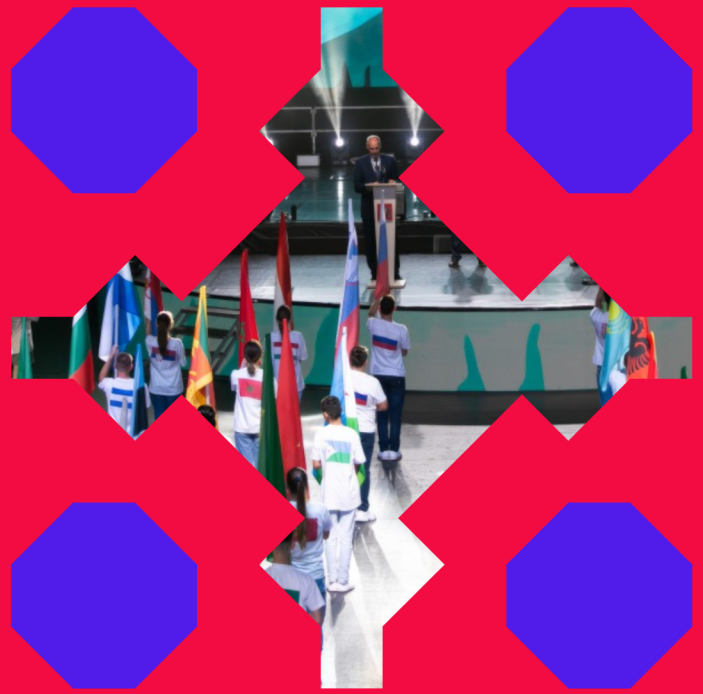






ГАЙДЛАЙН

Руководство по использованию
фирменного стиля НКО «ЕВРАЗИЯ»

Введение

Эта презентация содержит правила оформления визуальных коммуникаций НКО «Евразия».

Данный файл следует предоставлять подрядчикам, которые производят для вас дизайн в любых его видах: сайты, оформление социальных сетей, интерьеры, полиграфию или рекламу.

Документ позволит сохранить единообразие во всех коммуникациях и создать целостное восприятие бренда.

Содержание

Введение 2
Содержание 3

Логотип
Основная версия логотипа 5
Дополнительные версии логотипа 6
Охранное поле 7
Альтернативные варианты логотипа 8
Недопустимое использование логотипа 10

Фирменные элементы
Фирменные цвета 12
Фирменный шрифт (основной) 13
Фирменный шрифт (дополнительный) 14
Паттерн 15
Иконки 25
Стиль инфографики 26
Фотостиль 27

Позиционирование НКО «Евразия»
Позиционирование бренда 29
Ценности бренда 31
Послание бренда 32
Тональность коммуникации 34

Целевая аудитория
Демографические характеристики 37
Психографические характеристики 38
Поведенческие характеристики 39
Профессиональные характеристики 40

Документация
Визитки 42
Бланки 43
Конверт Е65 44
Папка А4 45
Блокнот 46
Ежедневник 48

Фирменные носители
Ручки 50
Худи 51
Термокружка 52
Сумка-шоппер 53
Пакеты 54
Флаги настольные 55
Виндеры 56
Часы настенные 57
Кружка 58
Значки 59
Бейджи 60

Мерч (молодежная концепция)
Шоппер 62
Обложка для паспорта 63
Кардхолдер 64
Чехол с джибитсами 65
Футболка со стикерами 66
Пауэрбанк 67
Худи путешественника 68
Стикерпак 69

Digital носители
Презентация 71
Социальные сети 73



ЛОГОТИП И ЗНАК

Основная версия логотипа

Логотип состоит из графического элемента, стилизованного под флаг, и шрифтового написания названия с ситуативным использованием дескриптора.



Одноцветная и монохромная версии логотипа

При необходимости, можно использовать
дополнительные версии логотипа:



Темный фон



Светлый фон



Монохромная версия

Охранное поле

Охранное поле логотипа — это свободное пространство вокруг логотипа, которое упрощает восприятие знака.

За модуль берется буква «Е» — столько составляет отступ со всех сторон логотипа. Охранное поле всегда оставляйте свободным. Соседние элементы макета располагайте строго за его границами.



Альтернативные варианты логотипа

Использование логотипа на различных носителях предполагает некоторую гибкость. Ниже представлены варианты, не искажающие узнаваемость, но дающие некоторую свободу для творчества.



1. Вертикальный вариант без дескриптора



2. Горизонтальный вариант



3. Горизонтальный вариант без дескриптора

Альтернативные варианты логотипа






Во внутренней структуре допустимо использование только графического элемента логотипа, без текстового написания, когда это допускает оформление и когда текстовая часть логотипа однозначна, исходя из контекста. Например оформление аккаунта в соцсетях, фавиконка для сайта и т.д.

Недопустимое использование логотипа



Не применяйте обводку



Не изменяйте пропорции



Не меняйте расположение элементов



Не используйте другие цвета



Не искажайте форму



Не используйте другие варианты написания



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменные цвета

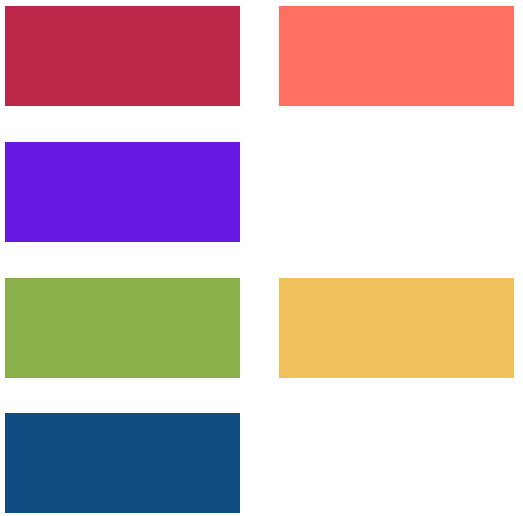
Для того, чтобы молодежная направленность была более очевидна,
за основу взяты трендовые цвета PANTONE.

Для печати и официальных документов выбраны цвета, которые без труда
можно воспроизвести на производстве, а для digital-сферы подобраны
более яркие и вызывающие оттенки.

Было:



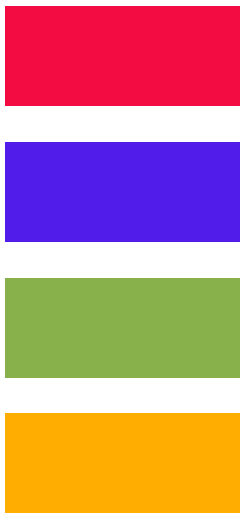
Стало **PANTONE**:



Основные
цвета

Дополнительные
цвета

Стало **DIGITAL**:



Фирменные цвета PANTONE

Фирменная гамма включает в себя четыре основных и два дополнительных цвета, которые отлично сочетаются и дополняют друг друга.

Viva Magenta **Pantone 18-1750**	Hex#	BC2649
	RGB	188 38 73
	CMYK	5 98 3 21
Very Peri **Pantone 17-3938**	Hex#	6518E2
	RGB	101 24 226
	CMYK	84 100 0 0
Greenery **Pantone 15-0343**	Hex#	89B04B
	RGB	137 176 75
	CMYK	51 4 85 9
Classic Blue **Pantone 19-4052**	Hex#	104C81
	RGB	16 76 129
	CMYK	98 62 7 29
Living Coral **Pantone 16-1546**	Hex#	FF7061
	RGB	255 112 97
	CMYK	0 71 62 0
Mimosa **Pantone 14-0848**	Hex#	F0C15A
	RGB	240 193 90
	CMYK	4 25 73 2

Фирменные цвета DIGITAL

Digital-гамма включает в себя четыре основных цвета.

Hex#	F30C42
RGB	243 12 66

Hex#	511CE9
RGB	81 28 233

Hex#	88B04B
RGB	137 176 75

Hex#	FAD00
RGB	255 173 0

Фирменный шрифт (основной)

Шрифт **Montserrat**.
Для заголовков используйте начертание Bold,
для наборного текста используйте начертание Regular.

Montserrat Regular:

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Bold:

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Фирменный шрифт (дополнительный)

Шрифт **Akrobat**.
Для заголовков используйте начертание Black,
для наборного текста используйте начертание SemiBold.

Akrobat SemiBold:

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Akrobat Black:

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

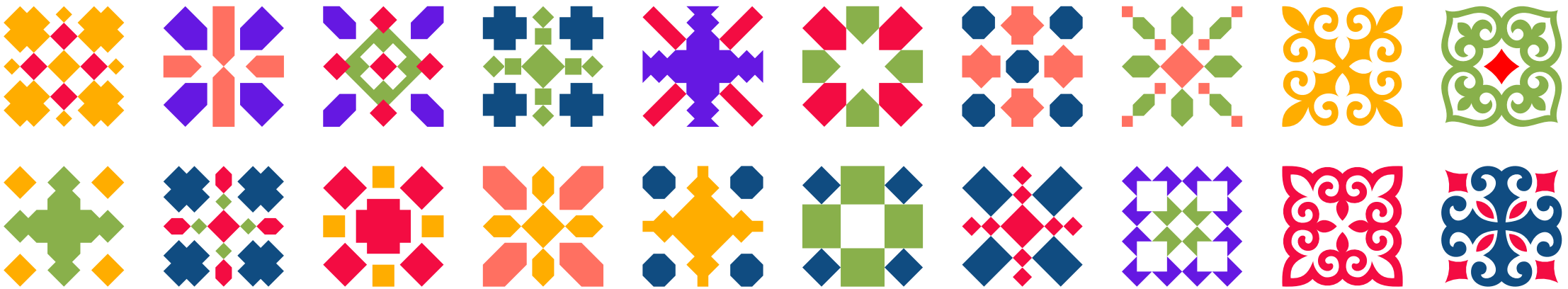
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Паттерн

У многочисленных народностей мотивы крайне схожи (казахи-кыргызы, русские-белорусы), но присутствуют небольшие отличия. Проведя анализ, получилось выделить 8 универсальных элементов.
Затем элементы были адаптированы – добавлены черты национальности.

Результат – 20 элементов. Гибкая концепция позволяет создавать огромное количество разнообразных паттернов, не выбивающихся по стилистике, но различных по содержанию.

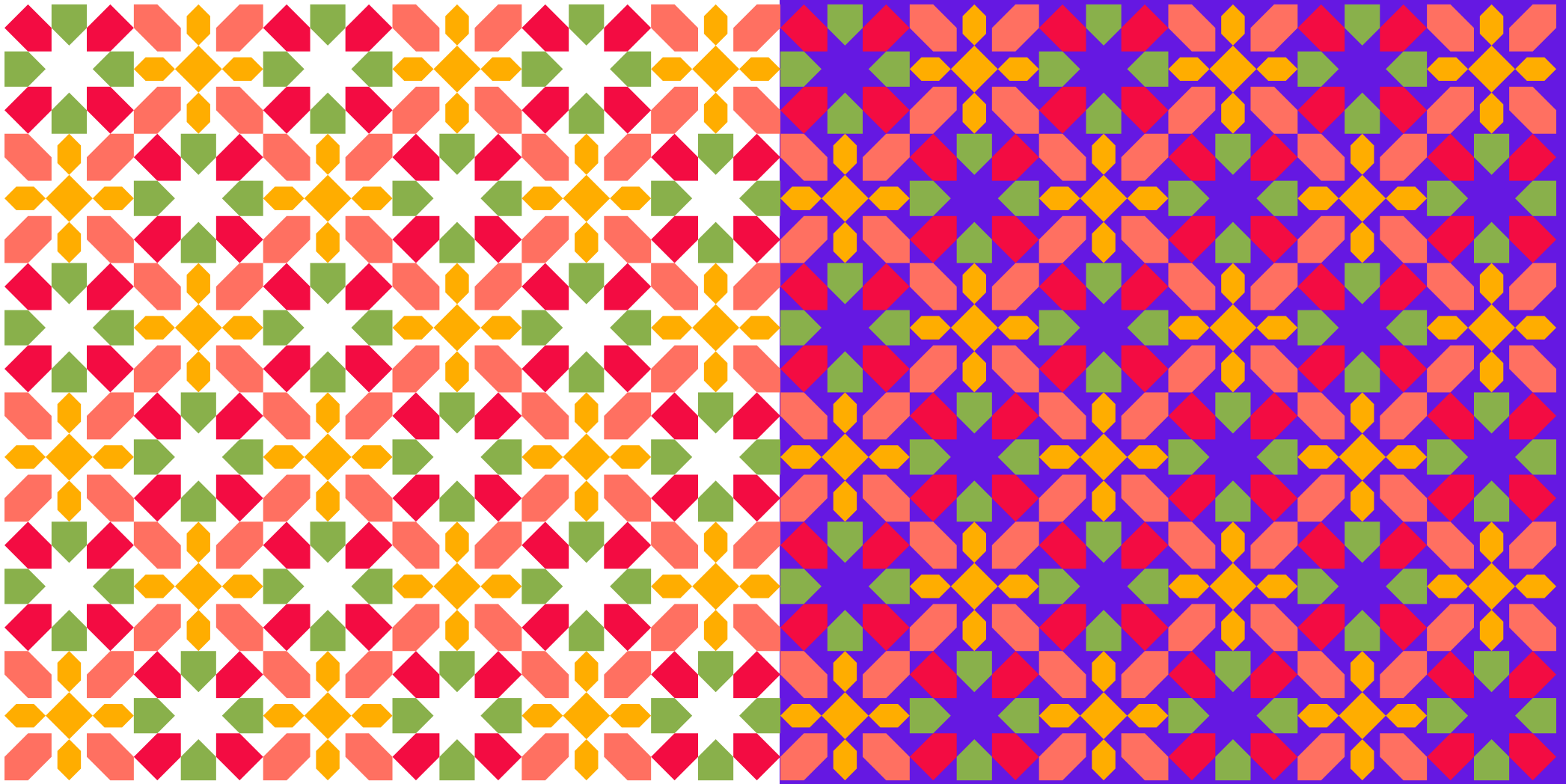
Во всех узорах прослеживаются схожие способы размещения, поэтому они были унифицированы для удобного применения квадратной плиткой.

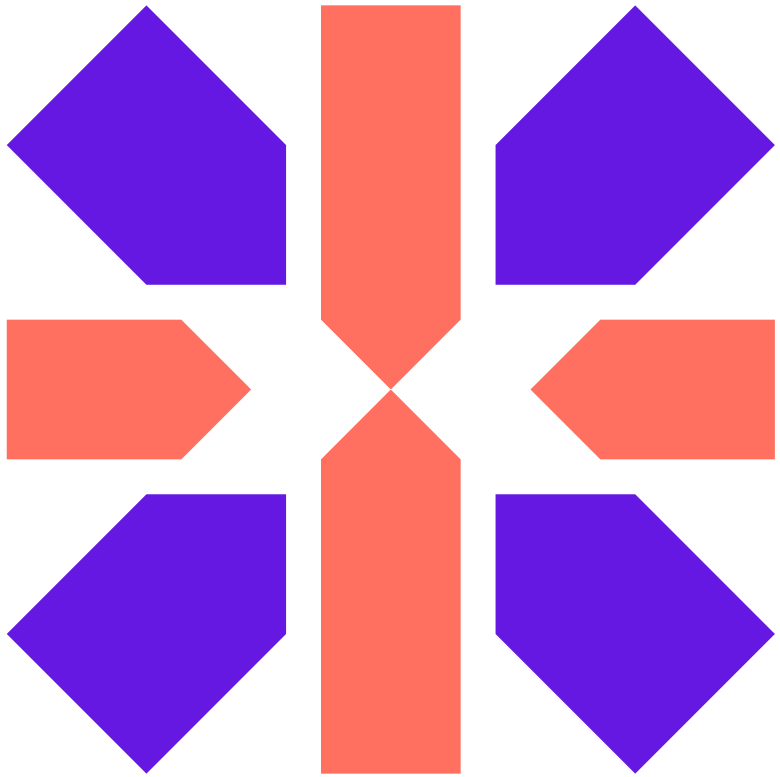




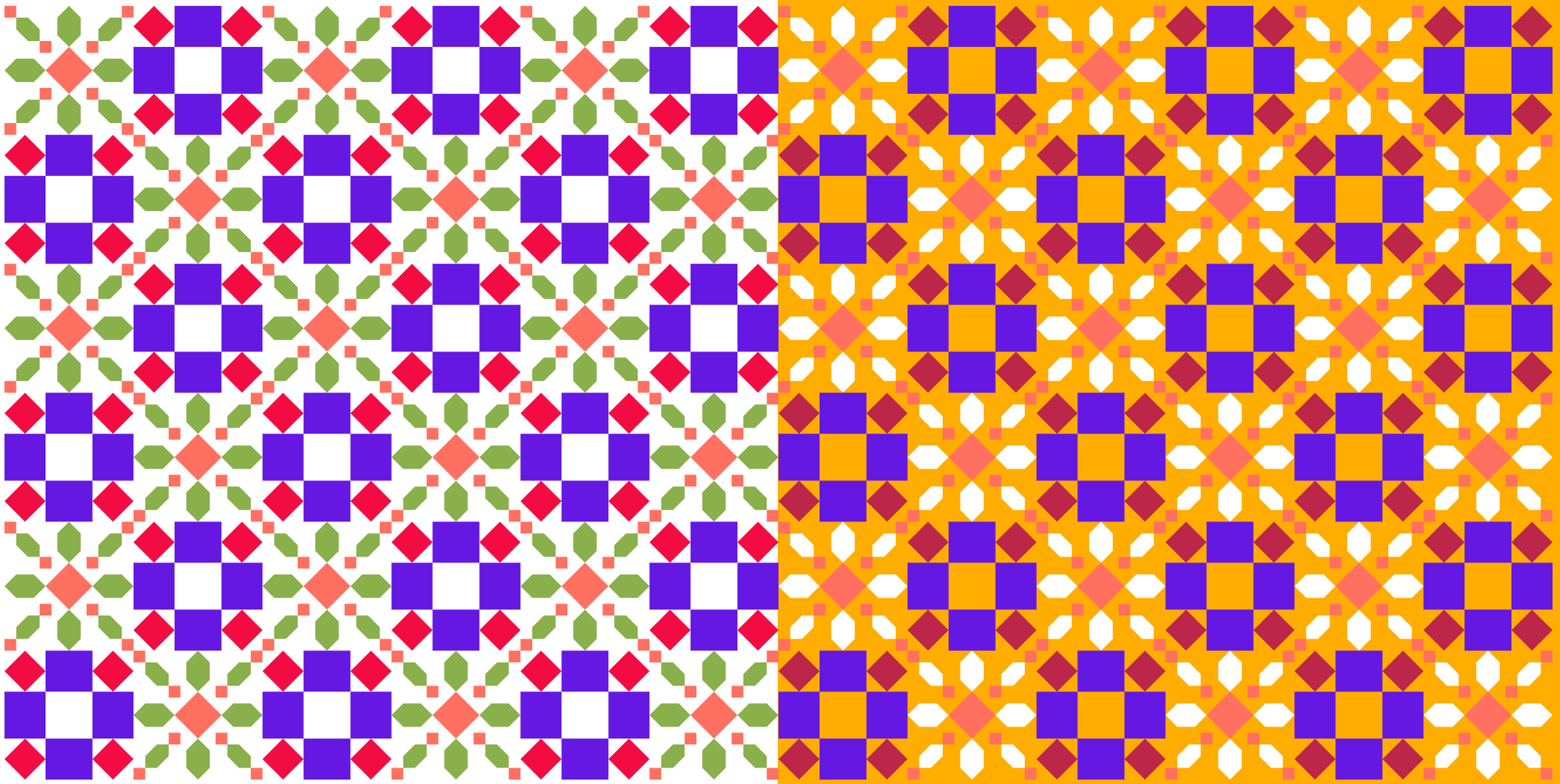


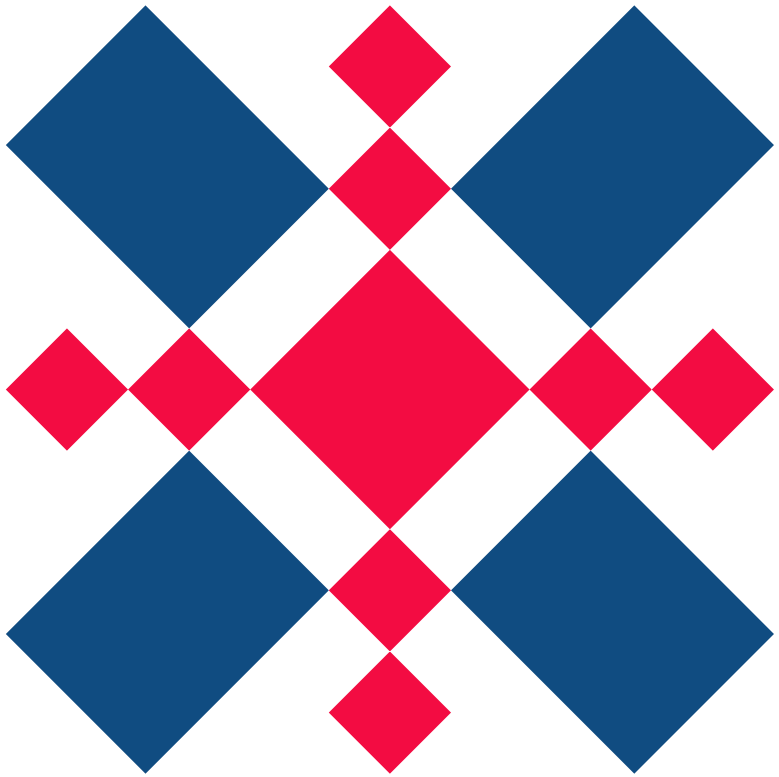
ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ





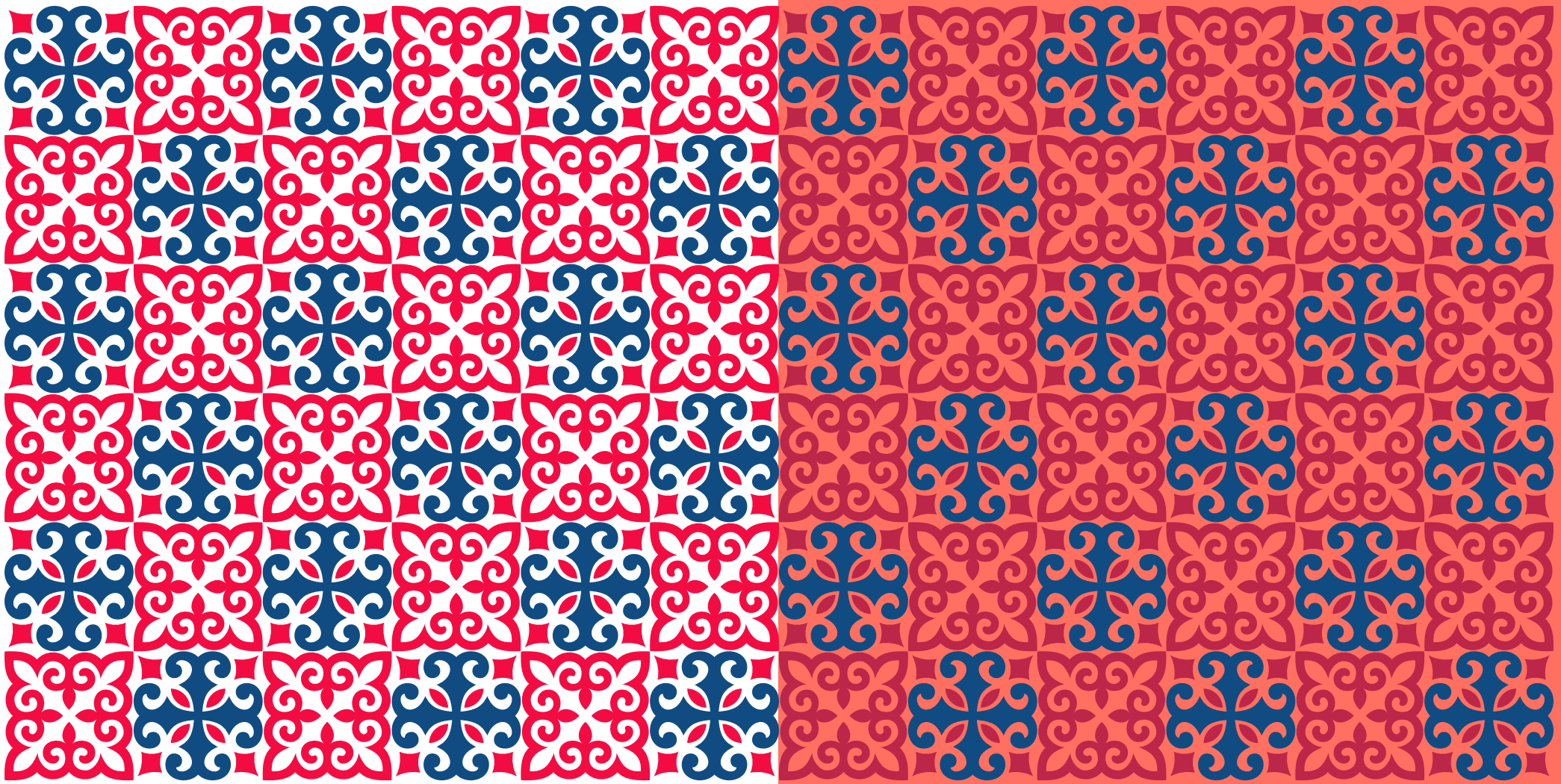
ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

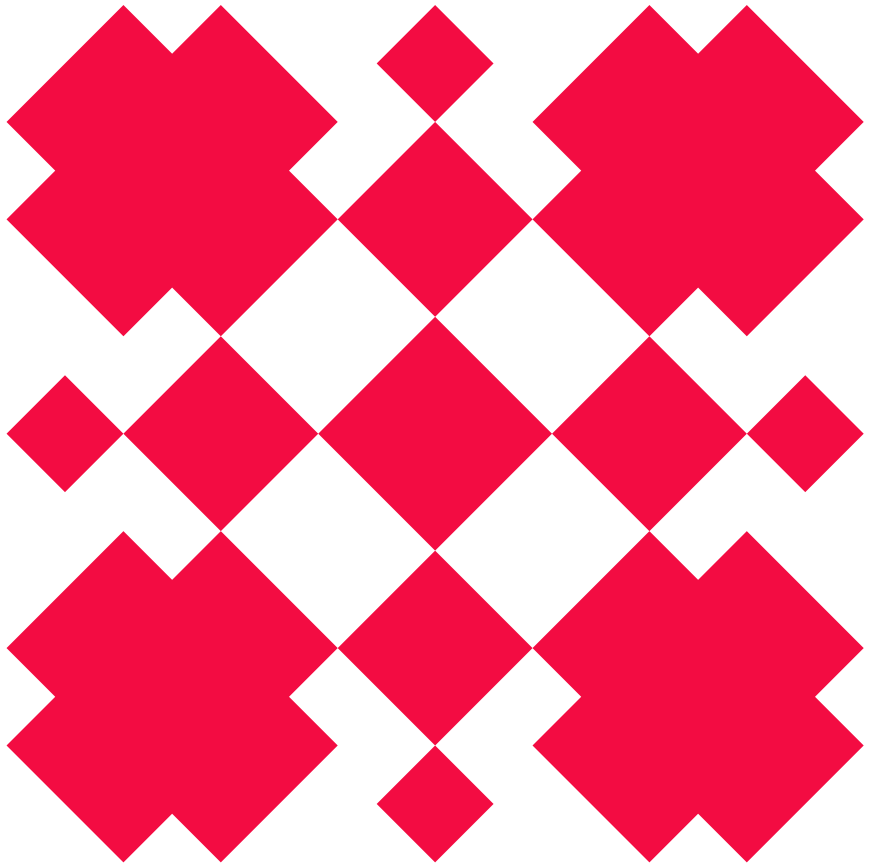




ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



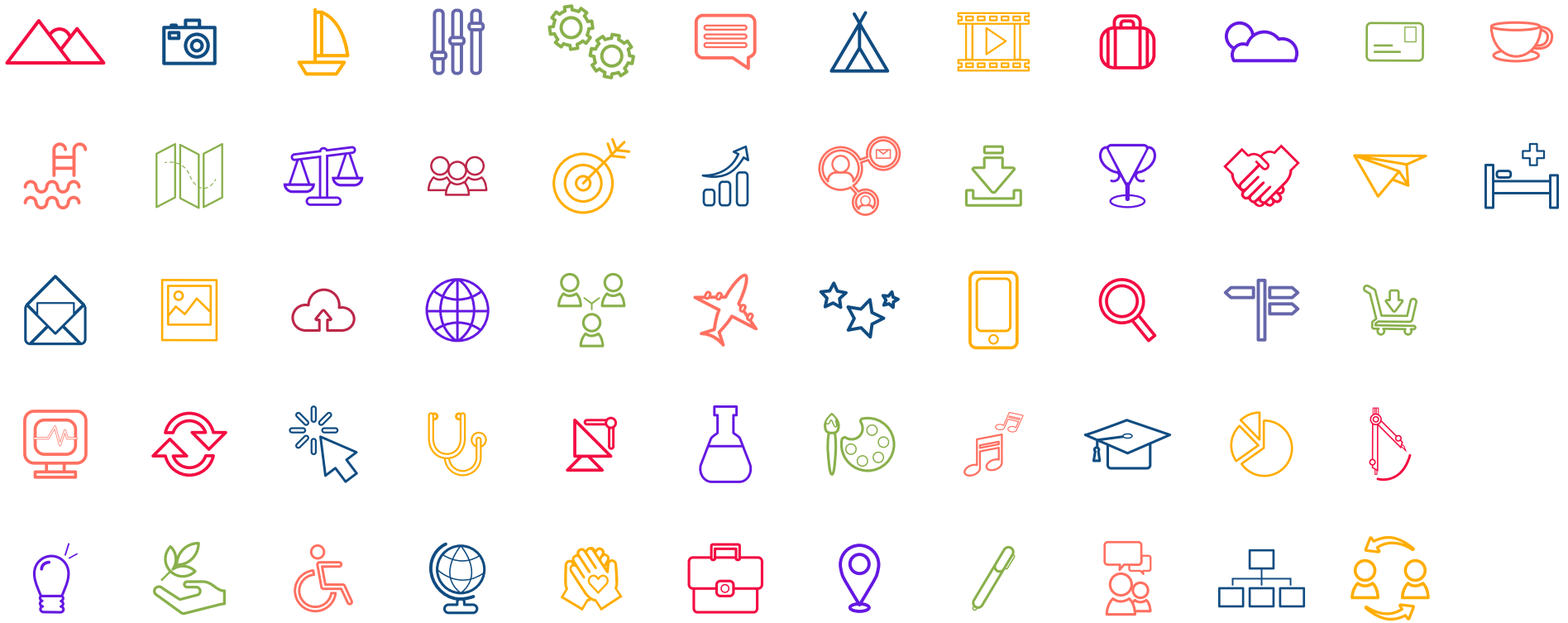






Иконки

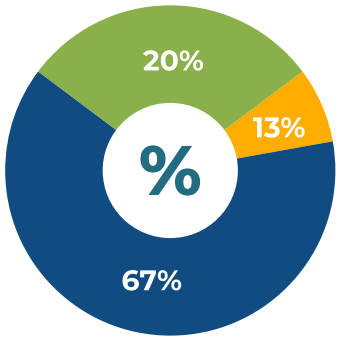
Для обозначений были выбраны следующие графические элементы:



Стиль инфографики

На этой странице показаны основные элементы инфографики и примеры их использования.

Распределение мест
Бюджетные, платные, квоты.

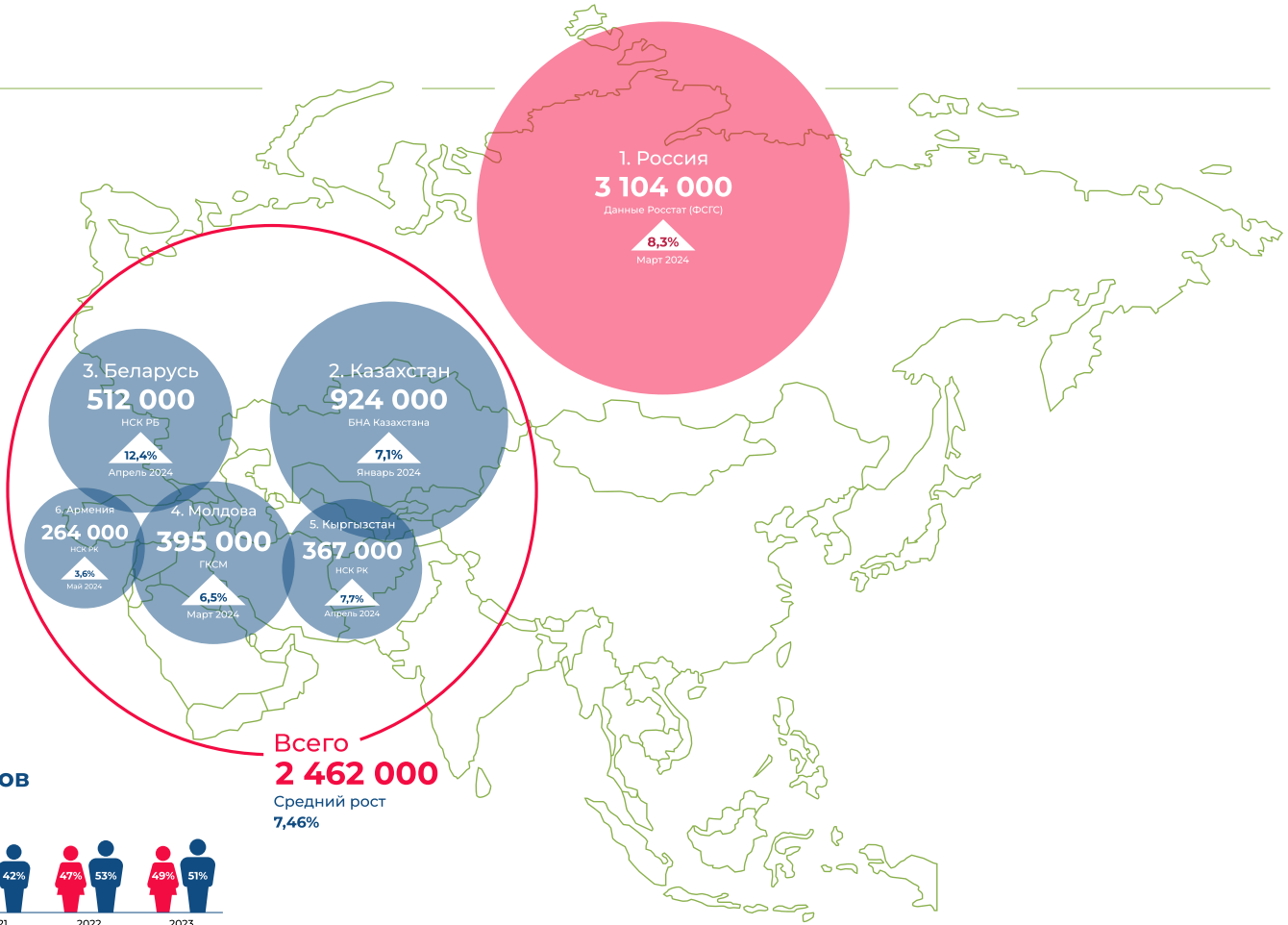


Рост и падение
Количества абитуриентов 2017-2023 гг.

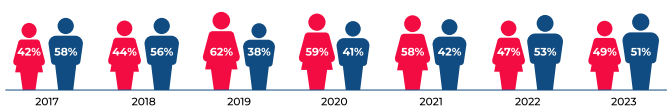


Количество человек, получивших высшее образование 2017-2023 гг.

1. МГУ (Москва)
2. ЕМУ (Ереван)
3. УФУ (Екатеринбург)
4. КФУ (Казань)
5. ЕНУ (Астана)
6. МФТИ (Долгопрудный)
7. РАНХиГС (Москва)
8. СФУ (Красноярск)
9. СПбГУ (Санкт-Петербург)
10. НГУ (Новосибирск)



Соотношение абитуриентов



Фотостиль

При создании фото- и видеоконтента необходимо придерживаться следующего правила: свет должен быть в кадре, но его источник не должен быть виден. Например, это может быть солнечный день, закат или рассвет.

Предпочтительно, чтобы предметы в кадре отбрасывали тень или имели контраст.





ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НКО «ЕВРАЗИЯ»

Позиционирование бренда

НКО «Евразия» ставит перед собой позитивные цели. Бренд ничего не продает, не навязывает услугу или товар. Бренд говорит о том, что мы способны создавать лучшее здесь и сейчас, равняясь только на себя. О том, что нет разницы между теми, кто живет рядом с нами.

Бренд «Евразии» должен стремится к постоянному увеличению лояльности от аудитории, повышению доверия.

«Евразия» предлагает образовательные программы, стажировки в крупных компаниях, поддержку спортсменов, форумы, помощь молодым профессионалам, обучение по обмену и многое другое.



Позиционирование бренда

«ЕВРАЗИЯ»

НАЗВАНИЕ

ЕВРАЗИЯ
КОНТИНЕНТ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

СЛОГАН

МИССИЯ

Содействие гуманитарным инициативам и интеграционным процессам на евразийском пространстве для достижения общего благополучия.

ВИДЕНИЕ

Создание единого, стабильного и процветающего макрорегиона, где каждый житель стран СНГ чувствует себя равноправным участником большого евразийского сообщества.

Ценности бренда

Уважение культурного наследия

Почитание истории и традиций каждой страны.

Образовательное развитие

Работа с молодежью через доступ к качественному образованию и профессиональным стажировкам.

Спортивное единство

Укрепление дружбы и сотрудничества через спорт и соревнования.

Профессиональный рост

Поддержка молодых специалистов в их стремлении быть конкуренто-способными на рынке труда.

Медийное сотрудничество

Взаимодействие с журналистами и блогерами для создания качественного контента.

Обмен знаниями

Форумы и конференции для обмена опытом и современными методиками обучения.

Сохранение наследия

Поддержка проектов, направленных на сохранение истории и культуры.

Бизнес-интеграция

Содействие предпринимательским инициативам для расширения бизнес-возможностей.

Послание бренда

«Евразия» обязуется быть катализатором изменений, способствующих интеграции, развитию и взаимопониманию между странами ЕАЭС, обеспечивая при этом равные возможности и благосостояние для каждого участника.









Послание бренда

Проект «Евразия» является уникальной некоммерческой организацией, которая была создана с целью поддержки гуманитарных инициатив жителей стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Основная цель проекта заключается в укреплении взаимовыгодных интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Это достигается через совместные усилия, диалог и партнерство, направленные на создание стабильного и процветающего макрорегиона.

Основой для этого служит уважение к культурному наследию и разнообразию каждой из стран, что в свою очередь способствует обеспечению благополучия и благосостояния для всех равноправных участников евразийского содружества.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ





Тональность коммуникации НКО «Евразия»

Вдохновляющая: коммуникация должна вдохновлять аудиторию на участие в проектах и инициативах, показывая примеры успеха и достижений, которые возможны благодаря сотрудничеству и интеграции.

Объединяющая: сообщения должны подчеркивать важность единства и сотрудничества между странами и культурами, способствуя чувству принадлежности к евразийскому сообществу.

Информативная: предоставление четкой, точной и полезной информации о программах, возможностях и событиях, которые предлагает «Евразия».

Доступная: язык и стиль коммуникации должны быть понятными и доступными для широкой аудитории, избегая сложной терминологии.







Тональность коммуникации НКО «Евразия»

Мотивирующая: стимулирование аудитории к действию и участию в проектах «Евразия» через позитивные призывы и мотивационные сообщения.

Уважительная: уважение к разнообразию мнений, культурных традиций и исторического наследия стран СНГ, отраженное во всех коммуникациях.

Профессиональная: поддержание высоких стандартов профессионализма во всех видах коммуникации, отражающих серьезность и надежность проекта.







ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Основные демографические характеристики

ВОЗРАСТ

Молодежь в возрасте **от 16 до 35 лет.**

ГЕОГРАФИЯ

Жители стран ЕАЭС, включая студентов и специалистов, стремящихся к профессиональному и личностному росту.

ОБРАЗОВАНИЕ

Старшеклассники, студенты и молодые специалисты с активной жизненной позицией и стремлением к получению качественного образования и профессионального развития.



Психографические характеристики

ЦЕННОСТИ

Высокая ценность образования, культурного наследия, интеграции и сотрудничества.

ИНТЕРЕСЫ

Образование, карьерное развитие, культурный обмен, сохранение истории и культуры, спорт, медиа и журналистика.

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА

Амбициозность, открытость к новым знаниям и опыту, готовность к сотрудничеству и участию в общественной жизни.



Поведенческие характеристики

ПОТРЕБНОСТИ

Поиск возможностей для образования, стажировок, профессионального и культурного обмена.

ПОВЕДЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ

Активное использование социальных сетей и образовательных платформ, участие в онлайн-форумах и вебинарах.

ОТНОШЕНИЕ К ПРОЕКТУ

Высокий интерес к международному сотрудничеству и интеграционным процессам, желание вносить вклад в развитие своего региона.



Профессиональные характеристики

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Студенты и молодые специалисты из различных областей, включая IT, инженерию, медицину, образование, искусство и гуманитарные науки.

КАРЬЕРНЫЕ ЦЕЛИ

Стремление к профессиональному росту, улучшению навыков и компетенций, расширению профессиональных горизонтов.



ДОКУМЕНТАЦИЯ

Визитки

Визитки именные
Макет под стандартные размеры 90×50 мм.
Цифровая печать на дизайнерской
бумаге или шелкография.

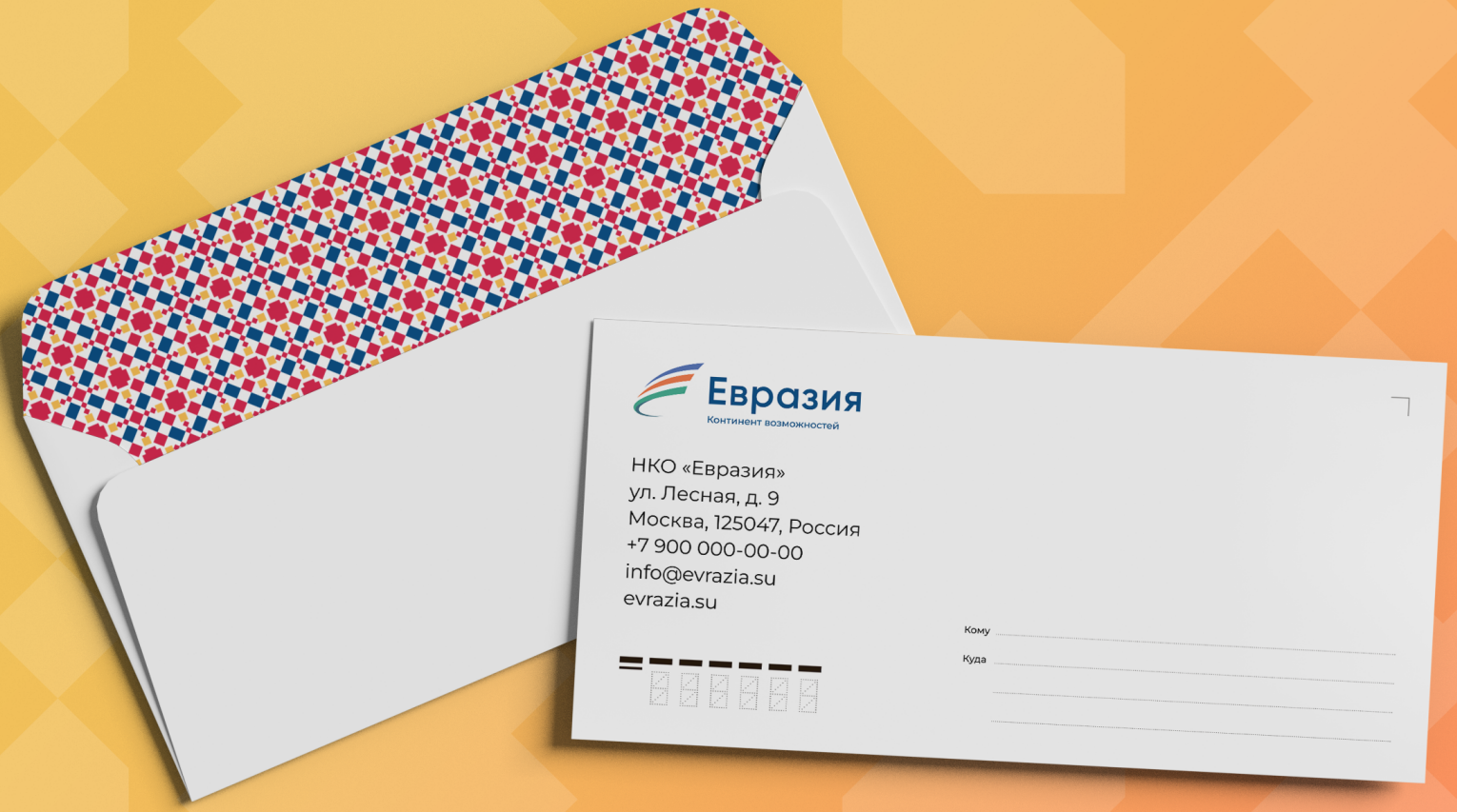


Визитки общие
Макет под стандартные размеры 90×50 мм.
Офсетная или цифровая печать.

Бланки


Евразия
Континент возможностей
Приложение №1
Евразия
Континент возможностей
Приложение №1

Конверт


Евразия
Континент возможностей
НКО «Евразия»
ул. Лесная, д. 9
Москва, 125047, Россия
+7 900 000-00-00
info@evrazia.su
evrazia.su
Кому
Куда

Папка А4

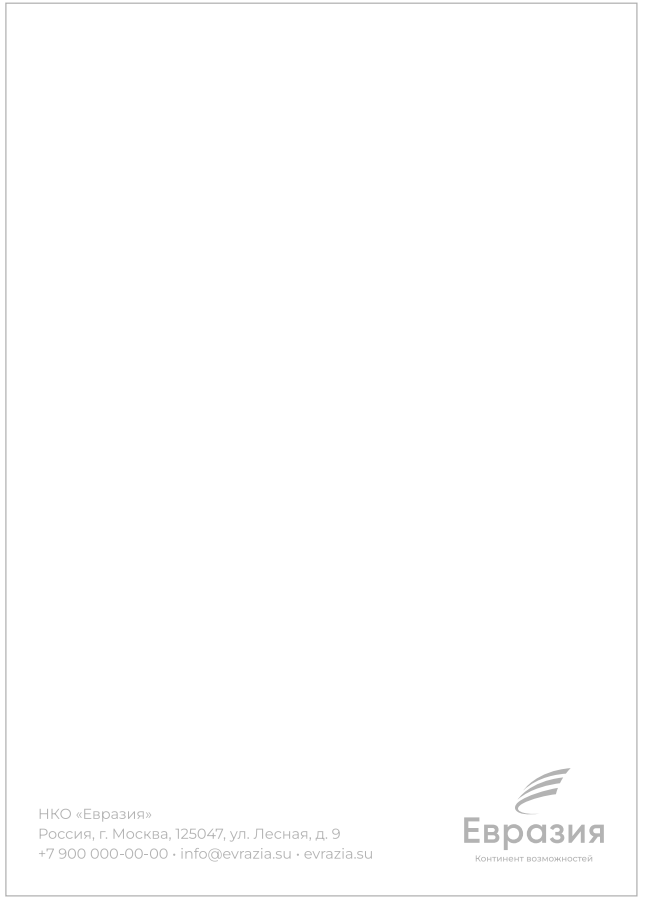


Блокнот

Обложка предусматривает два варианта крепления пружины: сверху и сбоку.

Внутренний блок брендируется в черно-белом исполнении.





Блокнот



Ежедневник

Предусмотрено два варианта брендирования:

1. Гладкая обложка —
используется **УФ-печать**.

2. Рельефная поверхность обложки —
применяется **тиснение**
(логотип без дескриптора).





ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ

Ручки



Худи



Термокружка



Сумка-шоппер



Пакеты


Евразия
Континент возможностей
Евразия
Континент возможностей


Евразия
Континент возможностей

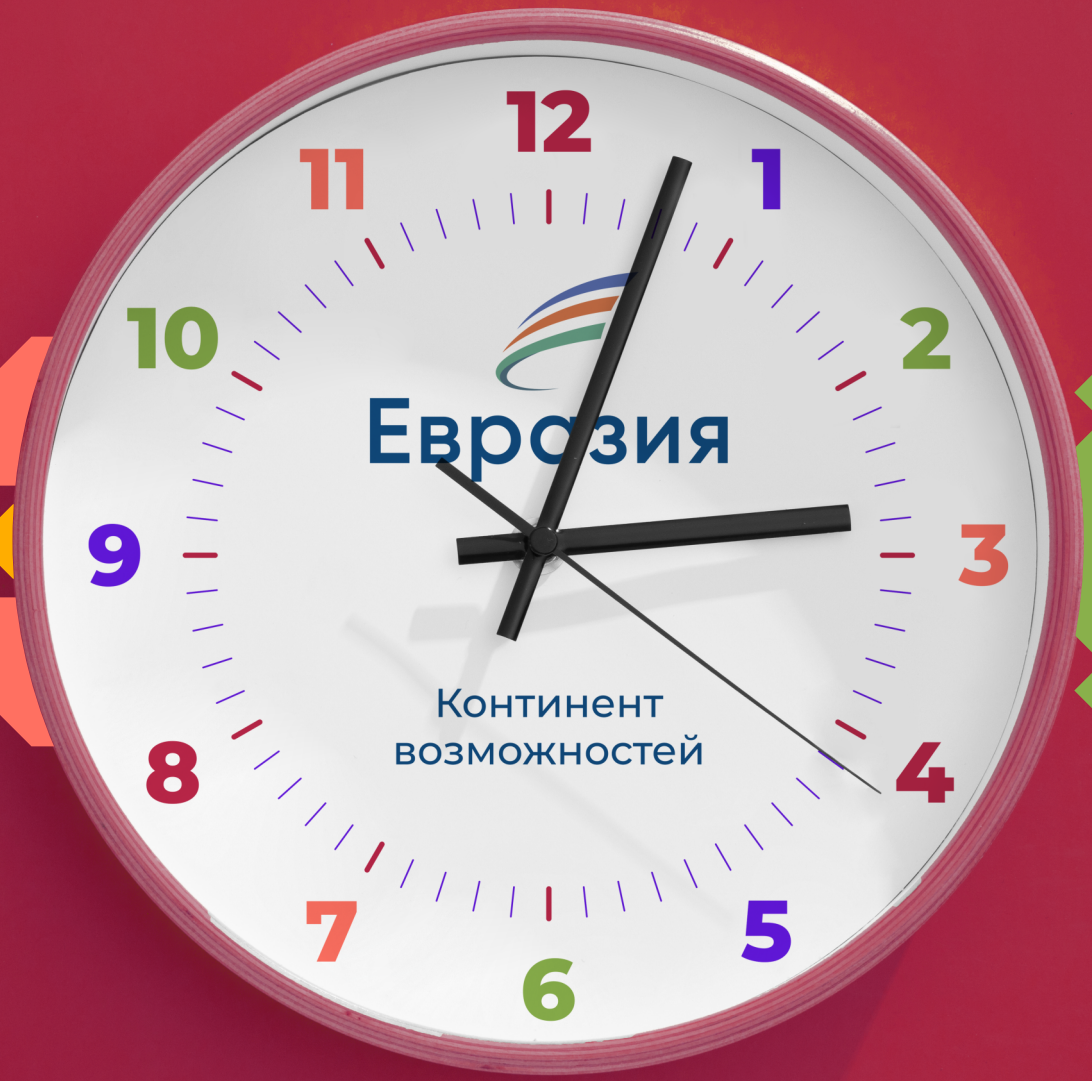
Флаги настольные



Виндеры


Евразия
Континент возможностей
Евразия
Континент возможностей
Евразия
Континент возможностей
PROYACHTING

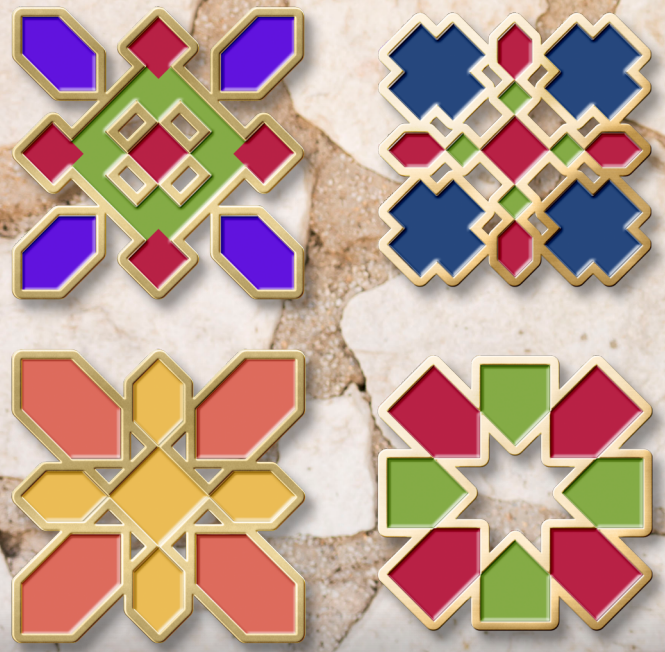
Часы настенные



Кружка



Значки



Бейдж


Евразия
III-й Международный форум
по обмену опытом работы
соотечественников за рубежом
Борис
Александровский
СПИКЕР
Boris Alexandrovsky
Speaker
III International Forum
for exchange of work experience
compatriots abroad

МЕРЧ

КОНЦЕПЦИЯ МОЛОДЁЖНОГО НАПРАВЛЕНИЯ



ШОППЕР

ИДЕЯ:

МИНИМАЛИСТИЧНЫЙ ТРЕНДОВЫЙ ШОППЕР С КРЕАТИВНЫМ ПОСЫЛОМ - “НЕ НОШУ НАВЯЗАННОЕ МНЕНИЕ”. НЕОБЫЧНАЯ ТЕХНИКА НАНЕСЕНИЯ НИТКАМИ И ИГРА СЛОВ УСИЛЯТ ПОСЫЛ И ПОДЧЕРКНУТ СТРЕМЛЕНИЕ К НЕЗАВИСИМОСТИ И ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ.



ОБЛОЖКА ДЛЯ ПАСПОРТА

ИДЕЯ:

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ОБЛОЖКА ДЛЯ ПАСПОРТА ПОДОЙДЁТ КАЖДОМУ ЖИТЕЛЮ ЕАЭС. ПОСЫЛ НА ОБЛОЖКЕ ПЕРЕДАЁТ ИДЕЮ ЕДИНЕНИЯ НАРОДОВ И СВОБОДНЫЙ ОБМЕН ОПЫТОМ.



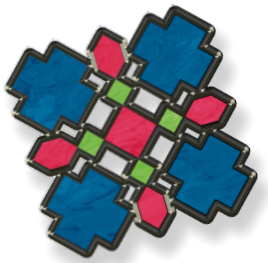
КАРДХОЛДЕР

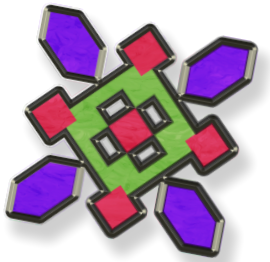
ИДЕЯ:

КАРДХОЛДЕР – НЕОБХОДИМЫЙ АТРИБУТ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ. КРЕАТИВНОЕ РЕШЕНИЕ ПОМОЖЕТ НАДОЛГО ЗАКРЕПИТЬСЯ В УМАХ И СТАТЬ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ СОБСТВЕННОГО СТИЛЯ ЗА СЧЕТ ДЕРЗКОГО НАНЕСЕНИЯ.



ЧЕХОЛ С ДЖИБИТСАМИ





ИДЕЯ:

ТРЕНДОВЫЙ ЧЕХОЛ С РАЗЪЕМАМИ ДЛЯ ДЖИБИТСОВ ПОДОГРЕВАЕТ ИНТЕРЕС ПУБЛИКИ ВОЗМОЖНОСТЬЮ СОЗДАНИЯ СВОЕЙ УНИКАЛЬНОЙ КОЛЛЕКЦИИ. ГИБКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПОЗВОЛЯЕТ ПРИДУМЫВАТЬ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ДЖИБИТСОВ С ОРИГИНАЛЬНЫМ ДИЗАЙНОМ: ЭЛЕМЕНТЫ ПАТТЕРНА, ФЛАГИ СТРАН, СИМВОЛИКА, ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ И ПЕРСОНАЖИ.



РЕФЕРЕНС РЕФЕРЕНС РЕФЕРЕНС



ФУТБОЛКА С СТИКЕРАМИ

ИДЕЯ:

СТИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ТЕХ, КТО НЕ БОИТСЯ ВЫДЕЛЯТЬСЯ. КОНЦЕПЦИЯ ПОЗВОЛЯЕТ ВЫПУСКАТЬ СТИКЕРЫ, ПРИУРОЧЕННЫЕ К ПАМЯТНЫМ СОБЫТИЯМ ОТ НКО “ЕВРАЗИЯ”, И ПОСТОЯННО ПОПОЛНЯТЬ КОЛЛЕКЦИЮ НОВЫМИ АЧИВКАМИ.



ПАУЭРБАНК

ИДЕЯ:

БРЕНДИРОВАННЫЙ ПАУЭРБАНК СТАНЕТ НЕЗАМЕНИМЫМ ПОМОЩНИКОМ И ПОСТОЯННЫМ НАПОМИНАНИЕМ О ФИРМЕННЫХ ПАТТЕРНАХ БРЕНДА.



ХУДИ ПУТЕШЕСТВЕННИКА

ИДЕЯ:

НА ЛИЧНОМ СПИСКЕ ВАШИХ ПУТЕШЕСТВИЙ ПОКАЗАНЫ СТРАНЫ ЕВРАЗИИ И НУЖНО ОТМЕЧАТЬ, ГДЕ ВЫ ПОБЫВАЛИ.


СВОИ ЛЮДИ,
СВОИ ПОНЯТИЯ
ВЫКУСИТЕ!
ТУТ ЛУЧШЕ
НЕ ХОЧУ НА ЗАПАД,
НЕ БЕГУ ЗА ТРЕНДАМИ
НЕ ХОЧУ НА ЗАПАД,
НЕ БЕГУ ЗА ТРЕНДАМИ
НЕ КОПИРУЮ
ЗАПАД

СТИКЕРПАК

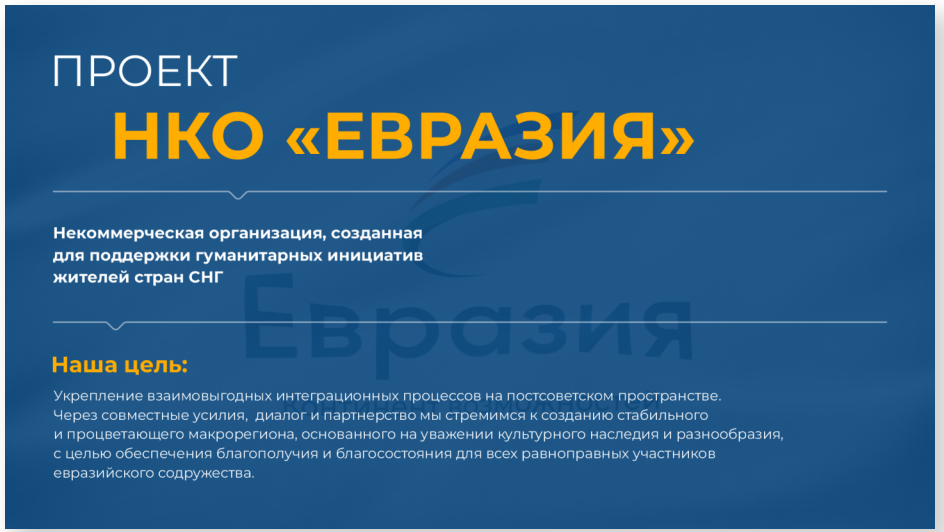
DIGITAL НОСИТЕЛИ

Презентация

Формат презентаций — **1920×1080 px** (16:9).

В этом документе представлена обложка
и шаблон внутреннего слайда.

Презентация целиком доступна
по ссылке:







Презентация



Социальные сети





+7 (918) 130-00-25
mailbox@doodah.ru
г. Краснодар, ул. Красноармейская, 66

.doodah studio