
Открой
РОССИЮ
В СЕБЕ

РАЗДЕЛ 1.

БРЕНДБУК

Документ, раскрывающий индивидуальность бренда.

Этот документ описывает ценности и принципы бренда, миссию и идею форума «Открой Россию в себе».

Цель брендбука «Открой Россию в себе» — создание целостного образа форума для формирования положительного восприятия у аудитории.
Он состоит из двух основных частей: платформы бренда и ключевых элементов идентификации.

СОДЕРЖАНИЕ

БРЕНД-ПЛАТФОРМА (РАЗДЕЛ 1)

Характер бренда | Ценности бренда 5
Позиционирование бренда | Слоган бренда 6
Целевая аудитория 7

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ (РАЗДЕЛЫ 2 и 3)

Логотип
Фирменный знак | Логотип 9
Правила использования 10
Цветовые вариации 11

Фирменные цвета
Основные цвета 12

Фирменные шрифты
Основной шрифт 13
Дополнительный шрифт 14

Фирменная графика
Элементы 16
Иллюстрация 17

КОММУНИКАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ (РАЗДЕЛ 4)

Виндеры 19
Интерактивный пресс-волл 20
Стойка регистрации 21
Стрелка-указатель 22
Лента ограждения 23
Сцена 24

БРЕНД-ПЛАТФОРМА

Бренд-платформа проекта — это план по поддержанию или развитию смыслов бренда в сознании потребителей (ориентир для бренда). Бренд-платформа основа для создания сильного дизайна.

ХАРАКТЕР БРЕНДА
ЦЕННОСТИ БРЕНДА

Богатая история, огромный культурный пласт, разнообразная природа, научные прорывы и многообразные туристические маршруты — это всё Россия. Она может быть разной. За это мы так её любим.

Даже находясь в чужих краях, мы всё равно ищем свою Россию. И всегда находим её в себе — она отражается в каждом из нас.

Молодёжная патриотическая концепция о любви к Родине, о её многогранности, утончённости, культуре, величии и широкой душе.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

Выходим за рамки обычного представления
о путешествиях. Делаем сильную связь с национальным
достоянием, технологиями, бизнесом, искусством
и духовным развитием человека

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Молодые люди 18-25 лет с высшим образованием или получающие его. Они начитаны, эрудированны и замотивированы на изучение России. Люди с хорошим знанием и пониманием школьной программы

РАЗДЕЛ 2.

ГАЙДЛАЙН

Руководство по фирменному стилю

Гайдлайн — это руководство по фирменному стилю, в котором описываются все правила использования фирменных элементов. В нем указывается как наносить, масштабировать, применять логотип и элементы айдентики.

Гайдлайн затрагивает только внешние атрибуты бренда.

ЛОГОТИП

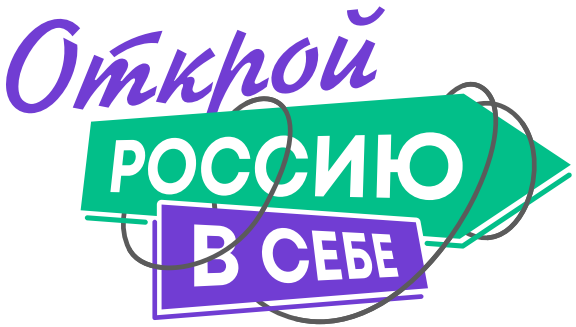
Логотип — это первое знакомство клиента с компанией, фирменный знак, цель которого — донести до целевой аудитории основную идею и ценности.

Логотип отражает суть проекта — путешествия по России, изучение богатой истории и культуры

В названии используется шрифт-леттеринг в стилистике советских плакатов, который придает логотипу теплоту и вызывает доверие. Логотип проекта находит отклик в бренд-платформе и задачах проекта.

В логотипе используются линии, которые олицетворяют маршруты путешествий

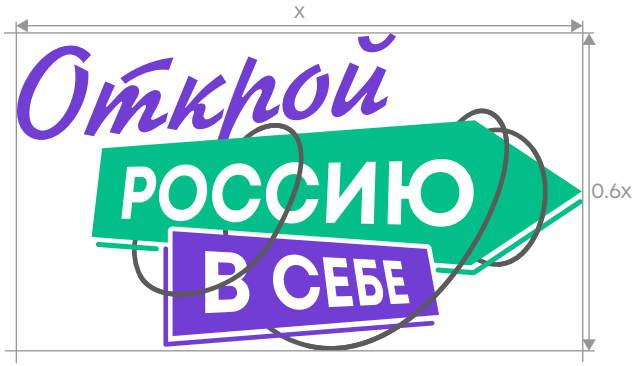
основная версия



упрощенная версия (без линий)



пропорции логотипа



охранное поле





ЛОГОТИП

правила использования

Правильное использование логотипа обеспечивает верное восприятие и узнаваемость бренда.

Следование правилам использования сделает коммуникацию с целевой аудиторией эффективнее.

ЛОГОТИП
цветовые вариации

Полноцветная версия логотипа содержит 3 цвета: фиолетовый, мятный и темно-серый. Гармоничное чередование цветов задает ритм современности.

Кодировки данных цветов указаны на следующей странице. Полноцветная версия используется во всех случаях. Также допустимо монохромное использование на фирменном цвете.

основная версия



монохром темная



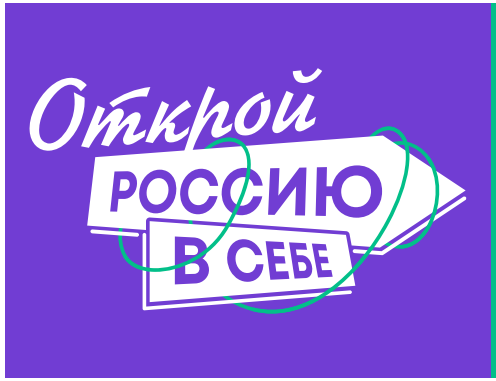
монохром фиолетовая



монохром мятный



использование на фиолетовом фоне



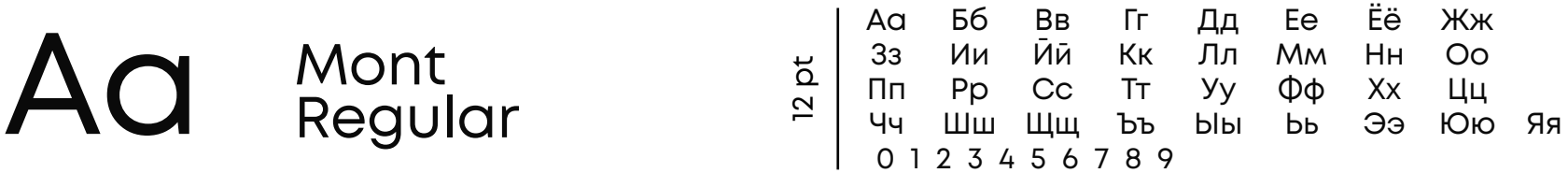
использование на мятном фоне



Фиолетовый	Мятный	Розовый	Тёмно-серый
R 113 G 61 B 211	R 2 G 191 B 137	R 255 G 154 B 190	R 91 G 91 B 91
C 77 M 78 Y 0 K 0	C 72 M 0 Y 60 K 0	C 0 M 53 Y 3 K 0	C 59 M 49 Y 47 K 39
Hex code #713dd3	Hex code #02bf89	Hex code #ff9abe	Hex code #5b5b5b

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

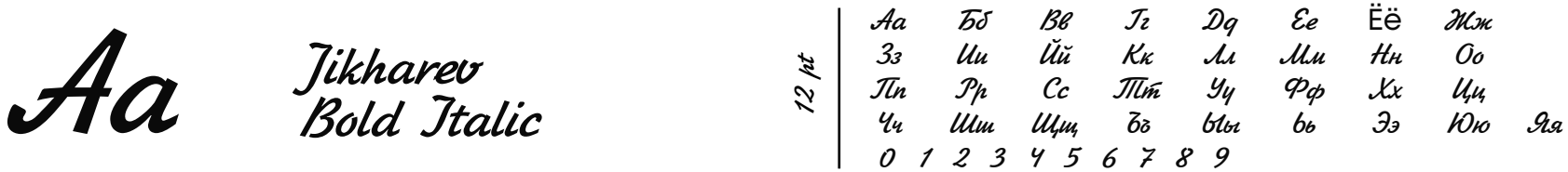
Основные цвета бренда, заимствованные у программы «Больше, чем путешествие» — фиолетовый, мятный и темно-серый. Эти цвета используются при оформлении любых материалов бренда: печатной продукции и веб-пространства. Отклонение от фирменных цветов может негативно сказаться на образе бренда, так как благодаря цветовой палитре он узнаваем.



ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Основным шрифтом форума «Открой Россию в себе» является шрифт Mont в начертании Regular. Для выделения ключевых элементов текста рекомендуется использовать начертание Bold.

Недопустимо выделение текста подчеркиванием, а также использование дополнительных эффектов.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

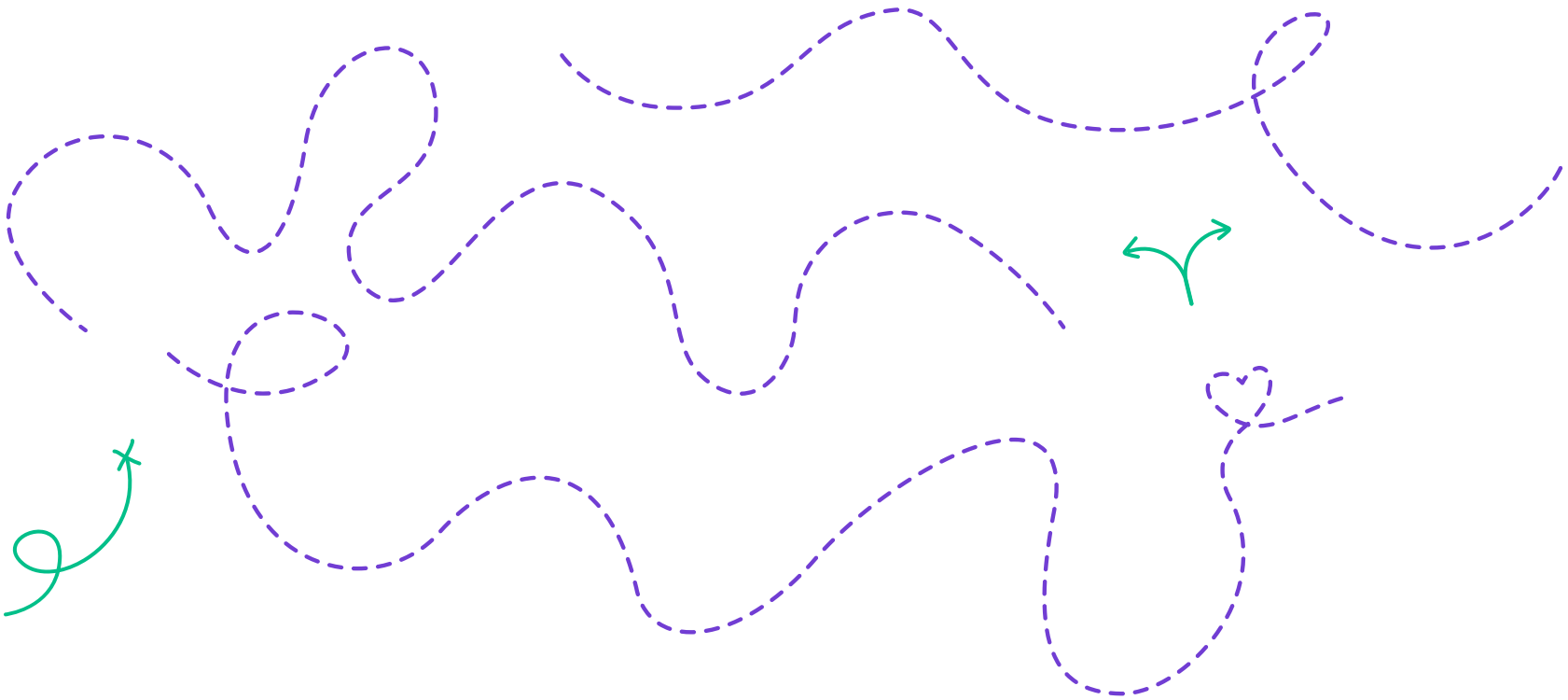
Дополнительным шрифтом форума «Открой Россию в себе» является леттеринг-шрифт Jikharev в начертании Bold Italic.

Недопустимо выделение текста подчеркиванием, а также использование дополнительных эффектов.

РАЗДЕЛ 3.

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

Визуальные элементы, дополняющие стиль. Это могут быть паттерны, узоры, объекты, градиенты и другие графические приемы. Фирменная графика помогает разнообразить и оживить фирменный стиль, создать вариативность оформления коммуникаций.



ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

В качестве основы фирменной графики используются пунктирные и цельные линии, представляющие собой маршрутные пути — символ путешествий.



ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

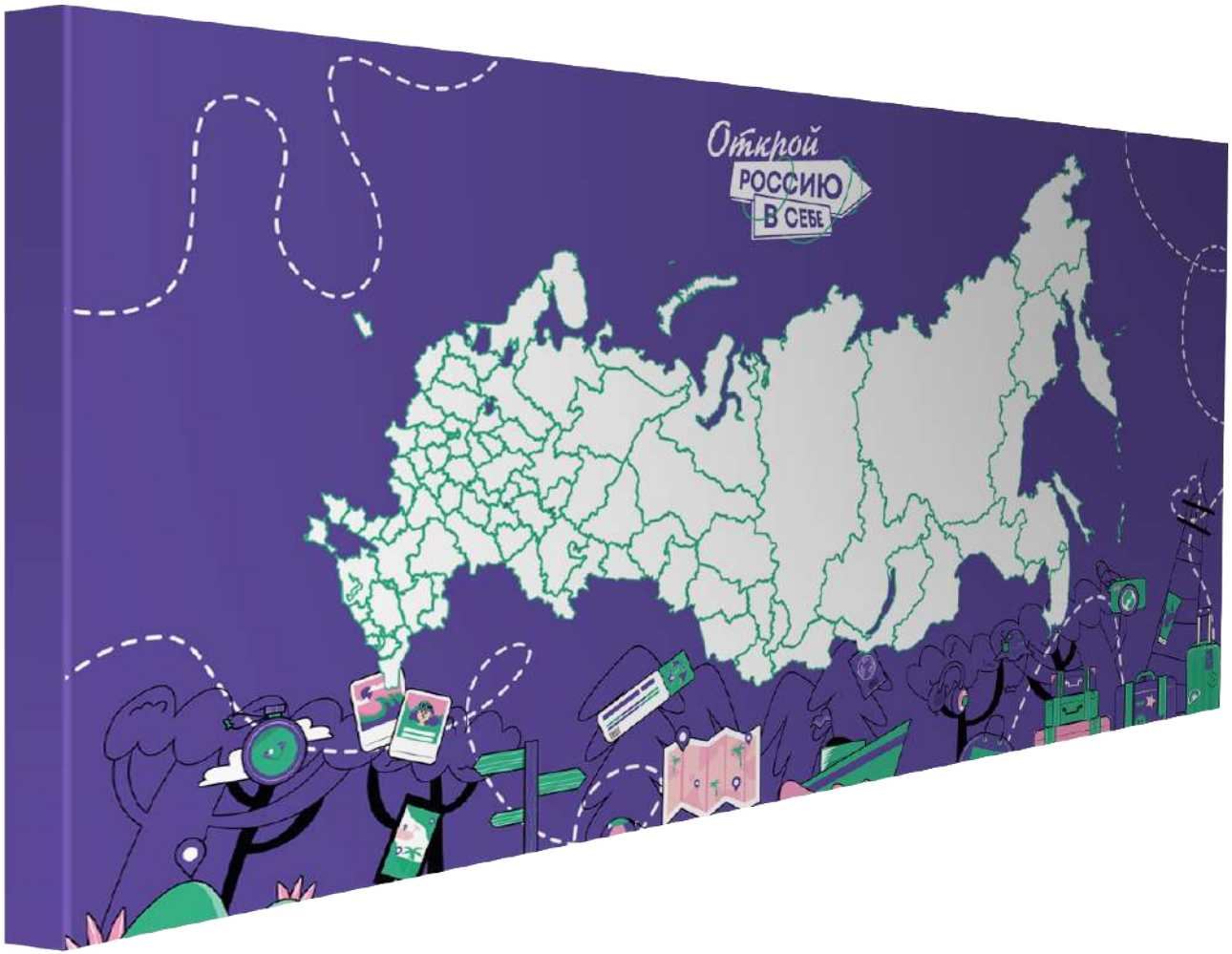
В качестве дополнительной графики были разработаны иллюстрации с идеями путешествий в мульт-стилистике. Комбинация такой графики разными цветами и формами придаёт бренду молодёжный дух

РАЗДЕЛ 4.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ВИНДЕРЫ


Открой
РОССИЮ
В СЕБЕ
Открой
РОССИЮ
В СЕБЕ
Открой
РОССИЮ
В СЕБЕ



ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПРЕСС-ВОЛЛ



СТОЙКА РЕГИСТРАЦИИ



СТРЕЛКА-УКАЗАТЕЛЬ



ЛЕНТА ОГРАЖДЕНИЯ



СЦЕНА