

ГАЙДБУК ДОБРО.РФ

2025

добро.рф

фигма

материалы

ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПОВ ДЛЯ РЕСУРСНЫХ ЦЕНТРОВ

Если у ресурсного центра Добро.рф нет собственного логотипа, используйте стандартную версию без кобрендинга или региональную персонализацию (стр. 28).

В случае, когда ресурсный центр уже обладает собственным логотипом, есть два варианта кобрендинга, которые можно применять в зависимости от конкретной ситуации:

- Официально-корпоративный кобрендинг
- Имиджевый кобрендинг

 **Никогда не пытайтесь воспроизвести логотип самостоятельно, всегда используйте исходный файл из данного руководства.**

Основная версия

ресурсный центр
добро.рф

Официально-корпоративный кобрендинг

 **ДОН
ВОЛОНТЕР**

ресурсный центр
добро.рф

ресурсный
центр поддержки
добровольчества

добро.рф

Имиджевый кобрендинг

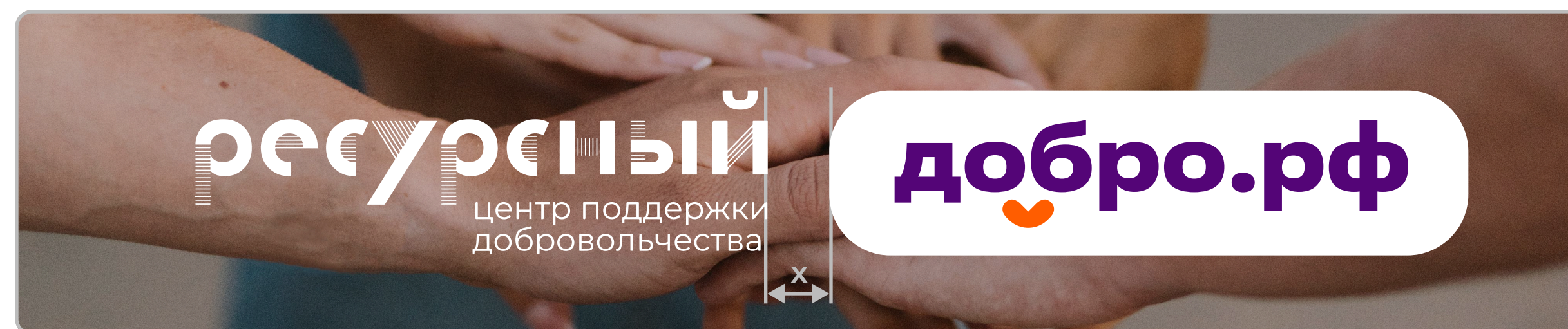
 **ДОН
ВОЛОНТЕР**
ресурсный центр **добро.рф**



ОФИЦИАЛЬНО- КОРПОРАТИВНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ КОБРЕНДИНГ

Кобрендинг в горизонтальной версии может быть построен по следующим принципам:

- В горизонтальной версии используется черта-разделитель высотой с логотип, включая охранное поле. Расстояние между логотипом и разделителем равняется X, где X — условная величина, равная ширине буквы «О» из шрифтовой части логотипа;
- Если в логотипе ресурсного центра присутствует словосочетание «ресурный центр», то для избежания визуального дублирования рекомендуется использовать логотип «добро.рф»;
- Логотип в теге используется только на фотографиях и изображениях с визуальным шумом, подробнее смотри в правилах использования логотипа в цвете (стр. 17).



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ВЕРТИКАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ

Персонализация в вертикальной версии построена по следующим правилам:

- Название города или организации располагается снизу и выравнивается по центру относительно логоблока;
- Расстояние от шрифтовой части логотипа до названия равно X , где X — условная величина, равная высоте набора в шрифтовой части логотипа;
- Набор названия осуществляется шрифтом Fact Semi Expanded Regular. Кегль набора меньше набора шрифтовой части логотипа в 2 раза.

 Никогда не пытайтесь воспроизвести логотип самостоятельно, всегда используйте исходный файл из данного руководства.



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ

Персонализация в горизонтальной версии построена по следующим правилам:

- В горизонтальной версии используется черта-разделитель;
- Расстояние между логотипом и разделителем равняется X , где X — условная величина, равная ширине буквы «О» из шрифтовой части логотипа;
- Набор названия осуществляется шрифтом Fact Semi Expanded Regular. Кегль набора меньше набора шрифтовой части логотипа в 2 раза.

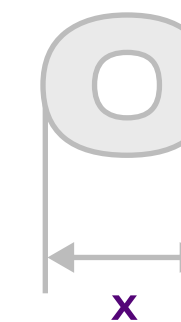
 **Никогда не пытайтесь воспроизвести логотип самостоятельно, всегда используйте исходный файл из данного руководства.**

 | Москва

x x

 | Омский ГАУ

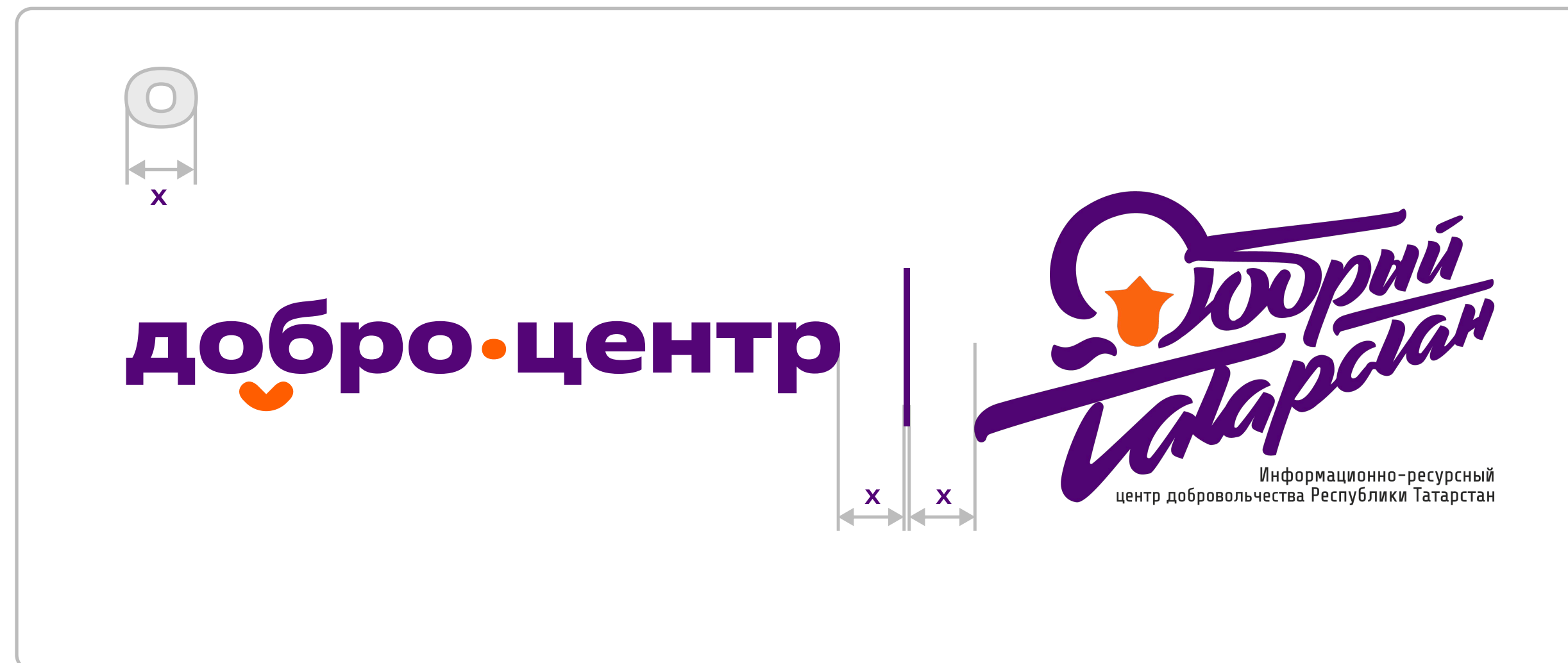
x x



ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ КОБРЕНДИНГ

Кобрендинг в горизонтальной версии может быть построен по следующим принципам:

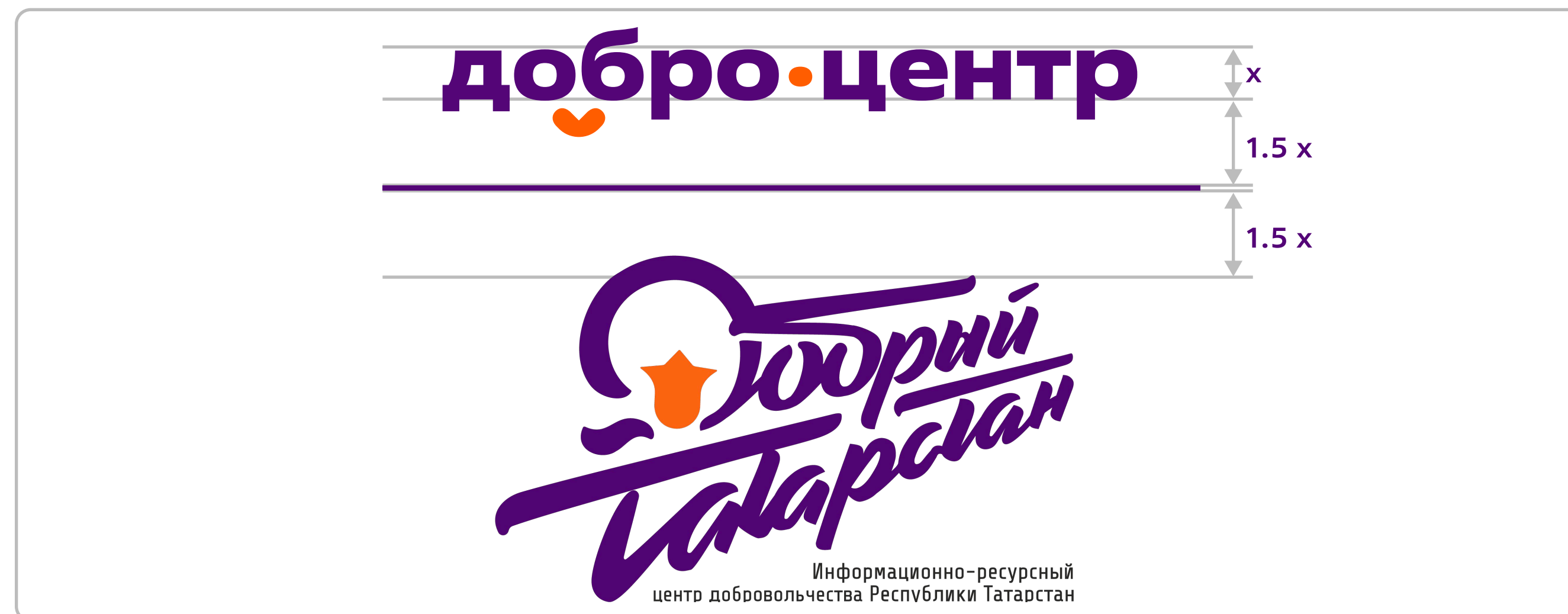
- В горизонтальной версии используется черта-разделитель высотой с логотип «Добро.Центр», включая охранное поле. Расстояние между логотипом и разделителем равняется X , где X — условная величина, равная ширине буквы «О» из шрифтовой части логотипа;
- Логотип в теге используется только на фотографиях и изображениях с визуальным шумом, подробнее смотри в правилах использования логотипа в цвете (стр. 36).



ВЕРТИКАЛЬНЫЙ КОБРЕНДИНГ

Кобрендинг в вертикальной версии может быть построен по следующим принципам:

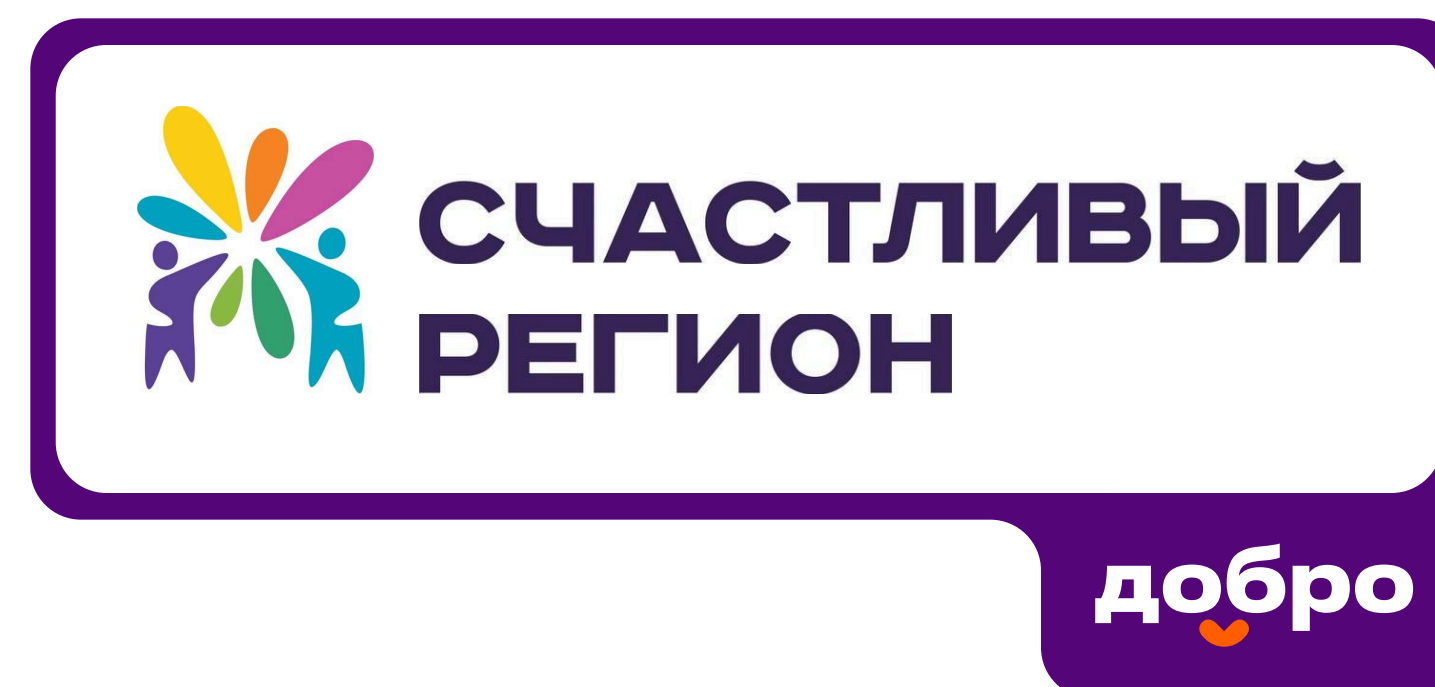
- В вертикальной версии используется черта-разделитель шириной с логотип «Добро.Центр», включая охранное поле. Логотип кобренда оптически выравнивается по ширине логотипа «Добро.Центр». Расстояние между шрифтовой частью логотипа и разделителем равняется $1.5X$, где X — условная величина, равная высоте набора в шрифтовой части логотипа;
- Логотип в теге используется на фотографиях или изображениях с визуальным шумом, расстояние между логотипом в теге — $1.5X$, где X — условная величина, равная высоте набора в шрифтовой части логотипа.



ИМИДЖЕВЫЙ КОБРЕНДИНГ

Данные версии кобрендинга необходимо использовать на носителях, не позволяющих использовать основную версию.

Рамка по охранному полю логотипа ресурсного центра с логотипом материнского бренда в теге.



ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Основная цветовая палитра:

- Фиолетовый — 60%
- Белый — 15%
- Оранжевый — 15%
- Светло-зеленый — 10%,
используется только
в презентациях как
дополнительный цвет

Дополнительные цвета можно использовать как в презентациях, так и в оформлении пространства.

Основная цветовая палитра:

PANTONE 2607 C
RGB 85 | 5 | 119
HEX #550577
CMYK 80 | 100 | 15 | 0

PANTONE 1505 C
RGB 255 | 93 | 0
HEX #FF5D00
CMYK 0 | 75 | 100 | 0

PANTONE 365C
RGB 203 | 252 | 177
HEX #CBFCB1
CMYK 18 | 0 | 45 | 0

WHITE
RGB 255 | 255 | 255
HEX #FFFFFF
CMYK 0 | 0 | 0 | 0

Дополнительные цвета:

PANTONE 521 C
RGB 170 | 130 | 190
HEX #AA82BB
CMYK 10 | 30 | 0 | 30

PANTONE 7410 C
RGB 255 | 174 | 128
HEX #FFAE80
CMYK 0 | 32 | 50 | 0

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Основной фирменный шрифт, использующийся в логотипах и материалах.

Fact хорошо работает в тексте, рекламе и интерфейсах. Отлично подходит для фирменной айдентики. За счёт открытых апертур шрифт читается в тексте гораздо быстрее, чем закрытые гротески. Fact в меру нейтрален и дружелюбен в средних по плотности начертаниях благодаря простым, ясным формам букв и круглым точкам.

Шрифт разработали Александра Королькова и Манвел Шмавонян, и выпустила компания PARATYPE в 2018–2019 годах.

Fact

SEMI EXPANDED EXTRABOLD

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 Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Аа Вв Сс Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

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

SEMI EXPANDED 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 Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Аа Вв Сс Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

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

SEMI EXPANDED

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 Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Аа Вв Сс Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

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

МАСКОТ

Маскот используется исключительно в теге и исключительно в сочетании с присоединенной фразой или слоганом.

Отдельно маскот нигде не используется.

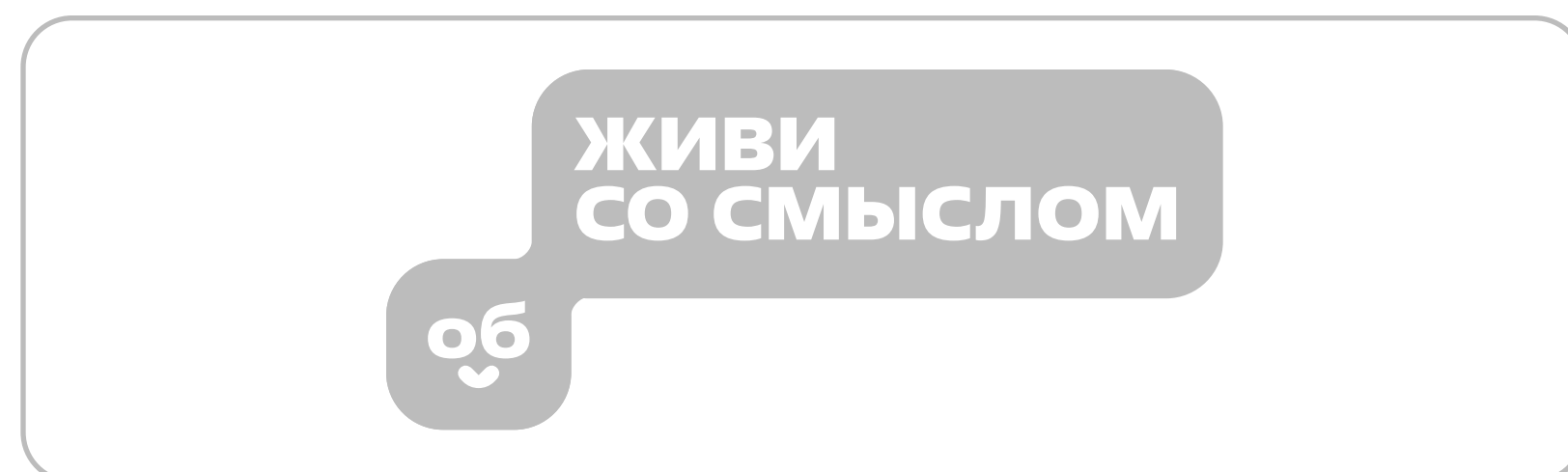
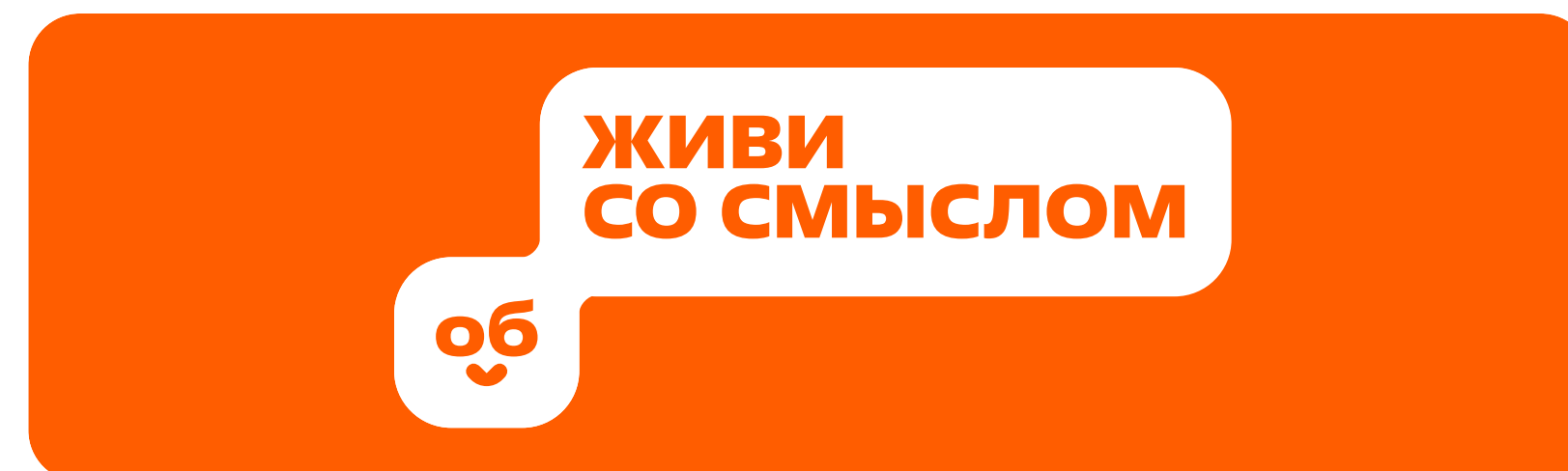
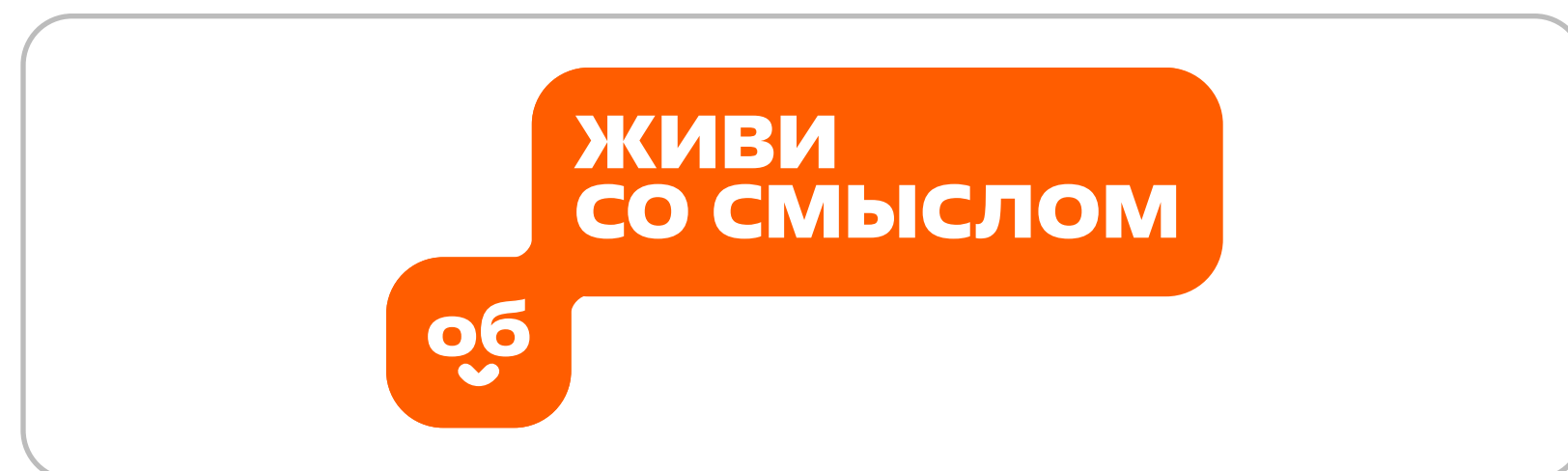
Основные версии маскота используются на любых однотонных фонах. Если фон светлых оттенков, выбирайте фиолетового маскота, если фон темный — белого маскота, соответственно.

В исключительных случаях могут использоваться дополнительные монохромные версии маскота, если макет предполагает использование только такого цвета и в монохроме.

Основные версии:



Дополнительные монохромные версии:

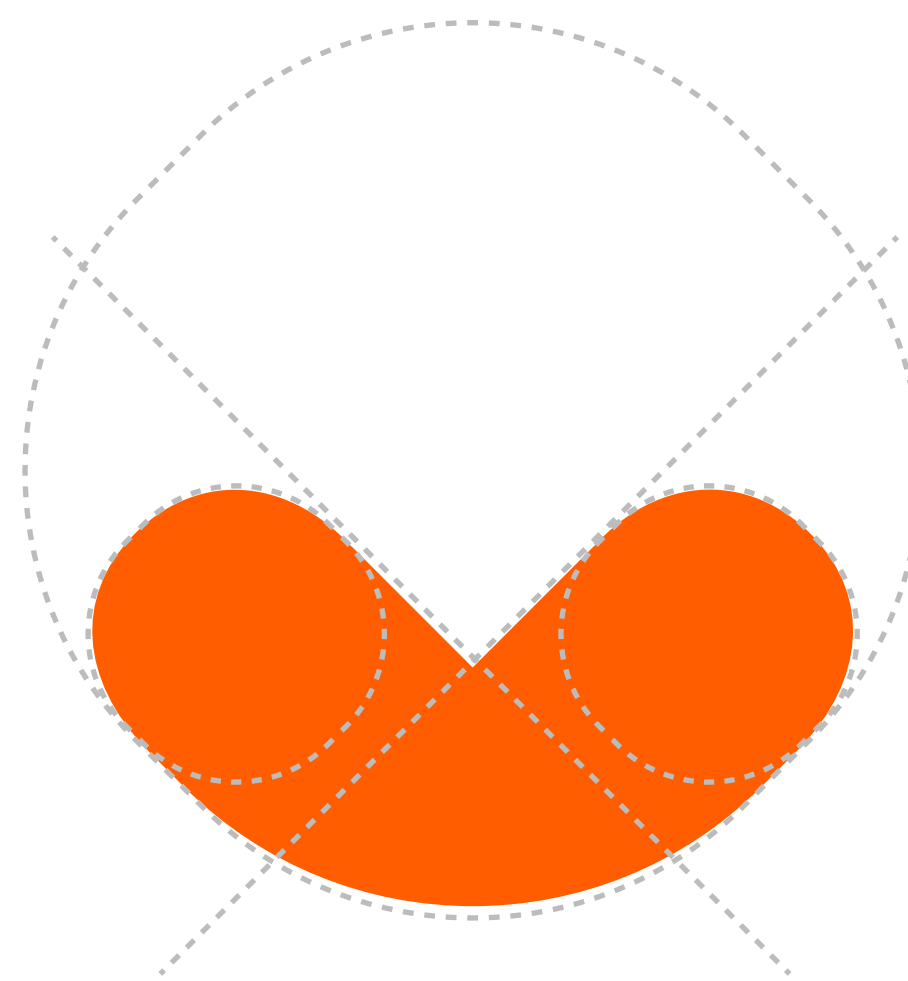


ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Построение фирменного элемента — знака «сердце-улыбка» легло в основу построения иконок для каждого саббренда.

Используется как самостоятельная единица без привязки к логотипам в качестве фавикона.

Запрещено встраивать фирменный знак в сторонние логотипы и иные носители, не предусмотренные данным документом.



ГРАФИКА

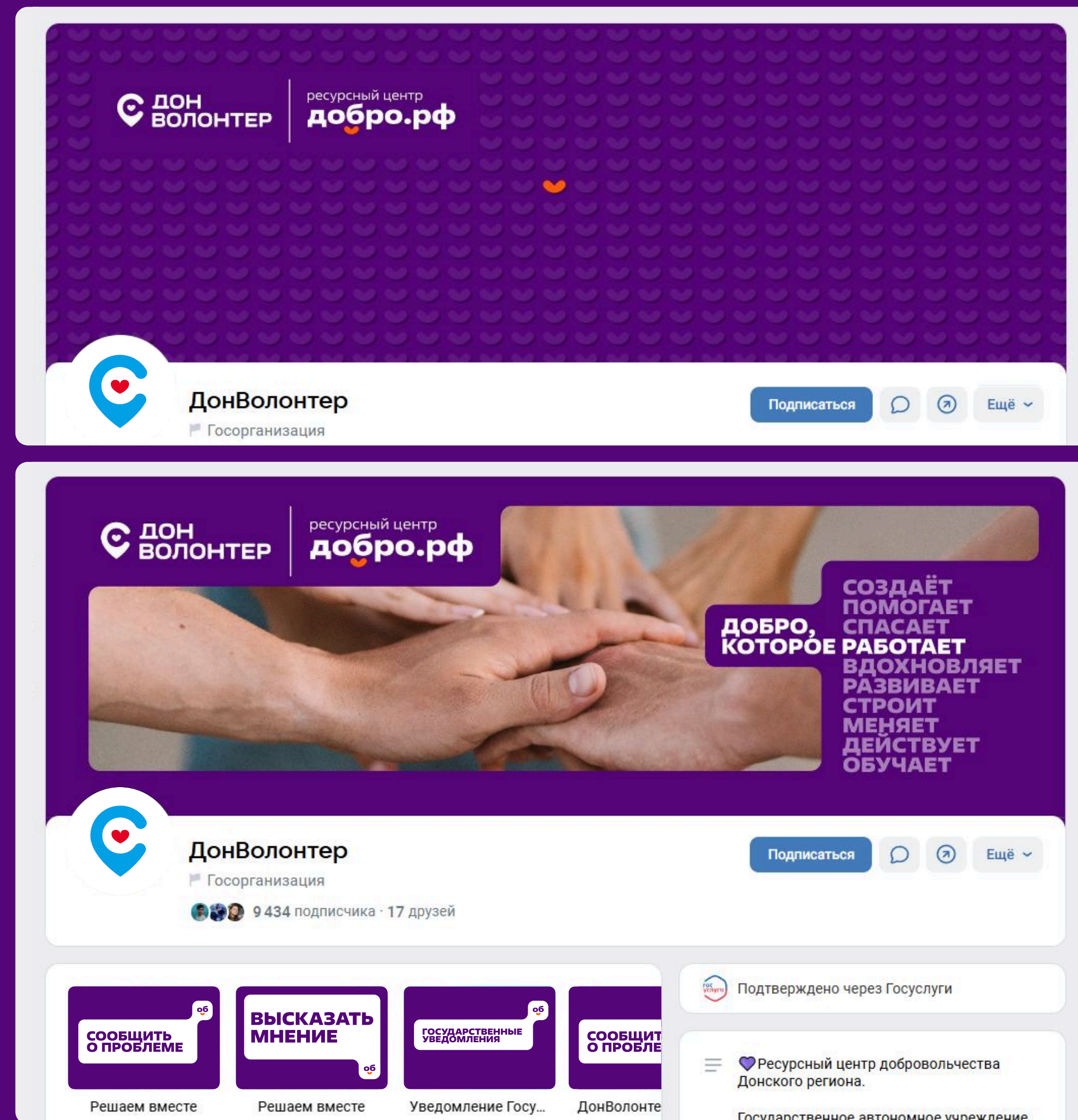
Знак «сердце-улыбка» может дублироваться, образуя паттерн в визуальном стиле и символизировать отдельно взятого человека из всех людей в значении «делая добро, начинаешь светиться изнутри», «добро освещает».

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Пример оформления шапки группы в социальной сети ВКонтакте и обложек разделов.

Для аватарки группы рекомендовано использовать логотип Добро.центра или ресурсного центра на белом фоне.

Вы можете заменить фотографию в рамке на изображение, которое будет отражать индивидуальность вашей организации.

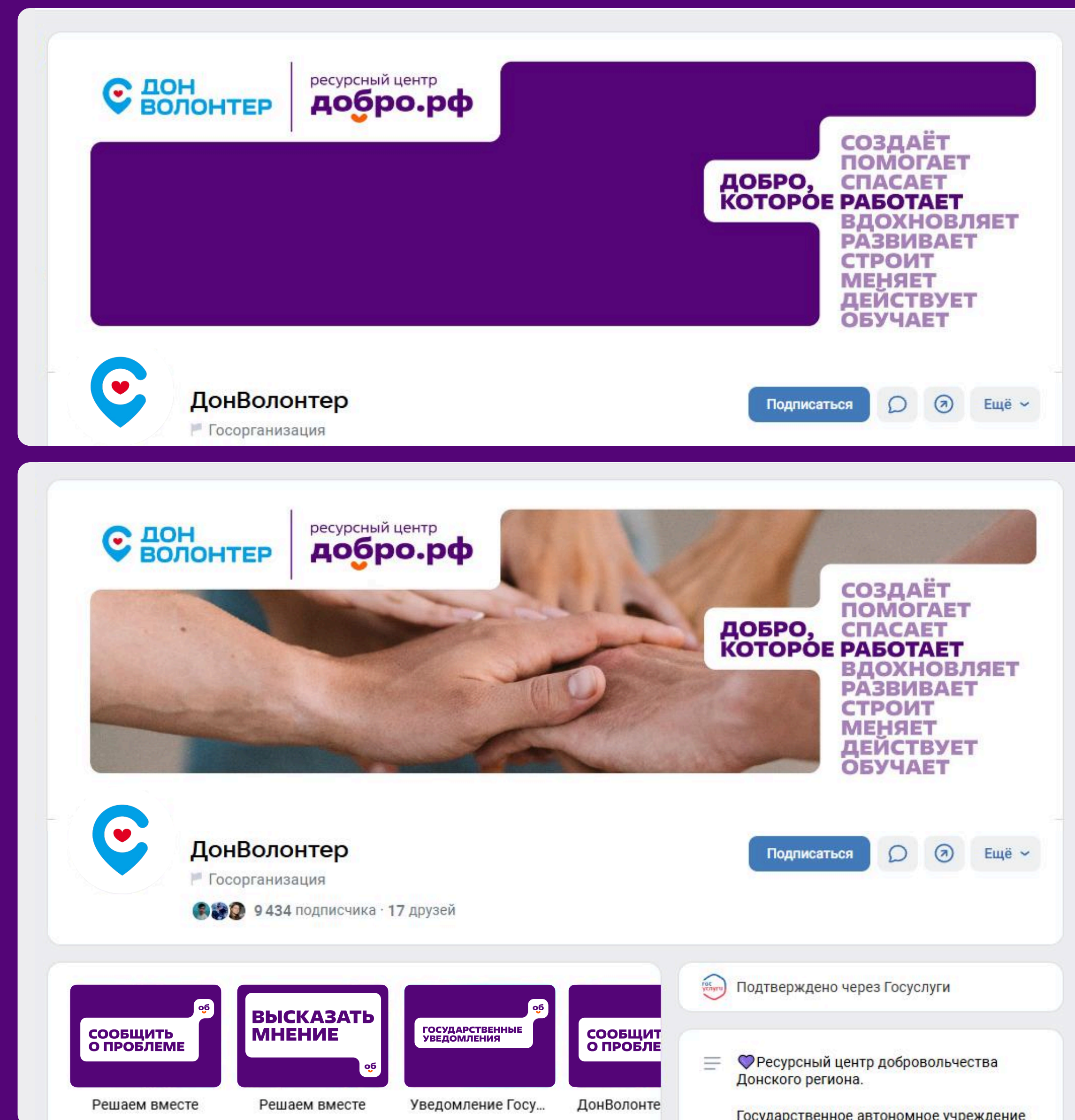


СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Пример оформления шапки группы в социальной сети ВКонтакте и обложек разделов.

Для аватарки группы рекомендовано использовать логотип Добро.центра или ресурсного центра на белом фоне.

Вы можете заменить фотографию в рамке на изображение, которое будет отражать индивидуальность вашей организации.



ОФОРМЛЕНИЕ ПОМЕЩЕНИЙ

21

ВЫВЕСКА

Пример вывесок для ресурсных центров Добро.рф и Добро.Центров.

Логотипы на вывесках выстраиваются по принципу горизонтального, вертикального и имиджевого кобрендинга.

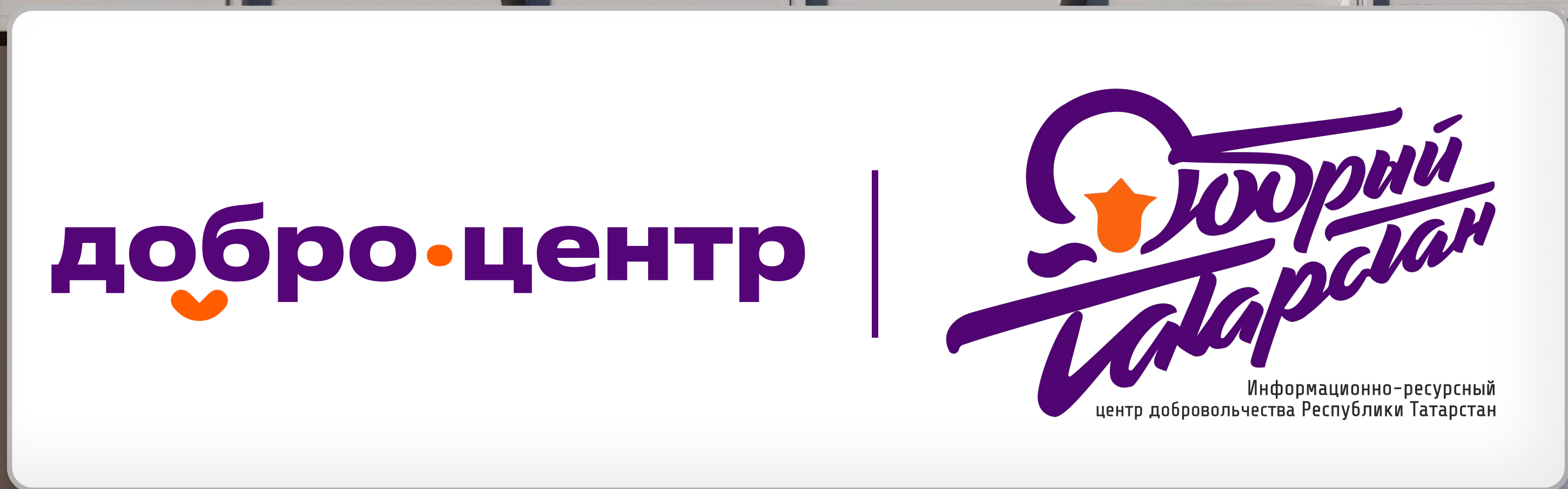
ресурсный
центр поддержки
добровольчества

добро.рф

ВЫВЕСКА

Пример вывесок для ресурсных центров Добро.рф и Добро.Центров.

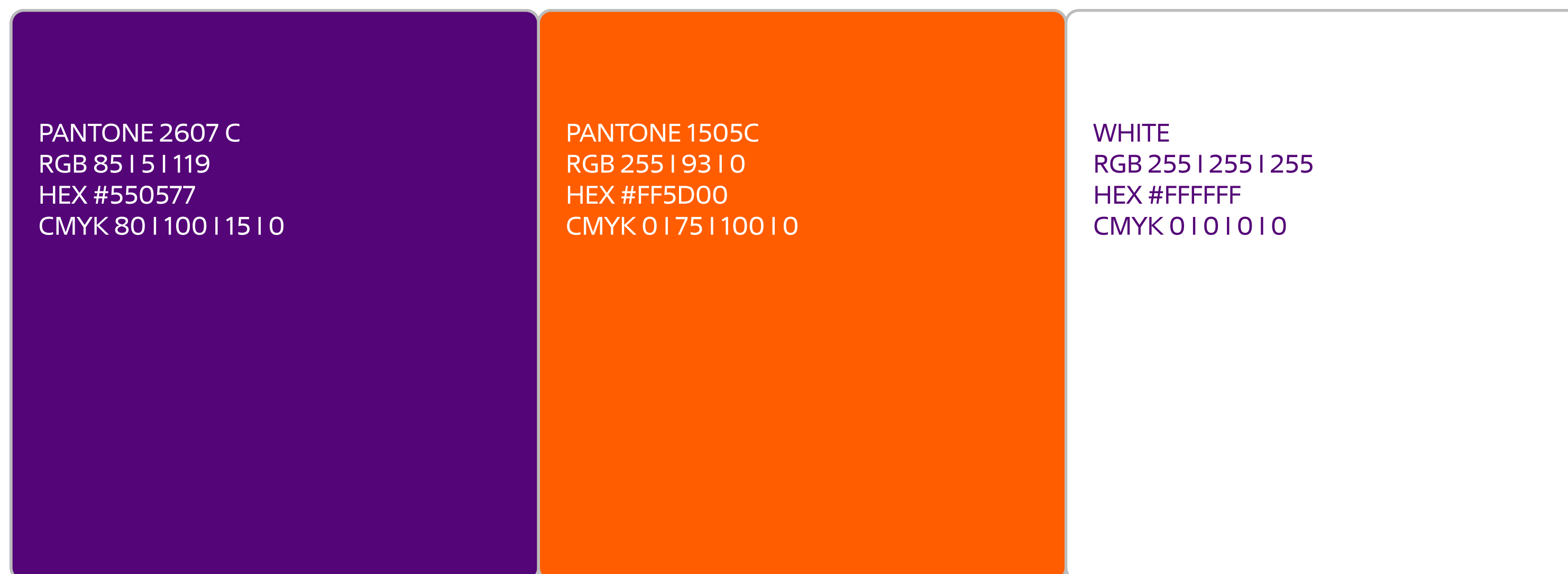
Логотипы на вывесках выстраиваются по принципу горизонтального, вертикального и имиджевого кобрендинга.



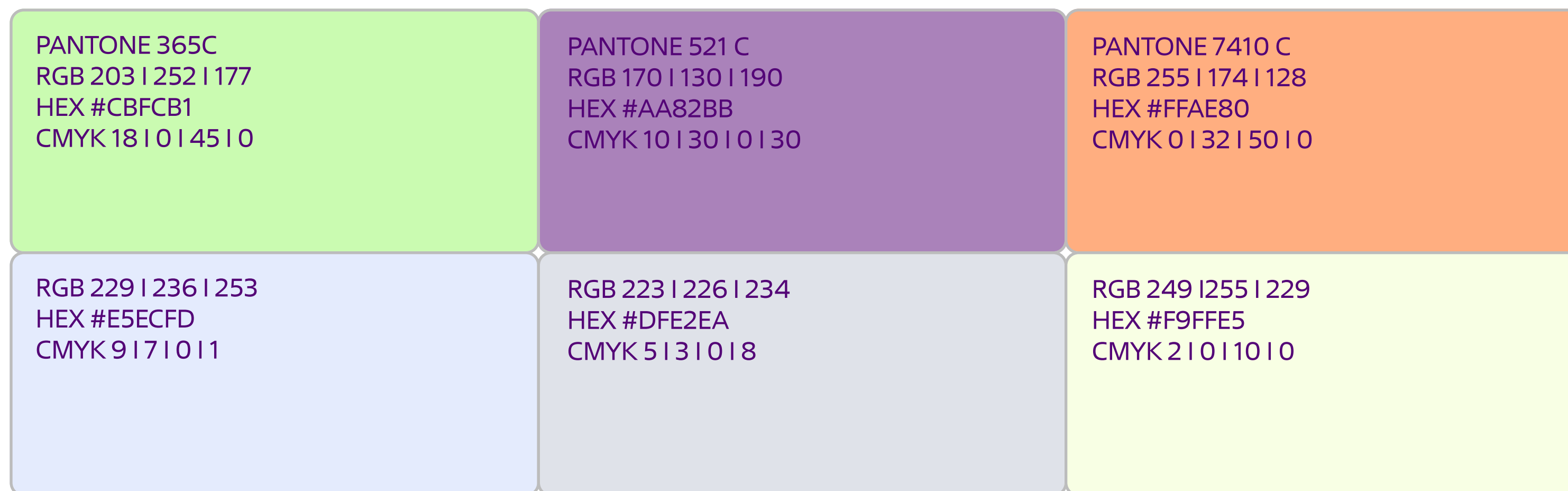
ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Все указанные цвета можно использовать для оформления пространства, при этом фиолетовый, оранжевый и белый являются основными цветами.

Основная цветовая палитра:



Дополнительные цвета:



ВХОДНАЯ ГРУППА

Минималистичный и лаконичный дизайн в единой цветовой гамме.

Используются: фирменный паттерн на основе фирменного знака «сердце-улыбка», лайтбокс с логотипами в кобрендинге, информационный дисплей, который также можно использовать для трансляции видеороликов, маскот со слоганом.

Важно: фирменный паттерн используется только в фиолетовой гамме и только с мелкими знаками на основе «сердце-улыбка». Маскот используется только с добавлением слогана.

Все элементы взаимозаменяемы.



ОБЩАЯ ЗОНА

Пространство выполнено в единой цветовой гамме. Используются: афиши с цитатами, фирменный знак «сердце-улыбка» в лайтбоксе и на подушках, фирменная графика на основе фирменного знака «сердце-улыбка».

Обращаем внимание, что фирменный паттерн в оформлении помещений используется только в фиолетовой гамме с очень частым присутствием фирменного знака.

Все элементы взаимозаменяемы.



ОБЩАЯ ЗОНА

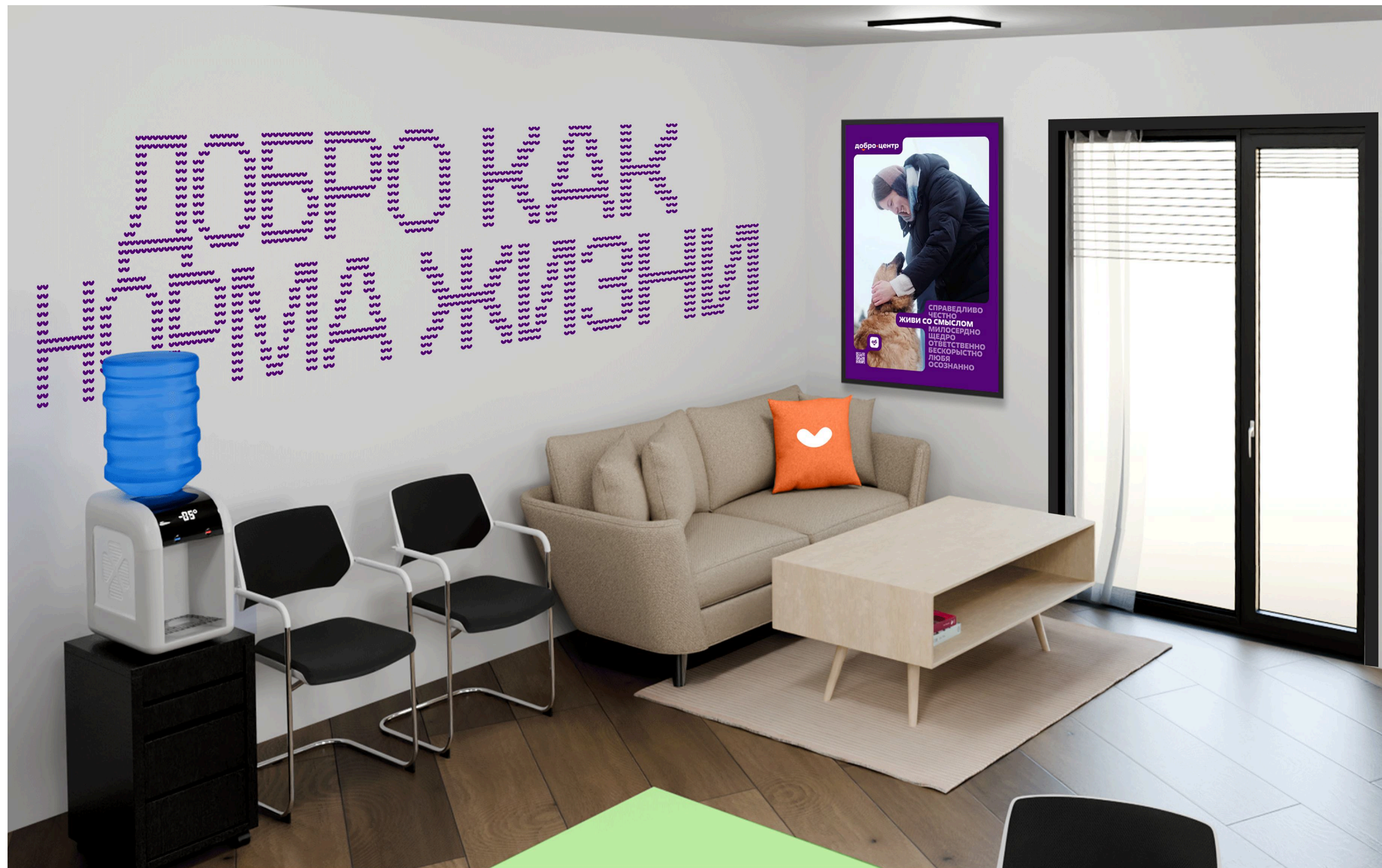


ОБЩАЯ ЗОНА

Пространство выполнено
в единой цветовой гамме.

Используются:
афиши с фотографиями, слоганы
без раскрытия, выполненные
фирменным шрифтом на основе
знака «сердце-улыбка»,
фирменный знак
«сердце-улыбка» на подушках.

Все элементы взаимозаменяемы

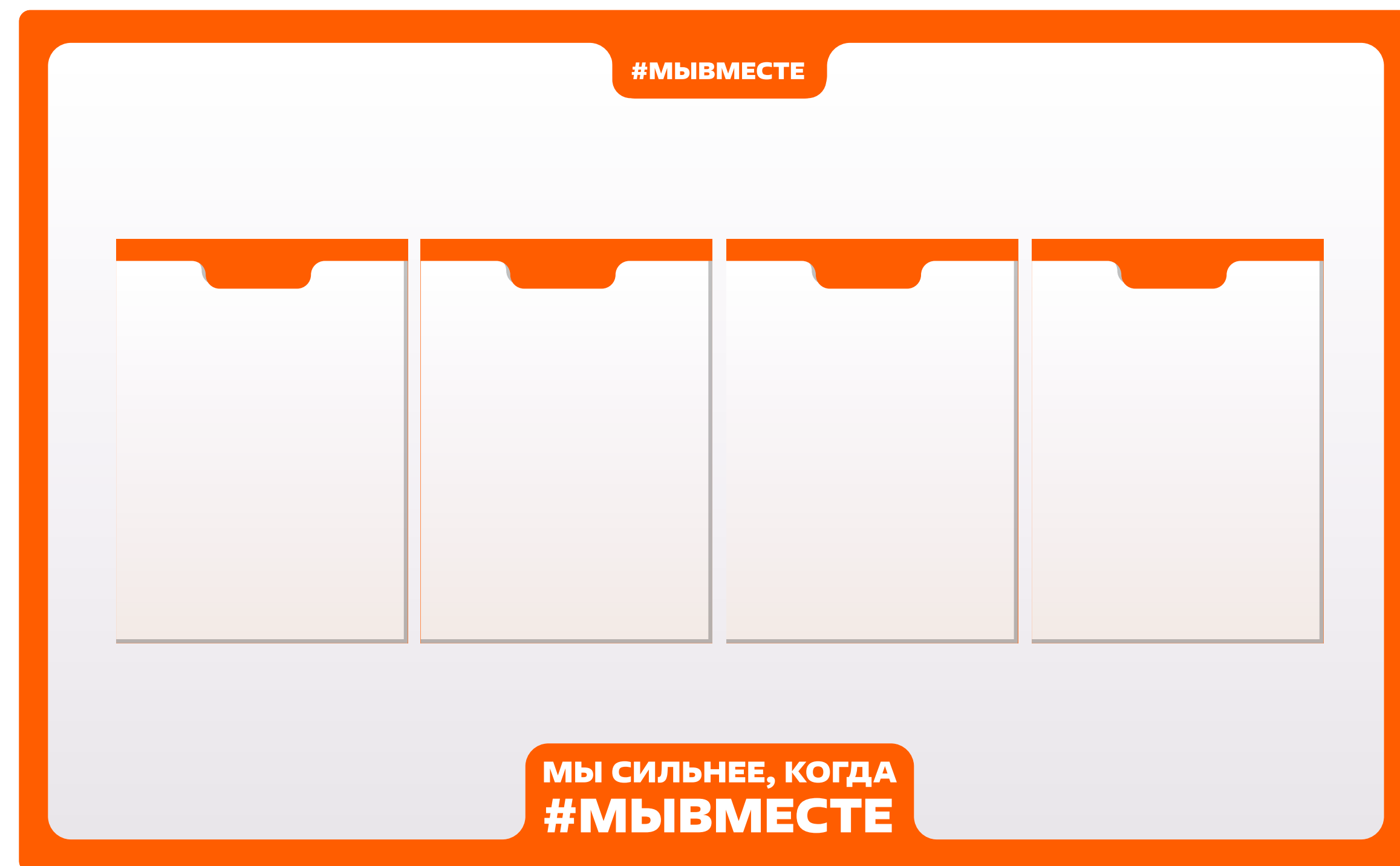
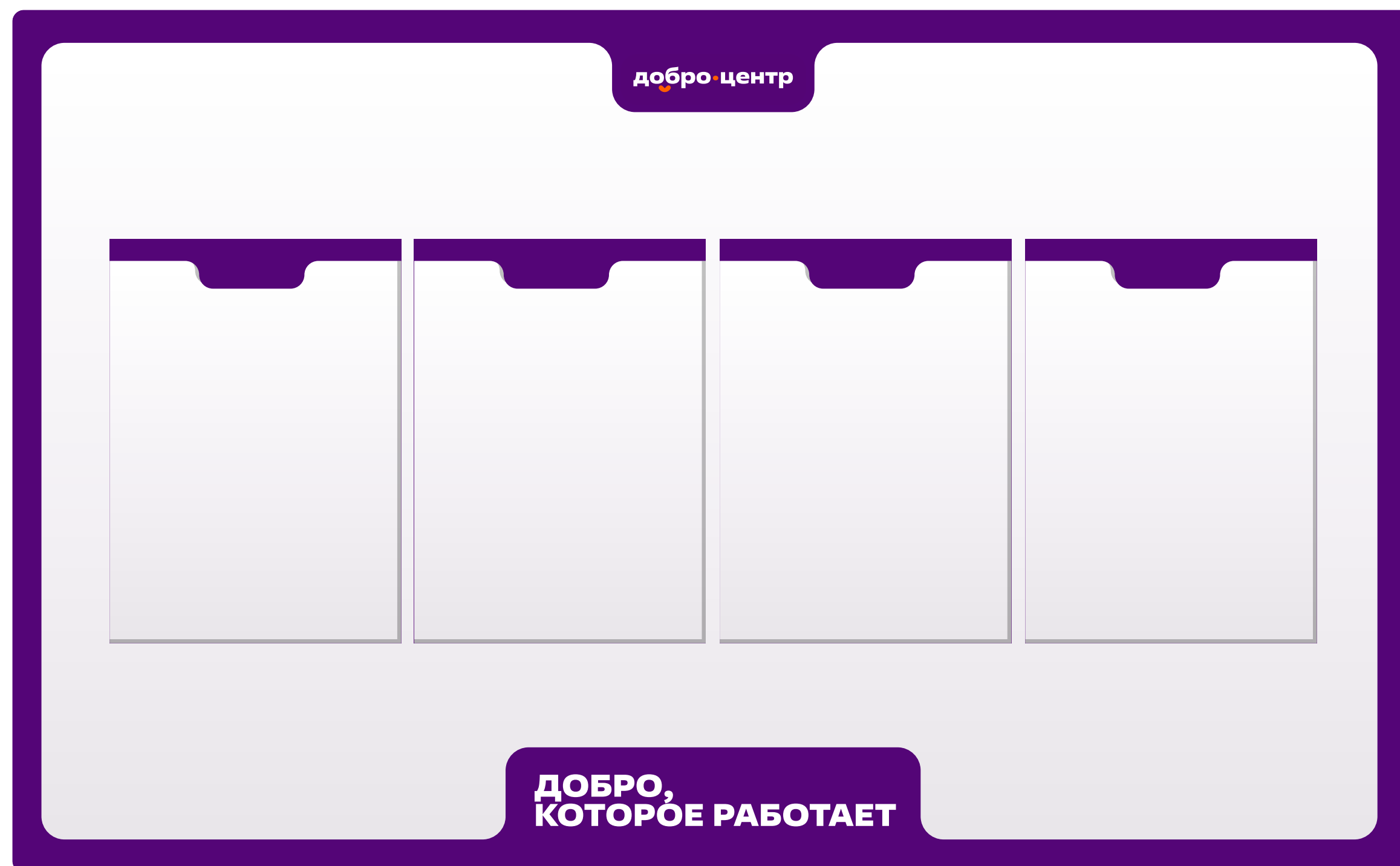


РАБОЧАЯ ЗОНА



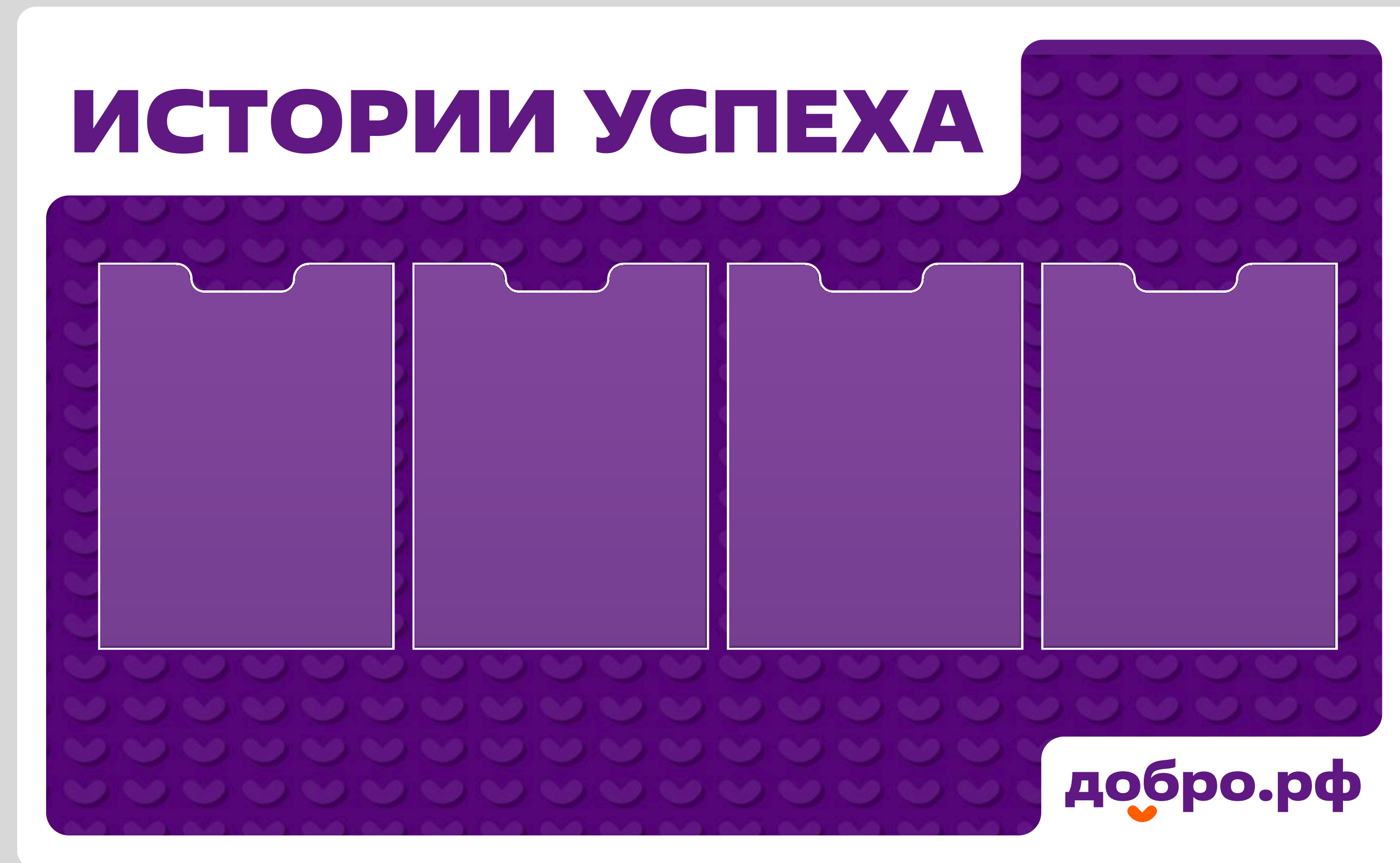
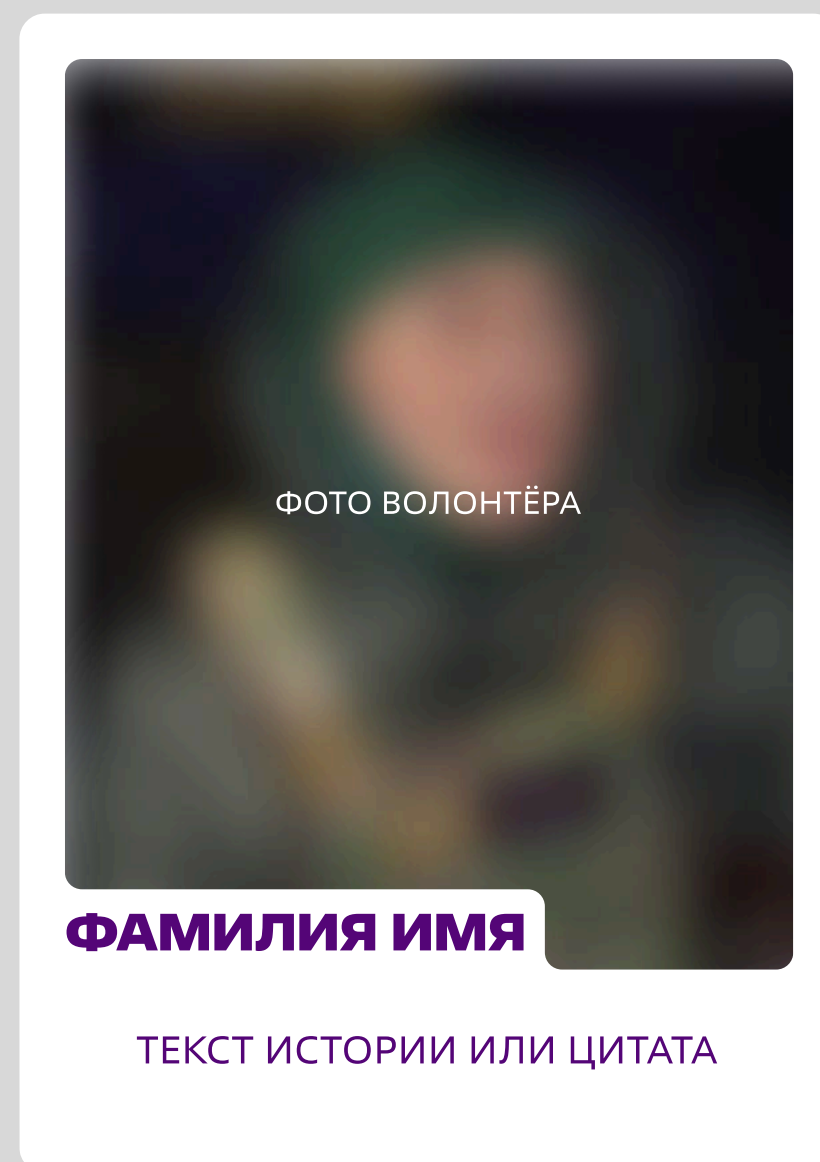
ИНФОРМАЦИОННАЯ ДОСКА

Лаконичный деловой стиль:
используется логотип и слоган.



! Цвет и размещение можно выбирать. Основное правило:
не более 2-3 элементов на одной поверхности.

ИСТОРИИ УСПЕХА



ЦИТАТЫ ИСТОРИЧЕСКИХ ЛИЧНОСТЕЙ

Использование цитат исторических личностей о добре и добрых поступках в оформлении помещений подчёркивает преимущество ценностей и глубину идеи волонтерства.

Высказывания становятся визуальными акцентами, которые вдохновляют и создают ощущение причастности к великому делу.



КУБЫ



СТЕЛЫ

Стелы - функциональный инструмент яркого визуального информирования о проекте. Могут применяться как в помещениях, так и на мероприятиях в качестве присутствия бренда на площадке.

Конструкция - легкая, состоит из 12 прямоугольников с прорезями, на которых нанесены информация и изображения. Печать на плотном пенокартоне. Легко монтируется и демонтируется, прямоугольники вставляются друг в друга. Можно выстраивать необходимую высоту, добавляя или убирая прямоугольники одной высоты.



лицевая сторона



внутренняя сторона

