

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
«ФЕДЕРАЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ
ПО РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»
(АО «Корпорация «МСП»)

Славянская площадь, дом 4, стр.1, Москва, 109074
Телефон: 8 (800) 100-11-00, факс (495) 698-98-01, e-mail: info@corpmsp.ru

28.02.2023 № АИ-29/1697

На № _____ от _____

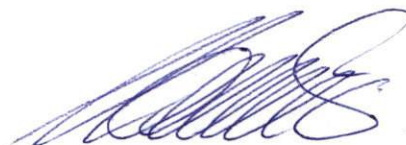
Высшие исполнительные органы
государственной власти субъектов
Российской Федерации
(по списку)

В рамках исполнения пункта 3 раздела III протокола совещания у Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации А.Р. Белоусова от 08.02.2023 № АБ-П13-34пр разработаны и направляются методические рекомендации по обеспечению повышения уровня узнаваемости национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» и правила использования логотипа «Малое и среднее предпринимательство», разработанные АНО «Национальные приоритеты».

Просим учесть подготовленные методические рекомендации в работе.

Приложение на 42 л.

Генеральный директор



А.И. Исаевич

Методические рекомендации по упоминанию
и мониторингу в региональных СМИ

национального проекта

«Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

Цель рекомендаций

Донесение информации
до предпринимательского
сообщества о существующих
мерах поддержки, реализуемых
по поручению Президента
Российской Федерации
в рамках

национального проекта
«Малое и среднее
предпринимательство
и поддержка индивидуальной
предпринимательской
инициативы»

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

1

Рекомендации по корректному наименованию нацпроекта

Корректными, **допустимыми** наименованиями национального проекта в публикациях СМИ, ТВ и радио-эфирах региона, публичных выступлениях, считаются следующие варианты:

в соответствии с рекомендациями АНО «Национальные приоритеты»

- ✓ Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»;
 - ✓ Нацпроект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»;
 - ✓ Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство»;
 - ✓ Нацпроект «Малое и среднее предпринимательство».
-

Не допускаются и не принимаются к учету при оценке числа публикаций в регионе такие фразы как

- ✗ Национальный проект МСП;
- ✗ Нацпроект МСП;
- ✗ Национальный проект поддержка бизнеса;
- ✗ Нацпроект поддержка бизнеса;
- ✗ Национальный проект поддержка предпринимателей;
- ✗ Нацпроект поддержка предпринимателей и др.

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

2

Целевой показатель упоминаемости нацпроекта на 2023 год

Оценка динамики количества публикаций с упоминанием национального проекта проводится в каждом регионе следующим образом



Целевой показатель—прирост количества публикаций с упоминанием национального проекта в СМИ региона **за год**.

Показатель рассчитывается по формуле:

$$\left(\frac{N_i}{\min_j \{M_{i,j}\}} - 1 \right) * 100$$

где N_i — количество публикаций за весь отчетный год в i -ом регионе, $i=(1..85)$;

$M_{i,j}$ —количество публикаций за весь j -ый календарный год, где $j=(2021,2022)$, по i -ому региону, $i=(1..85)$.

Целевое значение на 2023 год—увеличение числа публикаций в СМИ региона с упоминанием национального проекта не менее чем на 10%



Ежемесячный показатель

Показатель рассчитывается по формуле:

$$\left(\frac{N_i}{\min_j \{M_{i,j}\}} - 1 \right) * 100$$

где N_i — количество публикаций с начала календарного года по конец отчетного месяца в i -ом регионе, $i=(1..85)$;

$M_{i,j}$ —количество публикаций с начала календарного года по конец отчетного месяца в j -ом календарном году, где $j=(2021,2022)$, по i -ому региону, $i=(1..85)$.



Регионы не сравниваются между собой.

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

3

Периодичность мониторинга

Раз в месяц



Проводится количественный анализ упоминаний нацпроекта в региональных СМИ. Сбор публикаций проводится через 2 календарных дня после начала месяца.



Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

4

Источник данных о количестве публикаций

Для отбора и фиксации количества материалов региональных СМИ используется информационно-поисковая система мониторинга и анализа СМИ «Интегрум Мониторинг»



Система позволяет в автоматическом режиме по заданным параметрам проводить поиск, регулярный мониторинг и анализ сообщений средств массовой информации, а также сообщений и документов других возможных источников.

База СМИ системы аккумулирует сообщения из более чем



120 000

источников во всех субъектах РФ

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

5

Как узнать актуальные показатели упоминаемости нацпроекта в СМИ региона



На **Цифровой платформе МСП.РФ** создан для каждого из регионов личный кабинет (ЛК).

В ЛК доступны актуальные данные об упоминаемости национального проекта в СМИ региона.

Дополнительно в ЛК будет размещена информация об объемах оказываемых мер поддержки в регионе, которые могут использоваться для создания информационных поводов.

МСП  Цифровая платформа



Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

6

Рекомендации по повышению упоминаемости нацпроекта в СМИ региона

Для повышения уровня цитируемости и узнаваемости нацпроекта необходимо выстроить плотную работу по донесению инфоповодов **через лидеров мнений региона** (активных предпринимателей, деловые и общественные объединения) **и представителей органов власти** (губернатора, вице-губернатора по экономическим вопросам, министра экономики региона)



Необходимо включать тему поддержки МСП в повестку

заседаний Правительств регионов, форумов, прямых линий и пресс-конференций.



Необходимо проводить регулярные встречи с бизнесом

для повышения осведомленности МСП региона и рассказывать о мерах поддержки, которые реализуются в рамках национального проекта.



Реализовывать спецпроекты

(фестивали, ярмарки местных товаров) для широкой аудитории (жителей) и брендировать логотипом национального проекта.

Методические рекомендации по упоминанию и мониторингу в региональных СМИ темы:
Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка
индивидуальной предпринимательской инициативы»

7

Оперативное взаимодействие и обратная связь

В регионе создается Штаб и определяется контактное лицо, которое будет вести коммуникацию от региона с Корпорацией МСП и отвечать за продвижение национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»



Информация о контактном лице направляется официальным письмом на имя генерального директора Корпорации МСП и дополнительно на электронный адрес контактного лица от Корпорации МСП:
сотрудник пресс-службы Инсар Сагитов, pr@corpmsp.ru

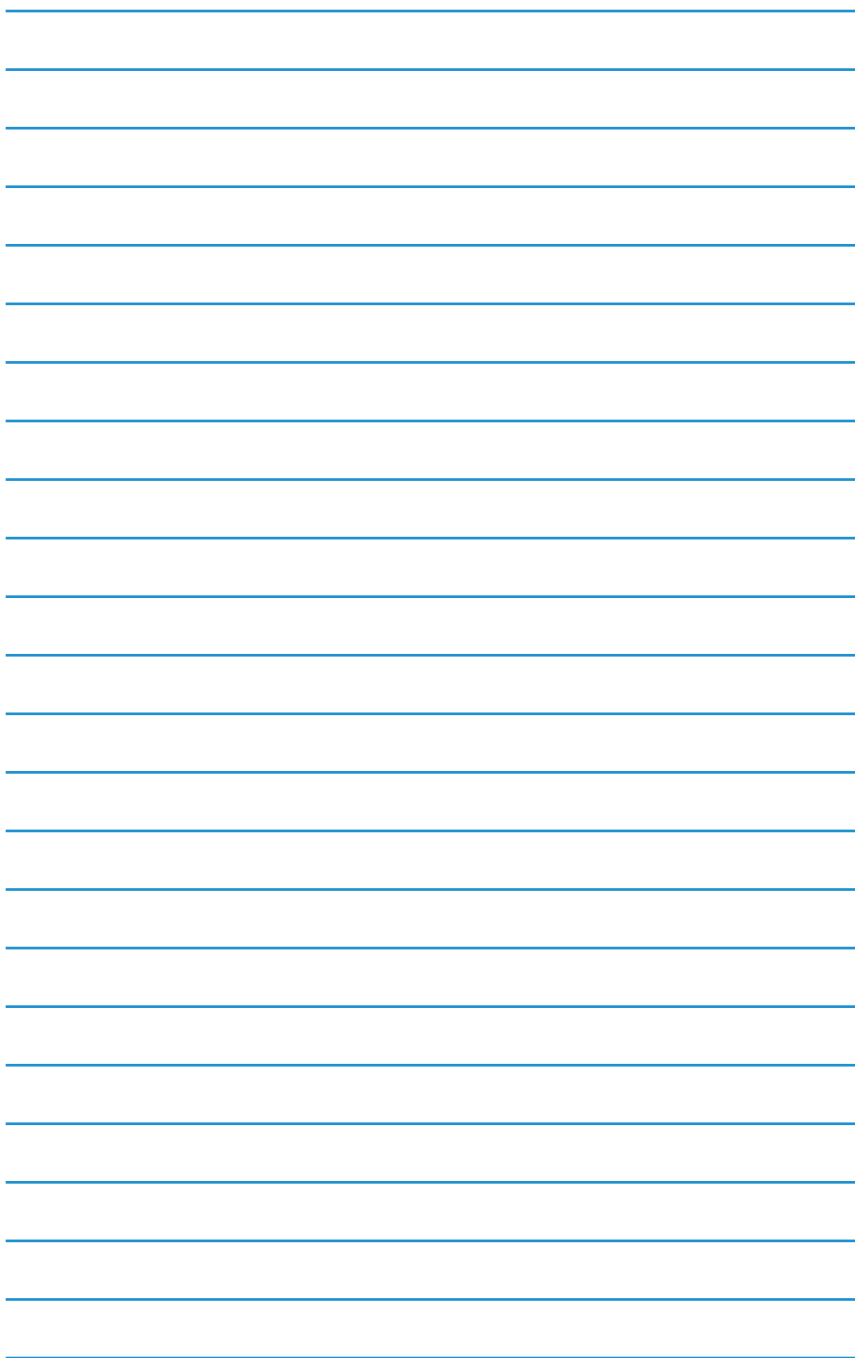


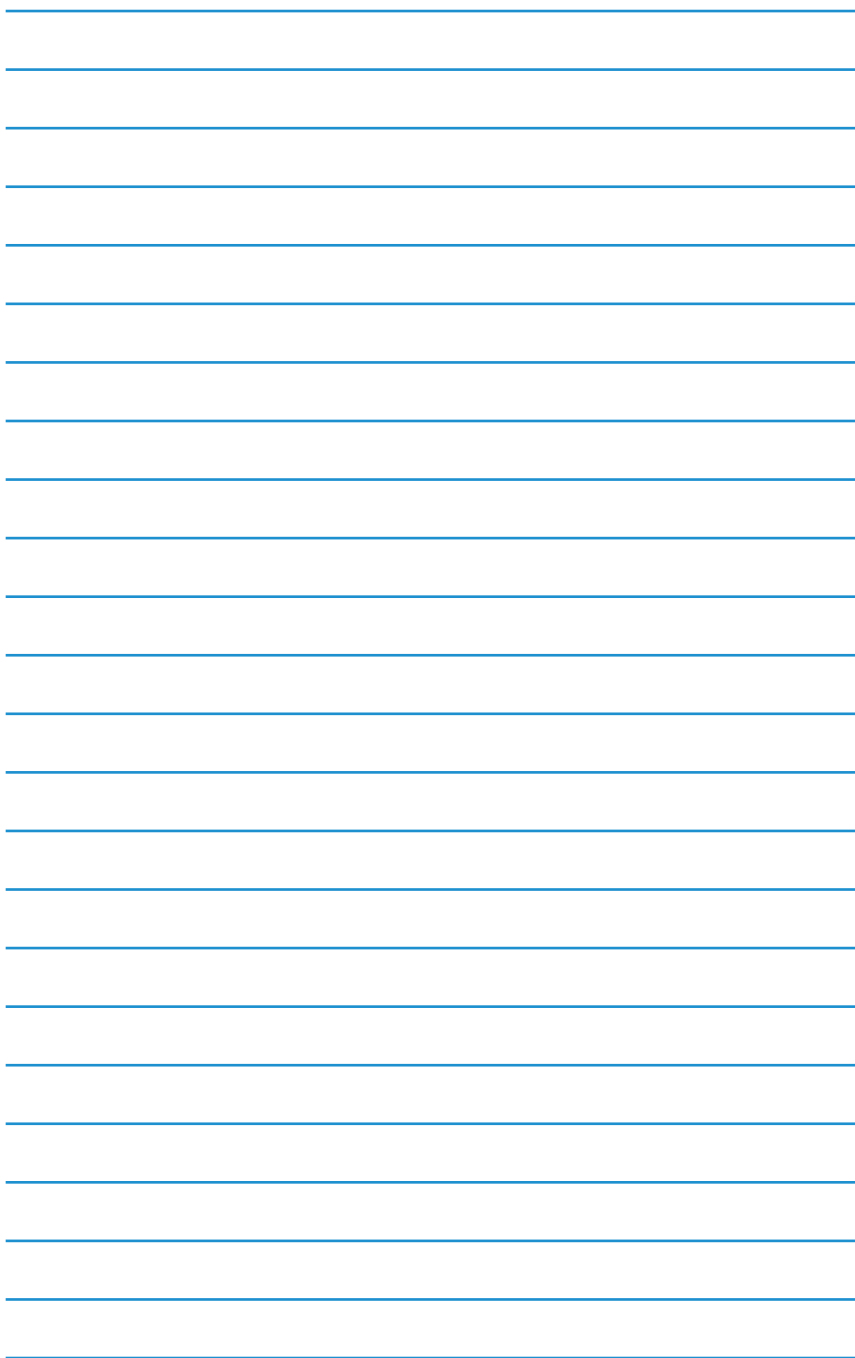
Корпорация МСП до 5 числа каждого месяца направляет ответственному от региона федеральный медиаплан для учета в своей информационной работе. Также присылаются федеральные информационные поводы в день их выхода для размещения на ресурсах региона с региональной составляющей, например, статистикой по региону, кейсом (пример поддержки предприятия), цитатой спикера и другие форматы адаптации текста.

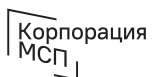


Корпорация МСП до 10 числа каждого месяца проводит заседания федерального штаба, где представляются итоги работы и оценка за месяц, лучшие практики и план работы на следующий месяц.

Все вопросы и предложения по повышению упоминаемости в региональных СМИ национального проекта просьба присылать на электронный адрес:
pr@corpmsp.ru







федеральная корпорация
по развитию малого и среднего
предпринимательства



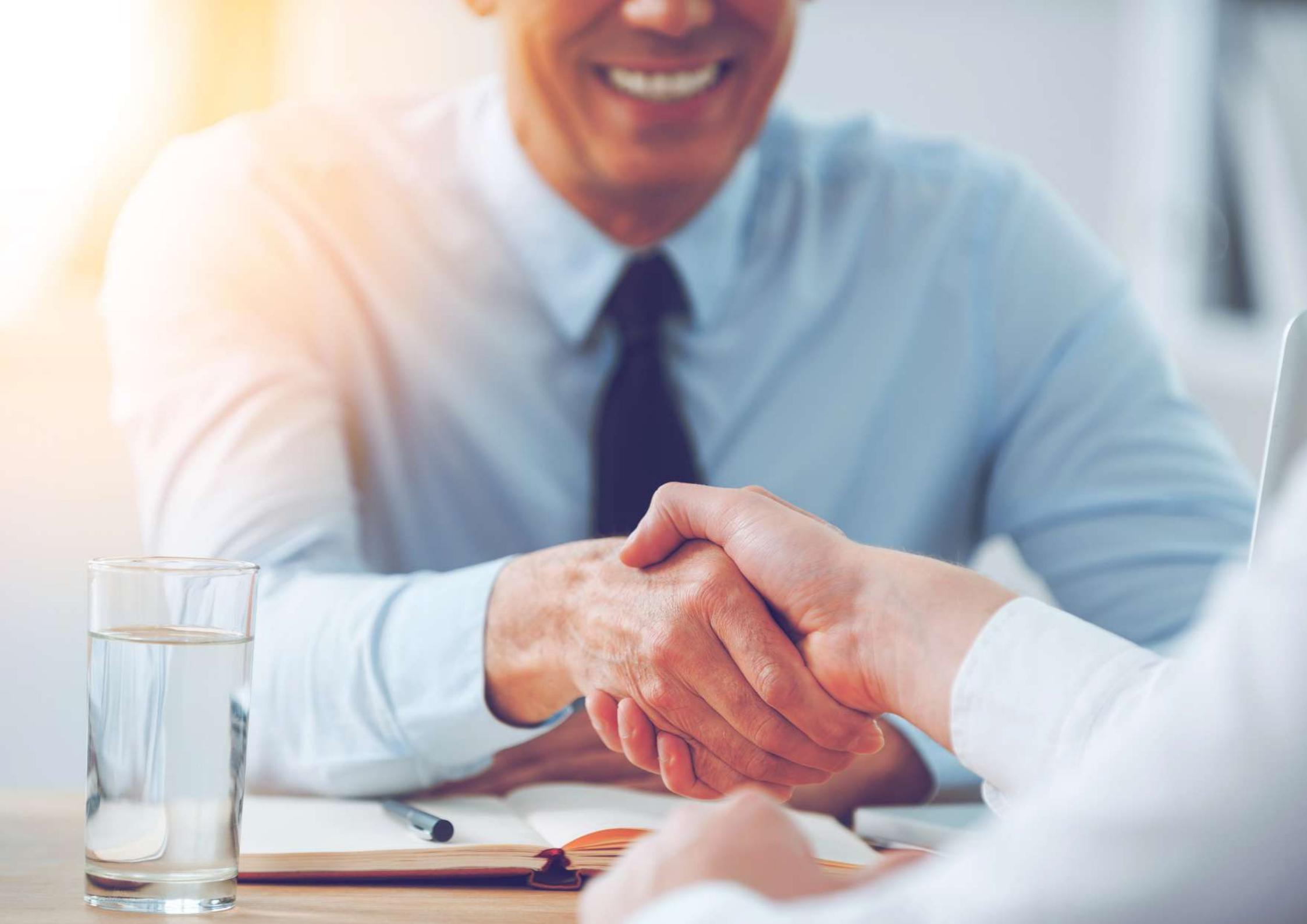
МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Москва, 2023 г.

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА «МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»



СОДЕРЖАНИЕ

01	Фирменный блок / плашечное начертание	04
02	Фирменный блок / контурное начертание	05
03	Фирменный блок	06
04	Фирменный блок. Монохромная версия	07
05	Фирменный горизонтальный блок	08
06	Юзерпик	09
07	Цветовая схема	10
08	Охранная зона	11
09	Ошибки	12
10	Недопустимая трансформация логотипа	13
11	Размещение на цветных фонах	14
12	Размещение на фото и видео материалах, вывесках	15
13	Минимальный размер	16
14	Использование логотипа совместно с логотипами дилеров и партнеров	17
15	Типографика	20
16	Паттерн	21
17	Позиционирование	22
18	Использование фотоимиджей	23
19	Размещение на фотографиях	24

ПРИЛОЖЕНИЕ

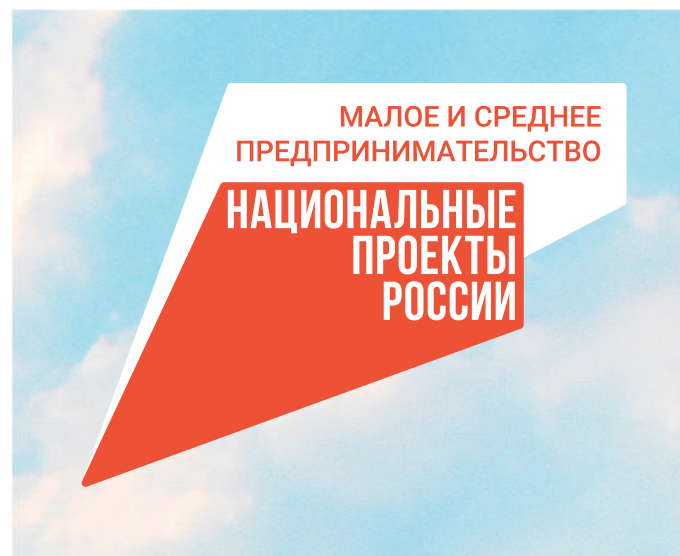
01	Примеры корректной работы с логотипом	26
02	Примеры некорректной работы с логотипом	28

01 ФИРМЕННЫЙ БЛОК / ПЛАШЕЧНОЕ НАЧЕРТАНИЕ

Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО — основа графического стиля. Используется только слитно. Используется два вида начертания: плашечный и контурный.

Плашечный вид логотипа без верхней обводки используется исключительно на фото, видеоматериалах и вывесках (наружная реклама).

Всегда используйте готовые версии логотипа — не пытайтесь создавать их самостоятельно.



Плашечный логотип для размещения на фото-, видеоматериалах и вывесках.

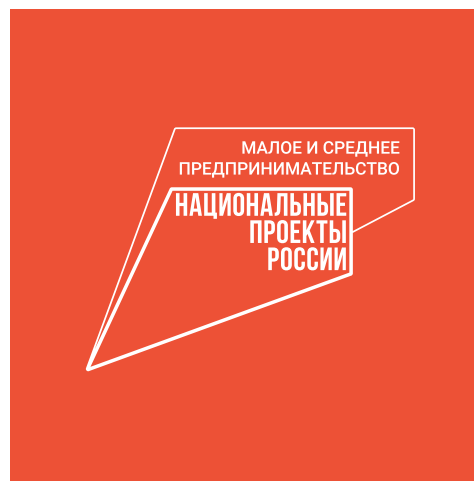
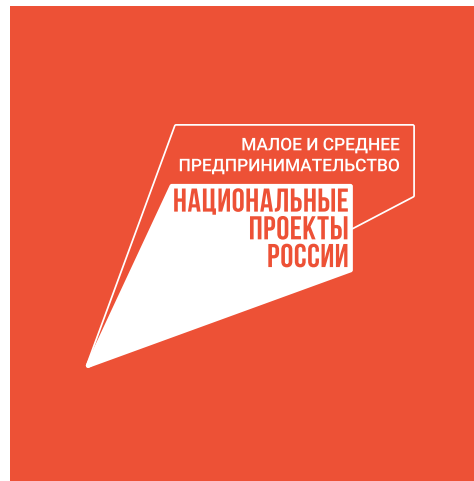
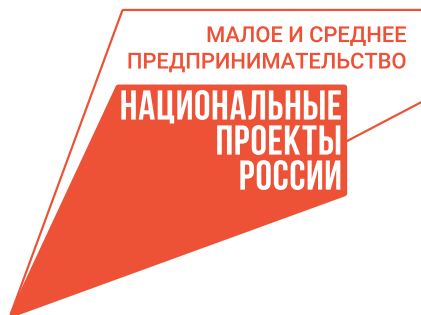
02 ФИРМЕННЫЙ БЛОК / КОНТУРНОЕ НАЧЕРТАНИЕ

Контурный вид начертания логотипа.

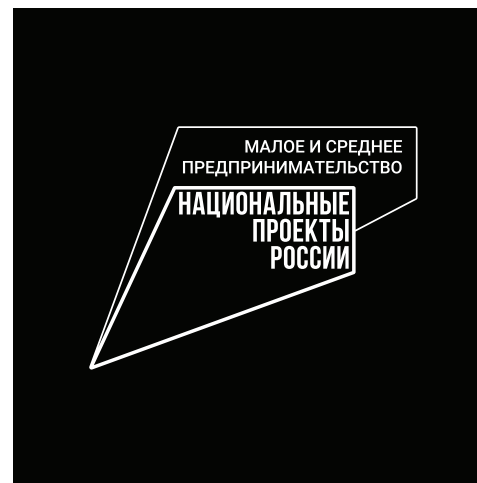


03 ФИРМЕННЫЙ БЛОК

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

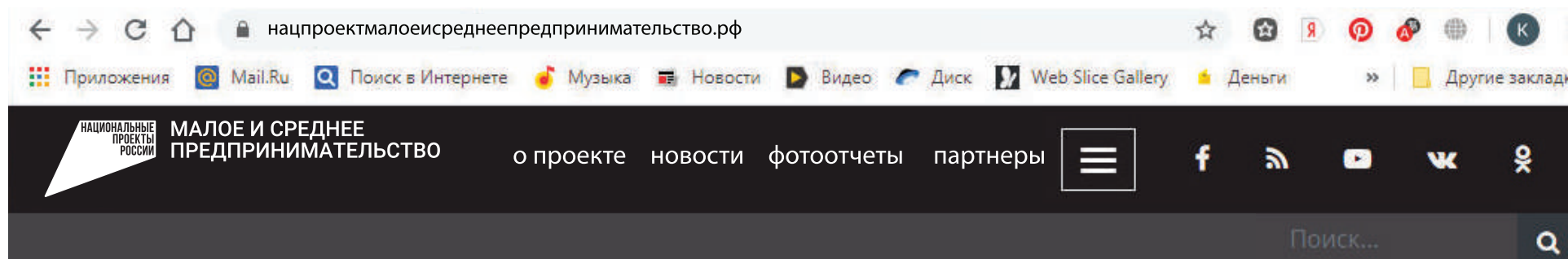
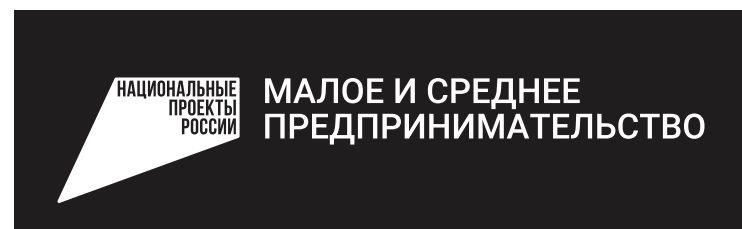
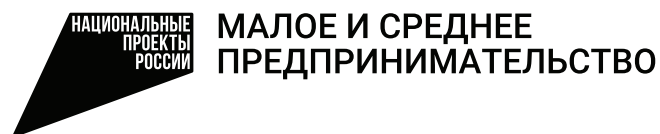
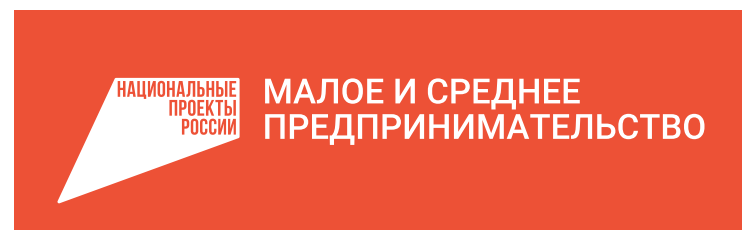
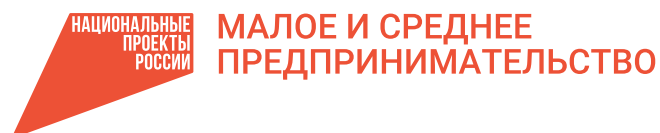


04 ФИРМЕННЫЙ БЛОК / МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ



05 ФИРМЕННЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БЛОК

Горизонтальный фирменный блок используется в случае недостатка места в макете по вертикали или, когда при уменьшении знака название национального проекта не читается. Горизонтальный блок всегда используется в плашечном начертании. Использовать контурное начертание горизонтального блока - запрещается.



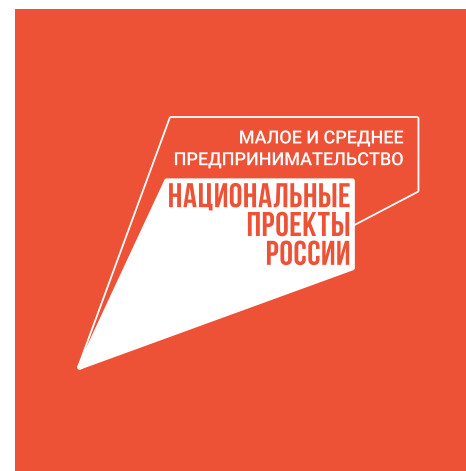
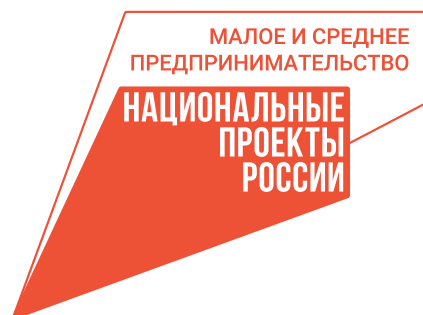
06 ЮЗЕРПИК

Юзерпик (аватарка) - это упрощенная версия логотипа, специальный шильдик, который используется для размещения в социальных сетях и на сайтах. Например, в качестве аватара.



07 ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

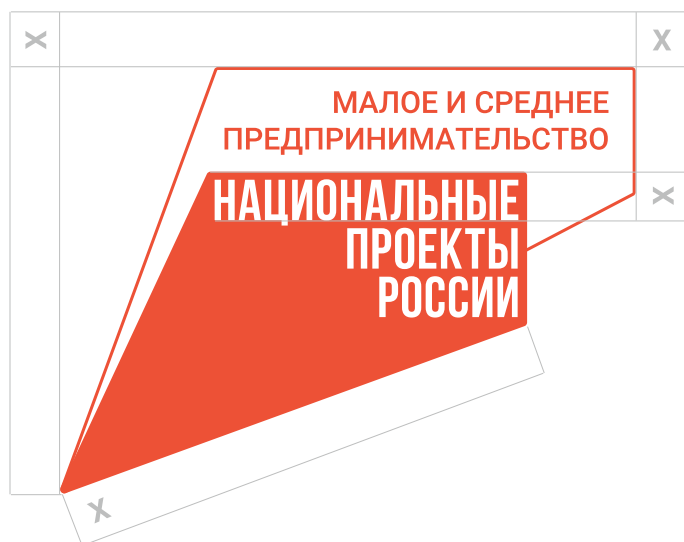
Фирменный цвет: RGB: 224, 78, 57, CMYK: 1, 83, 85, 0.



RGB 224, 78, 57
CMYK 1, 83, 85, 0

08 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.

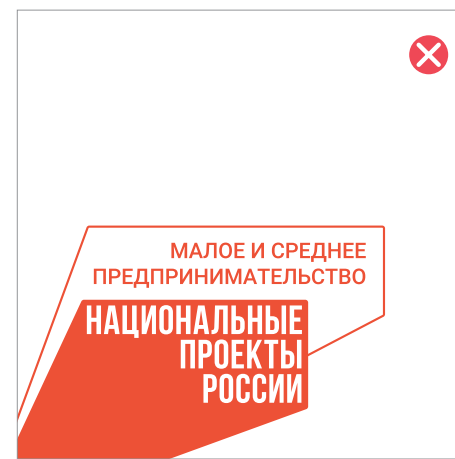
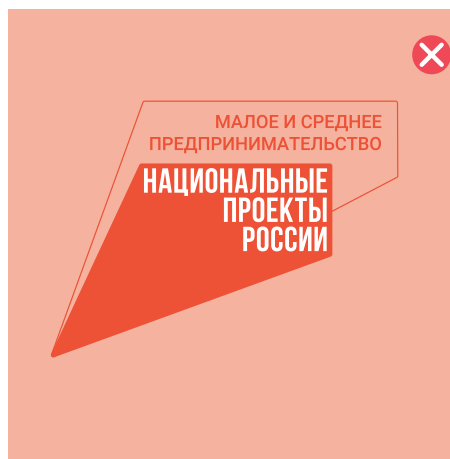
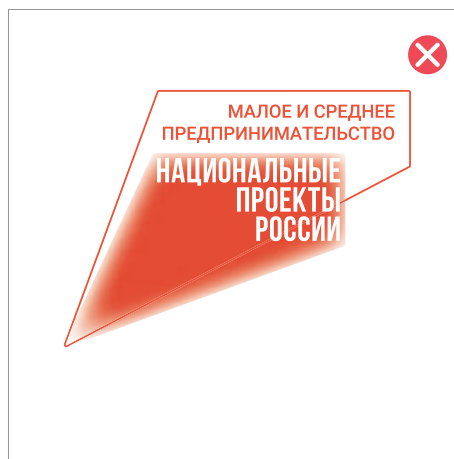
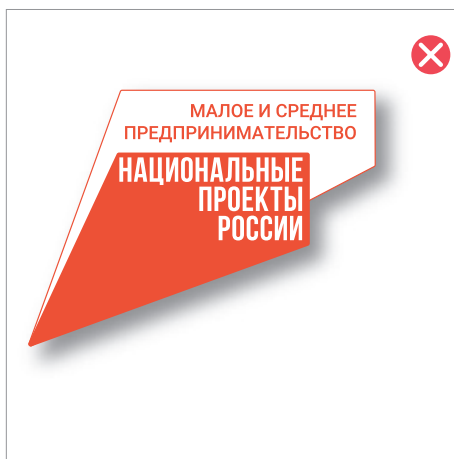
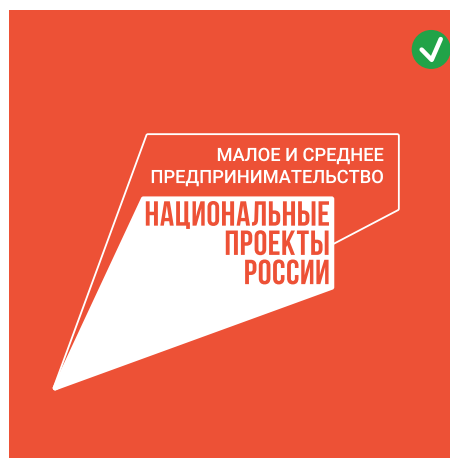
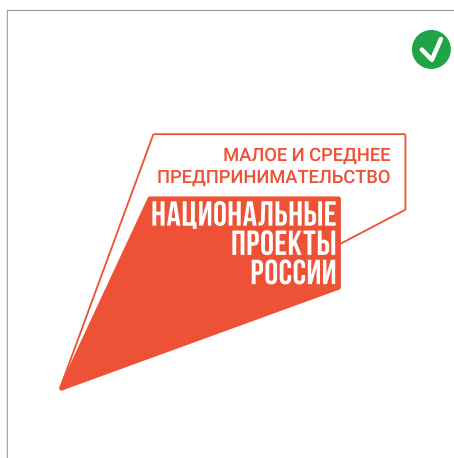


09 ОШИБКИ

Никогда не подкладывайте тень под фирменный блок.

Никогда не применяйте дополнительные эффекты к оформлению фирменного блока.

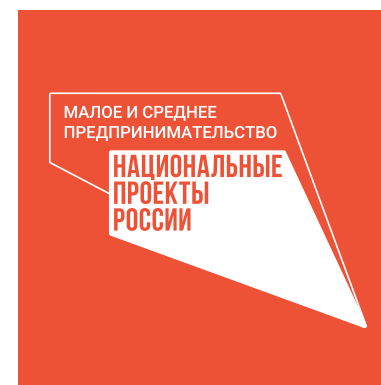
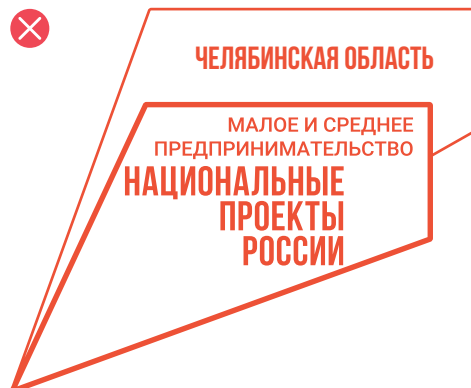
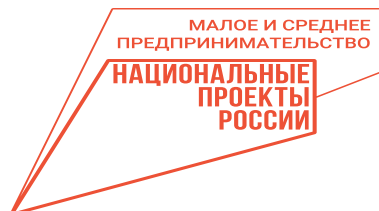
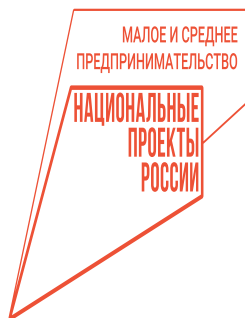
Используйте только фон фирменного цвета. Никогда не обрезайте фирменный блок.



10 НЕДОПУСТИМАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГОТИПА

При уменьшении или увеличении логотипа необходимо сохранять его пропорции по высоте и ширине. Запрещается:

- менять ширину логотипа не пропорционально высоте;
- менять высоту логотипа не пропорционально ширине;
- вращать и наклонять логотип;
- использовать логотип с выравниванием по левому краю.



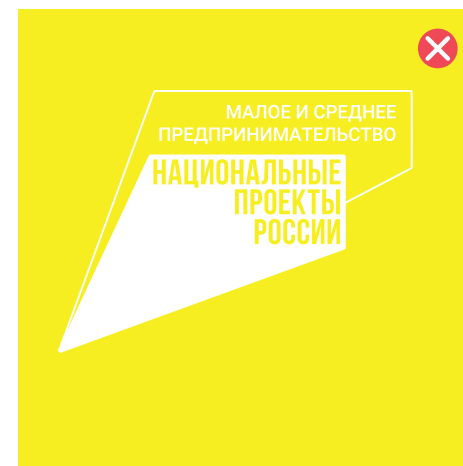
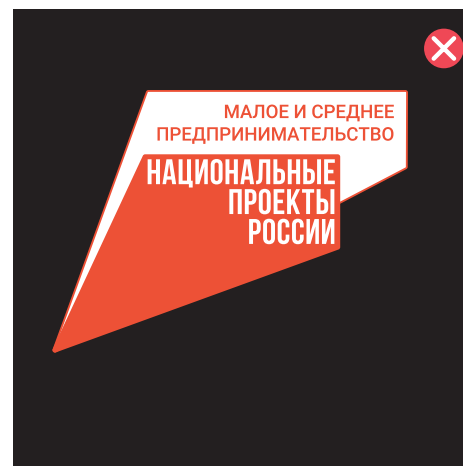
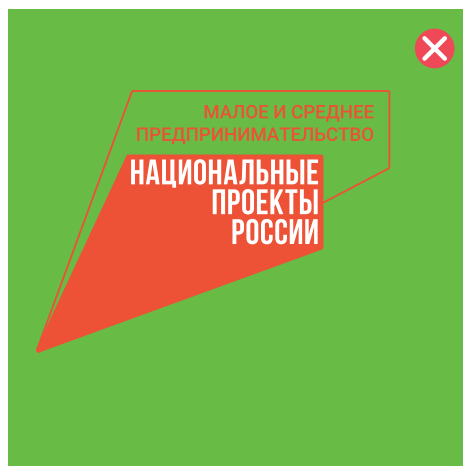
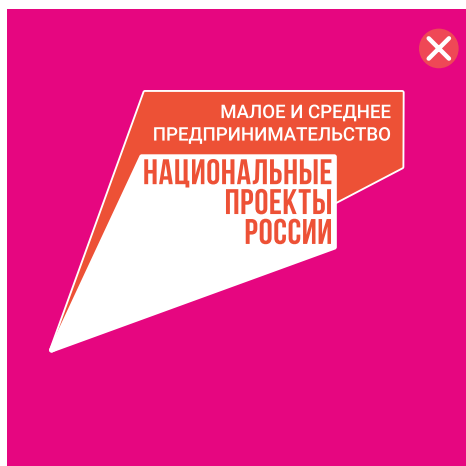
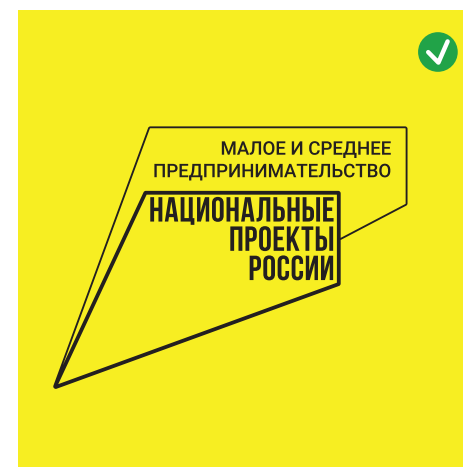
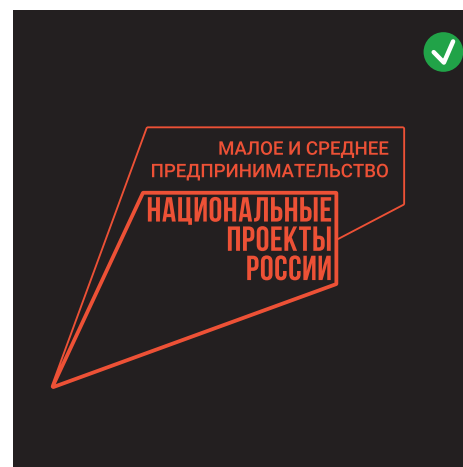
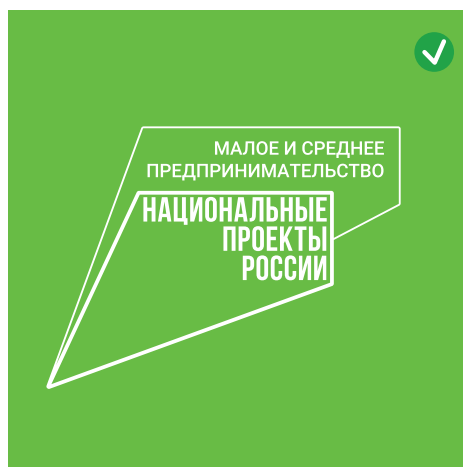
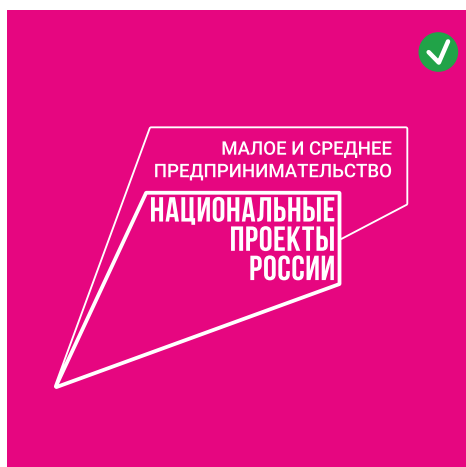
Выравнивание по левому краю.

11 РАЗМЕЩЕНИЕ НА ЦВЕТНЫХ ФОНАХ

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

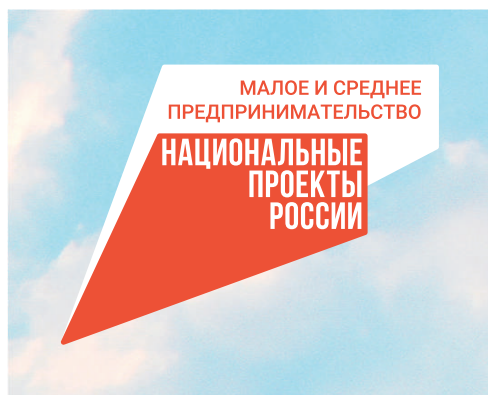
✗ Не правильно

✓ Правильно



12 РАЗМЕЩЕНИЕ НА ФОТО И ВИДЕО МАТЕРИАЛАХ, ВЫВЕСКАХ

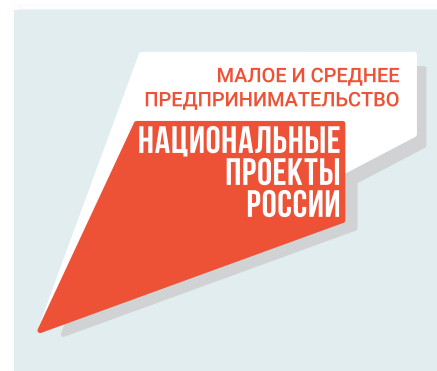
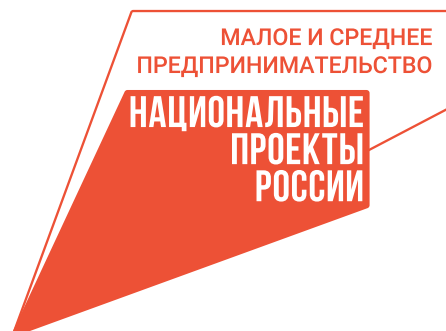
Фирменный блок НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ / МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО — основа графического стиля. Используется только слитно. Возможен только один вариант компоновки: правый.



ВНИМАНИЕ! В ДАННОМ ЛОГОТИПЕ НЕТ КОНТУРА В ВЕРХНЕЙ ЧАСТИ



ДАННЫЙ ЛОГОТИП НЕ РАЗМЕЩАЕТСЯ НА БЕЛОМ ФОНЕ!

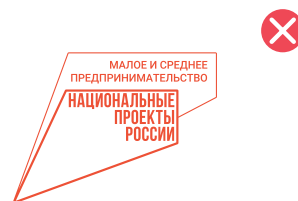
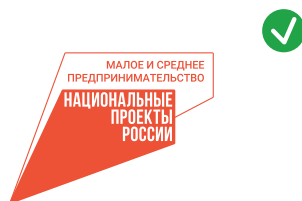
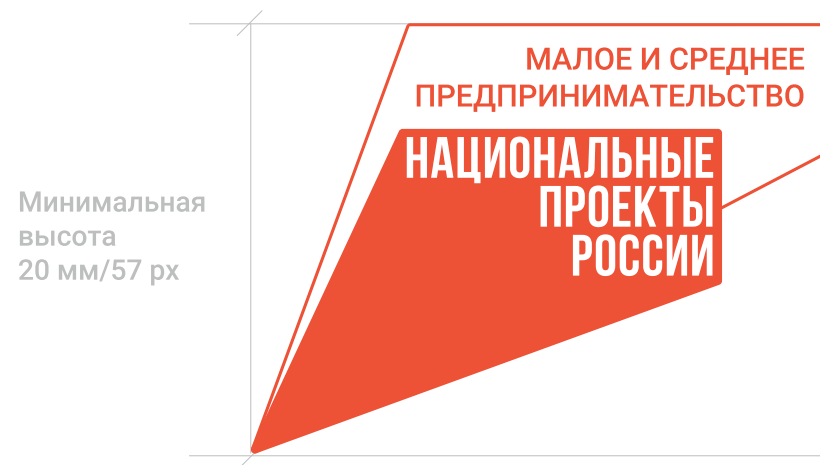


Белый пластик, печать или самоклеящаяся пленка, фирменного цвета.



13 МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

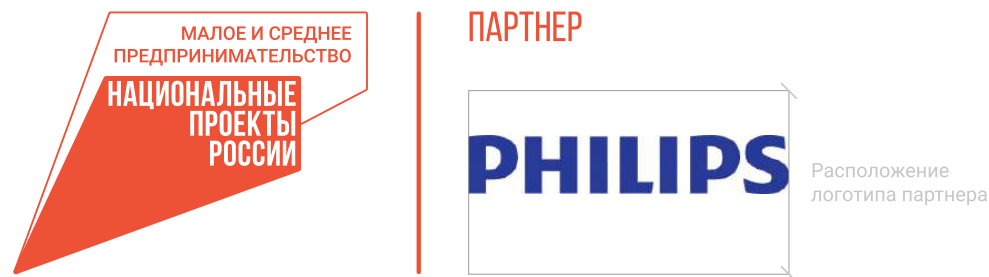
При минимальном размере фирменного блока рекомендуется использовать плашечный вид логотипа.



14 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА СОВМЕСТНО С ЛОГОТИПАМИ ДИЛЕРОВ И ПАРТНЕРОВ

Размещение

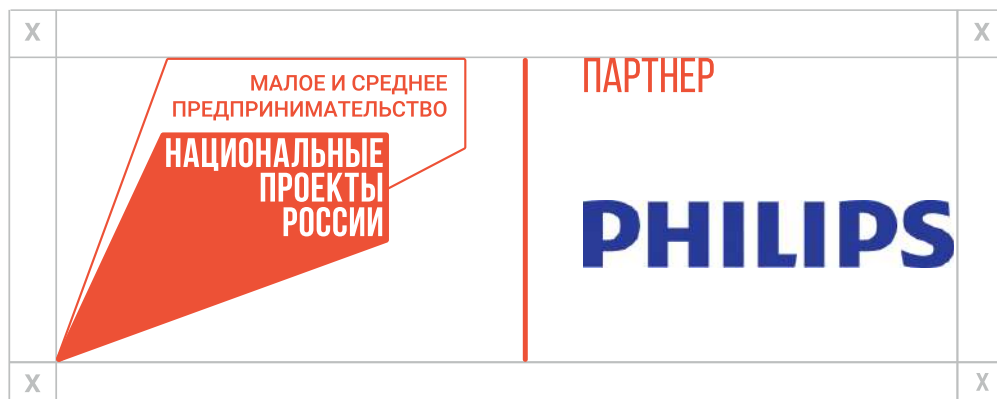
Логотип партнера размещается в правую сторону блока под надписью «Партнер». Следует соблюдать фирменную цветовую гамму.



RGB 224, 78, 57
CMYK 1, 83, 85, 0

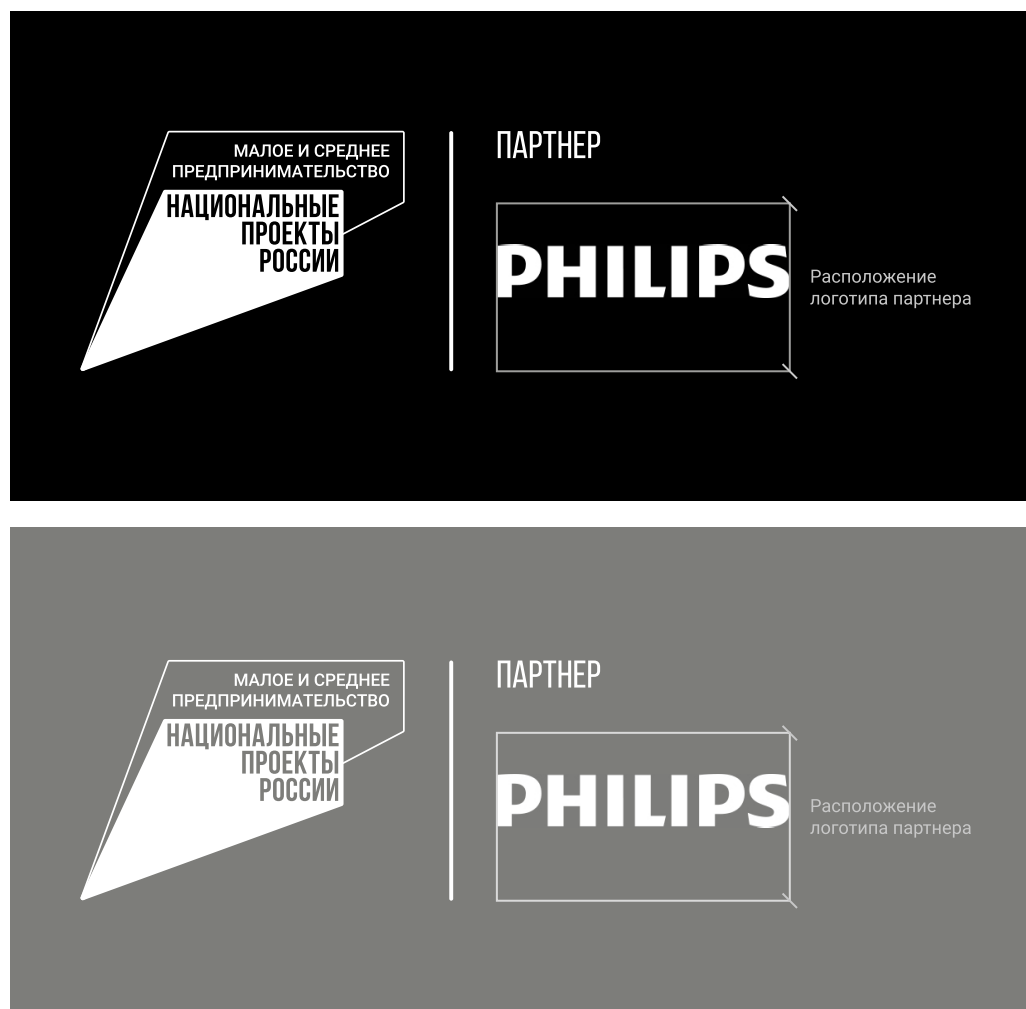
Охранная зона

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.



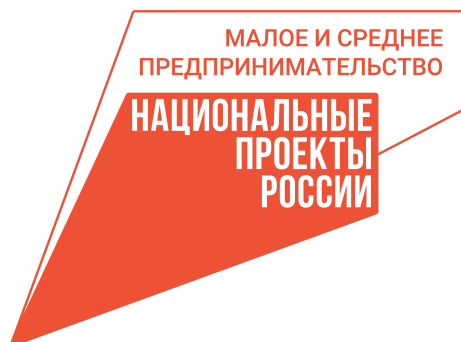
14 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА СОВМЕСТНО С ЛОГОТИПАМИ ДИЛЕРОВ И ПАРТНЕРОВ. ИНВЕРСИЯ

В случае невозможности использовать фирменный или белый цвет в качестве фона, размещайте фирменный блок в белом цвете. Также можно использовать фирменный цвет, если он достаточно контрастен к фону.



14 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА СОВМЕСТНО С ЛОГОТИПАМИ ДИЛЕРОВ И ПАРТНЕРОВ. ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Пример использования логотипа с названием федерального проекта.



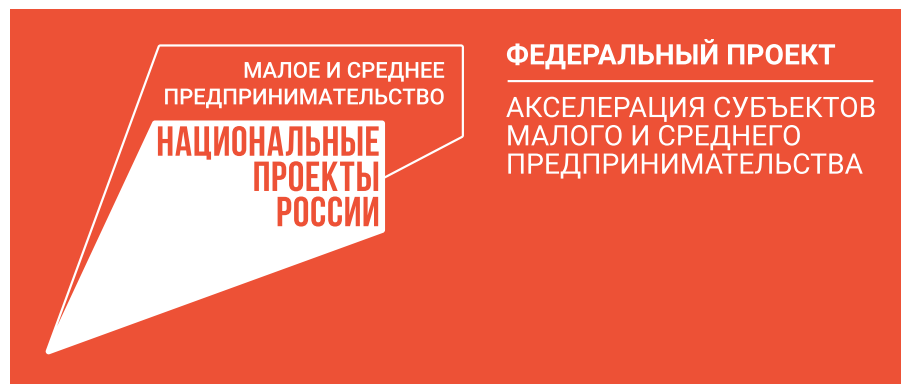
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

АКСЕЛЕРАЦИЯ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



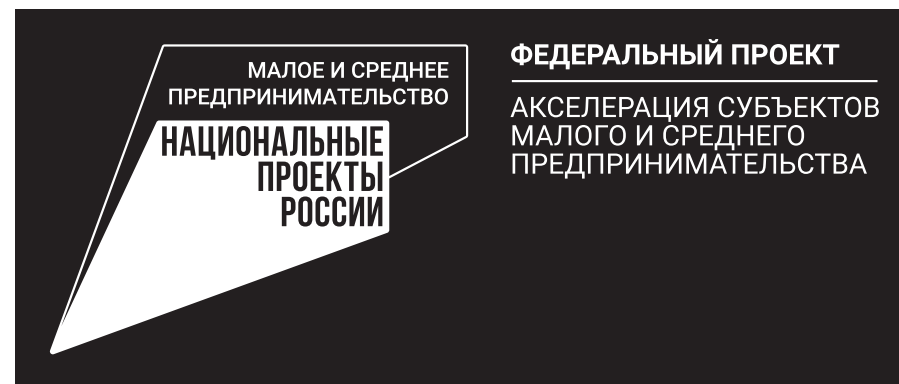
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

АКСЕЛЕРАЦИЯ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

АКСЕЛЕРАЦИЯ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

АКСЕЛЕРАЦИЯ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

15 ТИПОГРАФИКА

В качестве основного шрифта используется Roboto. Основные начертания: Bold - для заголовков, Medium — для заголовков и подзаголовков, Regular — для основного текста, Light - для поясняющего текста. Bebas Neue используется только для слоганов.

Roboto Bold

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ ЗАГЛОВКОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Roboto Medium

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ ЗАГЛОВКОВ И ПОДЗАГЛОВКОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Roboto Regular

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ ПОДЗАГЛОВКОВ И ТЕКСТОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Roboto Light

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ ПОЯСНЕНИЙ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

BEBAS NEUE BOLD

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ СЛОГАНОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
1234567890

BEBAS NEUE REGULAR

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ СЛОГАНОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
1234567890

BEBAS NEUE BOOK

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ СЛОГАНОВ

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
1234567890

16 ПАТТЕРН

Паттерн как дополнительный элемент фирменного стиля проекта. Добавляет узнаваемости и служит для улучшения визуальной составляющей дизайн-макета. В некоторых случаях (в схемах, иллюстрациях, графиках) можно использовать дополнительные фирменные цвета – производные от основных. Еще больше вариантов паттерна смотрите в исходном файле Ai - «Паттерн».



17 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

✓

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

✓

✓

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

✓

✓

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

✓

✓

✓

МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ
РОССИИ

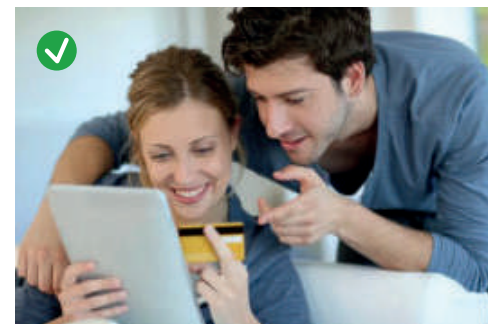
22

18 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОТОИМИДЖЕЙ

Все имиджи для рекламных материалов представляют собой полноцветные фотоизображения. Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер и подбираются соответственно направлениям. В качестве сюжетов следует выбирать простые ситуации, где люди демонстрируют позитивные эмоции в процессе своей деятельности. Угол съемки — спокойный, без сильных ракурсов.

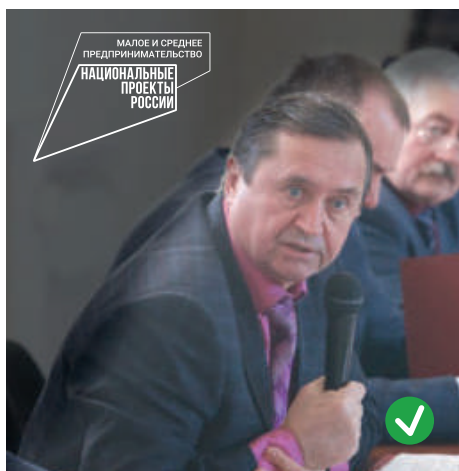
Освещение — естественное, дневное, без резких источников света. В изображении не должно быть контрастных по светотени объектов, темных силуэтов на переднем плане. Также следует избегать нарочитых бликов и вспышек. Имиджи не должны представлять собой пейзажи, объекты (предметы), абстрактные текстуры. В имиджах должны присутствовать: сюжет, люди, участвующие в деятельности проекта и/или 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.



19 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 возможно использование фирменного блока в монохроме, если он достаточно контрастен к фону и фоновая заливка равномерная.



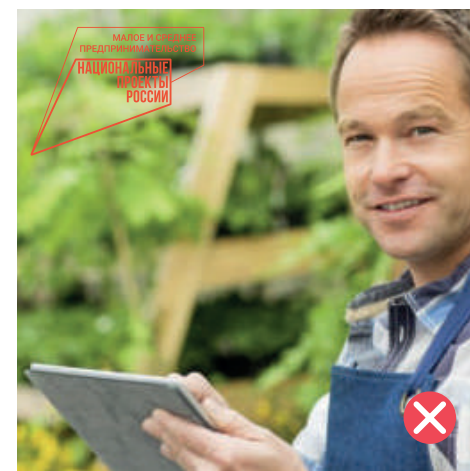
Равномерный темный фон, расположение над человеком.



Равномерный светлый фон, расположение над человеком.



Расположение на человеке.

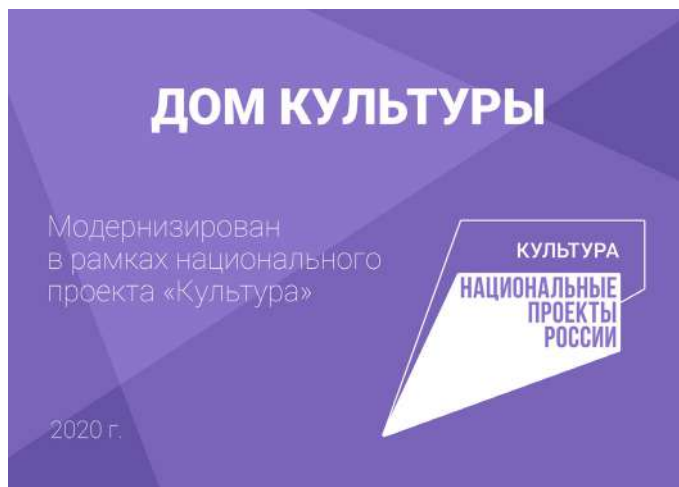


Неравномерный и не светлый фон

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИМЕРЫ КОРРЕКТНОЙ И НЕКОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

01 ПРИМЕРЫ КОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ



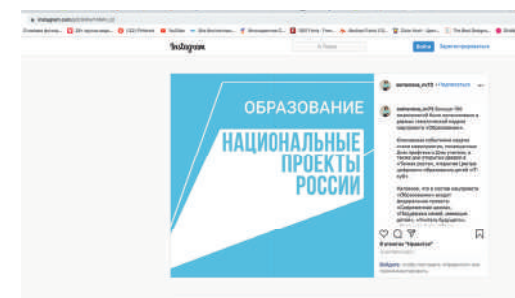
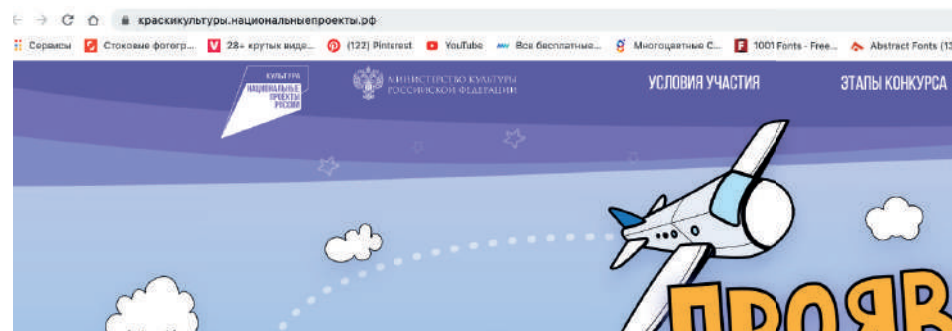
01 ПРИМЕРЫ КОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ



02 ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

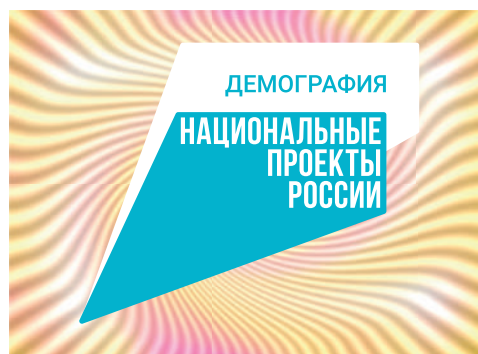
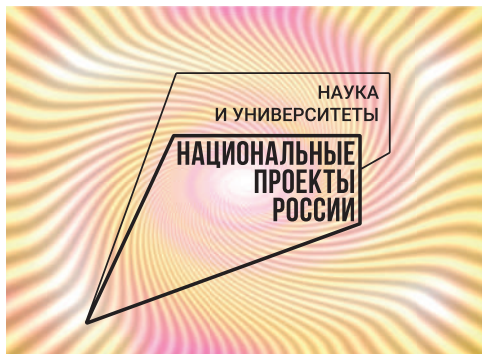
Нарушение охранного поля.

Внимательно следите за тем, чтобы расстояние от логотипа, до рядом расположенных элементов дизайна, соответствовало минимальному размеру (или было больше), указанного в данном руководстве.

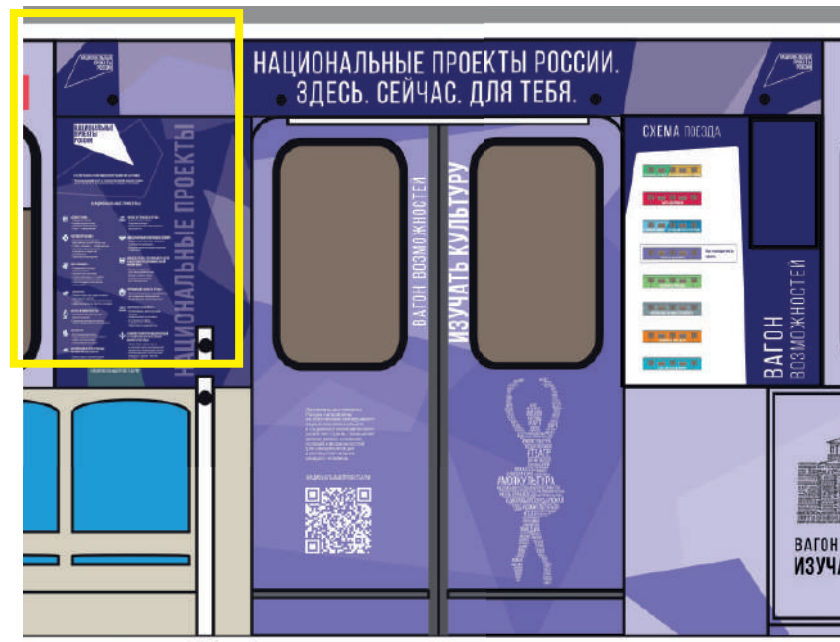
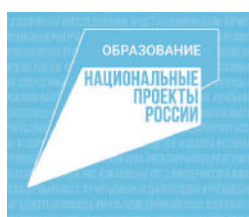
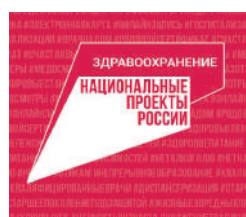
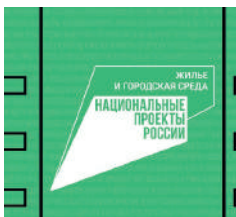


02 ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

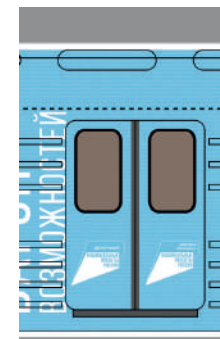
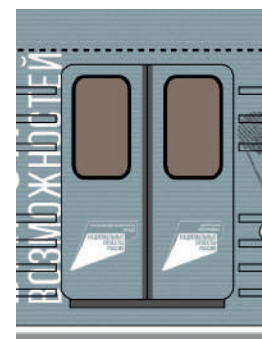
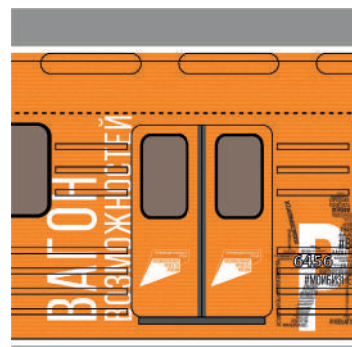
Запрещается размещать логотип на фоне пестрых и мелких деталей.



Ошибки в размещении логотипа «Поезд возможностей»

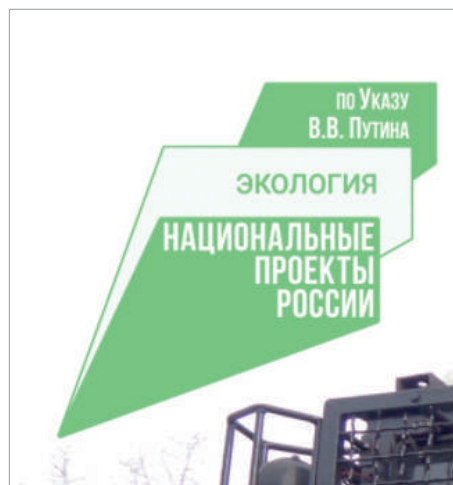
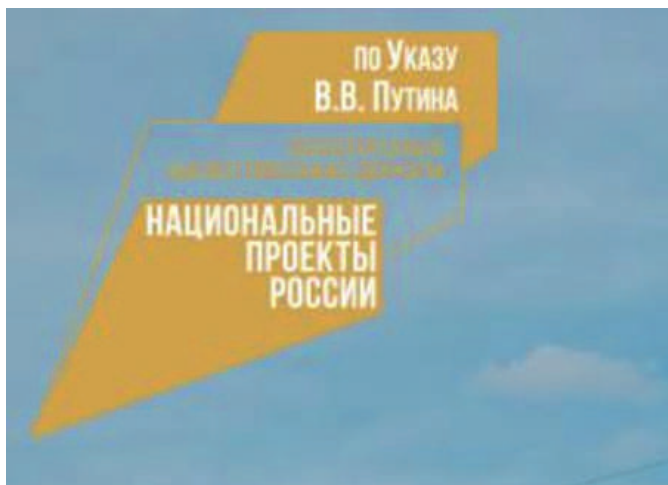


Слишком много логотипов, достаточно размещать один логотип на одну пару дверей.



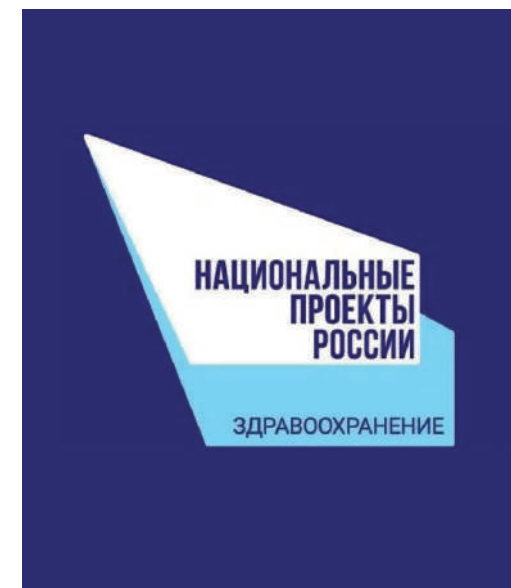
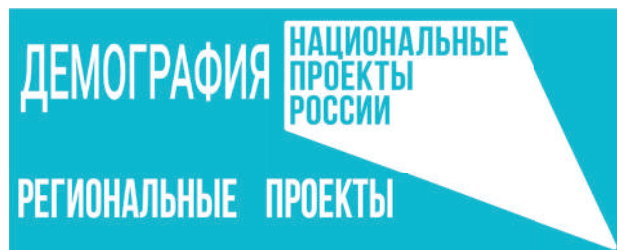
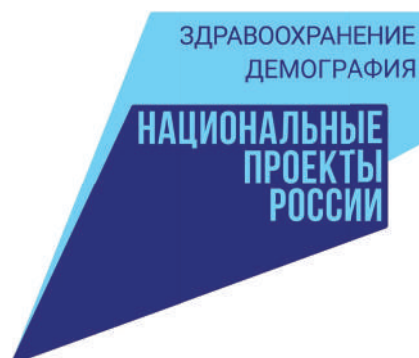
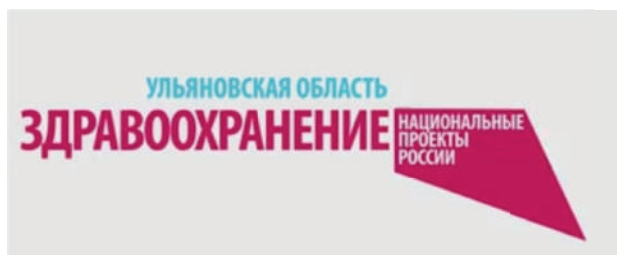
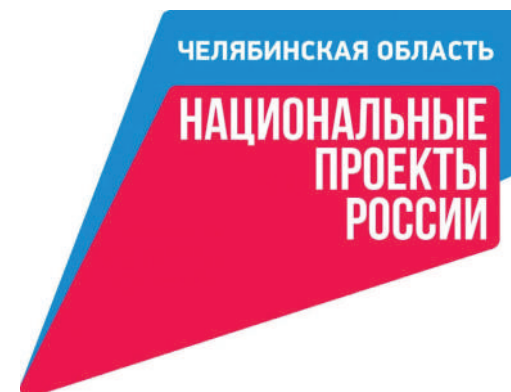
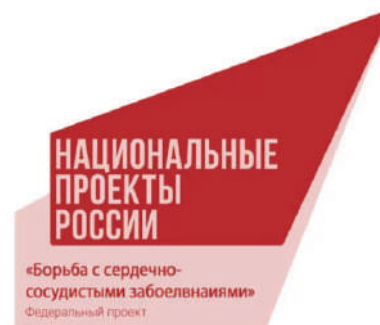
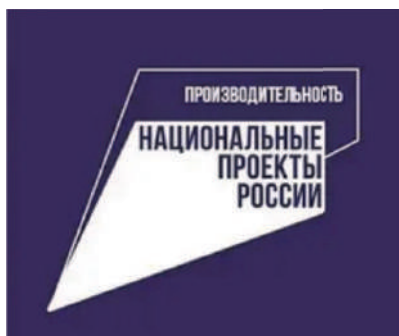
02 ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

ВНИМАНИЕ! Следует понимать, что логотип не является предметом творчества. В макетах разрешается использовать исключительно те варианты, которые представлены в данном руководстве. Придумывать дополнительные плашки и дописывать тексты к фирменному знаку - запрещается.



02 ПРИМЕРЫ НЕКОРРЕКТНОЙ РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

Запрещается использовать любые другие варианты логотипа кроме тех, что разрешены данным руководством. Запрещается менять цвет логотипа, перекомпоновывать элементы и дописывать любые текстовые фразы/названия.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ