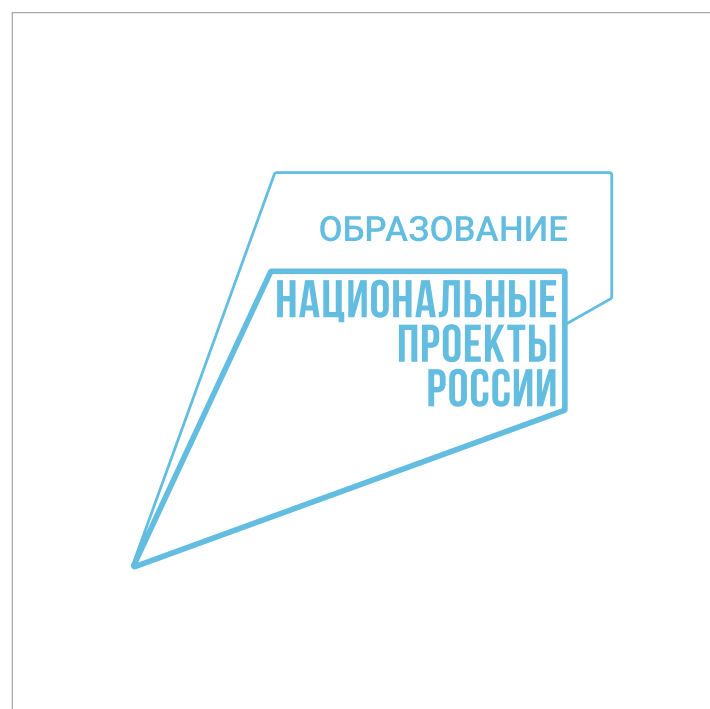
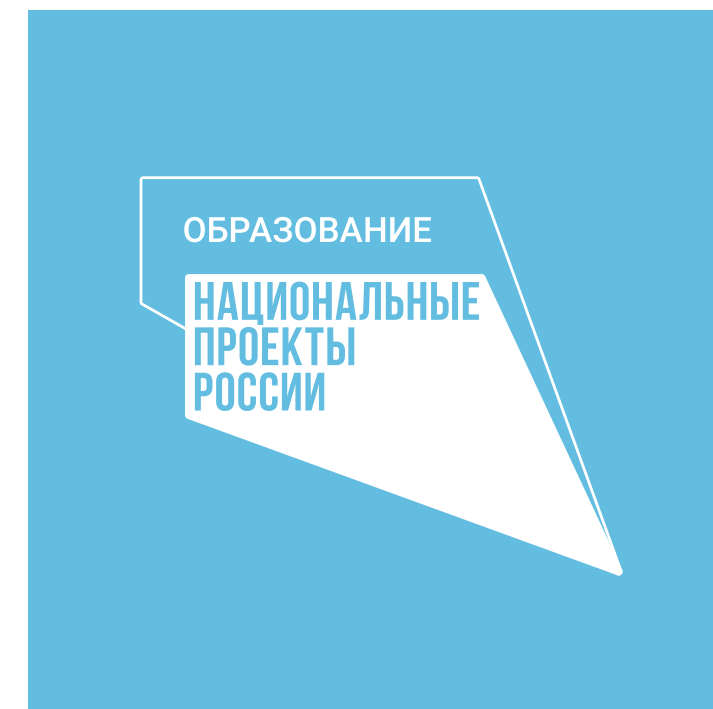
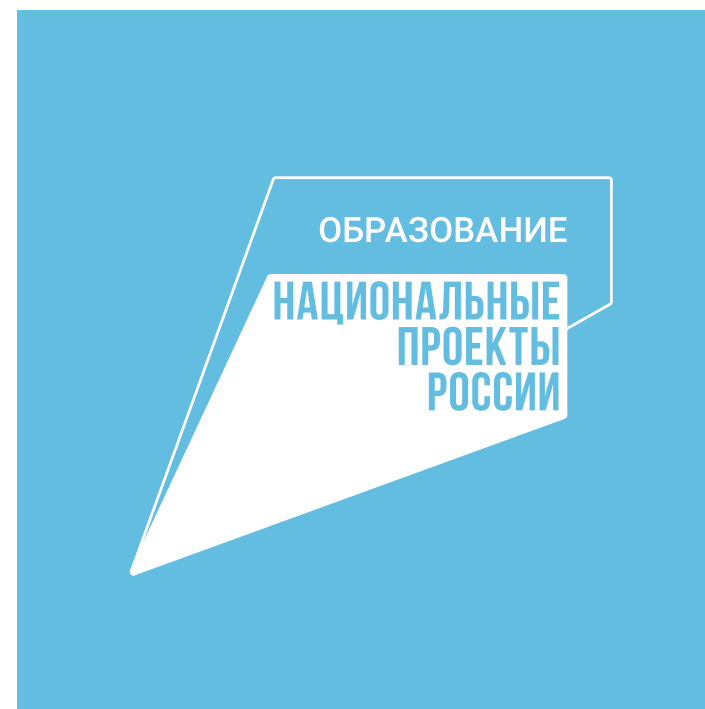
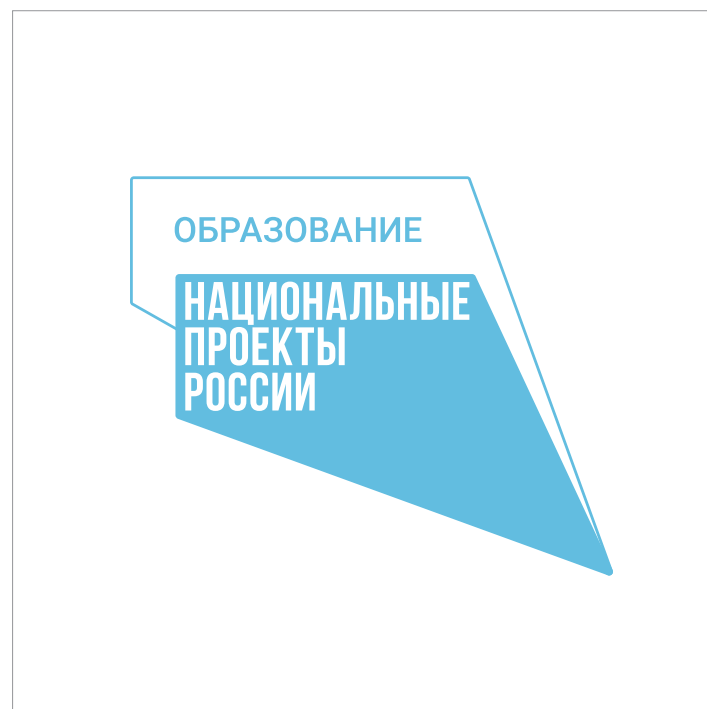
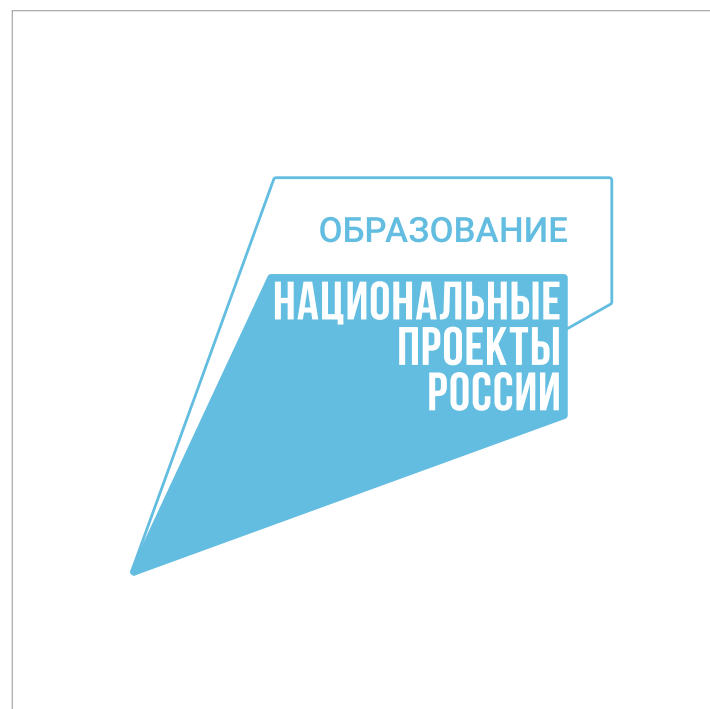
Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / ОБРАЗОВАНИЕ — основа графического стиля.

Используется только слитно. Возможны два варианта компоновки: левый и правый. Два вида начертания: плащечный и контурный. Всегда используйте готовые версии логотипа — не пытайтесь создавать их самостоятельно.



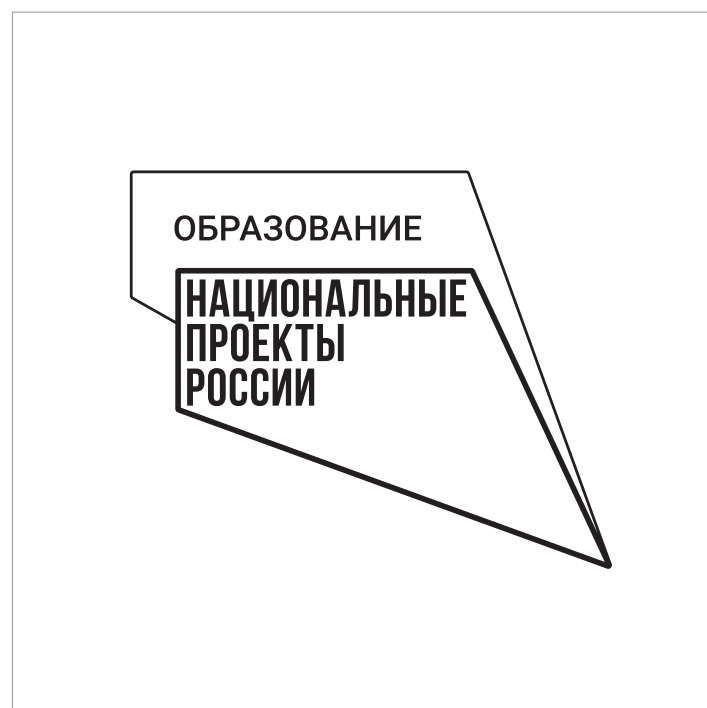
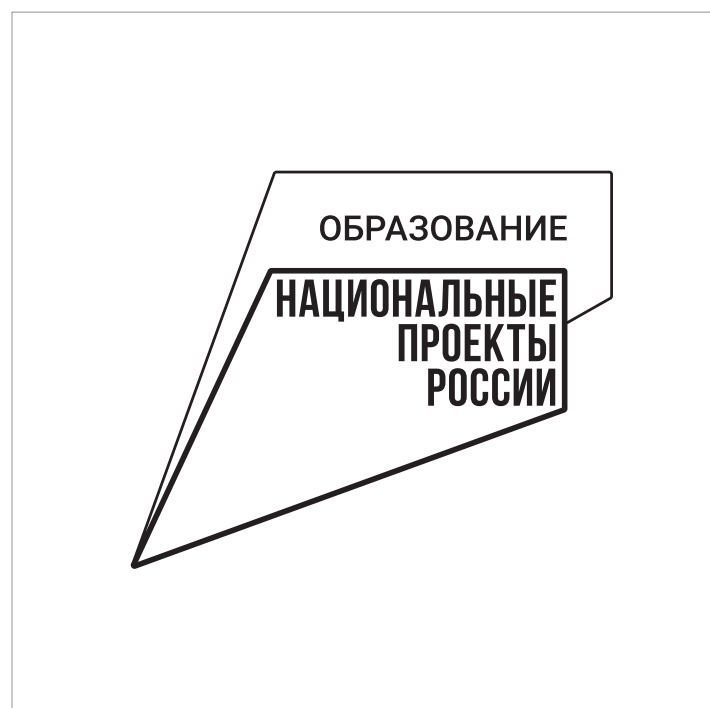
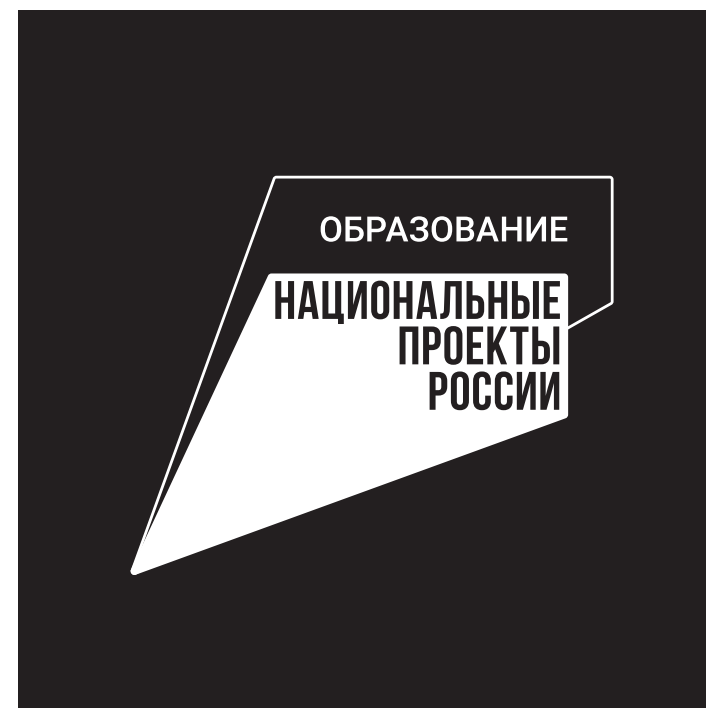
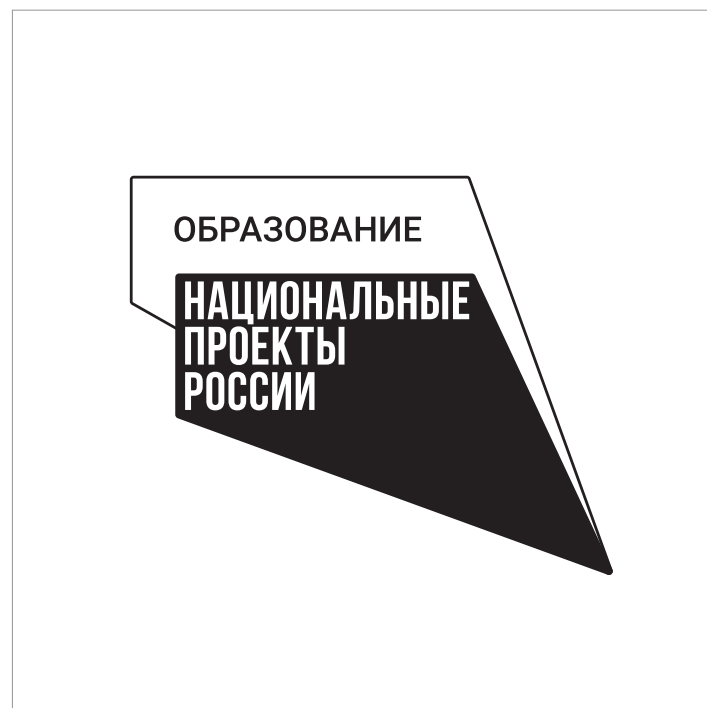
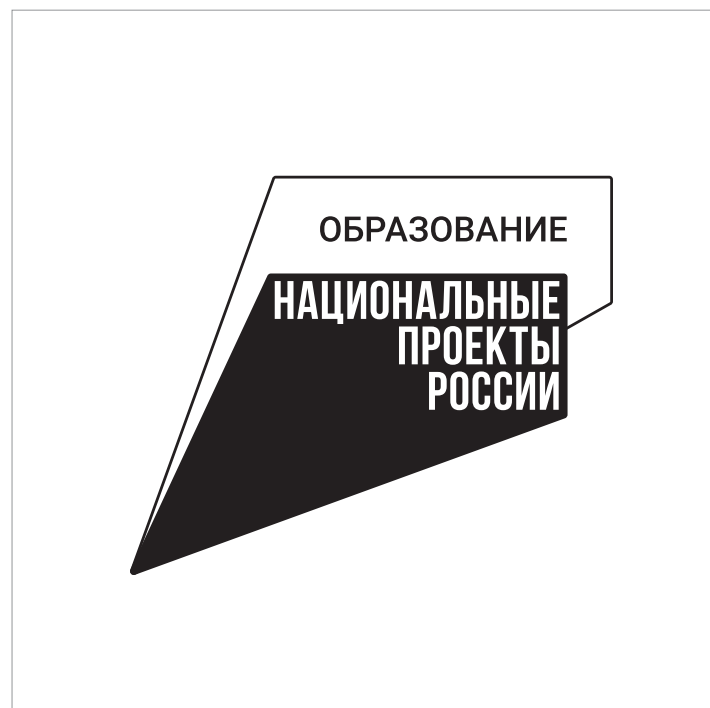
**Фирменный блок**

Фирменный блок может располагаться на белом фоне и на плашках фирменных цветов.



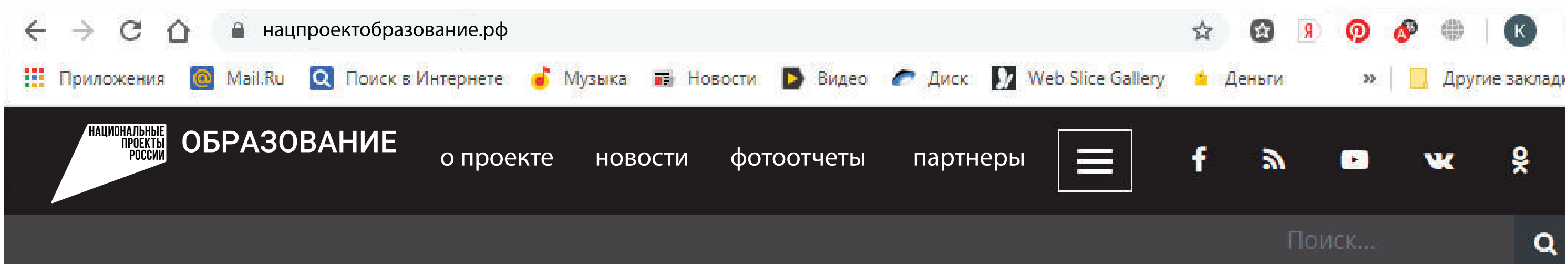
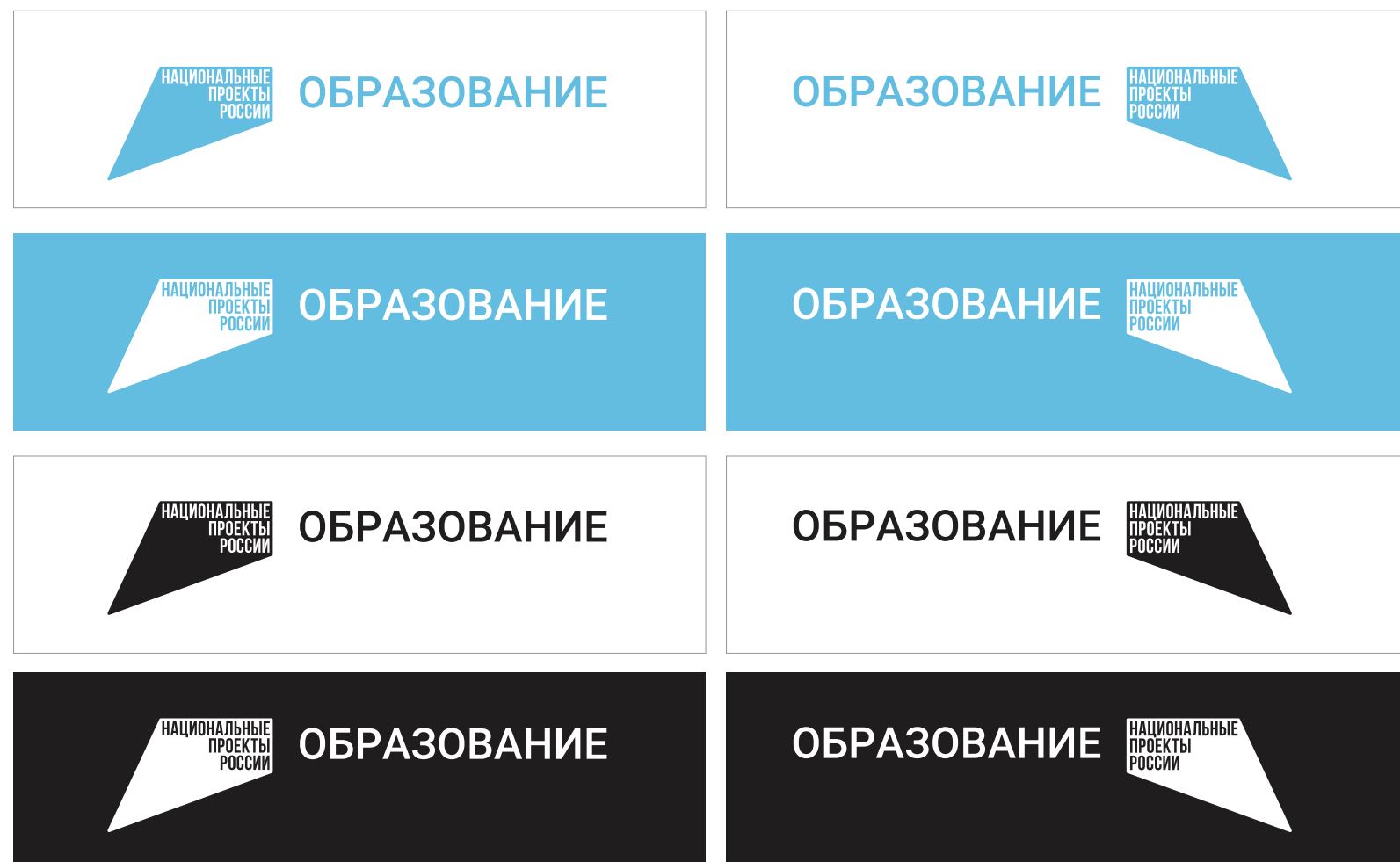
**Фирменный блок**

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



### Фирменный горизонтальный блок

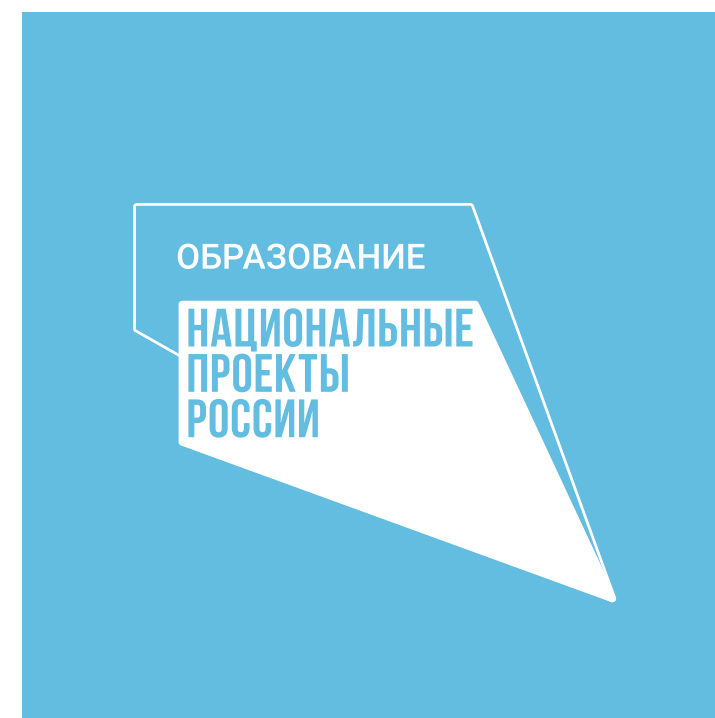
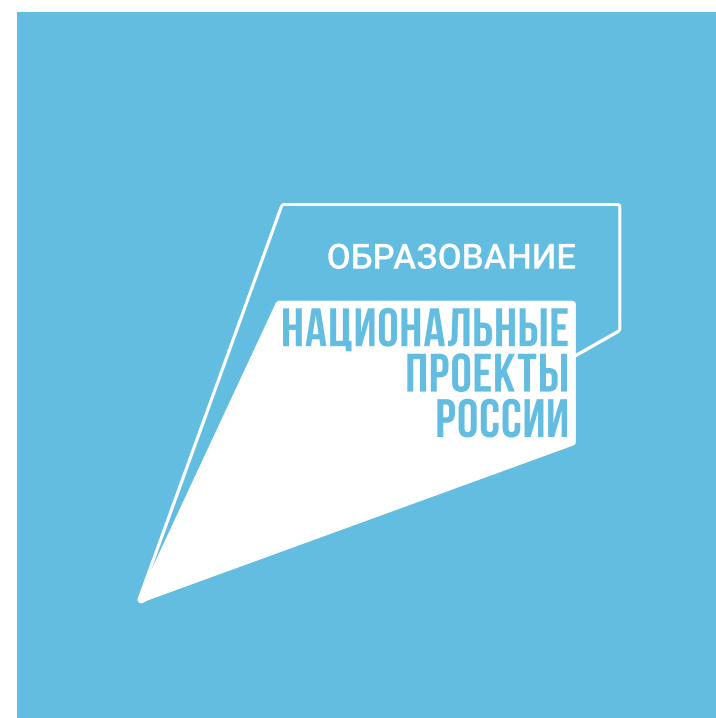
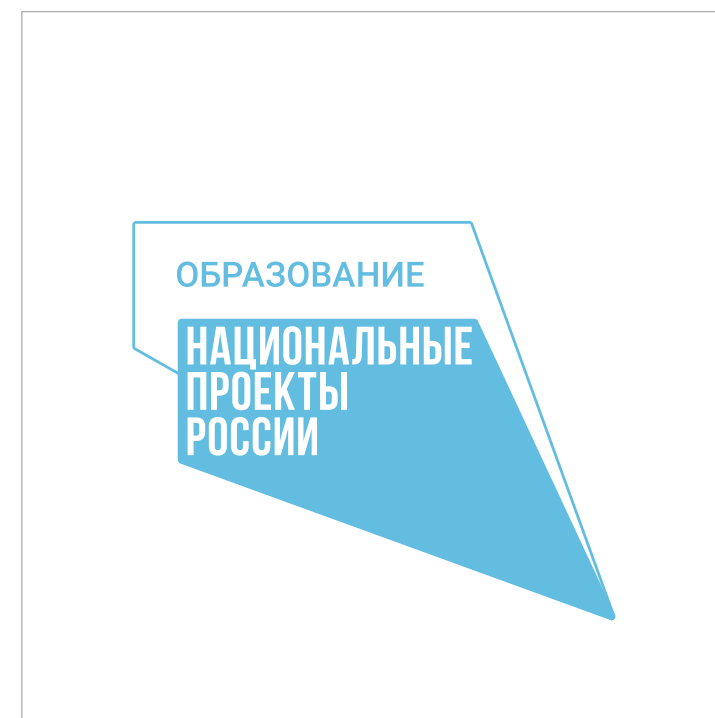
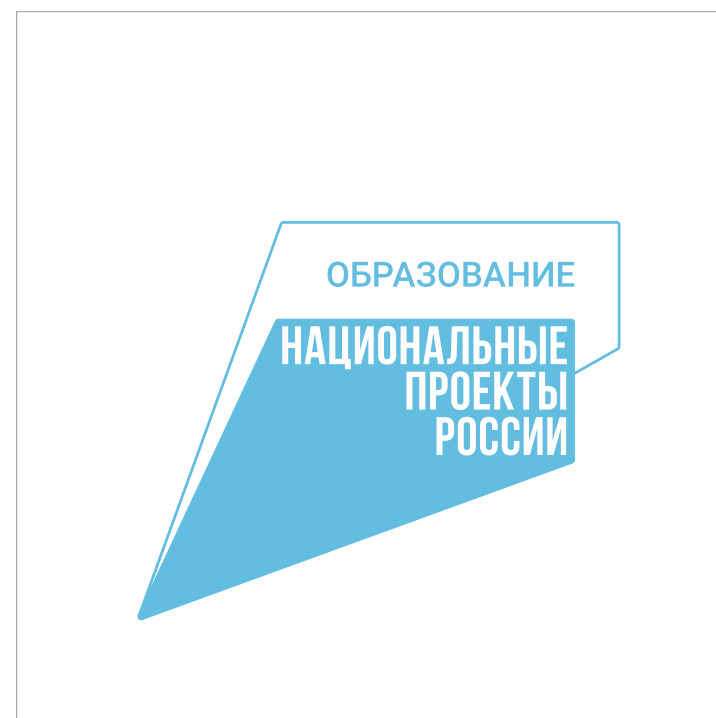
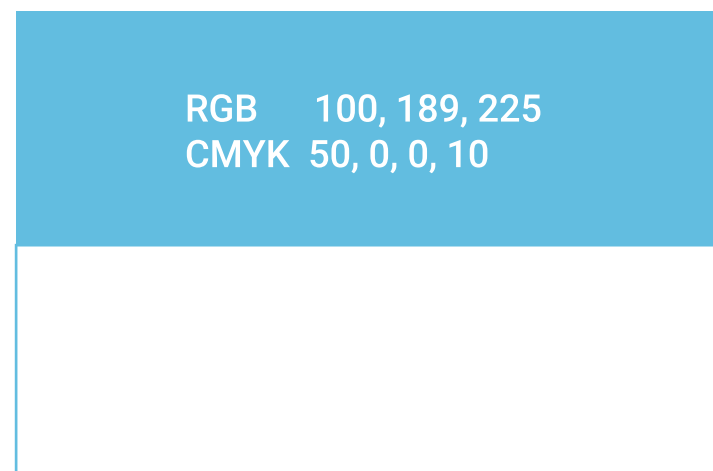
Горизонтальный фирменный блок используется в случае недостатка места по вертикали, или, когда при уменьшении знака название национального проекта не читается. Горизонтальный блок всегда используется в плашечном начертании.



**Цветовая схема В2С**

Фирменный цвет: RGB: 100, 189, 225 / CMYK: 50, 0, 0, 10.

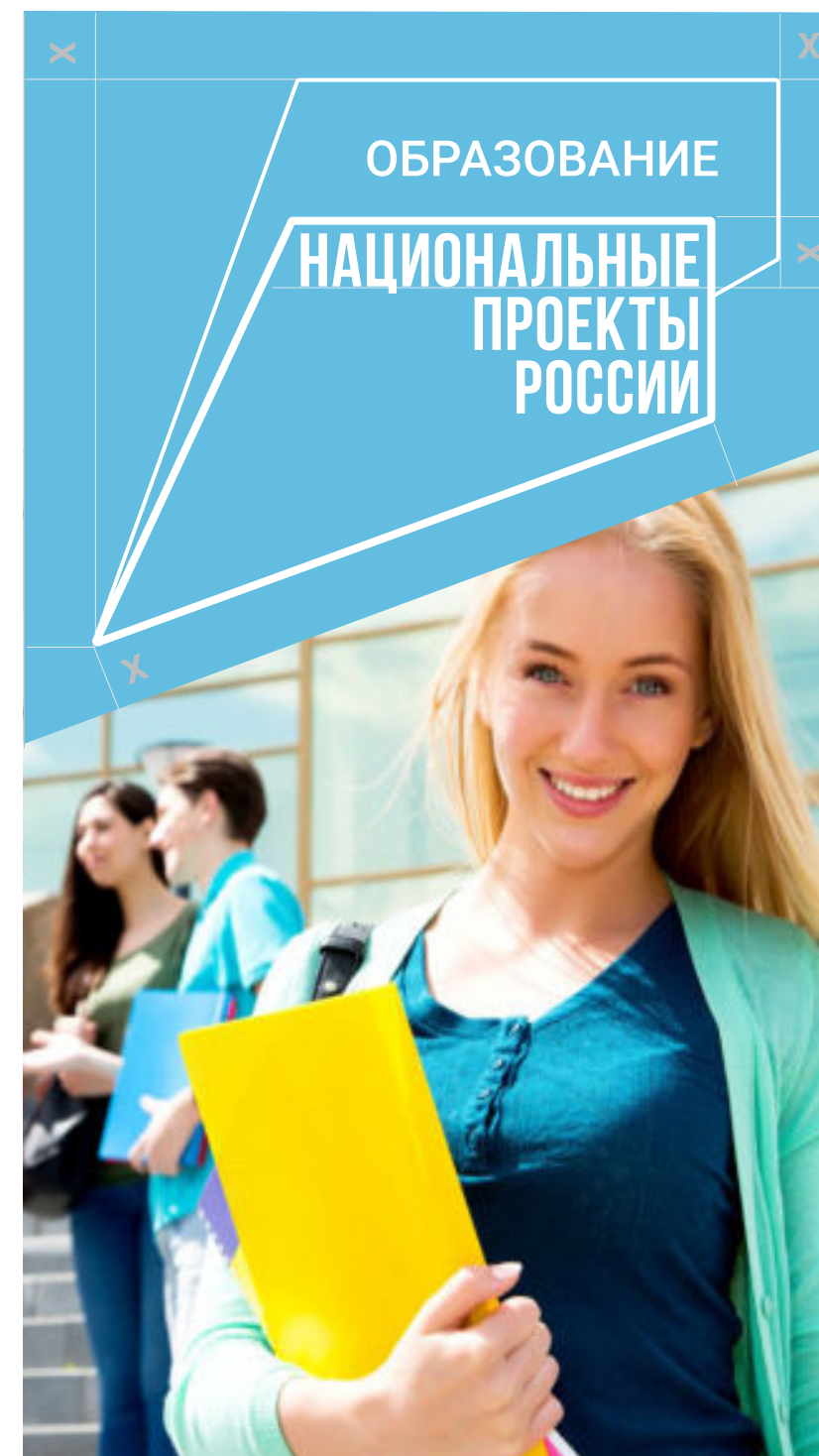
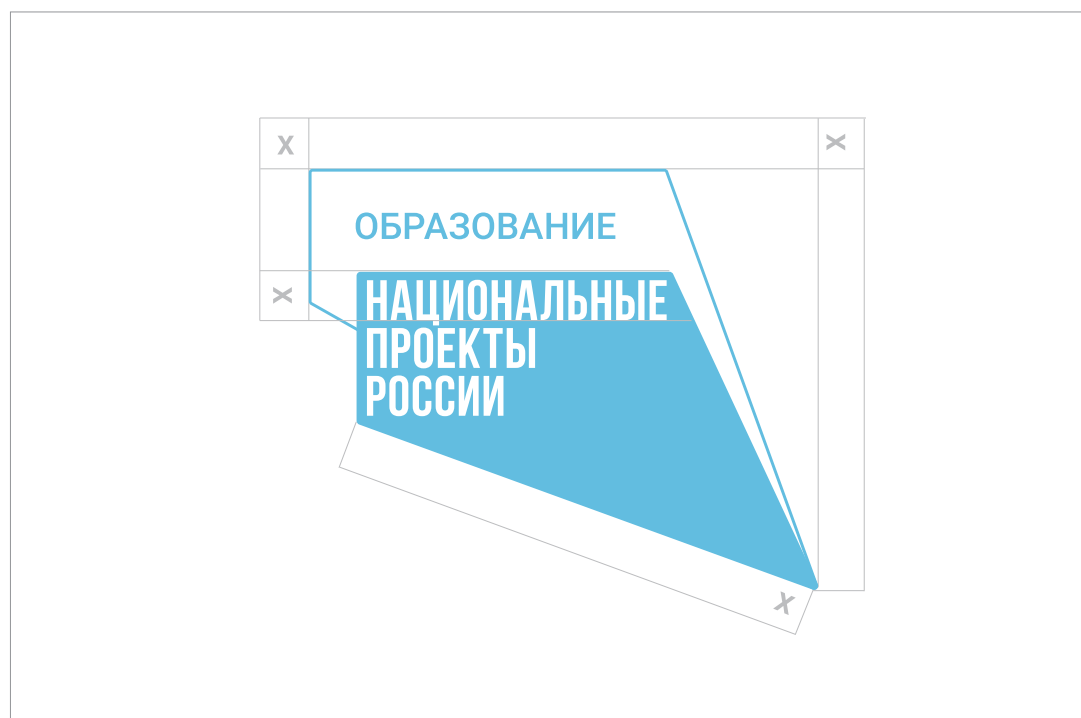
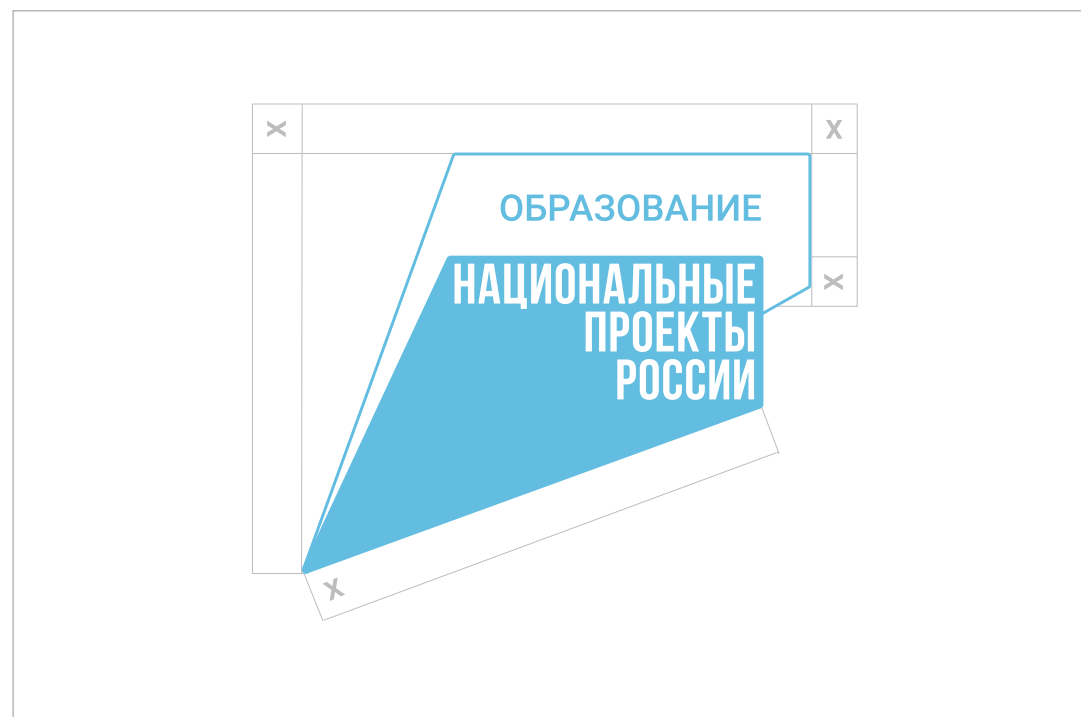
Изменить цвет фирменного блока можно только в случае, если он встраивается в уже готовый дизайн (интерьер, фасад здания, действующий сайт, инструмент и т. д.) — для гармоничного размещения.



### Охранная зона

Всегда следует соблюдать охранную зону вокруг логотипа — это пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст.

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

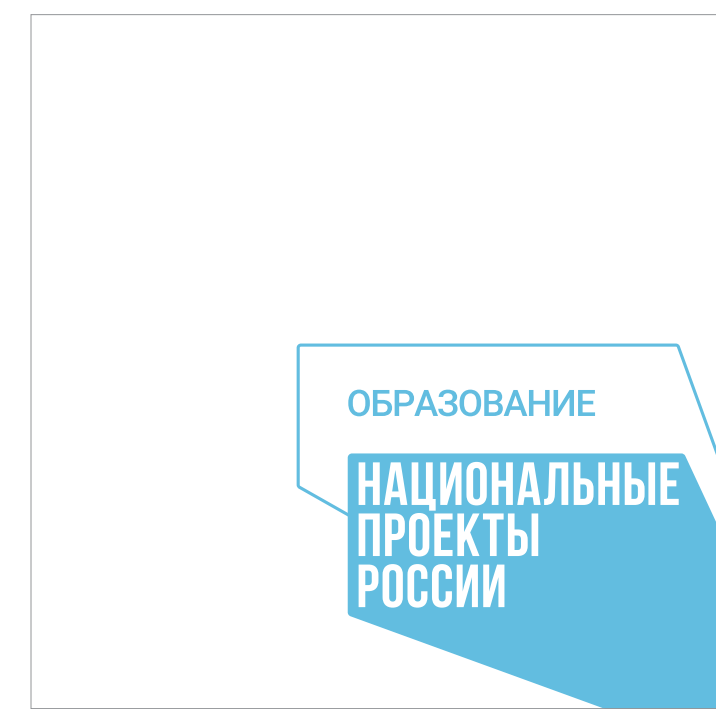
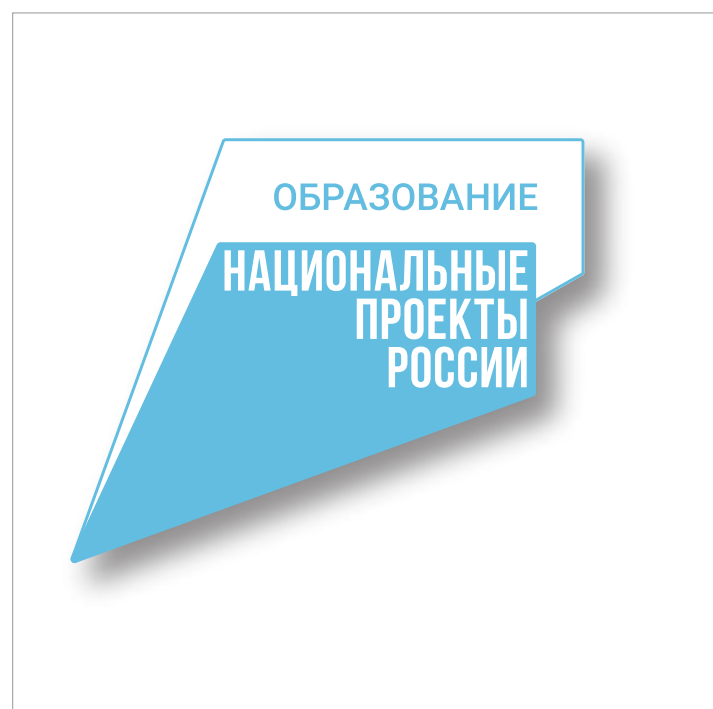
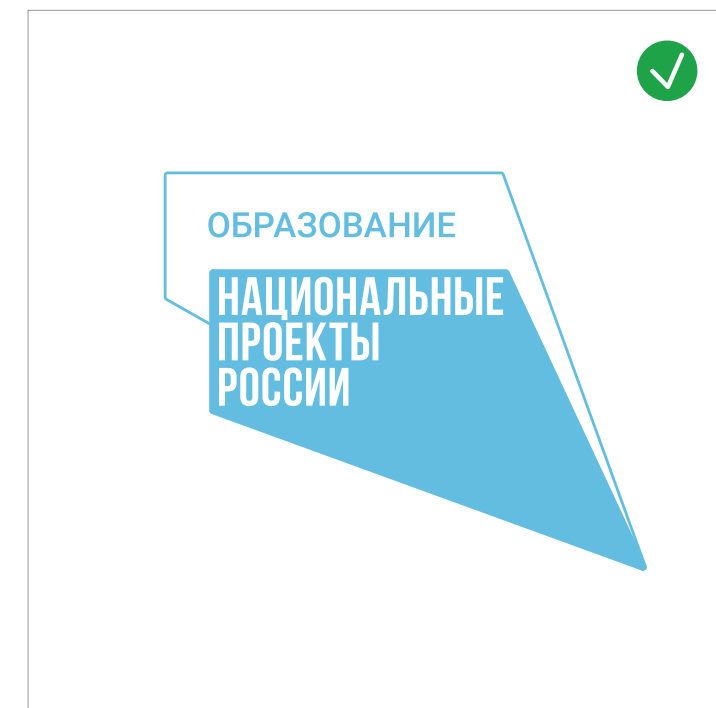
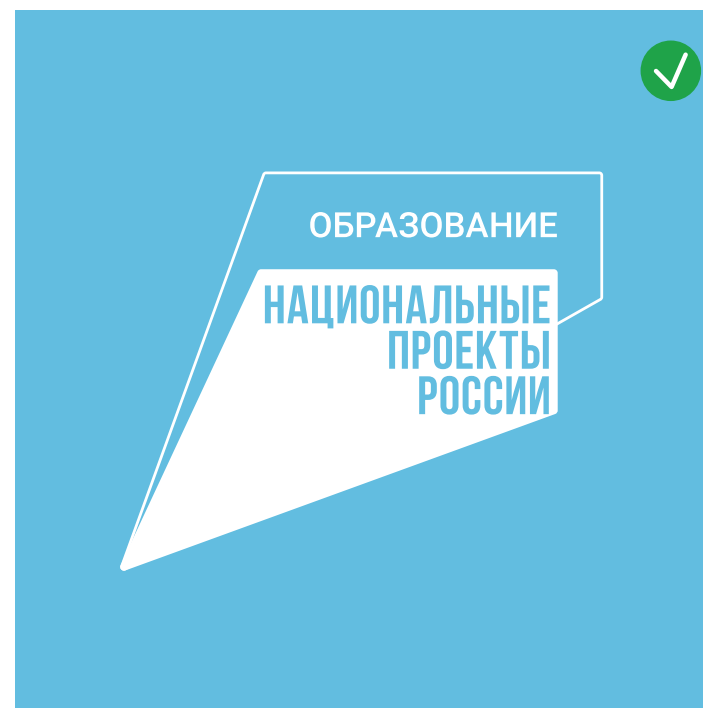
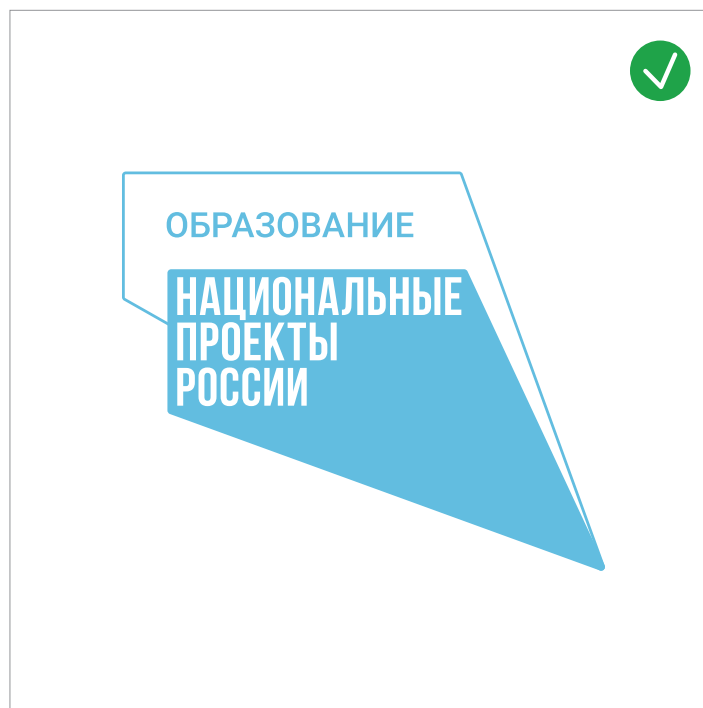
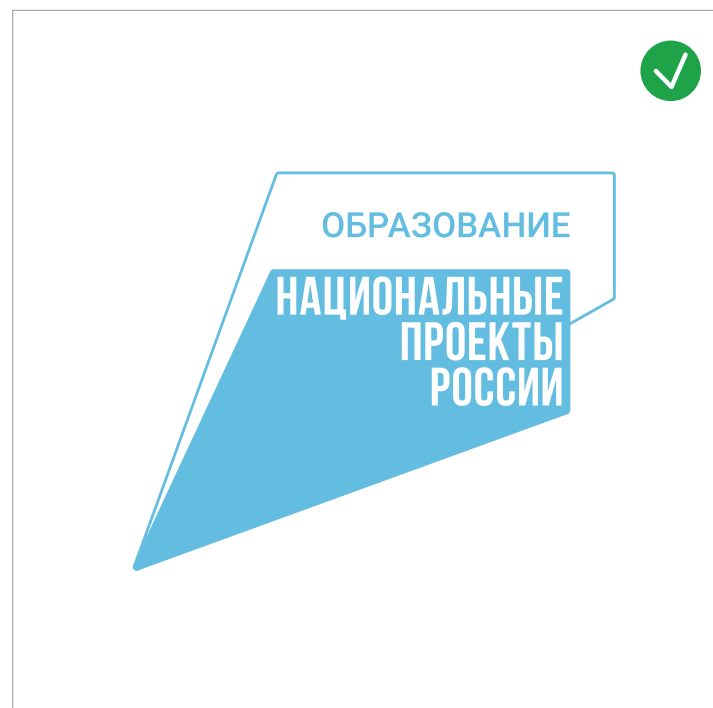


### Ошибки

Никогда не подкладывайте тень под фирменный блок.

Никогда не применяйте дополнительные эффекты к оформлению фирменного блока.

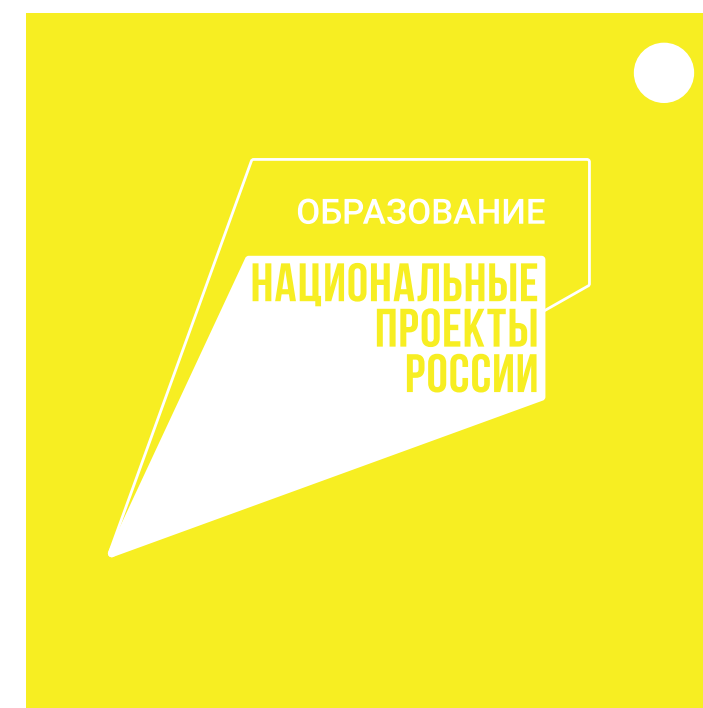
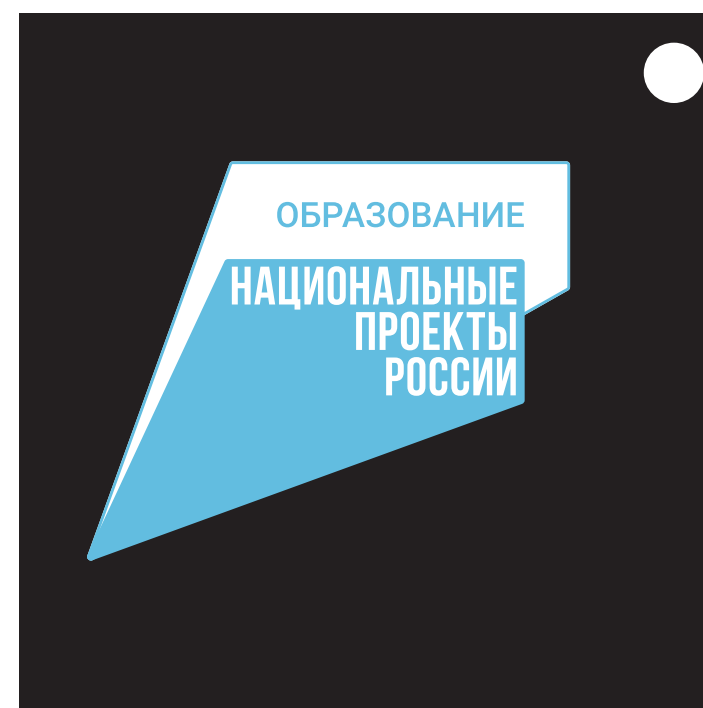
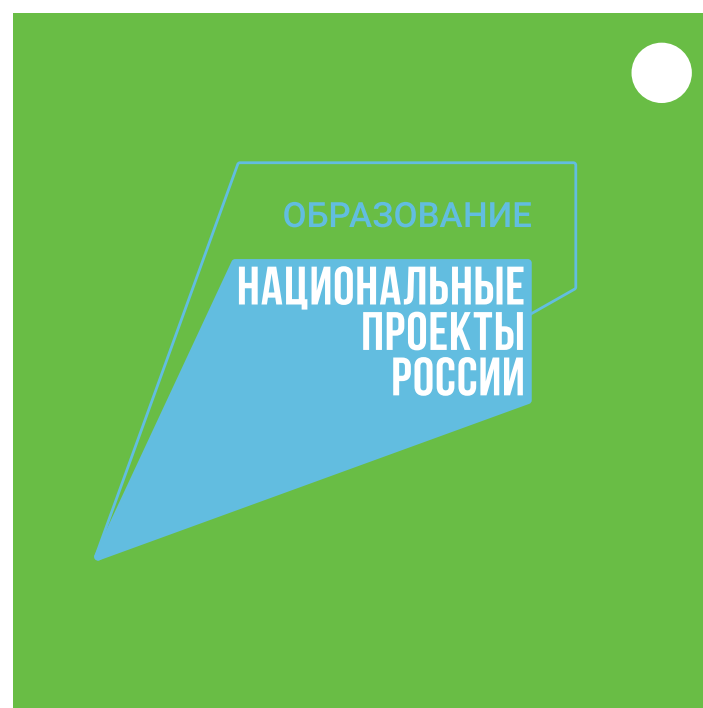
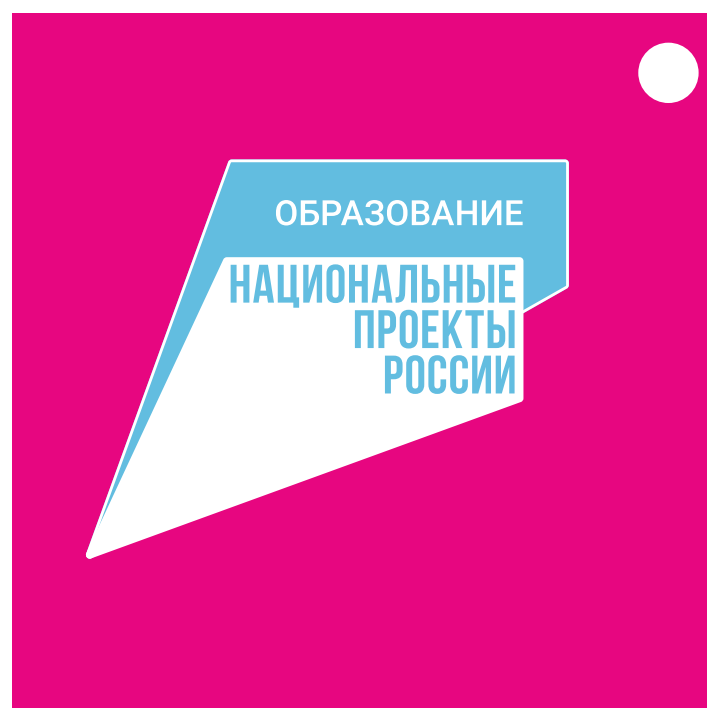
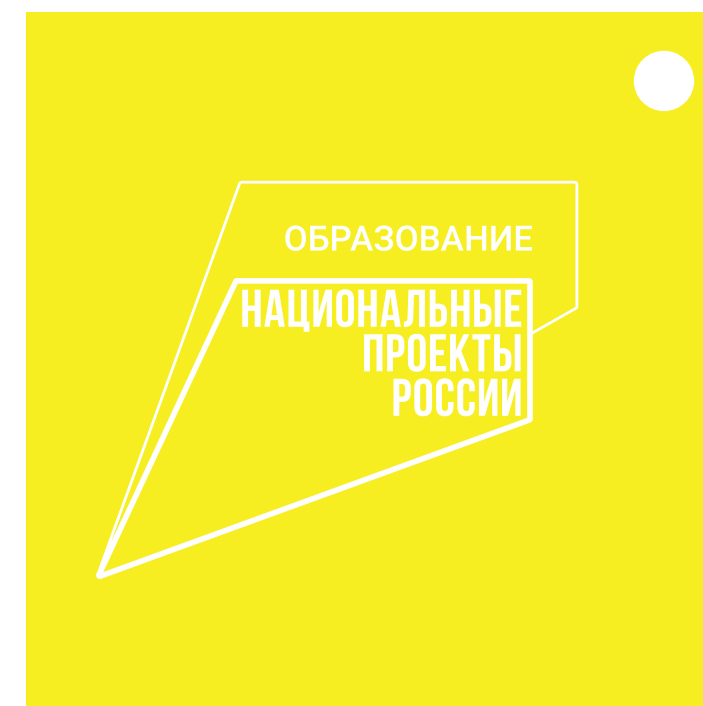
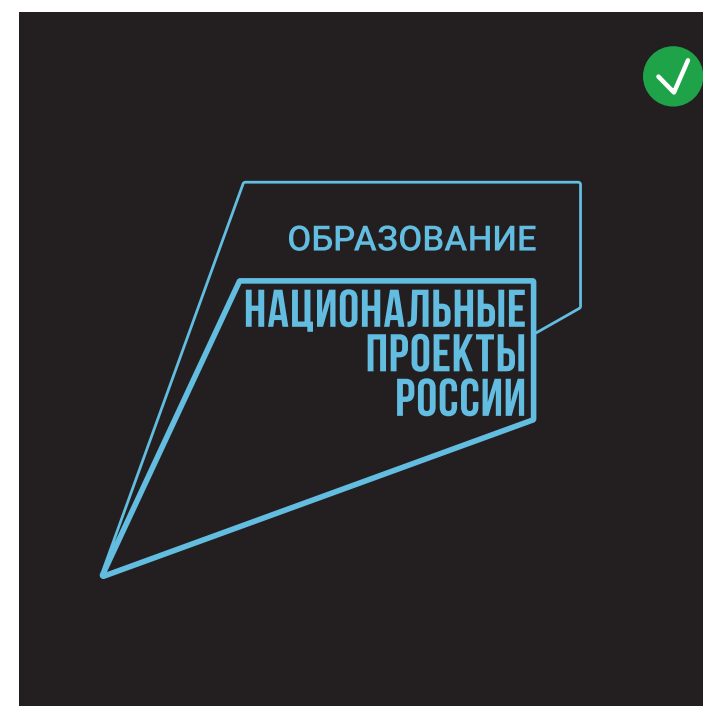
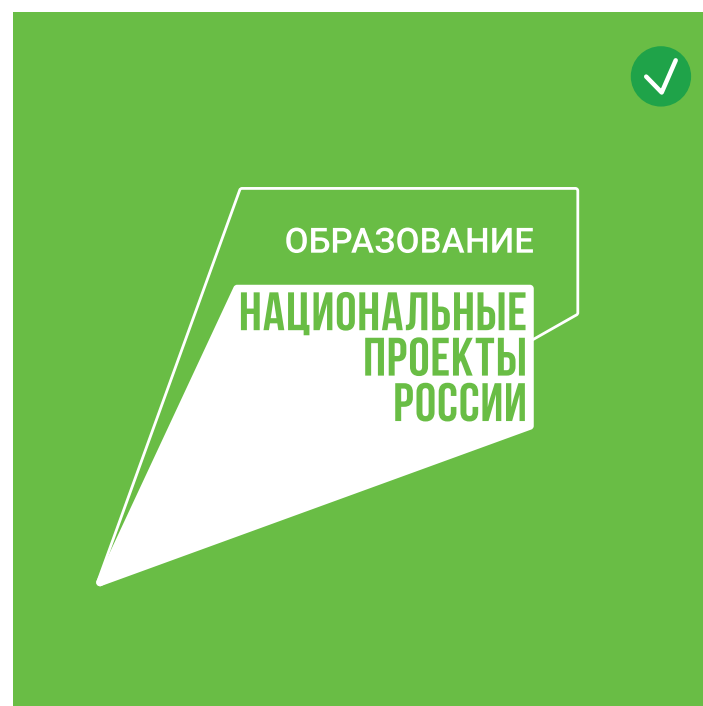
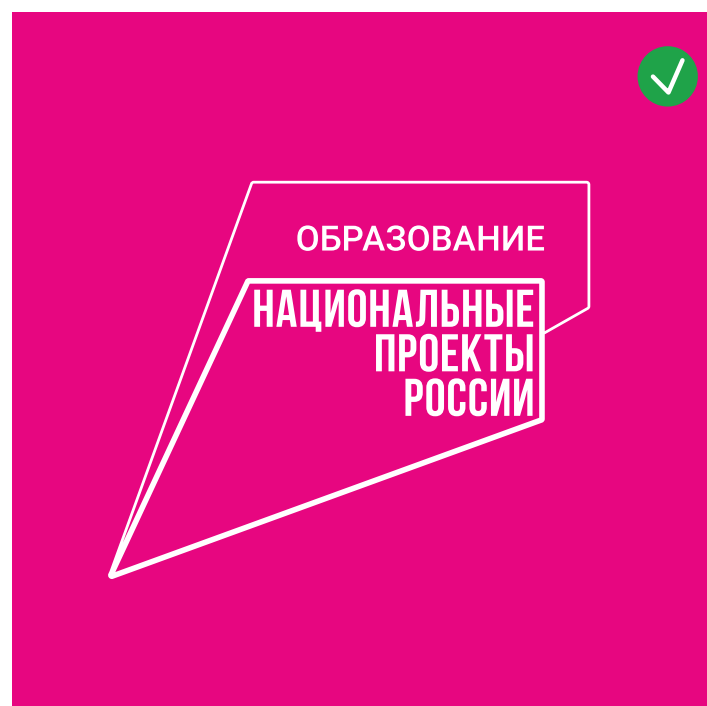
Используйте только фон фирменного цвета. Никогда не обрезайте фирменный блок.





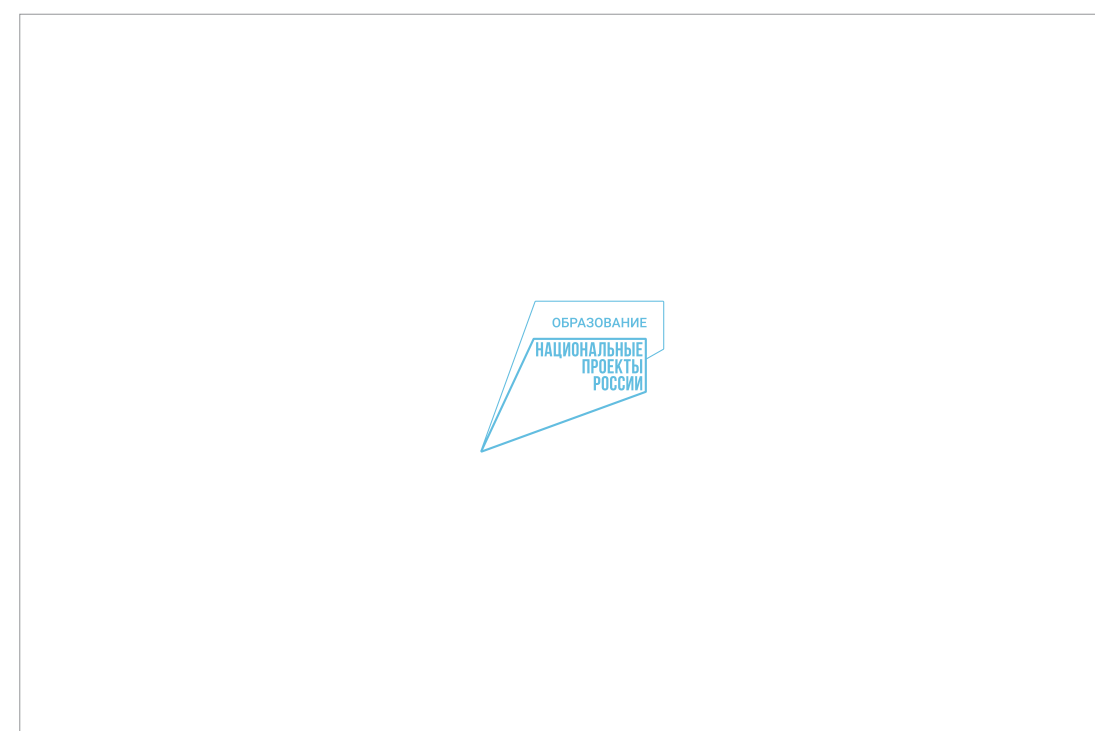
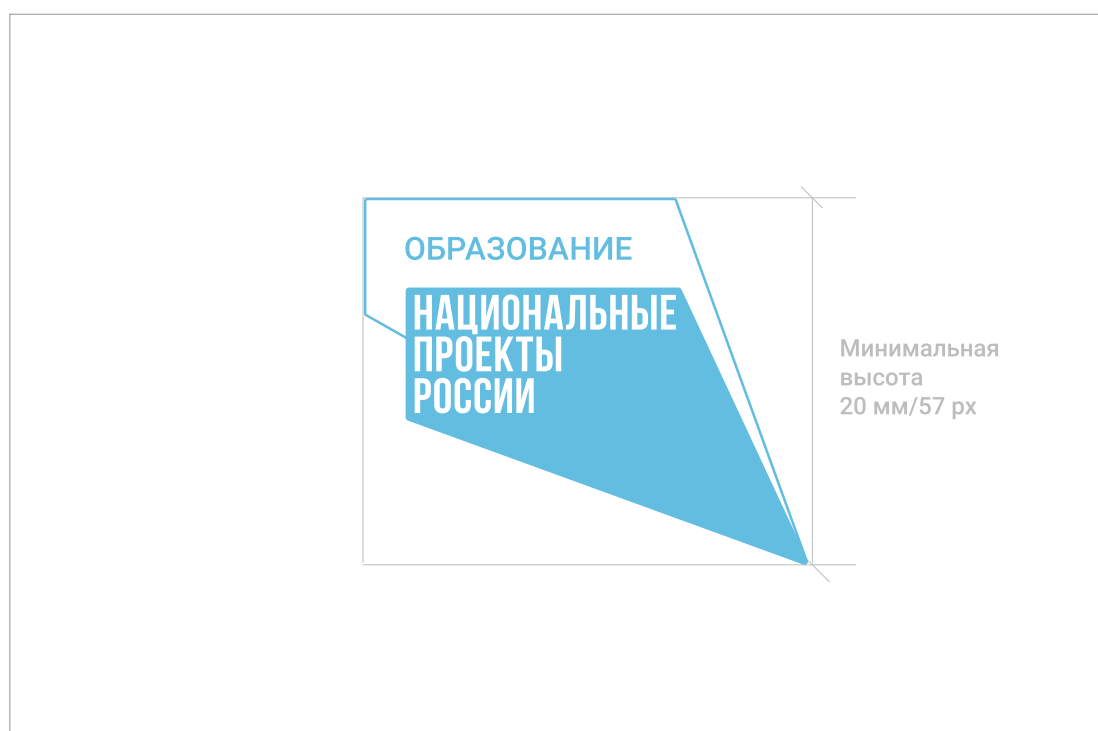
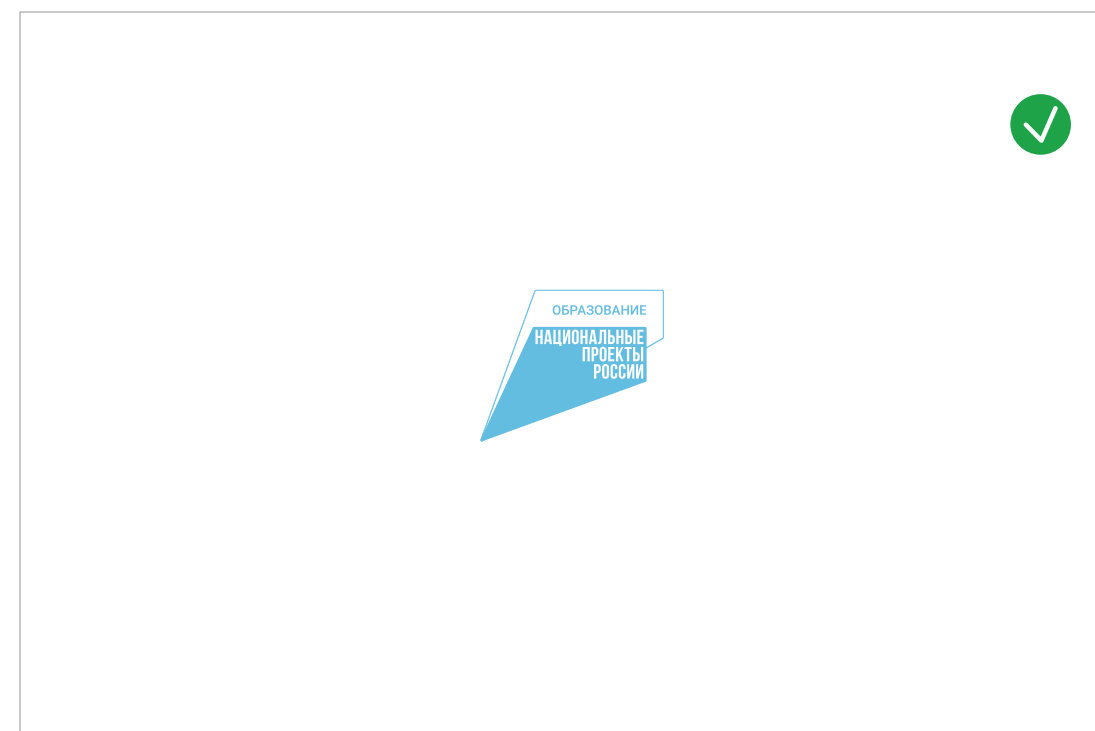
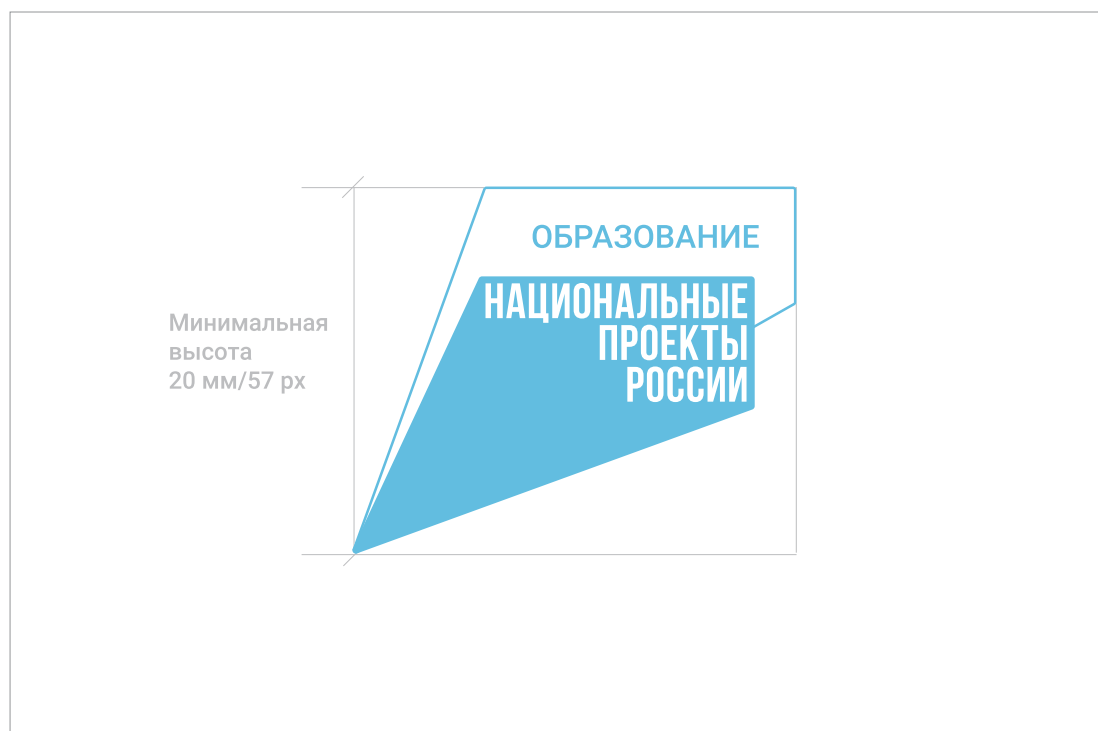
### Размещение на цветных фонах

В случае невозможности использовать фирменный или белый цвет в качестве фона размещайте фирменный блок только в белом цвете. Также можно использовать фирменный цвет, если фон недостаточно контрастен к белому.



### Минимальный размер

При минимальном размере фирменного блока рекомендуется использовать плашечный вид логотипа.



## Типографика

Типографика является неотъемлемой частью идентичности, с ее помощью строятся все коммуникации. В качестве основного шрифта используем Roboto. Основные начертания: Medium — для заголовков, Regular — для остальных текстов, Bebas Neue — для слоганов.

# Roboto Medium используется для заголовков

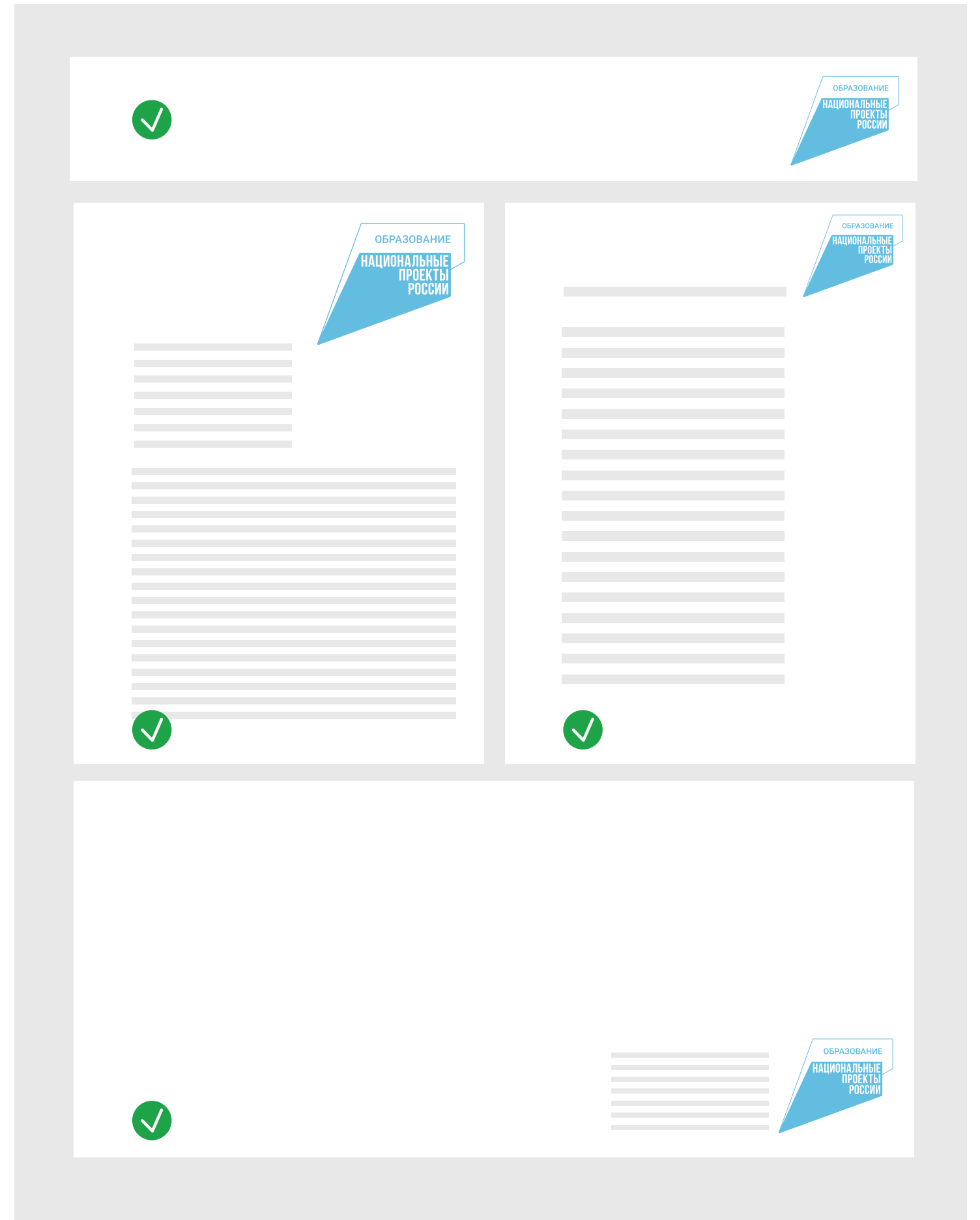
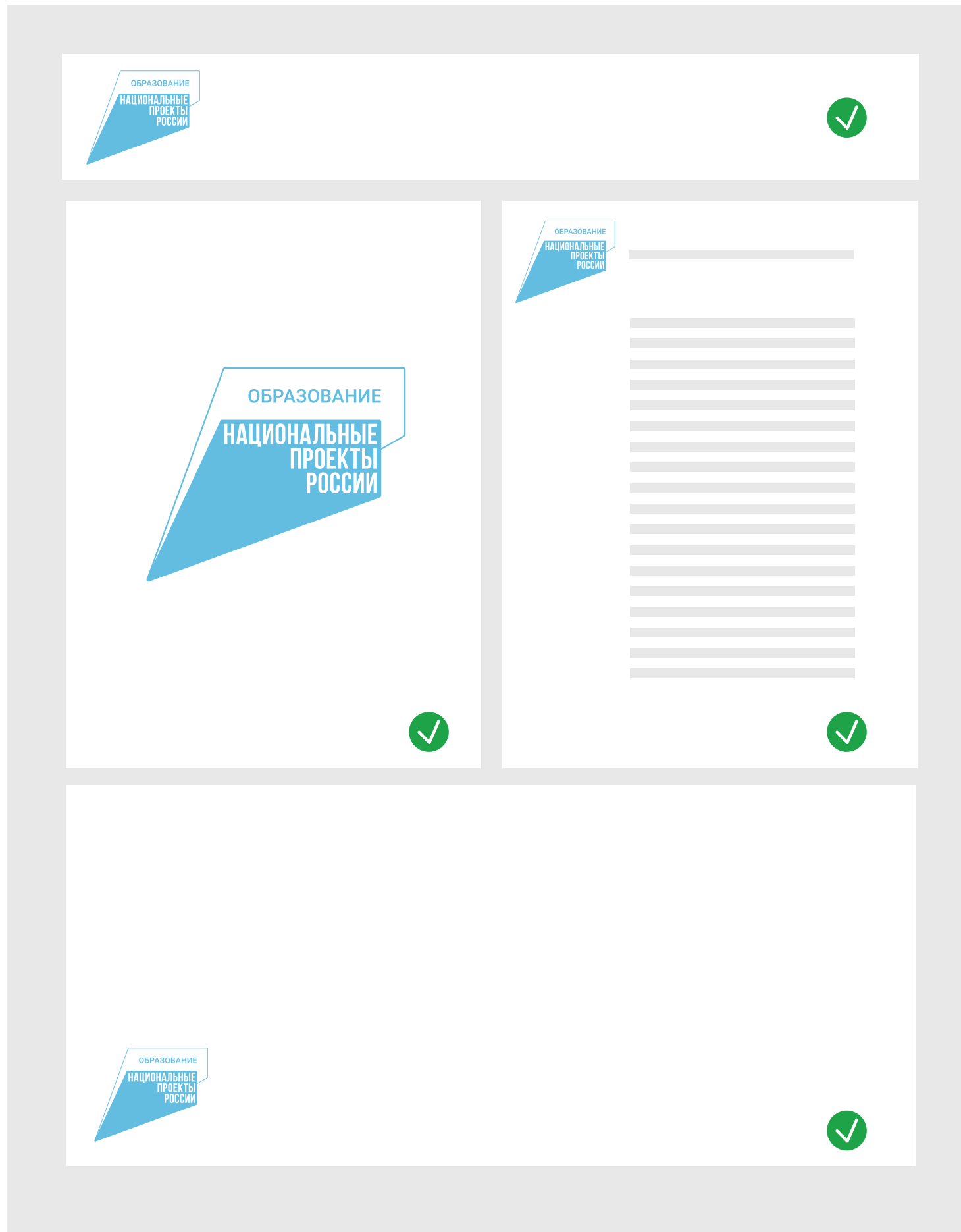
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП  
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрст  
уфхцчшщъыьэюя  
1234567890

# Roboto Regular ис- пользуется для подзаголовков и текстов

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП  
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрст  
уфхцчшщъыьэюя  
1234567890

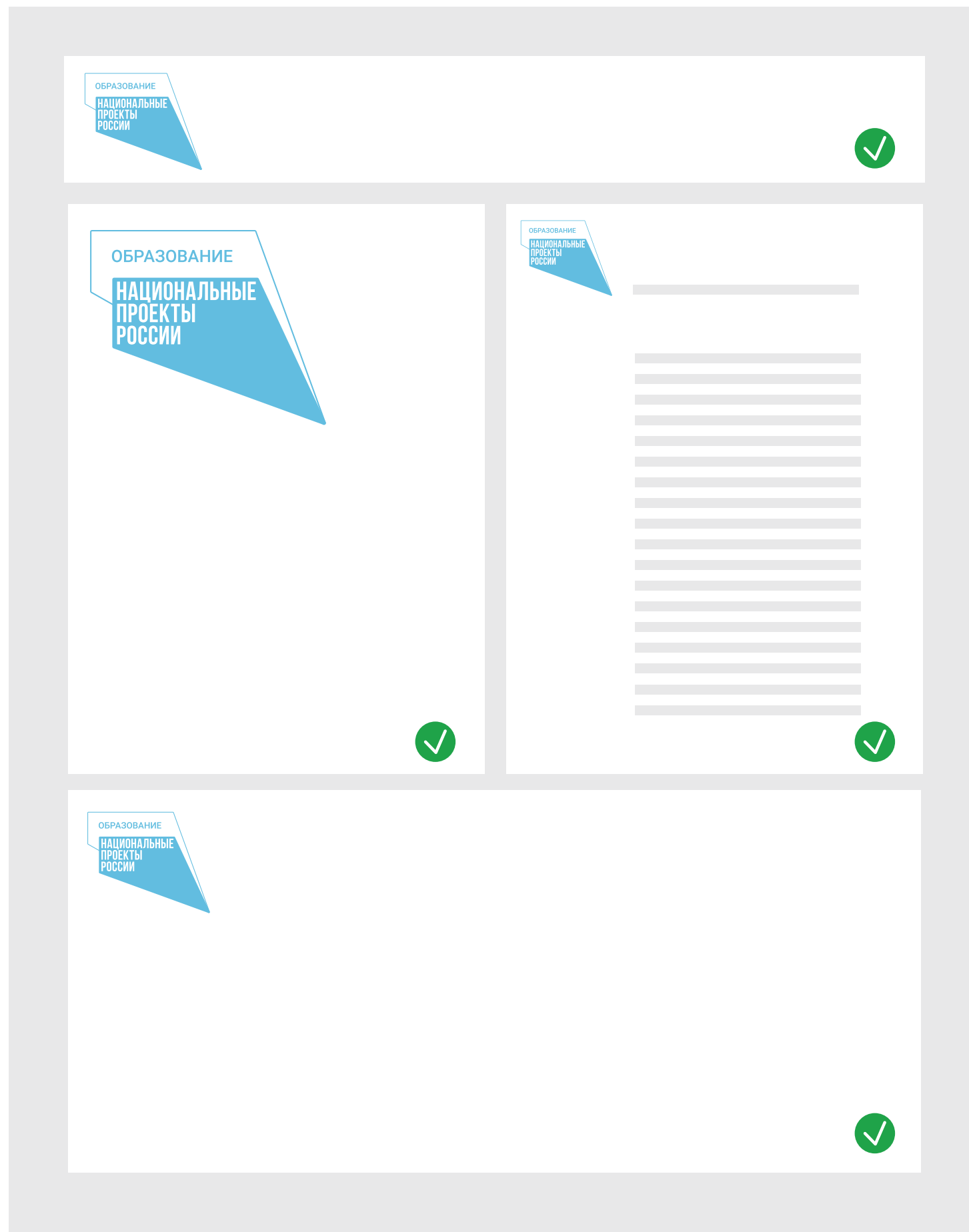
# BEBAS NEUE ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ СЛОГАНОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙ  
КЛНОПРСТУФХ  
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ



## Позиционирование

Правый блок рекомендуем использовать, если размещение левого блока входит в противоречие с остальными элементами композиции. В центральном размещении правый блок не используем.



### Использование фотоимиджей

Все имиджи для рекламных материалов представляют из себя полноцветные фотоизображения.

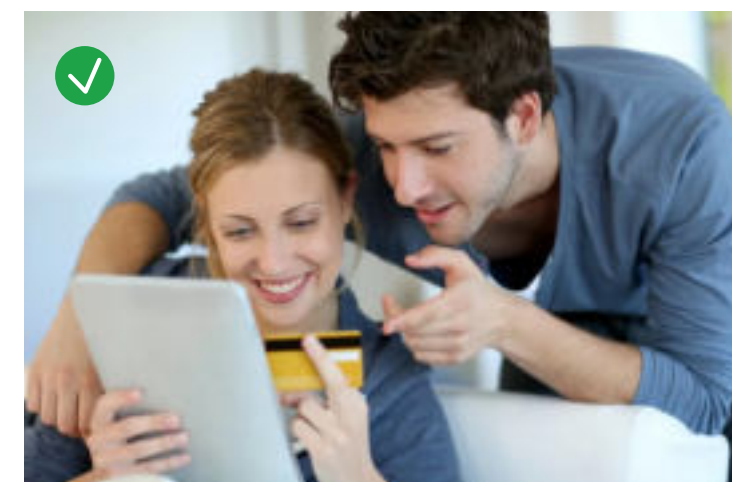
Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер, и подбираются соответственно направлениям. В качестве сюжетов выбираются простые ситуации, где люди демонстрируют позитивные эмоции в процессе своей деятельности.

Угол съемки – спокойный, без сильных ракурсов.

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.

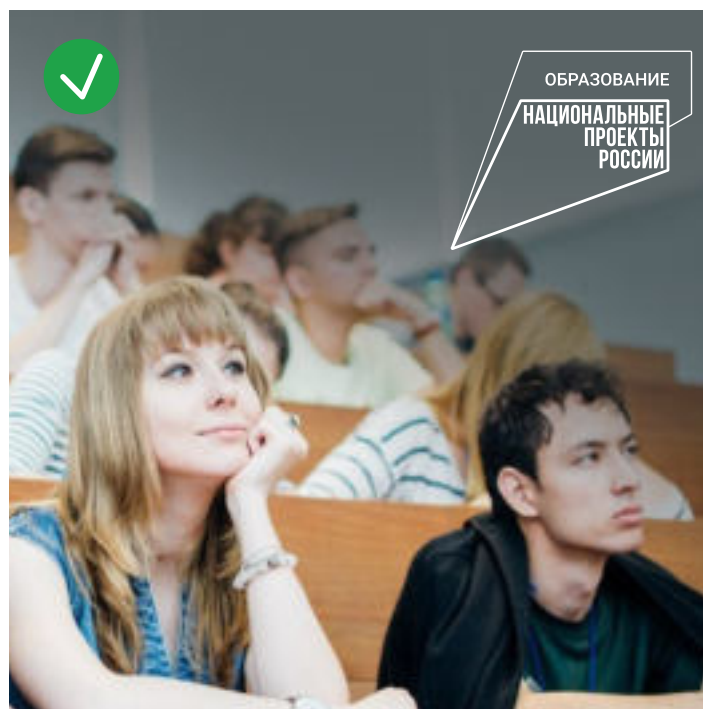
Имиджи не должны представлять из себя пейзажи, объекты (предметы), абстрактные текстуры. В них должны присутствовать: сюжет, люди, участвующие в деятельности проекта, и люди, пользующиеся результатами проекта.

Фон фотографий не должен быть абстрактным и плоским (например, компьютерный-однотонный или созданный из ритмических узоров). Допускается использование людей, изолированных от фона. Позы людей и сюжеты не должны быть искусственными или нарочитыми.



## Размещение на фотографиях

В случаях размещения фирменного блока на фотографиях следите, чтобы фирменный блок не располагался на значимых частях имиджа (лицо, фигура) или на фоне пестрых и мелких деталей. На фотографиях фирменный блок используется только белого цвета в контурном начертании, или фирменного цвета, если фон близкий к белому.



Равномерный темный фон, расположение над человеком.



Равномерный светлый фон, расположение над человеком.



Плашечное начертание, расположение на человеке.



Неравномерный и не светлый фон, расположение на человеке.