

Версия 1.0

Брендбук программы «Модернизация первичного звена здравоохранения»»

О бренде 3

- Цель проекта 4
- Ключевые ценности проекта 5
- Характер бренда 6
- Имя бренда 7
- Идея бренда 8

Базовые константы 12

- Логотип. Основная версия 13
- Логотип. Монохромная версия 17
- Знак. Основная версия 19
- Знак. Монохромная версия 23
- Знак. Иконка 25
- Знак. Дополнительные версии 26
- Дополнительные версии. Значок 27
- Система брендирования подразделений 28
- Горизонтальная версия 31
- Вертикальная версия 33
- Логотип. Некорректные варианты 35
- Шрифт. Основное начертание 37
- Шрифт. Дополнительное начертание 38
- Шрифт и типографика 39
- Цветовая гамма 41
- Основная цветовая палитра 42
- Дополнительная цветовая палитра 43

- Цветовая палитра для иллюстраций 44
- Иконки. Построение 46
- Фирменный паттерн 47
- Иллюстрации. Взрослое подразделение 48
- Иллюстрации. Детское подразделение 49
- Иллюстрации. Изображения людей 50
- Фотостиль 52

Носители 58**Рекламные макеты. Система 59**

- Рекламные макеты с фотографиями. Взрослое подразделение 60
- Рекламные макеты с фотографиями. Детское подразделение 61
- Рекламные макеты. Иллюстрации 62
- Рекламные макеты. Типографика 63
- Вертикальный макет. Построение 64
- Горизонтальный макет. Построение 65
- Квадратный макет. Построение 66
- Пример размещения макетов Instagram 67
- Рекламный макет в прессе 68
- Рекламный постер А2 69
- Сити-формат 70
- Билборд 71

Документация**и корпоративные носители 72**

- Визитная карточка 73
- Документация. Бланк пресс-релиза 75
- Документация. Папка для документов 77
- Бейдж сотрудника 79

Сувенирная продукция 81

- Флажок настольный 81
- Ежедневник фирменный 83
- Ручка пластиковая 85

Униформа 87

- Костюм. Взрослое подразделение 88
- Костюм. Детское подразделение 92

Концепция навигации 96

- Брендирование вывески на белом козырьке 97
- Брендирование вывески на синем козырьке 98
- Вывеска. Построение 99
- Вывеска. Подразделение 101
- Вывеска. Кобрендинг с гербами 103
- Вывеска. Кронштейн 108
- Входная табличка 110
- Навигационные таблички 112

Транспорт 113

- Транспорт. Lada Vesta 114
- Транспорт. LADA NIVA Legend 118
- Транспорт. УАЗ 120

содержание

о бренде

Создание комфортной среды для сотрудников, пациентов и посетителей медицинских организаций первичного звена здравоохранения, формирование положительного имиджа.

Ключевые ценности проекта

Первая линия здравоохранения

Это самое объёмное звено в системе здравоохранения, самая востребованная у граждан часть медицинской службы.

Единство и доступность для всех

Внедрение единого высокого стандарта оказания медицинской помощи. Обеспечение доступности и качества первичной медико-санитарной помощи.

Долгая здоровая жизнь

Сильное первичное звено продлевает здоровую жизнь, снижает смертность, сокращает расходы на дорогостоящее лечение и формирует приверженность людей к здоровому образу жизни.

Ориентация на пациента

Приоритет интересов пациента при оказании первичной медико-санитарной помощи и соблюдение прав граждан, обеспечение связанных с этими правами государственных гарантий.

Лицо системы здравоохранения

Основа всей системы медицинской помощи. Именно состояние первичного звена здравоохранения во многом определяет показатели здоровья нации, определяет уровень удовлетворенности населения состоянием здравоохранения.

A diagram consisting of three overlapping circles arranged horizontally. Each circle contains a set of brand character traits. The circles overlap in the center, creating a continuous path from left to right.

Дружелюбный,
человечный,
жизнеутверждающий

Современный,
актуальный духу
времени

Заботливый,
поддерживающий

Слово «служба» говорит о связи согласованной работы всех участников первичного звена и идентифицирует проект как сервисный, ориентированный на помощь и заботу о людях.

«Служба» — слово перешедшее из традиционного контекста в век технологий, обозначающее действенный и хорошо настроенный вспомогательный сервис.

Служба
здоровья







базовые константы

ЛОГОТИП И ЗНАК

Логотип. Основная версия

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

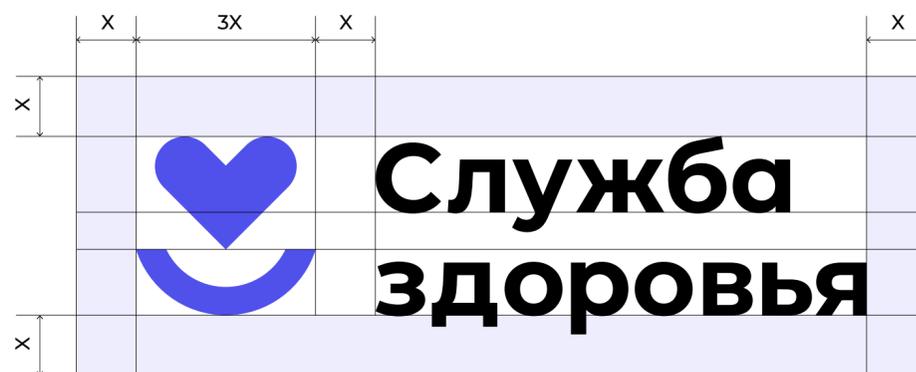
Чтобы избежать ошибок при проектировании соблюдайте правила построения охранного поля и минимального размера.



Логотип. Основная версия. Охранное поле

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

Чтобы избежать ошибок при проектировании соблюдайте правила построения охранного поля и минимального размера.



В целях сохранения целостности восприятия логотипа вокруг него расположено охранное поле, в пределах которого не могут располагаться никакие иные графические элементы. Охранное поле равно третьей части ширины знака.

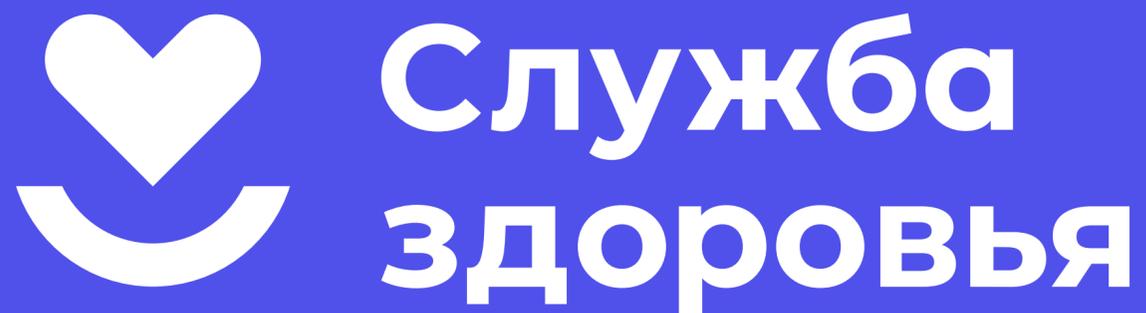


Минимальный размер логотипа. Внимание! Данный размер приведен для высококачественной печати и бумаги. В других случаях следует проконсультироваться с технологом производства.

Логотип. Основная версия. Инверсия

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

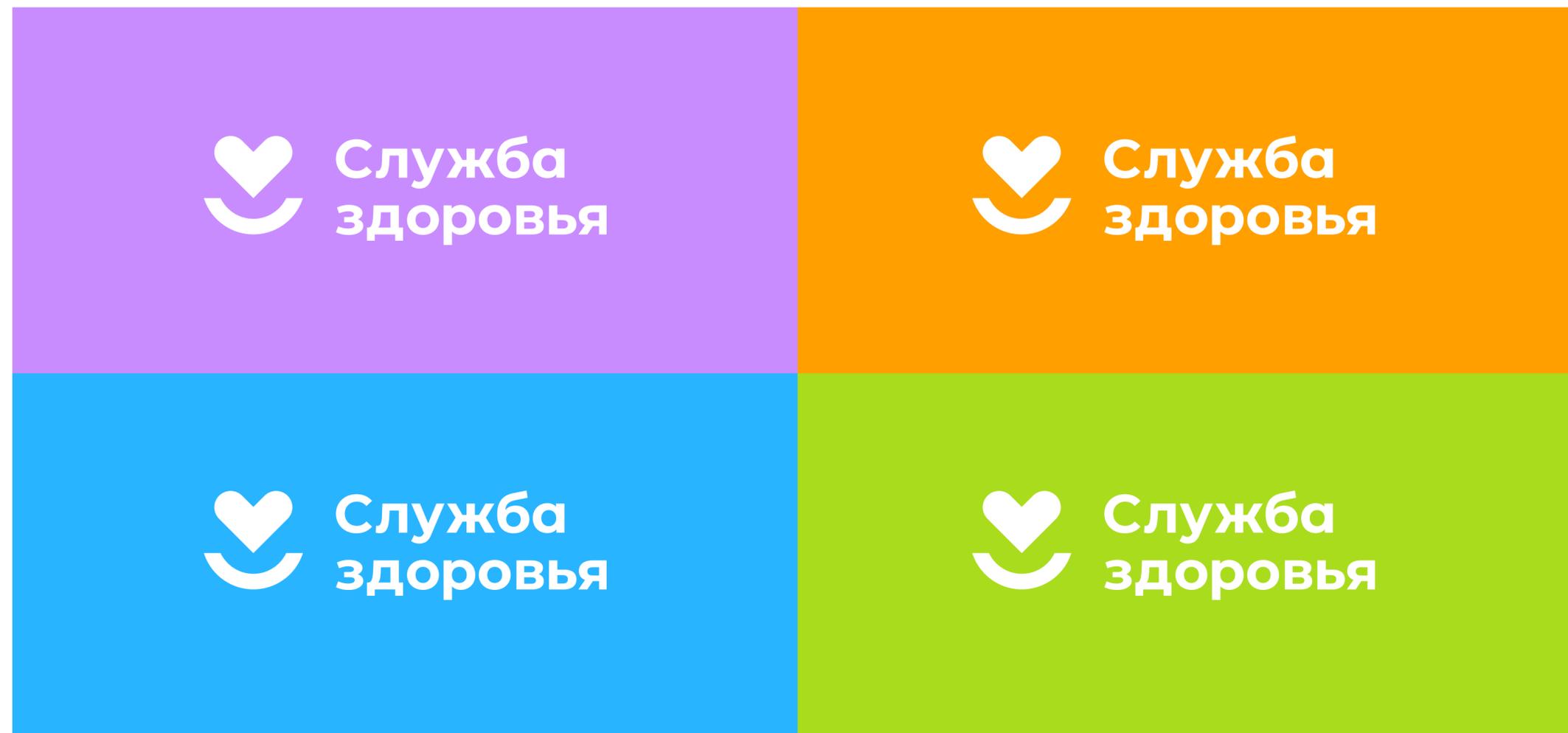
Логотип-инверсия используется для воспроизведения на цветном, тёмном и фотографическом фоне.



Логотип. Основная версия. Инверсия

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

Логотип-инверсия используется для воспроизведения на цветном, тёмном и фотографическом фоне.



Логотип. Монохромная версия

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

Монохромный вариант логотипа является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). В таком случае при печати используются значения СМУК.



Пример использования логотипа на белом фоне.

Логотип. Монохромная версия

Логотип «Службы здоровья» — знак и текстовое написание имени бренда. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию логотипа.

Монохромный вариант логотипа является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). В таком случае при печати используются значения СМΥК.



Пример использования логотипа на чёрном фоне.

Знак. Основная версия

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля.

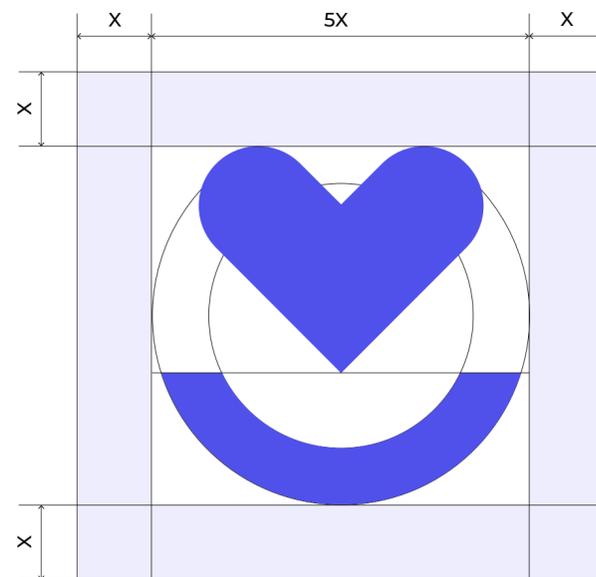
При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию знака.



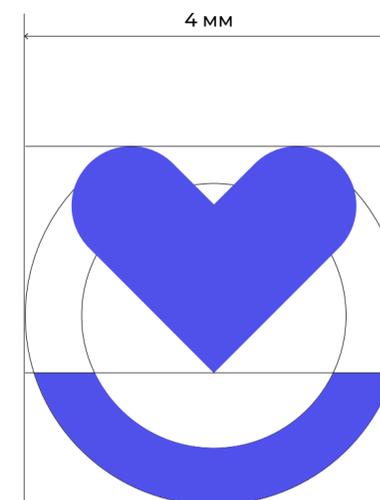
Знак. Основная версия. Охранное поле

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию знака.

Чтобы избежать ошибок при проектировании соблюдайте правила построения построения охранного поля и минимального размера.



В целях сохранения целостности восприятия знака вокруг него расположено охранное поле, в пределах которого не могут располагаться никакие иные графические элементы. Охранное поле равно пятой части ширины знака.



Минимальный размер логотипа. Внимание! Данный размер приведен для высококачественной печати и бумаги. В других случаях следует проконсультироваться с технологом производства.

Знак. Основная версия. Инверсия

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля.

Знак-инверсия используется для воспроизведения на цветном, тёмном и фотографическом фоне.



Знак. Основная версия. Инверсия

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля.

Знак-инверсия используется для воспроизведения на цветном, тёмном и фотографическом фоне.



Знак. Монохромная версия

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля.

Монохромный вариант знака является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). В таком случае при печати используются значения СМУК.



Пример использования знака на белом фоне.

Знак. Монохромная версия

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля.

Монохромный вариант знака является дополнительным и используется, если печать в цвете невозможна (например, на бланке факсимильного сообщения). В таком случае при печати используются значения СМУК.

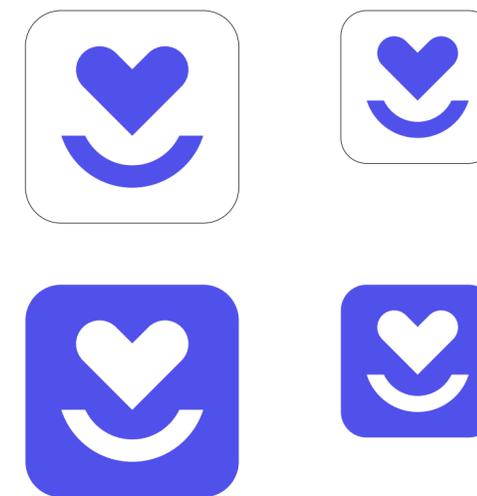
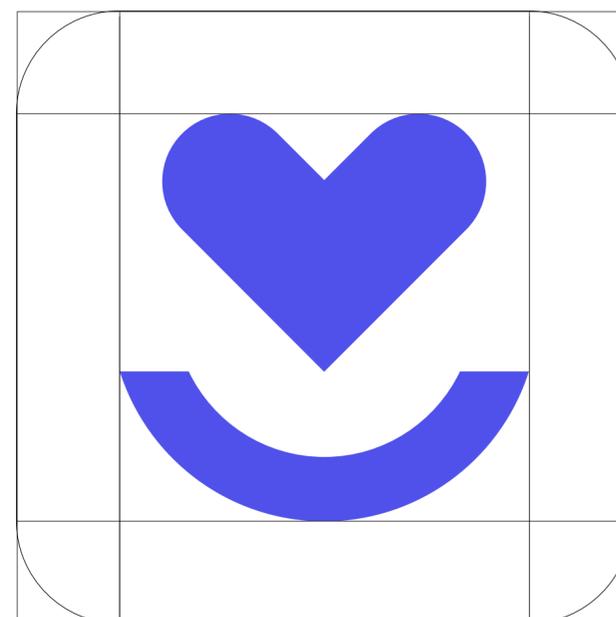
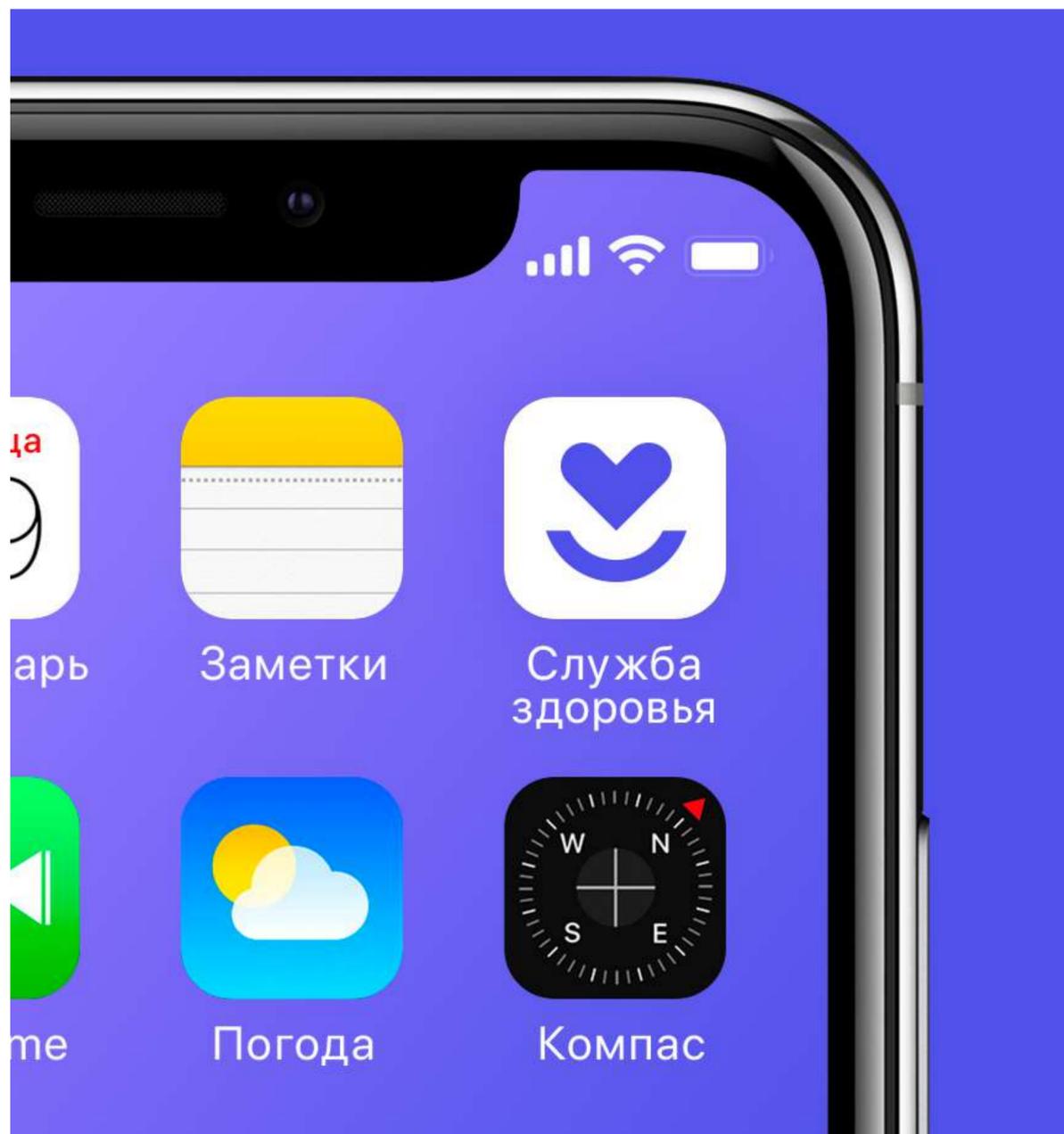


Пример использования знака на чёрном фоне.

Знак. Основная версия. Иконка

Знак «Службы здоровья» является самостоятельным элементом брендинга. Используется для оформления носителей фирменного стиля. При проектировании макетов используйте только готовую электронную версию знака.

Для проектирования иконок и аватарок пользуйтесь правилами построения охранного поля.

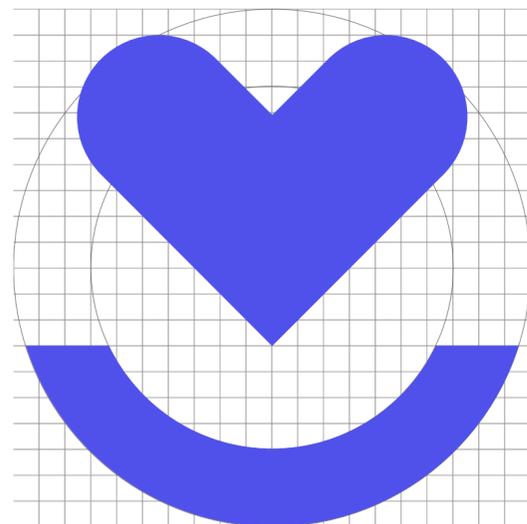


Пример построения иконки для приложения.

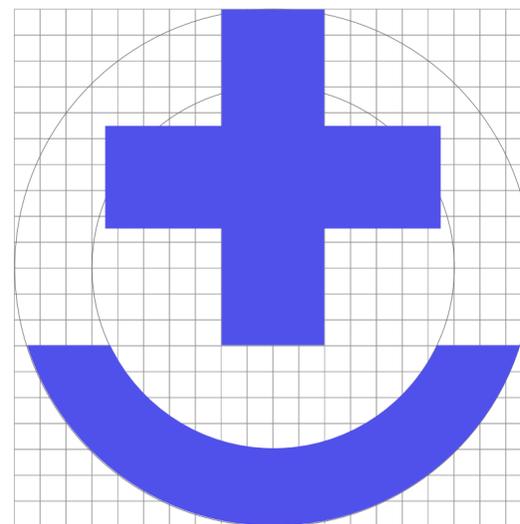
Знак. Дополнительные версии

В системе брендирования «Службы здоровья» существуют дополнительные версии знака для быстрого считывания смыслов конкретных подразделений.

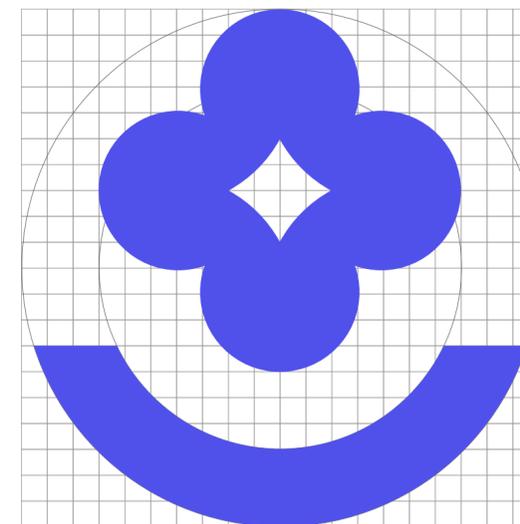
Дополнительные версии строятся по аналогии с основным знаком с изменением сердца на символ подразделения.



Основная версия знака.
Взрослая поликлиника.



Дополнительная версия знака.
Скорая помощь.



Дополнительная версия знака.
Детская поликлиника.

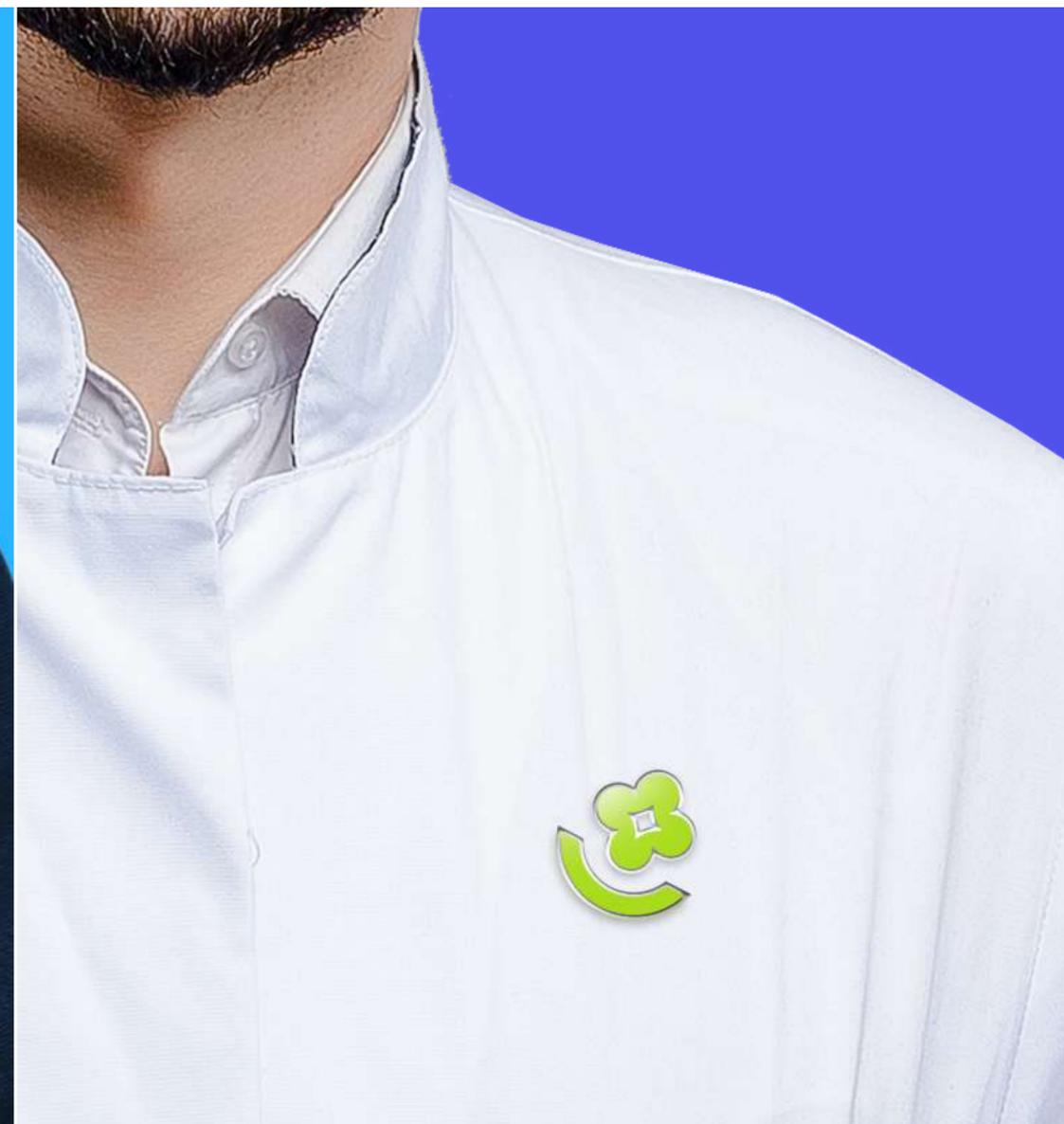
Знак. Дополнительные версии. Значок

В системе брендирования «Службы здоровья» существуют дополнительные версии знака для быстрого считывания смыслов конкретных подразделений.

Дополнительные версии строятся по аналогии с основным знаком с изменением сердца на символ подразделения.



Значок. Служба здоровья. Взрослая поликлиника.



Значок. Служба здоровья. Детская поликлиника.

Логотип. Система брендинга подразделений

Для брендинга подразделений к основной версии логотипа добавляется шрифтовое начертание названия подразделения. Если подразделение относится к детской поликлинике или скорой помощи используются дополнительные версии знака.

Название выделяется цветом и пишется со строчной буквы для поддержания дружелюбного и понятного образа бренда.



**Служба
здоровья**
городская
поликлиника



**Служба
здоровья**
детская
поликлиника



**Служба
здоровья**
скорая
помощь

Логотип. Система брендинга подразделений

Для брендинга подразделений к основной версии логотипа добавляется шрифтовое начертание названия подразделения. Если подразделение относится к детской поликлинике или скорой помощи используются дополнительные версии знака.

Название выделяется цветом и пишется со строчной буквы для поддержания дружелюбного и понятного образа бренда.

 **Служба
здоровья**
городская
поликлиника

 **Служба
здоровья**
врачебная
амбулатория

 **Служба
здоровья**
здравпункт

 **Служба
здоровья**
скорая
помощь

 **Служба
здоровья**
отделение общей
врачебной практики

 **Служба
здоровья**
фельдшерско-
акушерский пункт

 **Служба
здоровья**
поликлиническое
подразделение
медицинской
организации

 **Служба
здоровья**
фельдшерский
пункт

 **Служба
здоровья**
офис врача
общей практики

 **Служба
здоровья**
детская
поликлиника

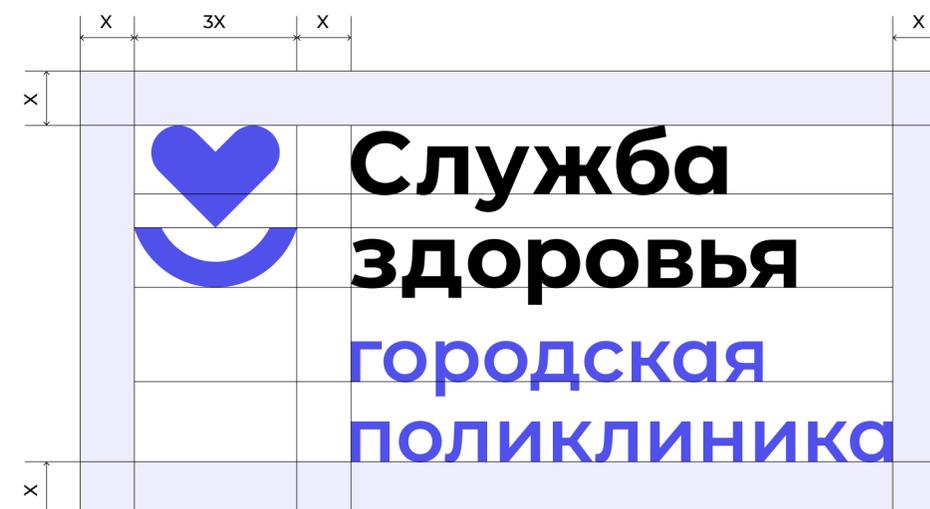
Логотип. Система брендинга подразделений. Основная версия

Для брендинга подразделений к основной версии логотипа добавляется шрифтовое начертание названия подразделения. Название выделяется цветом и пишется со строчной буквы для поддержания дружелюбного и понятного образа бренда.



Для шрифтового начертания названия подразделения используется шрифт Montserrat Semibold.

Чтобы избежать ошибок при проектировании соблюдайте правила построения охранного поля.



В целях сохранения целостности восприятия логотипа вокруг него расположено охранное поле, в пределах которого не могут располагаться никакие иные графические элементы. Охранное поле равно третьей части ширины знака.

Логотип. Система брендинга подразделений. Горизонтальная версия

Существует несколько вариантов композиции основной версии логотипа с названием подразделения и разным пропорциональным соотношением для удобства использования на различных носителях.

На данной странице представлены горизонтальные версии.



**Служба
здоровья**
городская
поликлиника №12



**Служба
здоровья**
городская
поликлиника №12



Служба здоровья
городская
поликлиника №12



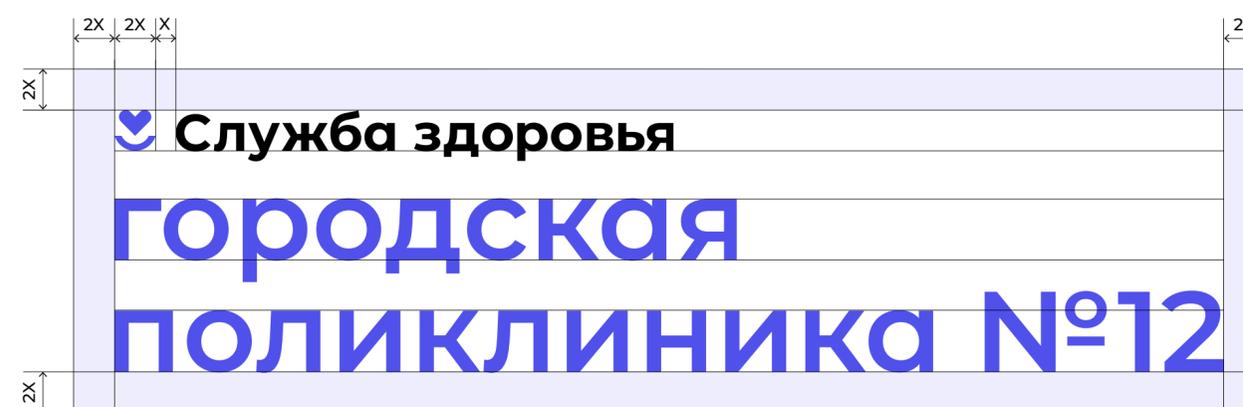
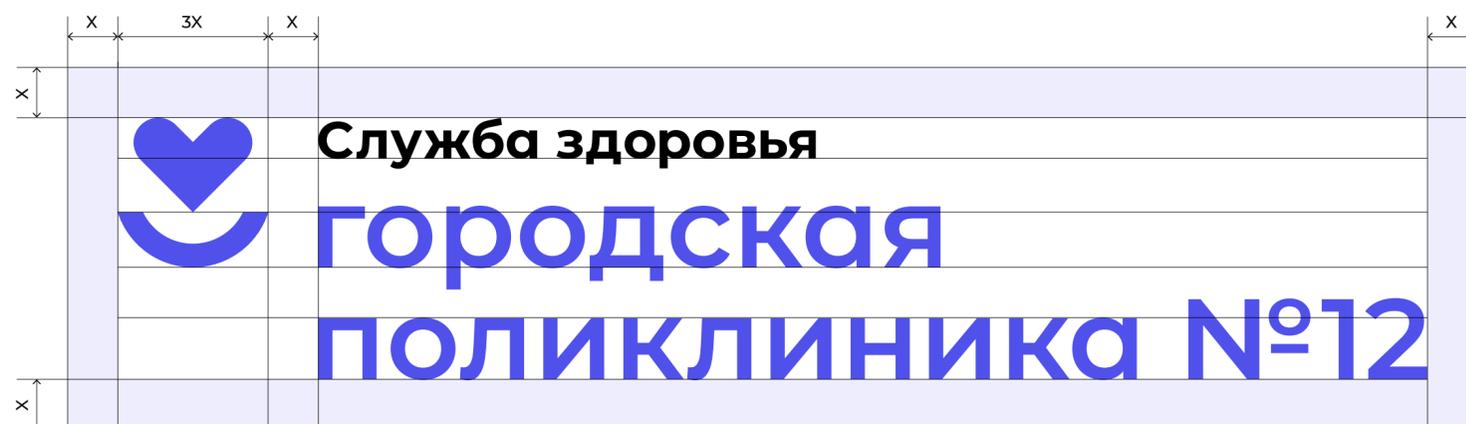
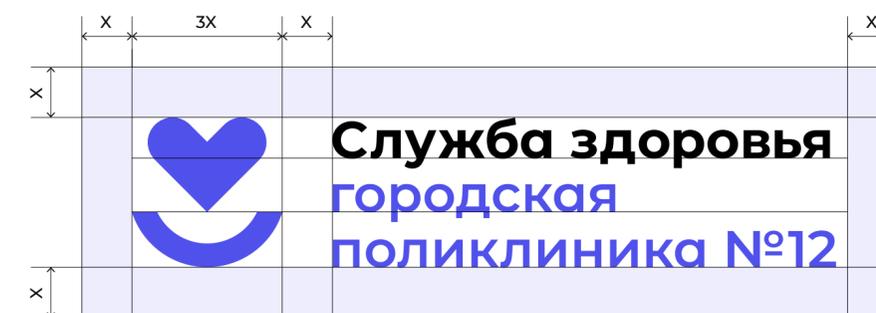
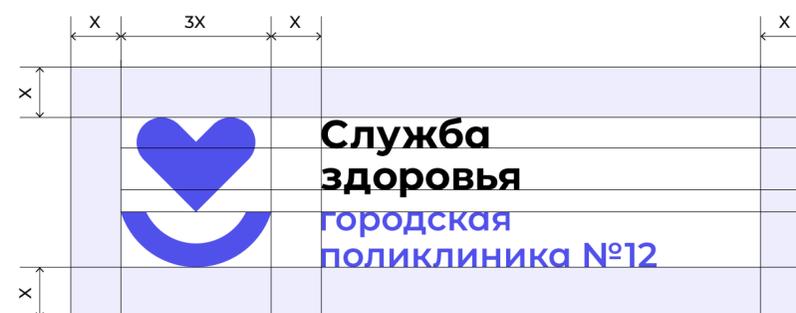
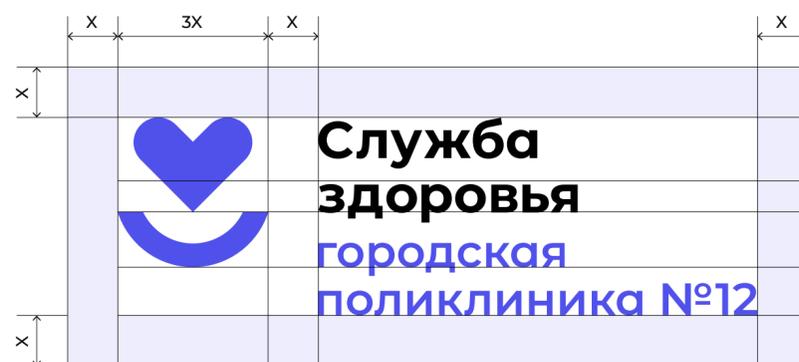
Служба здоровья
городская
поликлиника №12

Служба здоровья
городская
поликлиника №12

Логотип. Система брендинга подразделений. Горизонтальная версия

Существует несколько вариантов композиции основной версии логотипа с названием подразделения и разным пропорциональным соотношением для удобства использования на различных носителях.

На данной странице представлены горизонтальные версии.



Логотип. Система брендинга подразделений. Вертикальная версия

Существует несколько вариантов композиции основной версии логотипа с названием подразделения и разным пропорциональным соотношением для удобства использования на различных носителях.



**Служба
здоровья**
городская
поликлиника №12



Служба здоровья
городская
поликлиника №12

На данной странице представлены вертикальные версии.



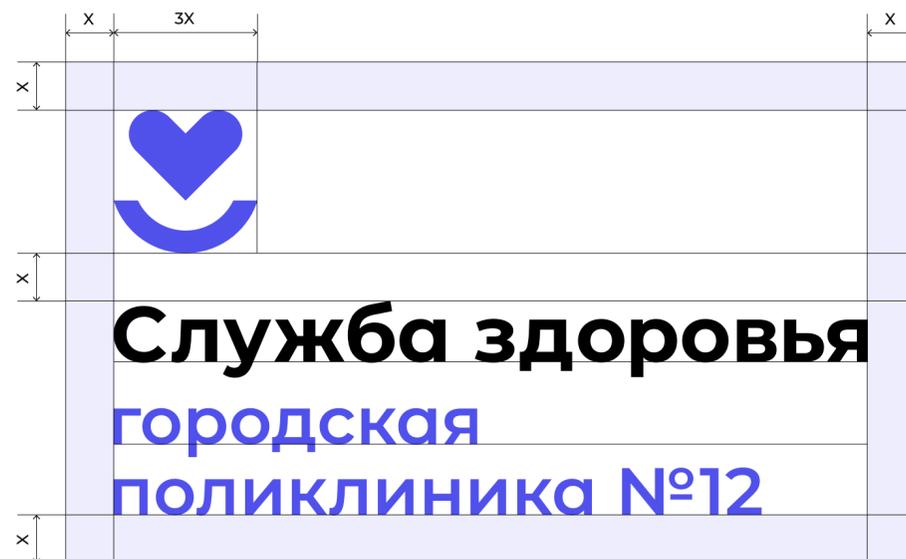
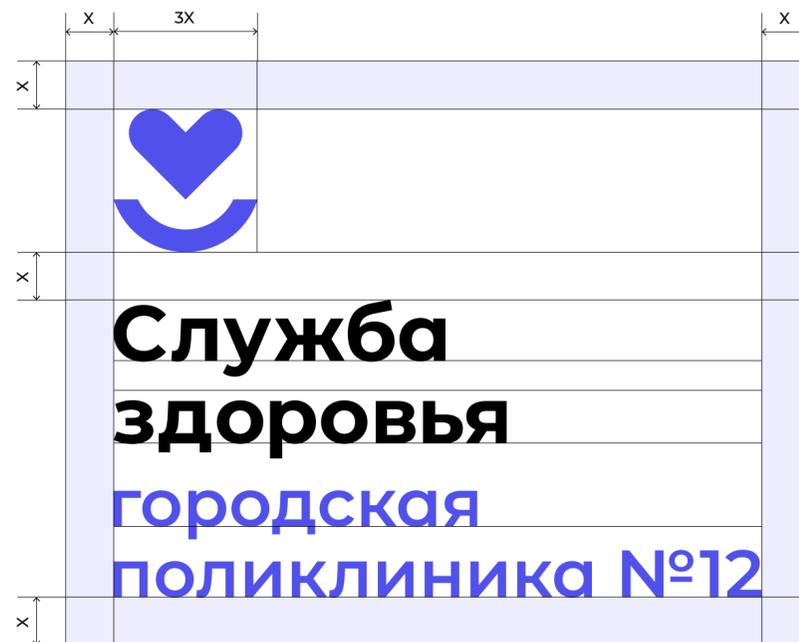
**Служба
здоровья**
городская
поликлиника №12



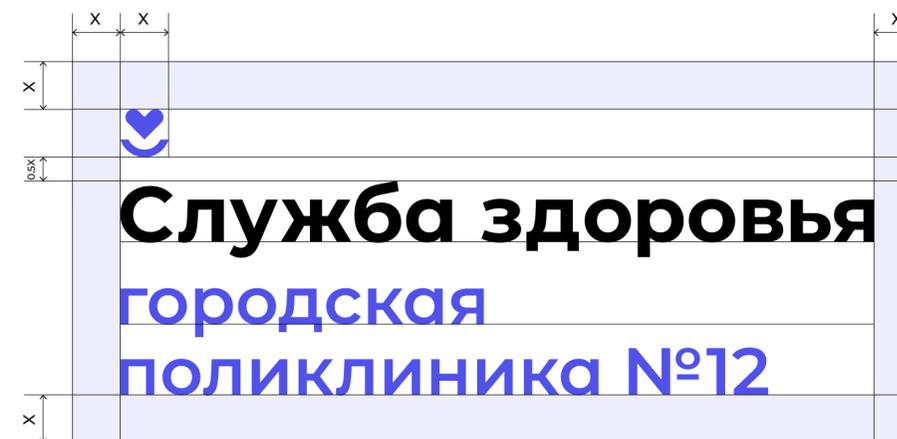
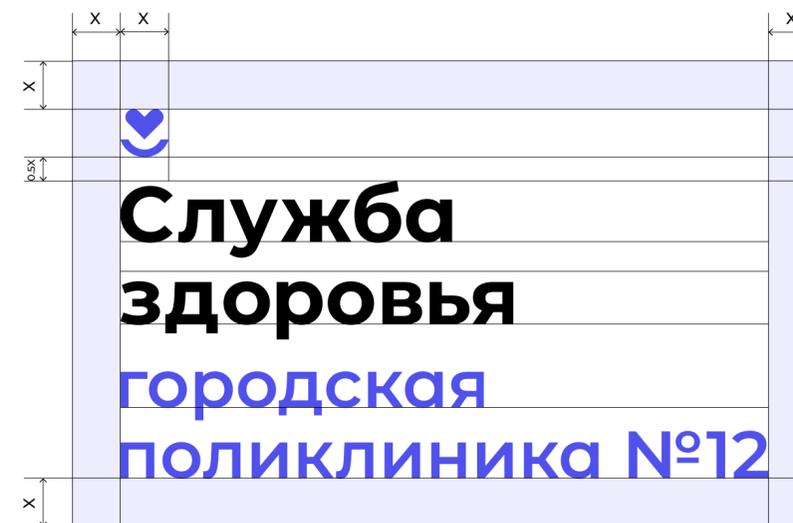
Служба здоровья
городская
поликлиника №12

Логотип. Система брендинга подразделений. Вертикальная версия

Существует несколько вариантов композиции основной версии логотипа с названием подразделения и разным пропорциональным соотношением для удобства использования на различных носителях.

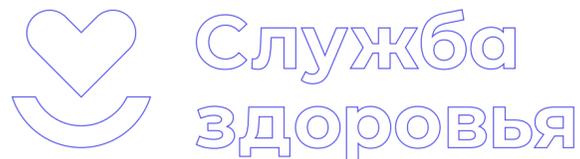


На данной странице представлены вертикальные версии.



Логотип. Некорректные варианты использования

На этой странице приведены некорректные варианты воспроизведения в цвете и некорректные варианты трансформации логотипа.



Недопустимо использование обводки.



Недопустимо использовать цвета вне фирменной палитры.



Недопустима трансформация логотипа по горизонтали или вертикали.



Недопустимо заменять слова, использовать другую шрифтовую гарнитуру для написания имени бренда.



Недопустимо использование градиентов.



Недопустимо использование логотипа в качестве маски для фотографии.



Недопустимо добавление любых графических элементов логотипу или в пределах охранного поля.



Недопустимо применять к логотипу какие-либо эффекты.

шрифтовая
гамма

Шрифт. Основное начертание

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля — их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда. Они используются в рекламной и другой фирменной продукции.

В айдентике «Службы здоровья» существует один основной шрифт: Raleway в начертаниях Regular, Medium и Semibold. Начертание Semibold используется для эмоциональных заголовков, слоганов, названий продуктов. Medium — для дополнительных слоганов и пояснений. Regular — для наборного текста.

Raleway
Semibold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Йй Кк
Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф
Хх Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0123456789

Raleway
Medium

Raleway
Regular



Пример использования
шрифтовой гаммы.

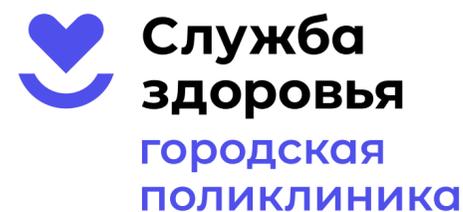
Шрифт. Дополнительное начертание для названий подразделений

Для брендинга подразделений к основной версии логотипа добавляется шрифтовое начертание названия подразделения. Название выделяется цветом и пишется со строчной буквы для поддержания дружелюбного и понятного образа бренда.

Бесплатное начертание Montserrat Semibold от студии Google Fonts.

Montserrat Semibold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Йй Кк
Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф
Хх Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
01234567 89



Для шрифтового начертания названия подразделения используется шрифт Montserrat Semibold.

Шрифт и типографика

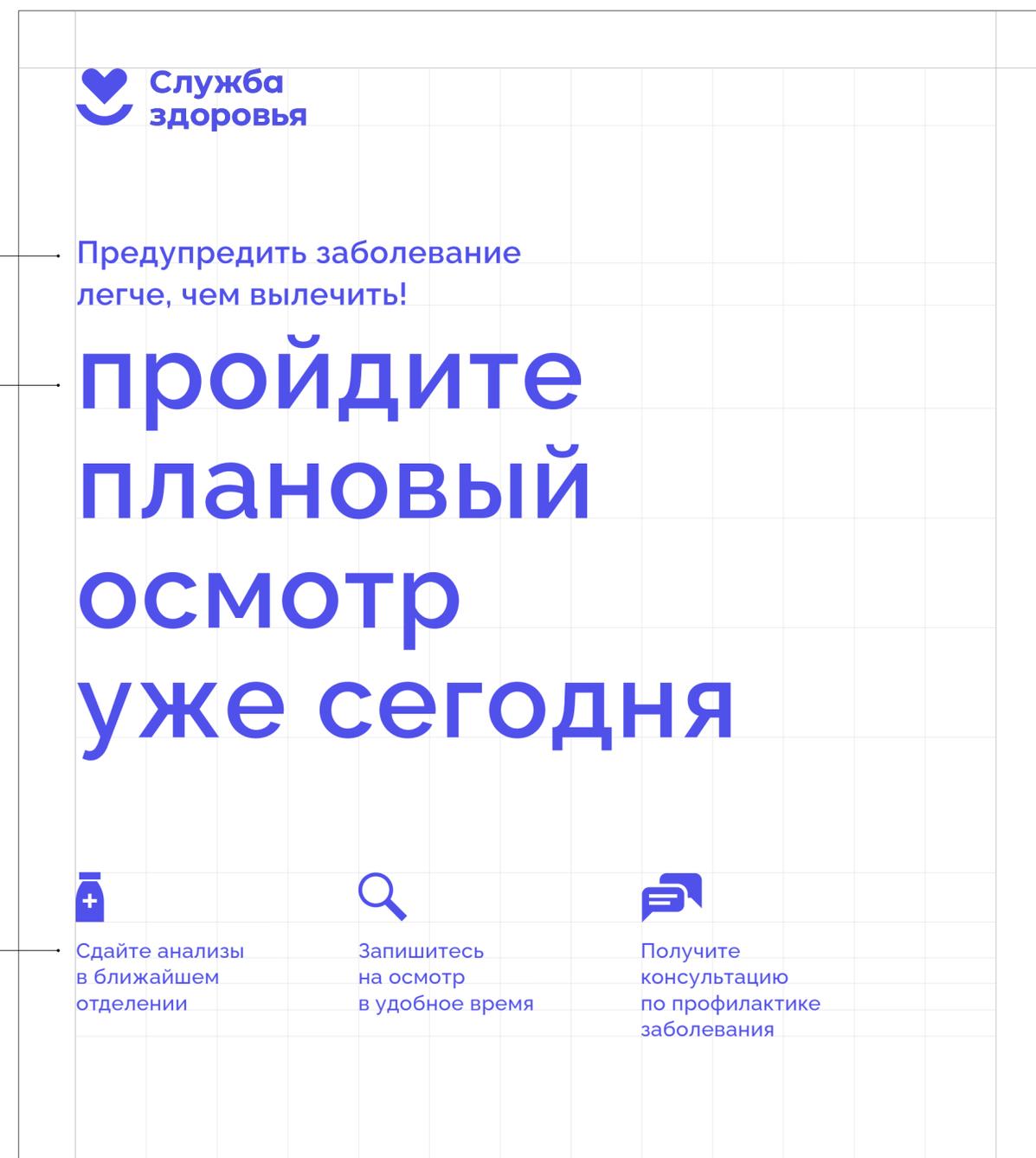
В айдентике «Службы здоровья» существует один основной шрифт : Raleway в начертаниях Regular, Medium и Semibold. Начертание Semibold используется для эмоциональных заголовков, слоганов, названий продуктов. Medium — для дополнительных слоганов и пояснений. Regular — для наборного текста.

Основное сообщение — самый крупный шрифтовой элемент на макете. Главный заголовок пишется со строчной буквы для поддержания дружелюбного и понятного образа бренда. Дополнительные сообщения и наборный текст пишутся с большой буквы по всем правилам грамматики.

Дополнительное сообщение Raleway Medium.

Основное сообщение со строчной буквы Raleway Semibold.

Наборный текст Raleway Regular.

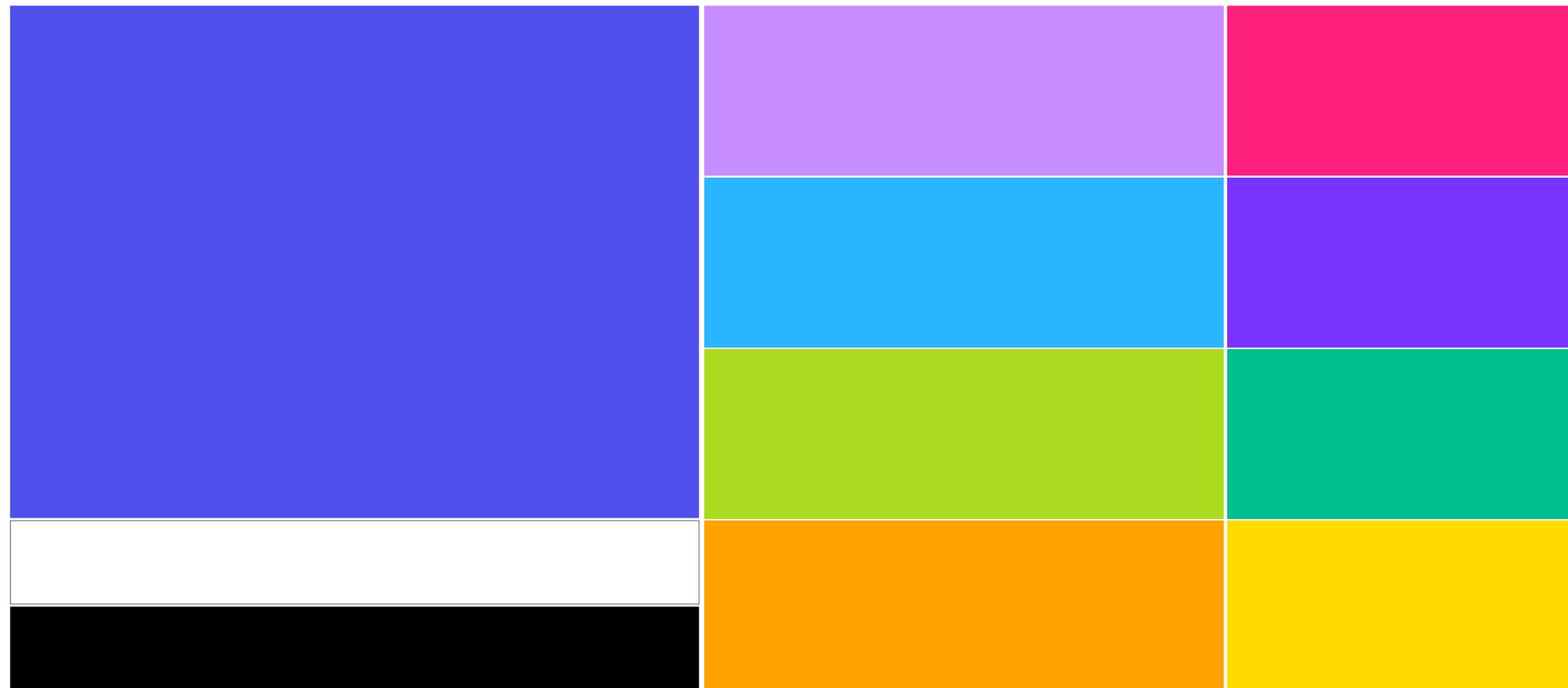


Цветовая гамма

Цветовая гамма

Цветовое пространство бренда состоит из трёх палитр. Основная цветовая палитра бренда (сине-фиолетовый, белый, черный), дополнительная — для обозначения подразделений по возрасту. Специальная цветовая палитра для иллюстраций.

Используйте готовые цветовые значения для создания и печати макетов и носителей. Рекомендуется при печати использовать краски Pantone.



Основная цветовая палитра. Главный цветовой код бренда. Используется для брендирования объектов медицинских организаций, униформы, корпоративных носителей.

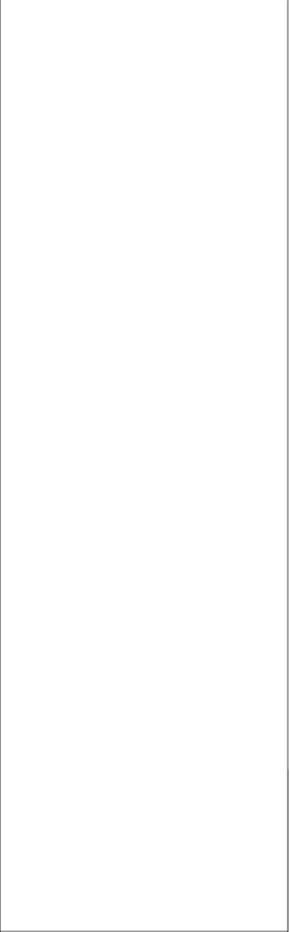
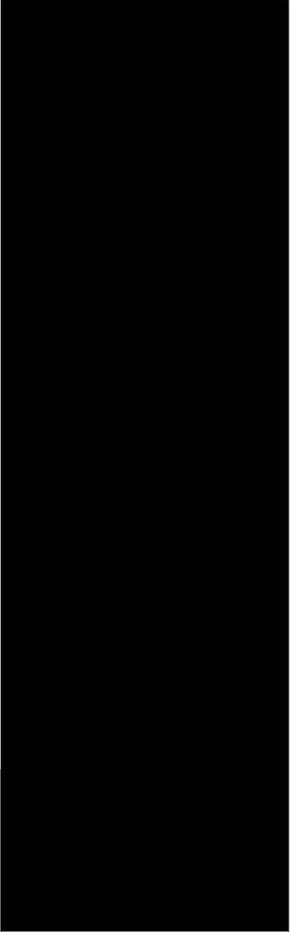
Дополнительная цветовая палитра. Используется для брендирования коммуникаций и фирменных носителей.

Цветовая палитра, которая используется только для создания иллюстраций.

Основная цветовая палитра

Основная цветовая палитра. Главный цветовой код бренда. Используется для брендирования объектов медицинских организаций, униформы, корпоративных носителей.

Используйте готовые цветовые значения для создания и печати макетов и носителей. Рекомендуется при печати использовать краски Pantone.

		
RGB: 80, 80, 235 CMYK: 80, 60, 0, 0 Pantone: 2726 C RAL: 5002	RGB: 255, 255, 255 CMYK: 0, 0, 0, 0 Pantone: — RAL: 9003	RGB: 0, 0, 0 CMYK: 100, 100, 100, 100 Pantone: Black C RAL: 9005

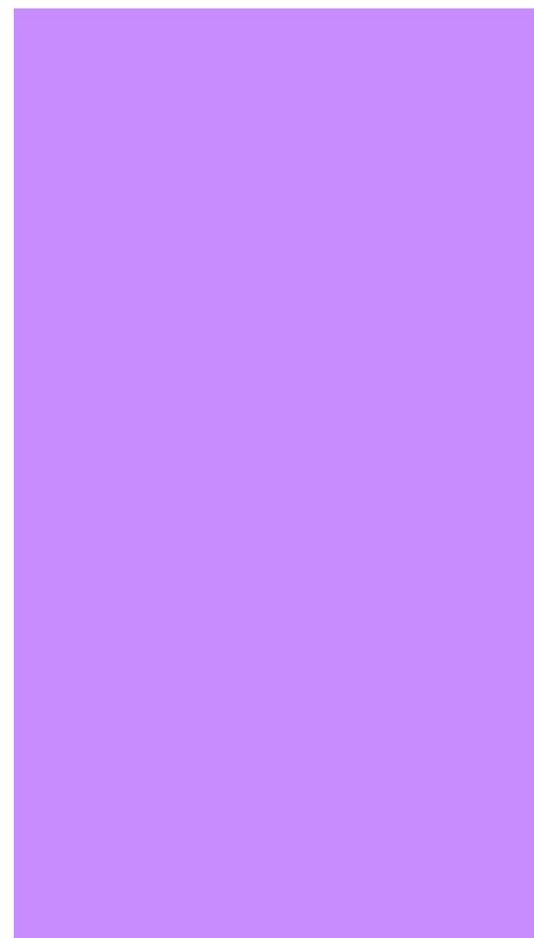
Дополнительная цветовая палитра

Дополнительная цветовая палитра. Используется для брендирования коммуникаций и фирменных носителей. Визуальное разделение на взрослое и детское подразделение.

Используйте готовые цветовые значения для создания и печати макетов и носителей. Рекомендуется при печати использовать краски Pantone. Если печать Pantone невозможна, используйте для полиграфии голубой и салатовый цвета.

Взрослое подразделение

Детское подразделение



RGB:
200, 140, 255
CMYK:
32, 42, 0, 0
Pantone: 2073 C
RAL: 4005



RGB:
40, 180, 255
CMYK:
65, 3, 0, 0
Pantone: 298 C
RAL: 5015



RGB:
170, 220, 30
CMYK:
40, 0, 98, 0
Pantone: 375 C
RAL: 6018

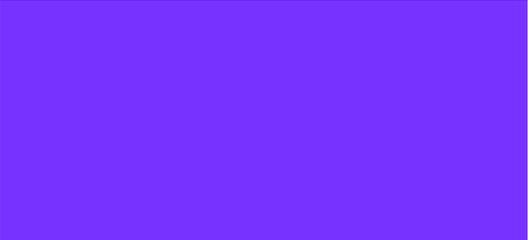
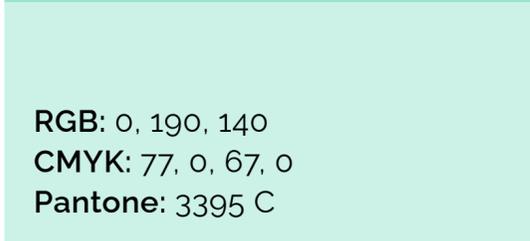
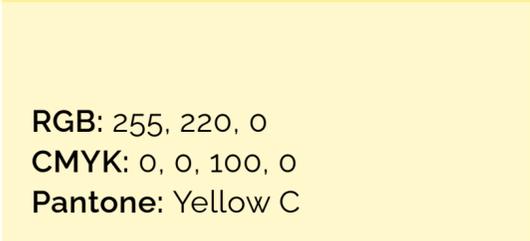
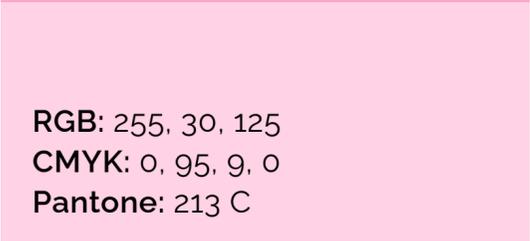
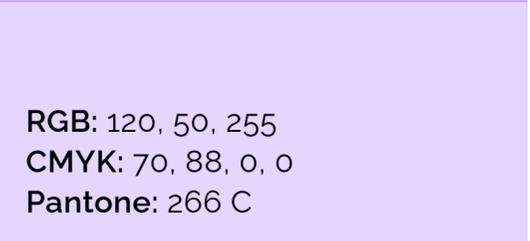


RGB:
255, 160, 0
CMYK:
0, 36, 100, 0
Pantone: 1375 C
RAL: 2011

Цветовая палитра для иллюстраций

Цветовая палитра, которая используется только для создания иллюстраций. Для иллюстраций допустимо использование процентной насыщенности каждого цвета.

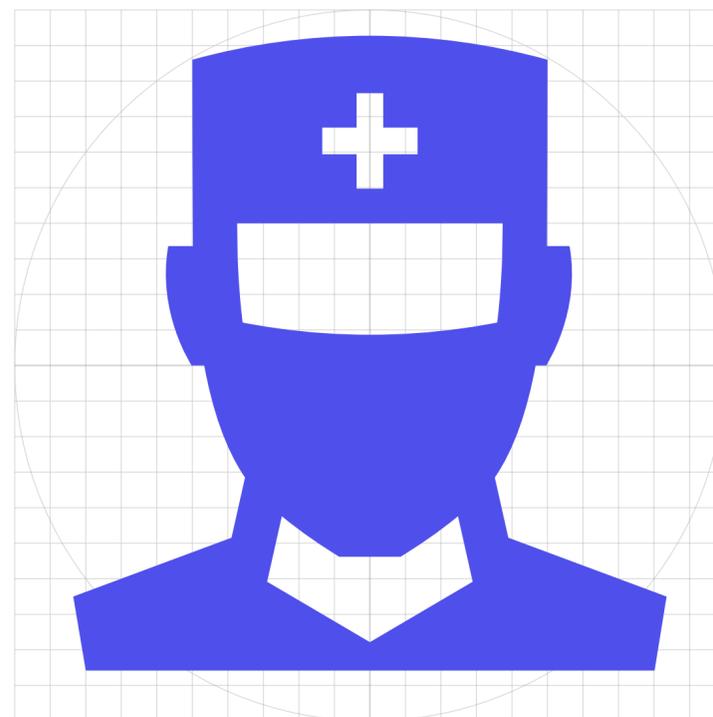
Используйте готовые цветовые значения для создания и печати макетов и носителей. Рекомендуется при печати использовать краски Pantone.

			
			
			
			
			
RGB: 0, 190, 140 CMYK: 77, 0, 67, 0 Pantone: 3395 C	RGB: 255, 220, 0 CMYK: 0, 0, 100, 0 Pantone: Yellow C	RGB: 255, 30, 125 CMYK: 0, 95, 9, 0 Pantone: 213 C	RGB: 120, 50, 255 CMYK: 70, 88, 0, 0 Pantone: 266 C

графические элементы

Иконки. Построение

Для поддержания консистентности в фирменном стиле были спроектированы иконки, подходящие по форме и пластике к логотипу.



Все пиктограммы строятся по единой сетке, разделенной 20x20 клеток.

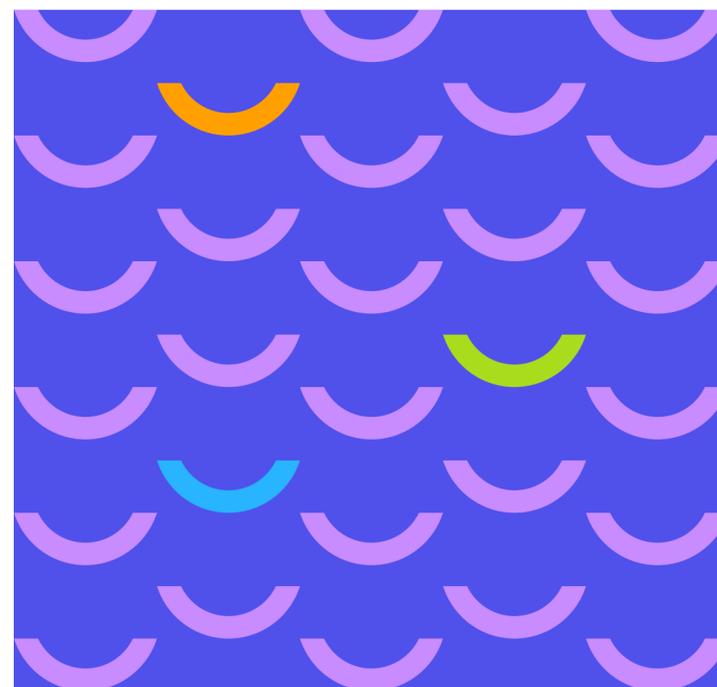
Внутри сетки заданы контуры для вертикальных, горизонтальных, квадратных и круглых пиктограмм. Правильное построение пиктограмм важно для целостности стиля.



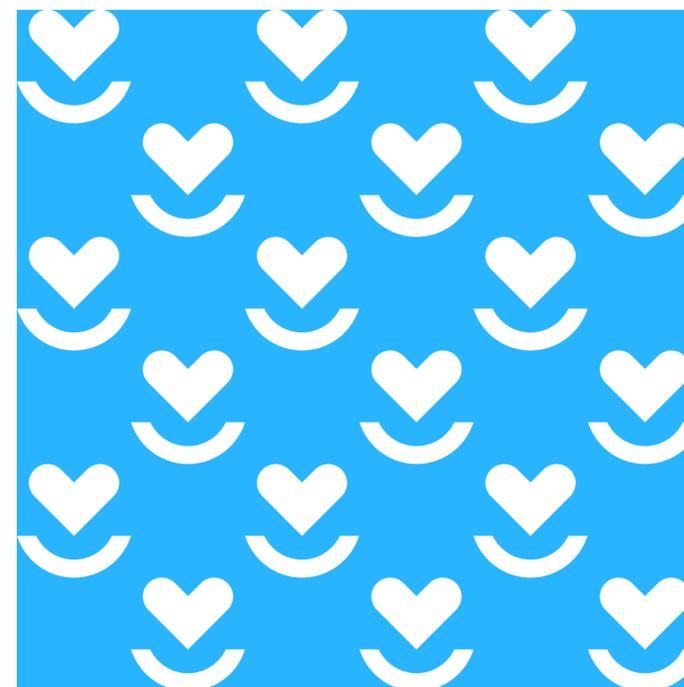
Фирменный паттерн

Абстрактные формы образуют несколько возможных вариантов паттерна. Паттерн может быть как многоцветным с использованием основных и дополнительных цветов, так и одноцветным.

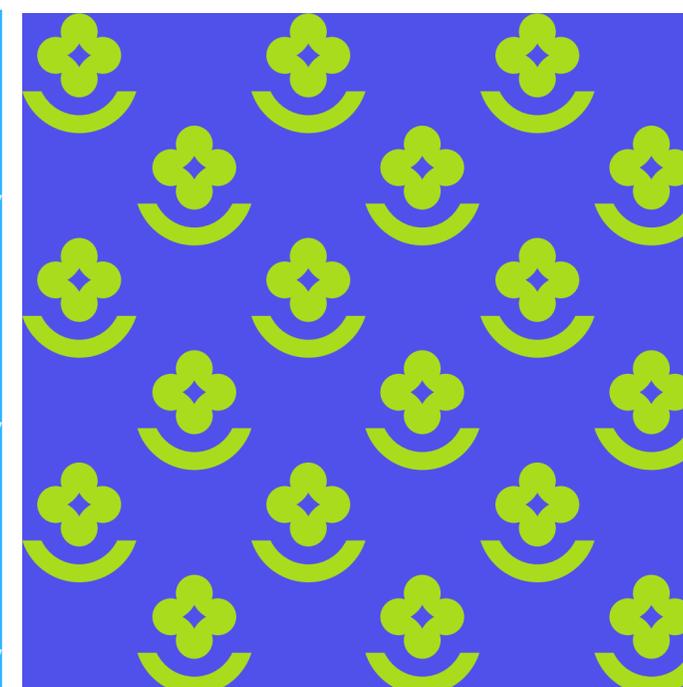
Паттерн используется для брендирования носителей, например, униформы сотрудников.



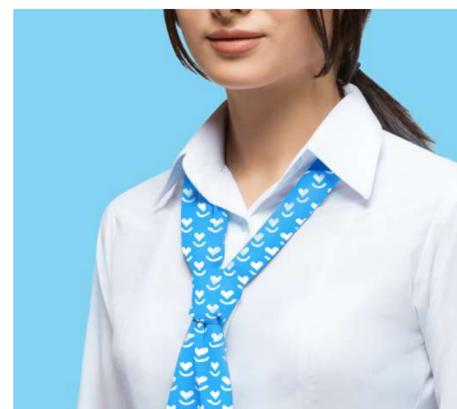
Многоцветный паттерн с элементом фирменного знака.



Одноцветный паттерн с фирменным знаком.



Двухцветный паттерн с дополнительным знаком.

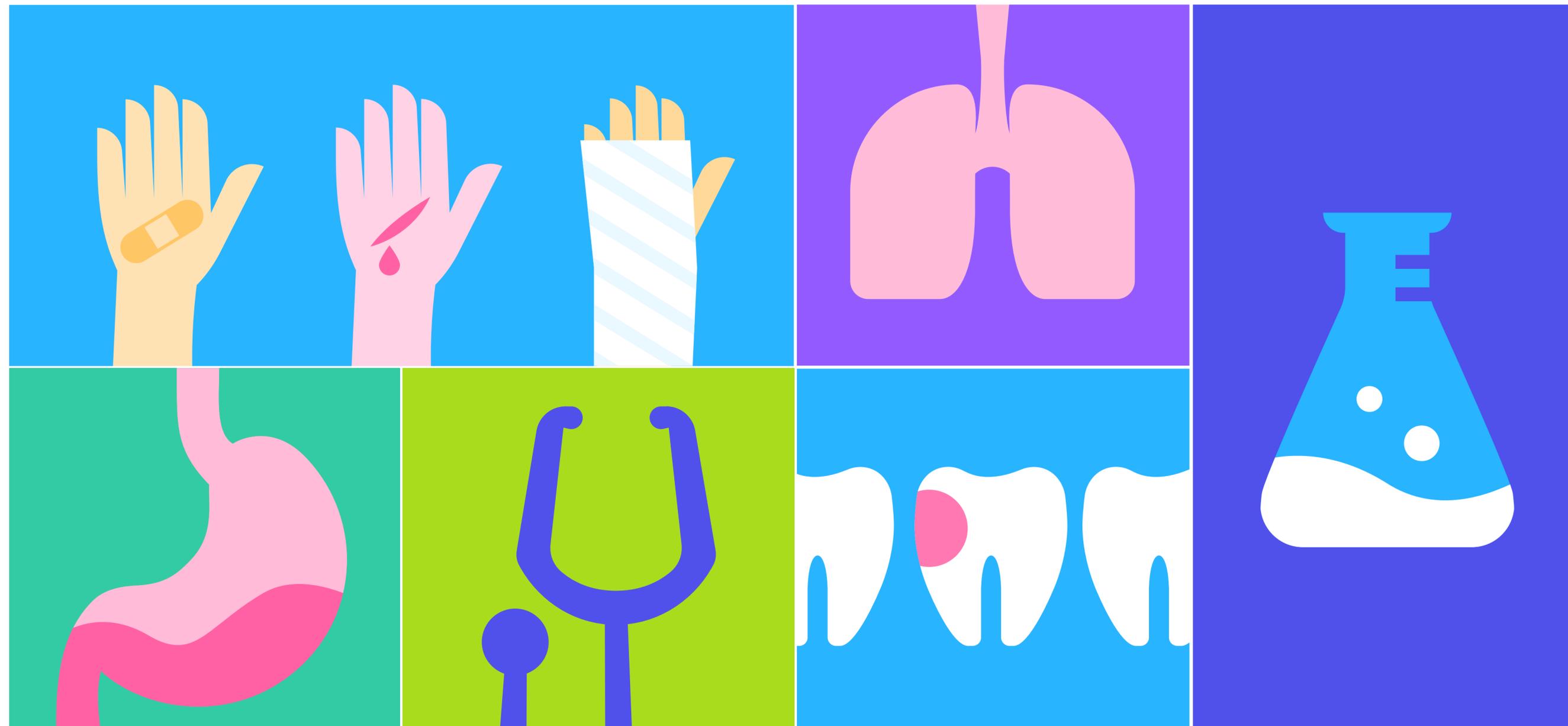


Пример использования паттерна в униформе.

Иллюстрации. Взрослое подразделение

Фирменные иллюстрации — дополнительный имиджевый элемент для придания эмоциональных акцентов. Стистика фирменных иллюстраций — современная стилизованная векторная графика. Цветовая палитра состоит из основной, дополнительной и специальной для иллюстраций.

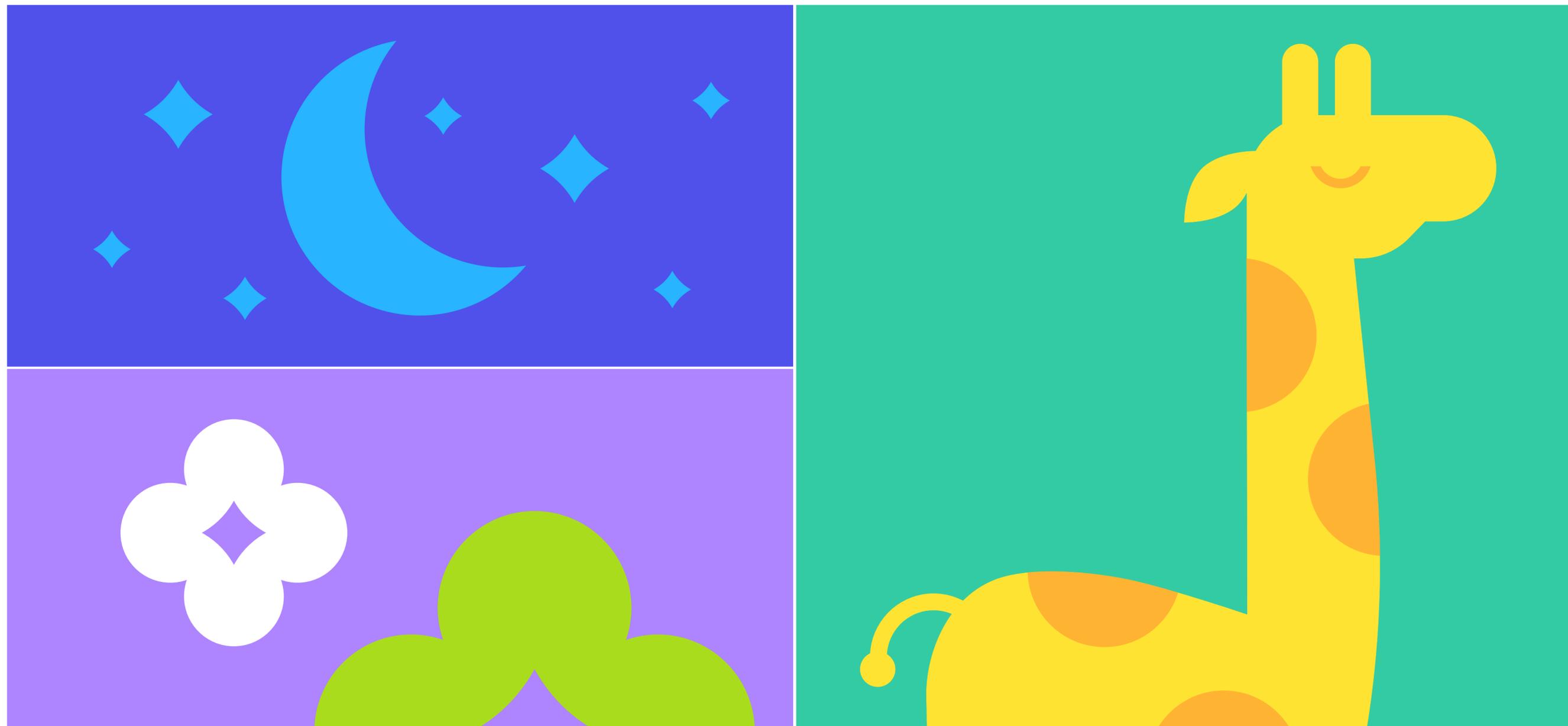
Для взрослого подразделения используются медицинские сюжеты с упрощенным изображением элементов. Графика не должна быть пугающей, акцент делается на профилактике и заботе.



Иллюстрации. Детское подразделение

Фирменные иллюстрации — дополнительный имиджевый элемент для придания эмоциональных акцентов. Стилистика фирменных иллюстраций — современная стилизованная векторная графика. Цветовая палитра состоит из основной, дополнительной и специальной для иллюстраций.

Для детского подразделения используются абстрактные умиротворяющие сюжеты с упрощённым изображением элементов. Допустимо использование животных и других нейтральных персонажей.



Иллюстрации. Изображения людей

Для иллюстрации людей используется 3D графика для создания дружелюбного выразительного образа. Стилистика фирменных иллюстраций — современная стилизованная 3D графика. Цветовая палитра состоит из основной, дополнительной и специальной для иллюстраций.

Персонажи одеты в одежду с фирменными цветами бренда. Сюжеты эмоциональные, легко считываемые.



ФОТОСТИЛЬ

Используемые в макетах фотографии должны иметь высокое качество — правильное освещение, экспозицию, композицию кадра. На изображениях не должно быть логотипов, товарных знаков, узнаваемых надписей, брендов или другой рекламы. Изображения должны иметь хорошую резкость по всему кадру.

Всего в фирменном стиле существует 4 сюжета фотостилия: фотографии взрослых людей-пациентов, фотографии детей, работников больниц, техники. Для фирменного стиля рекомендуется проведение фотосъёмки для создания собственного фотобанка.



Фотографии взрослых людей.



Фотографии детей.



Фотографии работников больницы.



Фотографии техники.

Фотостиль. Взрослые люди

Используемые в макетах фотографии должны иметь высокое качество — правильное освещение, экспозицию, композицию кадра. На изображениях не должно быть логотипов, товарных знаков, узнаваемых надписей, брендов или другой рекламы. Изображения должны иметь хорошую резкость по всему кадру.

Сюжет фотографий: пациент находится в больнице или на приёме у врача. У людей светлые открытые эмоции, спокойное состояние без тревоги. Чувствуется забота и доброжелательность. Цветокор фотографий тёплый, одежда пациентов совпадает по цвету с фирменной гаммой. Для фирменного стиля рекомендуется проведение фотосъёмки для создания собственного фотобанка.



Фотостиль. Дети

Используемые в макетах фотографии должны иметь высокое качество — правильное освещение, экспозицию, композицию кадра. На изображениях не должно быть логотипов, товарных знаков, узнаваемых надписей, брендов или другой рекламы. Изображения должны иметь хорошую резкость по всему кадру.

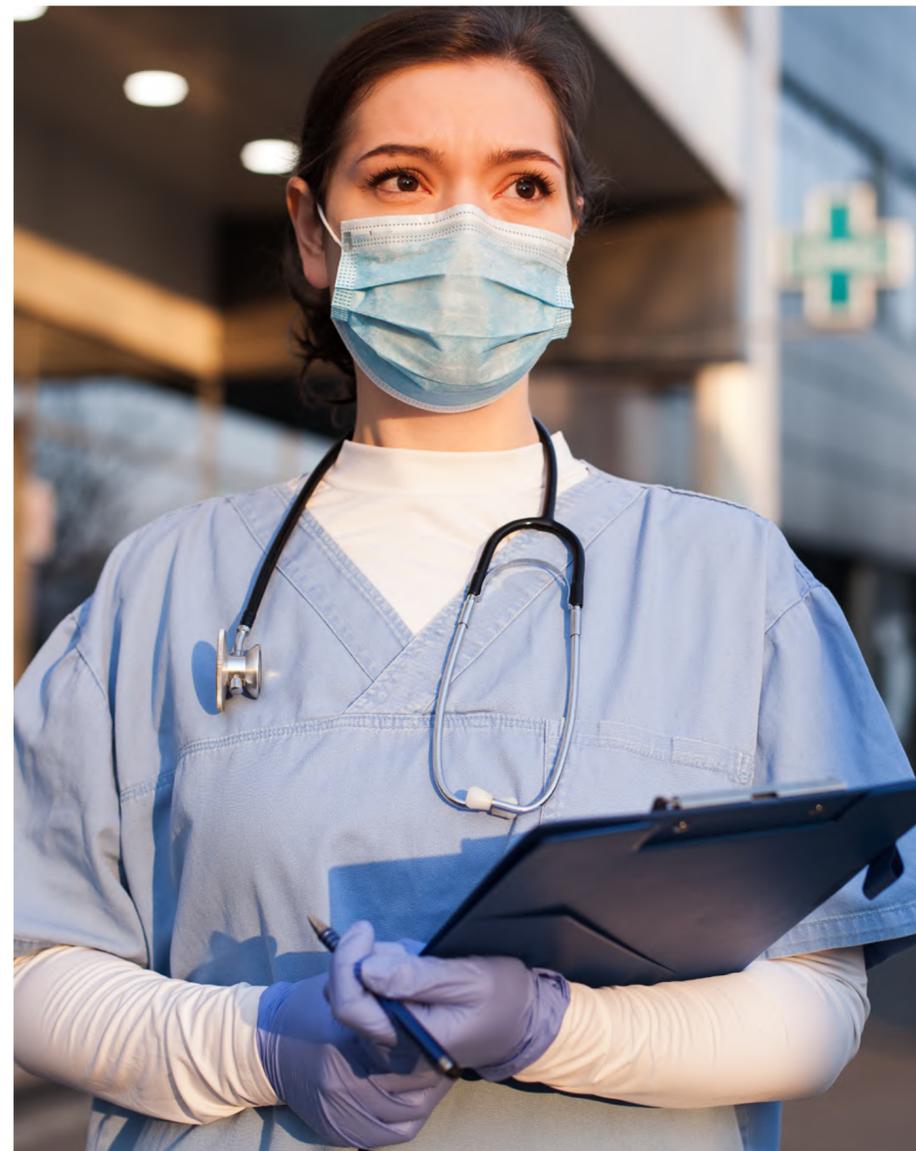
Дети изображены весёлыми, без негативных эмоций, активно идущие на контакт с врачом. Чувствуется забота и доброжелательность. Цветокор фотографий тёплый, одежда пациентов совпадает по цвету с фирменной гаммой. Для фирменного стиля рекомендуется проведение фотосъёмки для создания собственного фотобанка.



Фотостиль. Врачи, сотрудники больницы

Используемые в макетах фотографии должны иметь высокое качество — правильное освещение, экспозицию, композицию кадра. На изображениях не должно быть логотипов, товарных знаков, узнаваемых надписей, брендов или другой рекламы. Изображения должны иметь хорошую резкость по всему кадру.

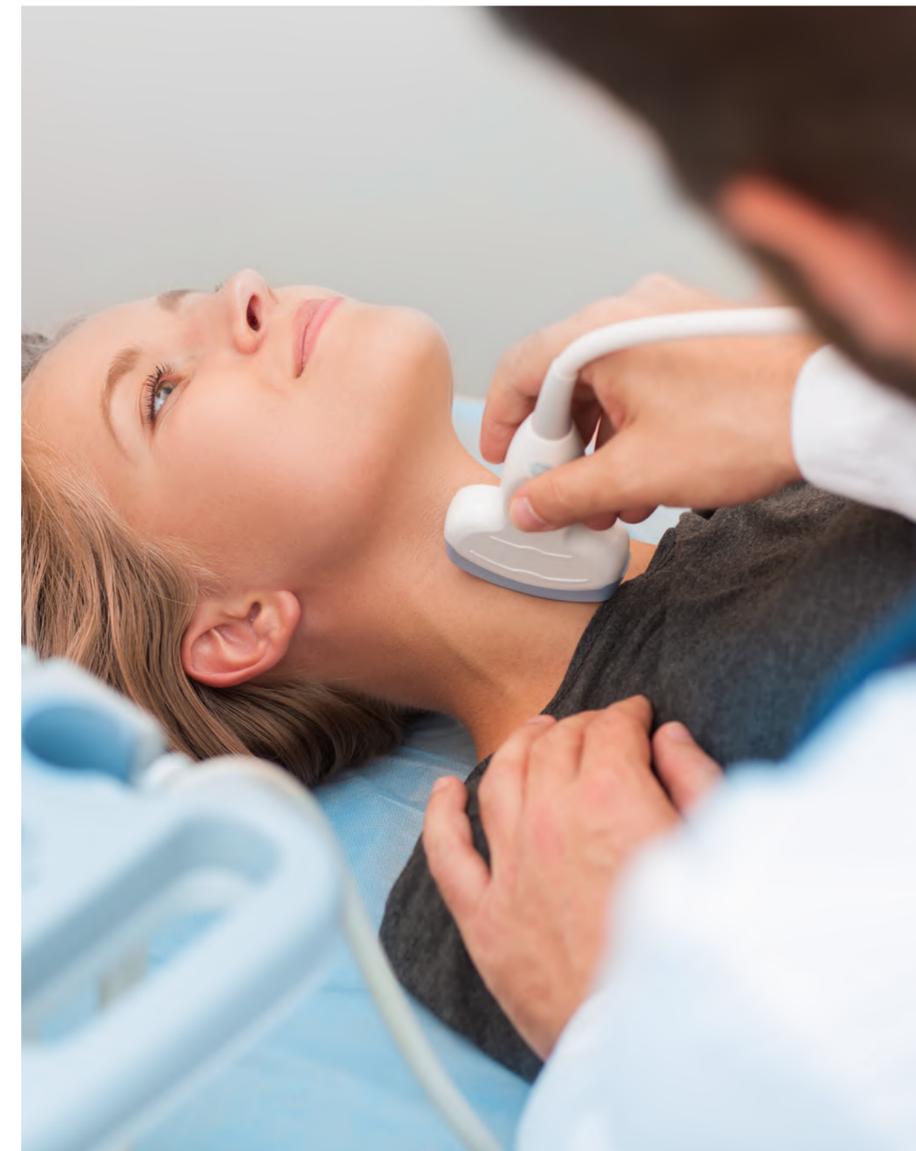
Врачи и сотрудники больницы находятся в среде, открытые эмоции, возможное присутствие униформы и элементов техники. Чувствуется забота и доброжелательность. Цветокор фотографий тёплый, одежда пациентов совпадает по цвету с фирменной гаммой. Для фирменного стиля рекомендуется проведение фотосъёмки для создания собственного фотобанка.



Используемые в макетах фотографии должны иметь высокое качество — правильное освещение, экспозицию, композицию кадра. На изображениях не должно быть логотипов, товарных знаков, узнаваемых надписей, брендов или другой рекламы. Изображения должны иметь хорошую резкость по всему кадру.



Техника изображается только в среде с присутствием человека. Сюжет успокаивающий, вселяющий доверие. Чувствуется забота и доброжелательность. Цветокор фотографий тёплый, одежда пациентов совпадает по цвету с фирменной гаммой. Для фирменного стиля рекомендуется проведение фотосъёмки для создания собственного фотобанка.



НОСИТЕЛИ

рекламные макеты

Рекламные макеты. Система

Визуальная система рекламных макетов заключается в чётком разделении графических приёмов и цветовой палитры в контексте сообщения. Присутствует **деление макетов на взрослую и детскую коммуникацию и продуктовые и имиджевые макеты.**

В имиджевых макетах с нейтральным сообщением используются основной **сине-фиолетовый** и **сиреневый** (взрослое подразделение), **салатовый** (детское подразделение). **Для продуктовых макетов**, когда речь идет о конкретной услуге (диагностика, вакцинация) используются основной **сине-фиолетовый** и **голубой** (взрослое подразделение), **оранжевый** (детское подразделение).

Взрослое подразделение.



Имиджевый макет. Основные цвета: сиреневый и основной сине-фиолетовый.



Продуктовый макет. Основные цвета: голубой и основной сине-фиолетовый.

Детское подразделение.



Имиджевый макет. Основные цвета: салатовый и основной сине-фиолетовый.



Продуктовый макет. Основные цвета: оранжевый и основной сине-фиолетовый.

Рекламные макеты с фотографиями. Взрослое подразделение

Существует пять визуальных приёмов сочетания графики и фотостилия на макетах. На данной странице представлены основные варианты использования и компоновки графических элементов.

В **имиджевых макетах** с нейтральным сообщением используются основной **сине-фиолетовый** и **сиреневый** (взрослое подразделение). Для **продуктовых макетов**, когда речь идет о конкретной услуге (диагностика, вакцинация) используются основной **сине-фиолетовый** и **голубой** (взрослое подразделение).



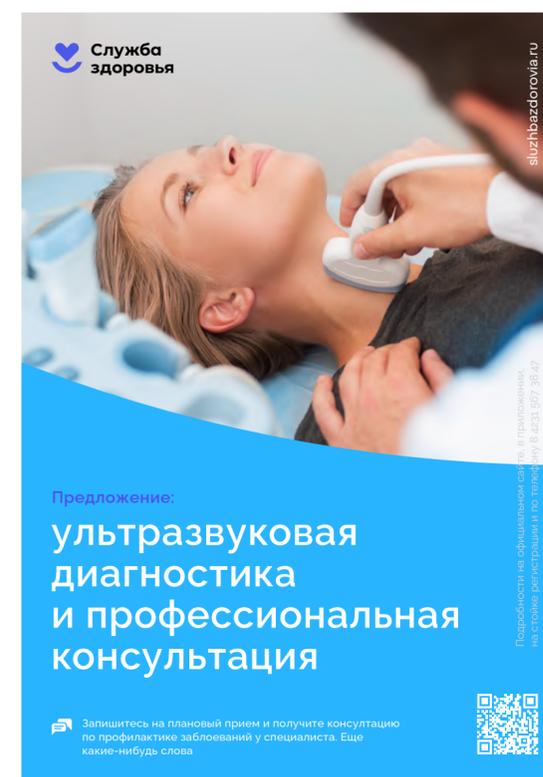
Имиджевый макет. Знак + обтравленная фотография.



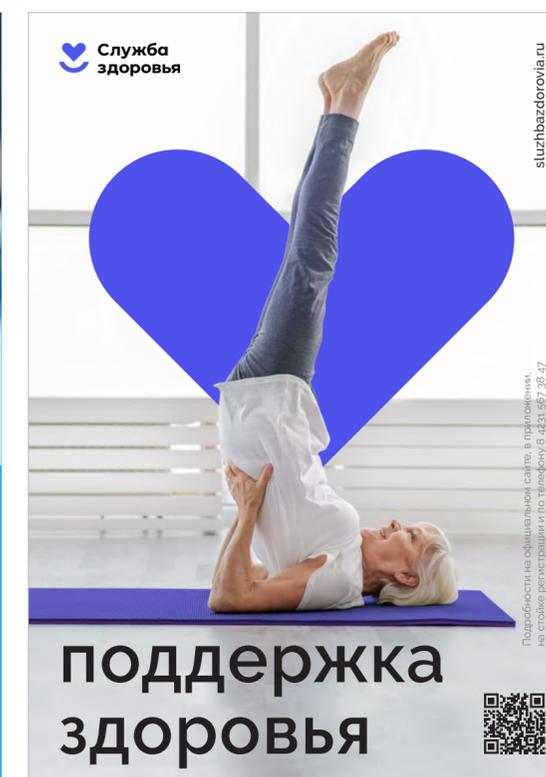
Имиджевый макет. Часть знака + обтравленная фотография.



Имиджевый макет. Часть знака + фотография/иллюстрация в маске.



Продуктовый макет. Масштабируемая форма знака + фотография в маске.



Имиджевый макет. Знак в среде фотографии.

Рекламные макеты с фотографиями. Детское подразделение

Существует пять визуальных приёмов сочетания графики и фотостилия на макетах. На данной странице представлены основные варианты использования и компоновки графических элементов.

В **имиджевых макетах** с нейтральным сообщением используются основной **сине-фиолетовый** и **салатовый** (детское подразделение). Для **продуктовых макетов**, когда речь идет о конкретной услуге (диагностика, вакцинация) используются основной **сине-фиолетовый** и **оранжевый** (детское подразделение).



Имиджевый макет. Знак + обтравленная фотография.



Имиджевый макет. Часть знака + обтравленная фотография.



Имиджевый макет. Часть знака + фотография/иллюстрация в маске.



Продуктовый макет. Масштабируемая форма знака + фотография в маске.



Имиджевый макет. Знак в среде фотографии.

Рекламные макеты. Иллюстрации

Иллюстрации могут использоваться как в продуктовых, так и в имиджевых макетах. К основной цветовой гамме, разделённой по подразделениям может добавляться цветовая гамма для иллюстраций. Иллюстрация масштабируется для наиболее выгодного расположения на макете.

В имиджевых макетах с нейтральным сообщением используются основной **сине-фиолетовый** и **сиреневый** (взрослое подразделение), **салатовый** (детское подразделение). Для **продуктовых макетов**, когда речь идет о конкретной услуге (диагностика, вакцинация) используются основной **сине-фиолетовый** и **голубой** (взрослое подразделение), **оранжевый** (детское подразделение).

Взрослое подразделение.



Продуктовый макет.

Продуктовый макет.

Детское подразделение.



Продуктовый макет.

Продуктовый макет.

Рекламные макеты. Типографика

В продуктовых макетах может использоваться только типографика с цветовым разделением по категориям. В имиджевых макетах может использоваться часть знака (улыбка) в сочетании с типографикой и фотостилем.

В имиджевых макетах с нейтральным сообщением используются основной **сине-фиолетовый** и **сиреневый** (взрослое подразделение), **салатовый** (детское подразделение). Для **продуктовых макетов**, когда речь идет о конкретной услуге (диагностика, вакцинация) используются основной **сине-фиолетовый** и **голубой** (взрослое подразделение), **оранжевый** (детское подразделение).

Продуктовые макеты.



Продуктовый макет. Взрослое подразделение. Типографика.

Продуктовый макет. Детское подразделение. Типографика.

Имиджевые макеты.



Имиджевый макет. Взрослое подразделение. Типографика + часть знака.

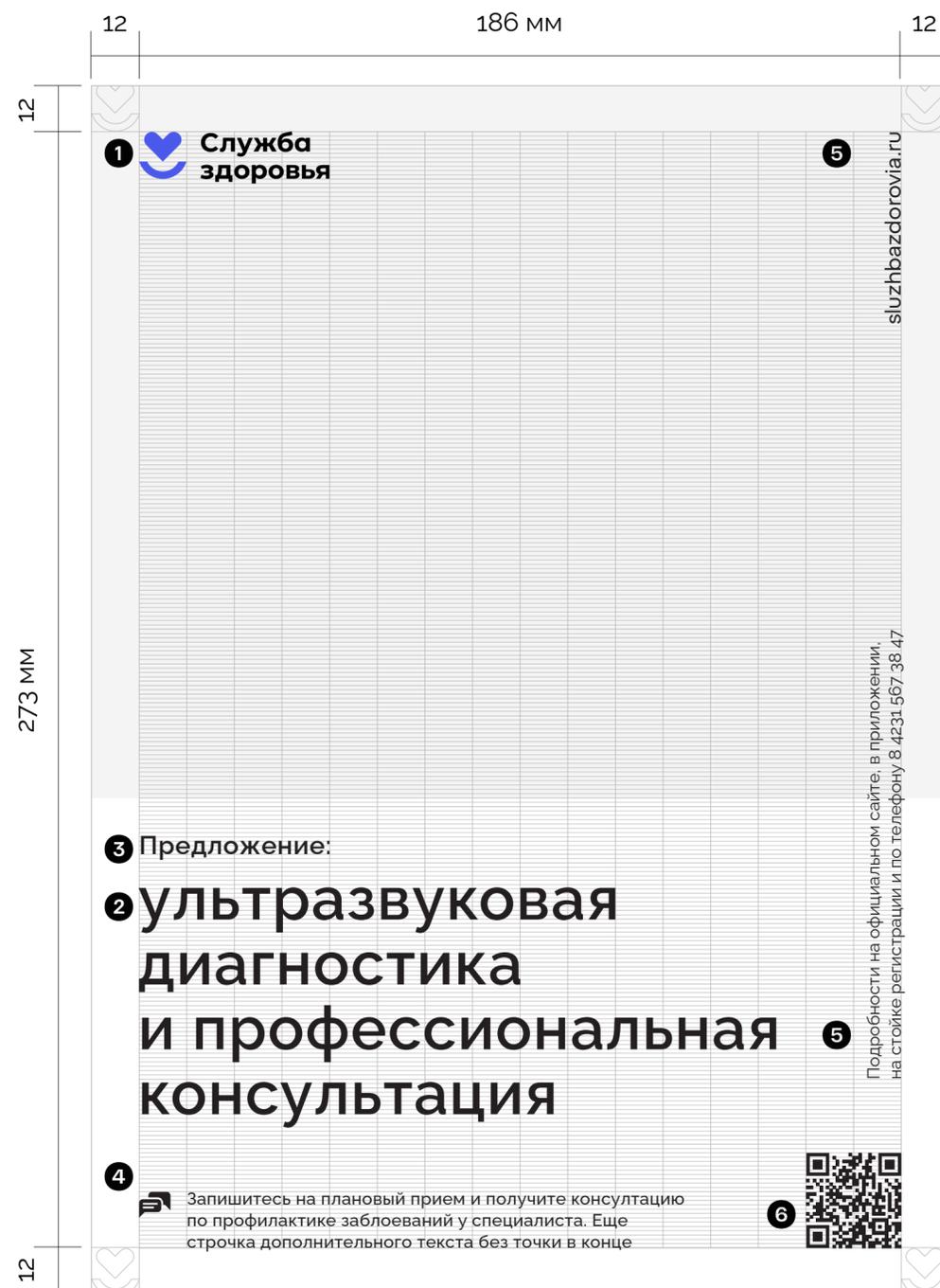
Имиджевый макет. Детское подразделение. Типографика + часть знака + фотостиль.

Вертикальный макет. Построение

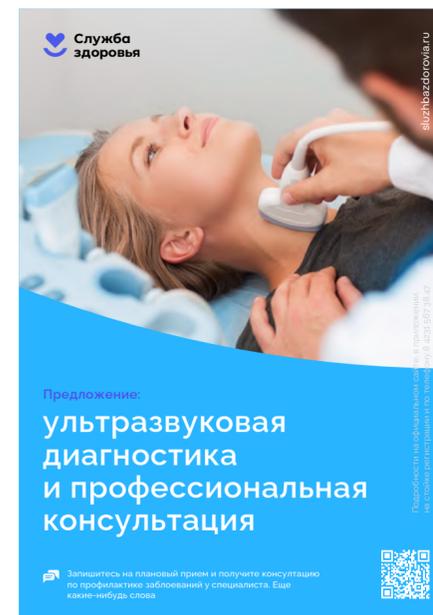
Экспликация на заполнение:

- 1 Логотип выравнивается по охранному полю в верхнем левом углу. Ширина логотипа равна 4 колонкам.
- 2 Основной слоган со строчной буквы и выключкой по левой стороне выравнивается по линиям базовой сетки. **Raleway Semibold 42/45pt.**
- 3 Дополнительный слоган или поясняющее сообщение размещается над основным слоганом и выравнивается по линиям базовой сетки. **Raleway Semibold 18/21pt.**
- 4 Дополнительное сообщение с возможным добавлением иконки размещается в нижней части макета. Отступ от иконки выравнивается по сетке. **Raleway Medium 12/15pt.**
- 5 Второстепенная информация размещается вертикально по правой части макета. **Raleway Regular 12/15pt.**
- 6 Возможное использование QR-кода в свободном пространстве. Ширина и высота выравниваются по линиям базовой сетки.

Построение вертикального макета на примере формата А4 (210x297мм). Охранное поле равно ширине фирменного знака. Сетка построения делится на 16 колонок равных ширине знака. Шаг базовой сетки — 1 мм.



При использовании фотостилия изображение занимает половину или две трети части макета. Основной слоган пишется со строчной буквы начертанием **Raleway Semibold**.



Пример вертикального макета формата А4.

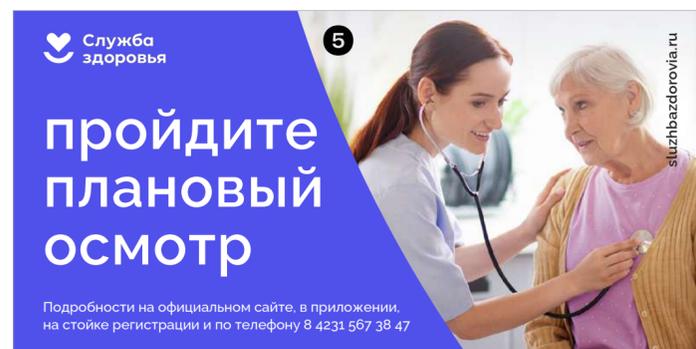
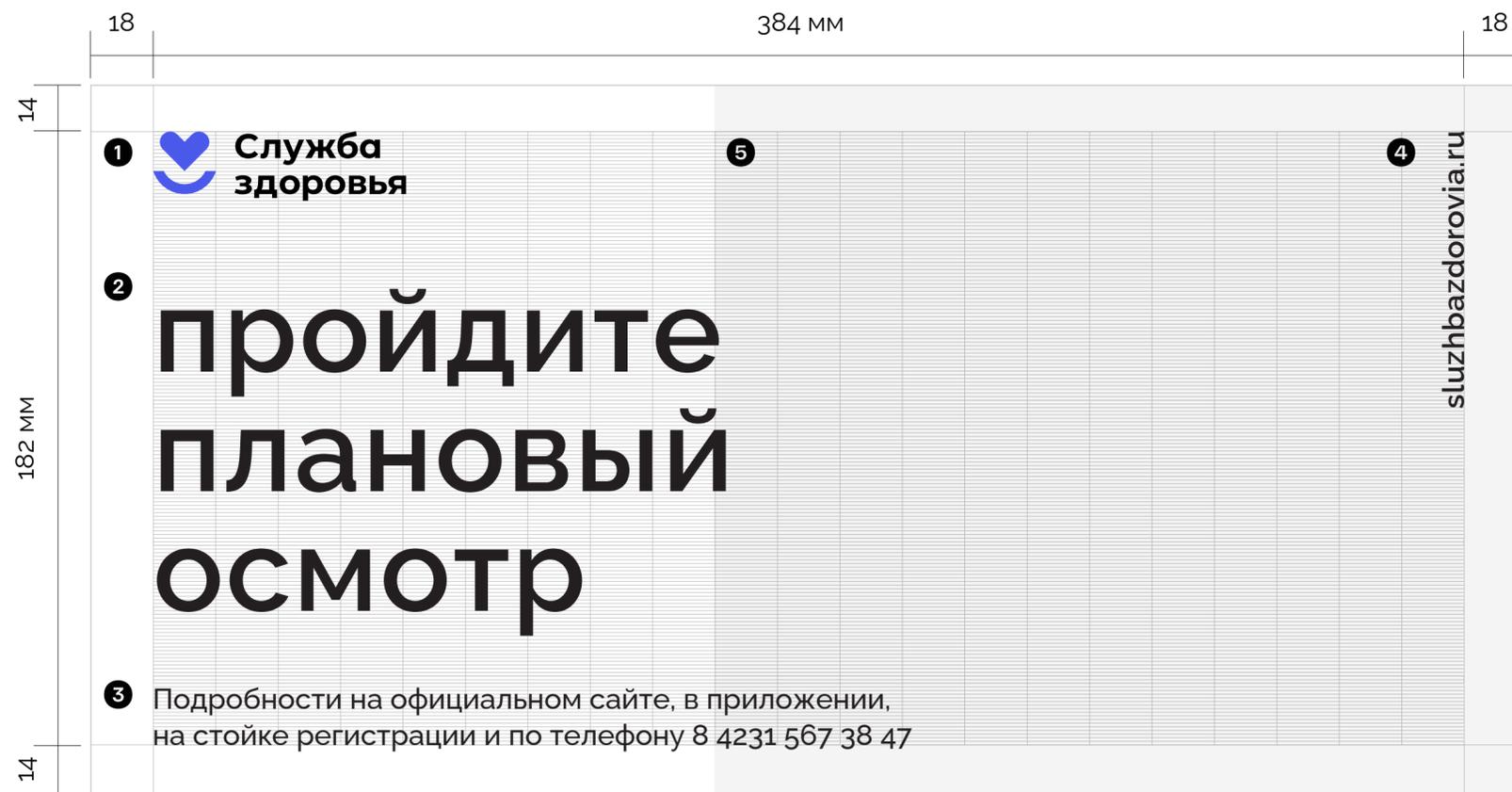
Горизонтальный макет. Построение

Экспликация на заполнение:

- ❶ Логотип выравнивается по охранному полю в верхнем левом углу. Ширина логотипа равна 4 колонкам.
- ❷ Основной слоган со строчной буквы и выключкой по левой стороне выравнивается по линиям базовой сетки. **Raleway Semibold 97/99pt.**
- ❸ Дополнительный слоган или поясняющее сообщение размещается под основным слоганом и выравнивается по линиям базовой сетки. **Raleway Semibold 18/21pt.**
- ❹ Второстепенная информация размещается вертикально по правой части макета. **Raleway Semibold 25/27pt.**
- ❺ Увеличенная форма знака для маскирования фотографии не должна пересекать слоган или дополнительную информацию.

Построение горизонтального макета на примере формата 420x210мм. Охранное поле равно ширине фирменного знака. Сетка построения делится на 21 колонку равную ширине знака. Шаг базовой сетки — 1 мм.

При использовании фотостилия изображение занимает половину или две трети части макета. Основной слоган пишется со строчной буквы начертанием **Raleway Semibold**.



Пример горизонтального макета
формата 420x210мм.

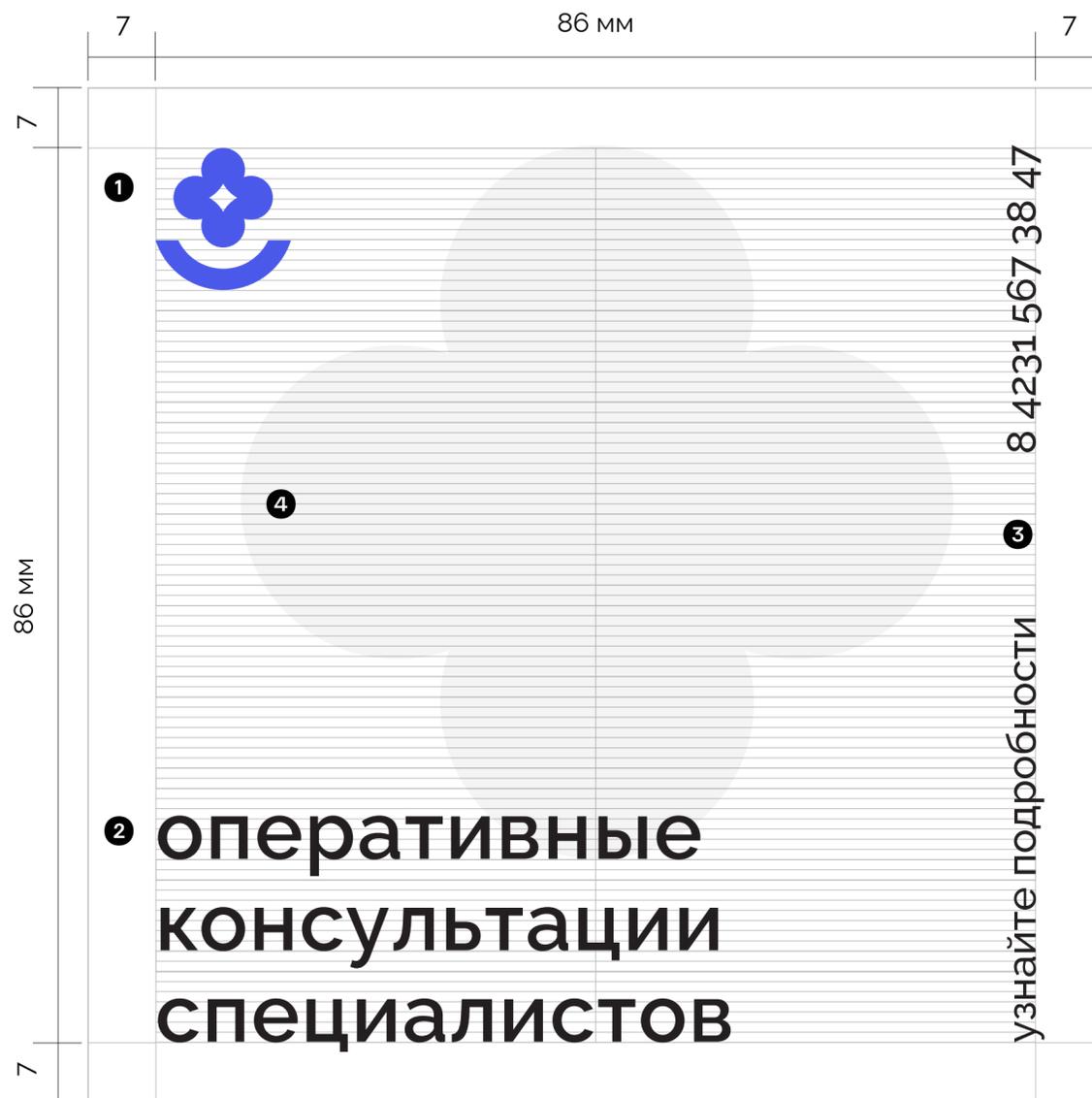
Квадратный макет. Построение

Экспликация на заполнение:

- ❶ Знак выравнивается по охранному полю в верхнем левом углу.
- ❷ Основной слоган со строчной буквы и выключкой по левой стороне выравнивается по линиям базовой сетки. *Raleway Semibold 22/25pt.*
- ❸ Второстепенная информация размещается вертикально по правой части макета. *Raleway Semibold 11/14pt.*
- ❹ Форма-знак для маскирования фотографии занимает половину или две трети части макета.

Построение квадратного макета на примере формата 100x100мм. Охранное поле равно половине ширины фирменного знака. Шаг базовой сетки — 1 мм.

При использовании фотостилия изображение занимает половину или две трети части макета. Основной слоган пишется со строчной буквы начертанием *Raleway Semibold*.



Пример горизонтального макета формата 100x100мм.

Пример размещения макетов Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'sluzhbazdorovia'. The profile includes a circular logo with a heart and a smile, 2,730 publications, 80.9k followers, and 102 posts. The bio reads 'рядом, когда нужно sluzhbazdorovia.ru'. Below the profile are six promotional posts:

- Post 1:** A doctor examining an elderly woman. Text: 'рядом, когда нужно', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.
- Post 2:** A female doctor in a mask. Text: 'наши лучшие специалисты вам в поддержку', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.
- Post 3:** Stomach graphic. Text: 'Наши специалисты гастро-энтеролог', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.
- Post 4:** A yellow cartoon giraffe. Text: 'Наши специалисты детский отоларинголог', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.
- Post 5:** A male doctor with a stethoscope. Text: 'оперативные консультации специалистов', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.
- Post 6:** A doctor smiling at a child. Text: 'рядом, когда нужно', 'узнайте подробности', phone number '8 4231 567 38 47'.





 Служба
здоровья

sluzhbazdorovia.ru



**пройдите
плановый
осмотр**

Подробности на официальном сайте, в приложении,
на стойке регистрации и по телефону 8 4231 567 38 47

Запишитесь на плановый приём и получите консультацию
по профилактике заболеваний у специалиста



Сити-формат.
Пример
размещения
рекламного
макета

Russ

Служба
здоровья

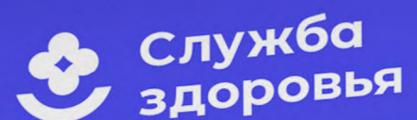
sluzhbazdorovia.ru

ваш ребёнок
в надёжных
руках

Запишитесь на плановый прием и получите консультацию по профилактике заболеваний у специалиста

Подробности на официальном сайте, в приложении, на стойке регистрации и по телефону 8 4231 567 38 47

Билборд.
Пример
размещения
рекламного
макета



пройдите
плановый
осмотр

Подробности на официальном сайте, в приложении,
на стойке регистрации и по телефону 8 4231 567 38 47



sluzhbazdorovia.ru

ДОКУМЕНТАЦИЯ И КЛИЕНТСКИЕ НОСИТЕЛИ

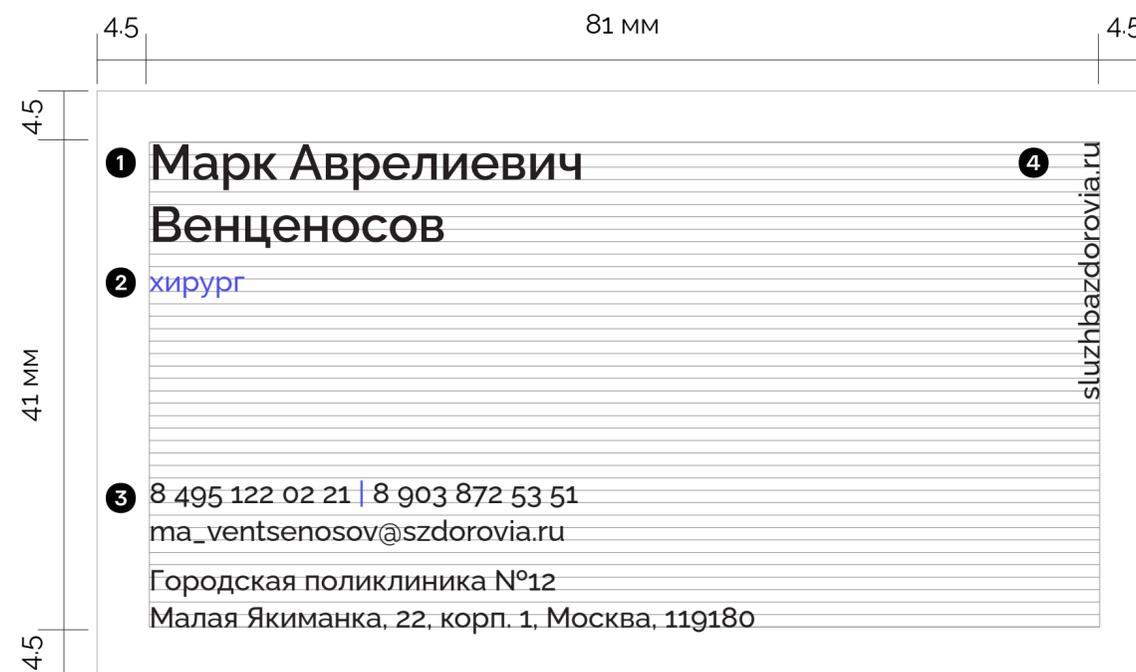
Документация. Визитная карточка

Экспликация на заполнение:

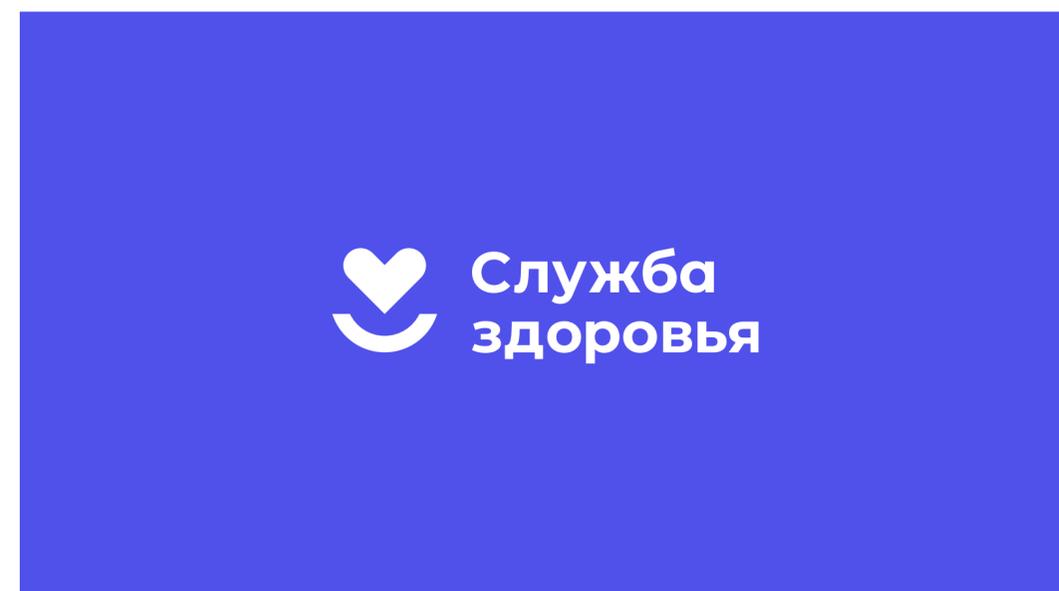
- ❶ ФИО размещается в верхнем левом углу с учётом сетки построения и охранного поля. Raleway Semibold 12/15pt.
- ❷ Название должности выделяется цветом и пишется со строчной буквы. Raleway Medium 7/9pt.
- ❸ Дополнительная информация с контактными данными и адресом учреждения размещается в нижней части визитки. Raleway Medium 7/9pt.
- ❹ Сайт размещается вертикально с противоположной стороны. Raleway Medium 7/9pt.

Визитные карточки предназначены для личных коммуникаций между сотрудниками организации и посетителями или партнёрами. Кириллический вариант используется для коммуникаций на территории России.

Формат визитки 90x50мм. Охранное поле шириной 4.5 мм. На лицевой стороне размещается логотип. Вся информация и контактные данные размещаются на оборотной стороне. Шаг базовой сетки — 1 мм.



Оборотная
сторона.

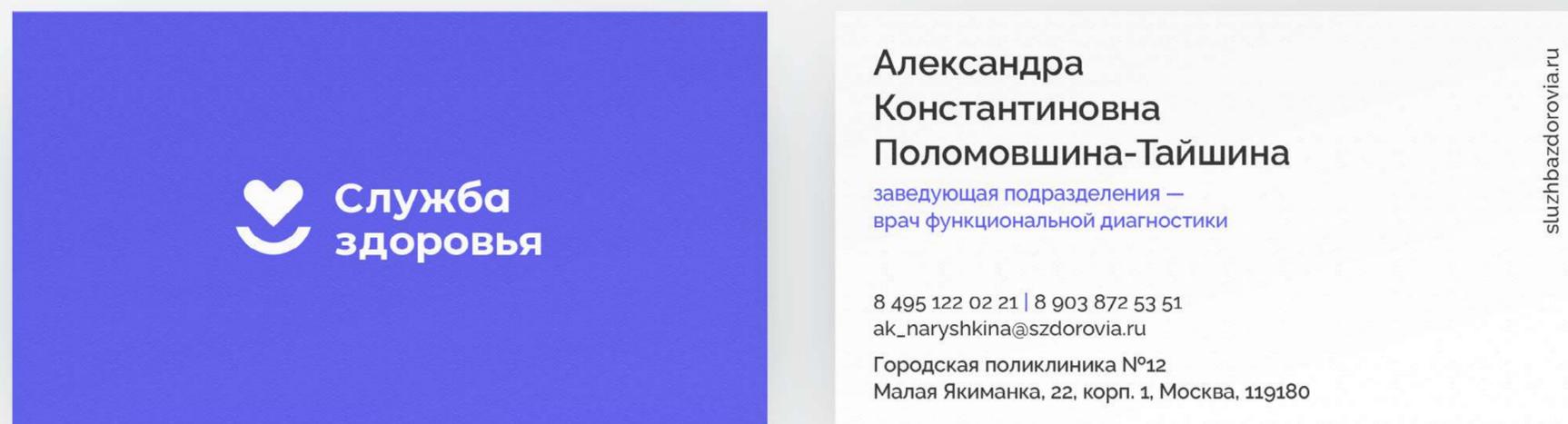


Лицевая
сторона.

Документация. Визитная карточка

Визитные карточки предназначены для личных коммуникаций между сотрудниками организации и посетителями или партнёрами. Кириллический вариант используется для коммуникаций на территории России.

Формат визитки 90x50мм. Охранное поле шириной 4.5 мм. На лицевой стороне размещается логотип. Вся информация и контактные данные размещаются на оборотной стороне. Шаг базовой сетки — 1 мм.



Документация. Бланк пресс-релиза

Экспликация на заполнение:

- ❶ Логотип размещается с отступом в одну колонку в верхнем левом углу. Ширина логотипа — 8 колонок.
- ❷ ❸ Дата и контактные данные размещаются в отдельной зоне слева макета шириной 9 колонок. Raleway Medium 8/12pt.
- ❹ Для основного сообщения выделена большая часть макета. Текст сообщения поделён на абзацы для удобства при чтении. Текст komponуется относительно базовой сетки, шаг — 1 мм. Заголовок Raleway Semibold 18/20pt.
- ❺ Сайт размещается вертикально с противоположной стороны. Raleway Medium 10/12pt.

Бланк пресс-релиза используется для донесения краткого информационного сообщения, составленного пресс-службой или отделом PR-агентства и предназначенное для журналистов или сотрудников компании.

Формат бланка А4. Охранное поле шириной 12 мм. Сетка состоит из 32 колонок, ширина колонки равна половине ширины знака. Для контактных данных и логотипа выделена отдельная зона слева макета шириной 9 колонок.

12 | 186 мм | 12

12 | 273 мм | 12

❶  **Служба здоровья**

❷ Дата 10 июля 2021 года

❸ Государственное бюджетное учреждение здравоохранения города Москвы
Городская поликлиника № 68
Департамента здравоохранения города Москвы
ГБУЗ «ГП № 68 ДЗМ»

119180, Москва,
Малая Якиманка, 22, корп. 1

8 495 122 0221
gp68@zdrav.mos.ru

❹ **Пресс-релиз**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

❺ Спасибо,
Андрей Корытников
Директор по внешним коммуникациям

sluzhbazdorovia.ru

Документация. Бланк пресс-релиза

Бланк пресс-релиза используется для донесения краткого информационного сообщения, составленного пресс-службой или отделом PR-агентства и предназначенное для журналистов или сотрудников компании.

Формат бланка А4. Охранное поле шириной 12 мм. Сетка состоит из 32 колонок, ширина колонки равна половине ширины знака. Для контактных данных и логотипа выделена отдельная зона слева макета шириной 9 колонок.



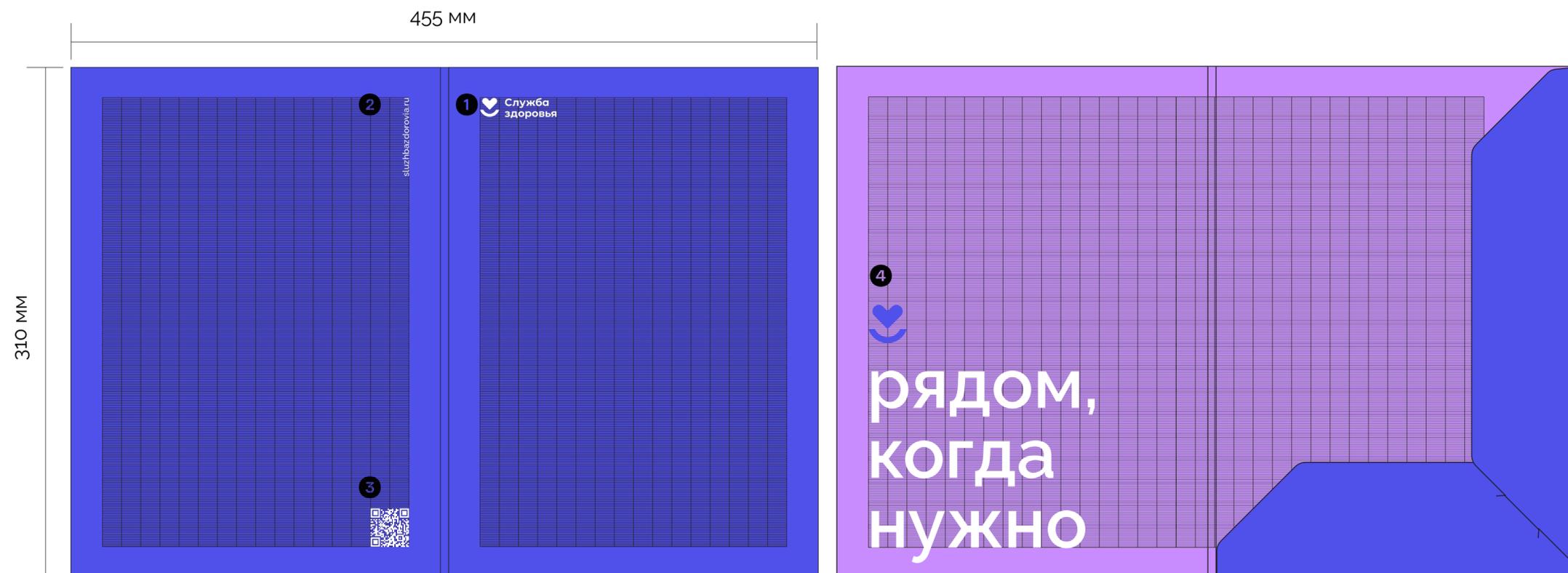
Документация. Папка для документов

Экспликация на заполнение:

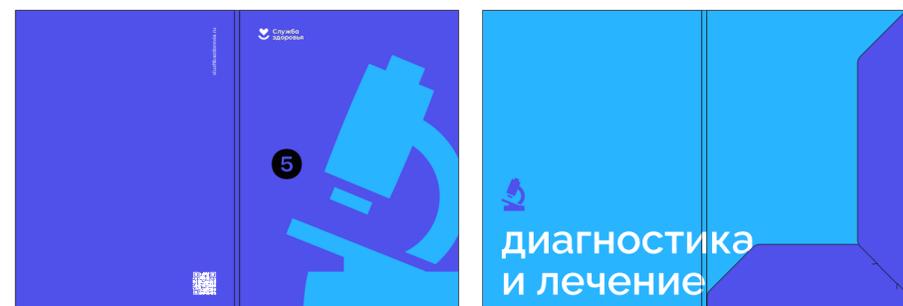
- ❶ Логотип размещается в верхнем левом углу.
- ❷ ❸ Сайт и QR-код размещаются с обратной стороны. Raleway Medium 15/18pt.
- ❹ Основной слоган со строчной буквы размещается внутри папки на контрастном фоне с добавлением знака. Raleway Semibold 120/120pt.
- ❺ На обложке клиентских папок могут использоваться фирменные иконки и графика с цветом, подходящим подразделению.

Папка для документов может использоваться как сотрудниками компании, так и клиентами. Для клиентских папок используется крупная графика на лицевой стороне. Формат папки 455x310мм.

На лицевой стороне размещается логотип. Дополнительная информация (сайт, QR-код) — на обратной стороне. Внутренняя часть выделяется контрастным цветом с добавлением фирменного слогана и знака.



Фирменная папка для сотрудников.



Клиентская папка взрослого подразделения.

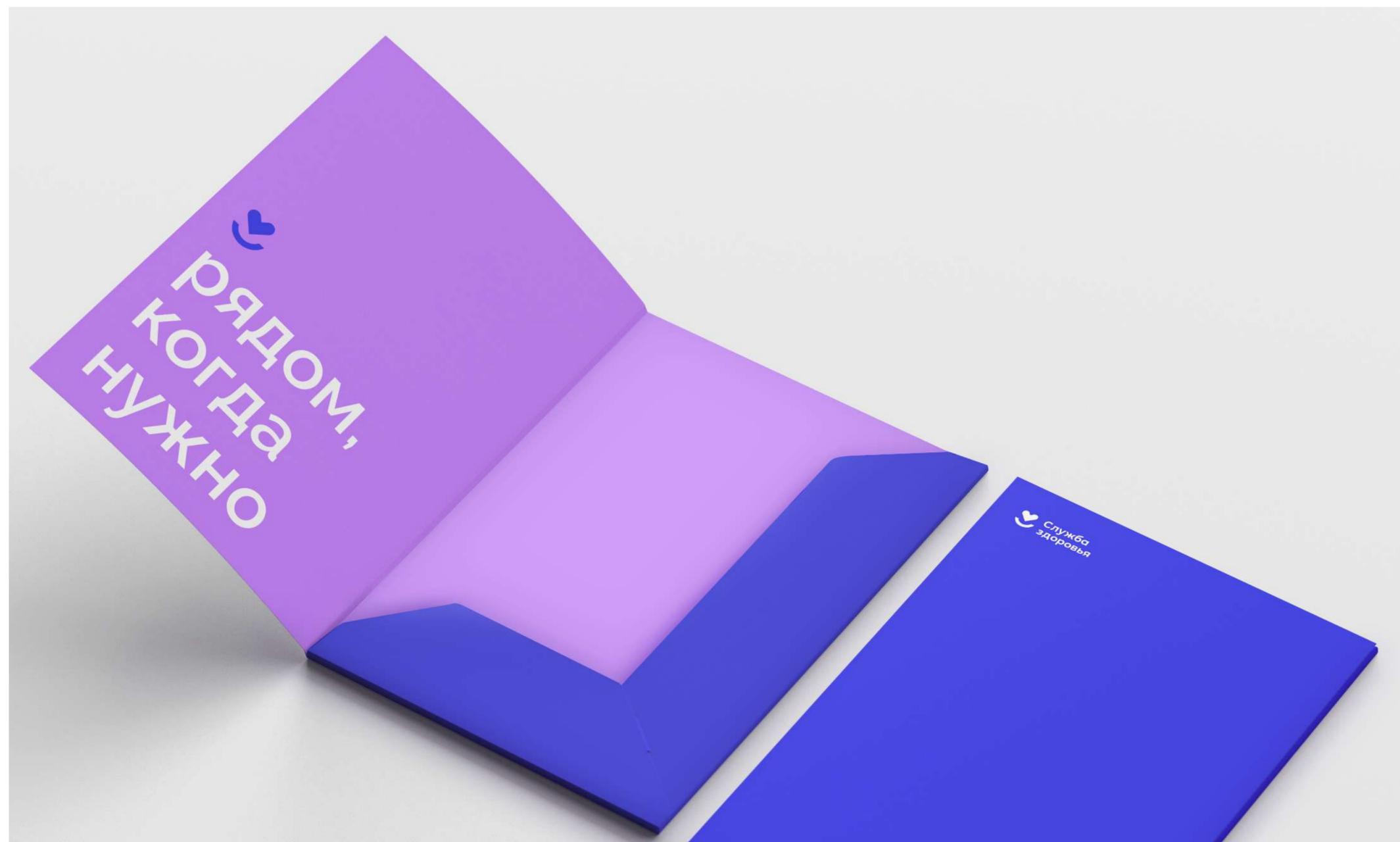


Клиентская папка детского подразделения.

Документация. Папка для документов

Папка для документов может использоваться как сотрудниками компании, так и клиентами. Для клиентских папок используется крупная графика на лицевой стороне. Формат папки 455x310мм.

На лицевой стороне размещается логотип. Дополнительная информация (сайт, QR-код) — на обратной стороне. Внутренняя часть выделяется контрастным цветом с добавлением фирменного слогана и знака.



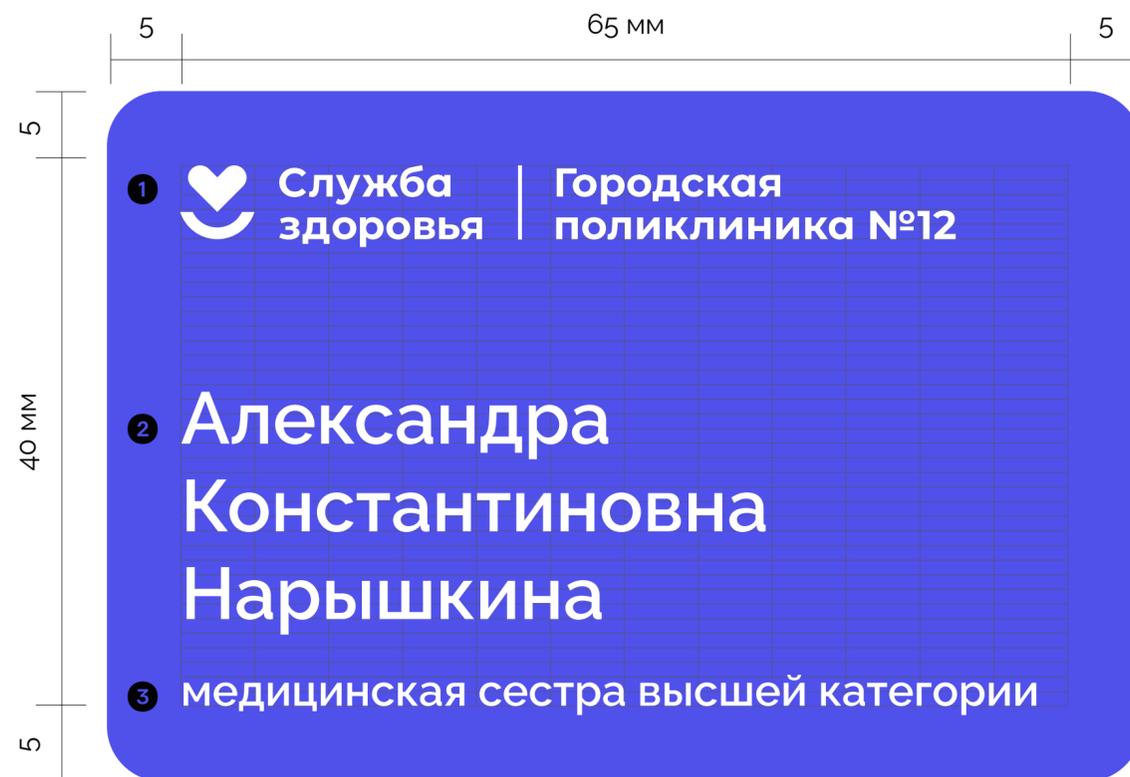
Бейдж сотрудника

Экспликация на заполнение:

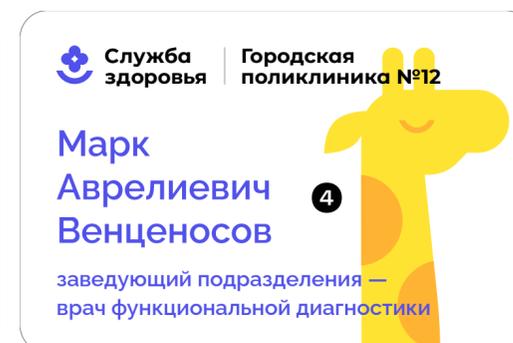
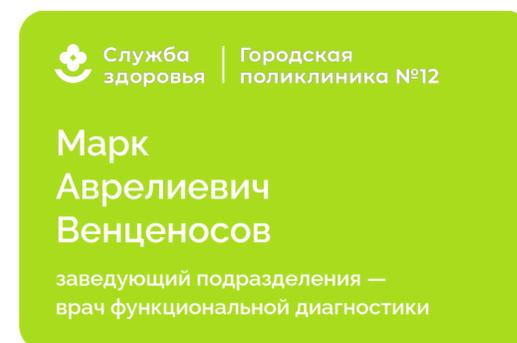
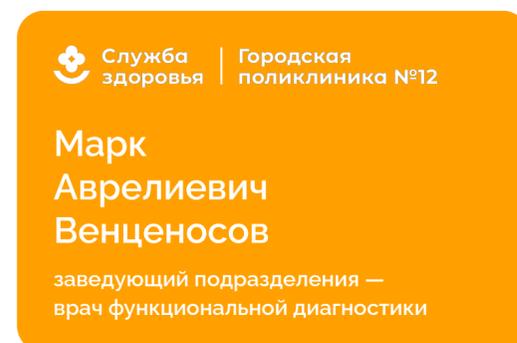
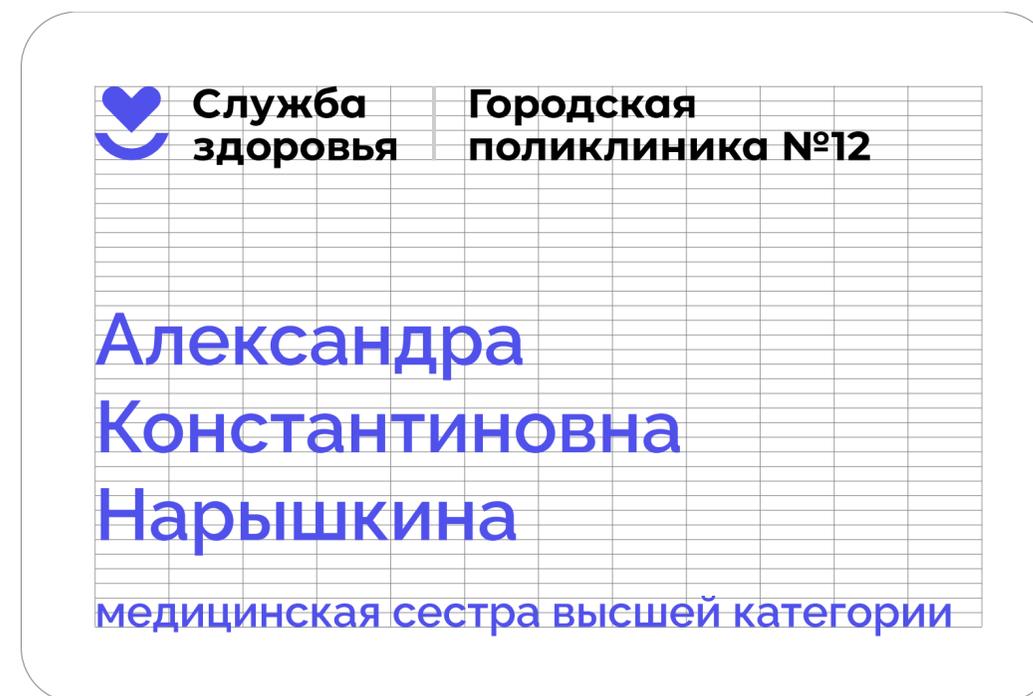
- 1 Логотип и название подразделения размещаются по верхней стороне охранного поля с выравниванием слева.
- 2 ФИО в три строчки выравнивается относительно базовой сетки. *Raleway Semibold 15/18pt.*
- 3 Дополнительная информация с названием должности размещается по нижнему краю сетки построения. *Raleway Semibold 9/12pt.*
- 4 Для бейджей сотрудников детского подразделения допустимо использование фирменных иллюстраций.

Бейдж пластиковый на магнитной застежке. Визуальное разделение для разного типа подразделения за счёт цветового кодирования. Формат бейджа 75x50мм. Охранное поле равно ширине знака.

Верхняя зона предназначена для логотипа и названия подразделения. ФИО и дополнительная информация выравнивается по левому краю с учетом базовой сетки в шаг 1 мм.



Бейдж для сотрудников взрослого подразделения.

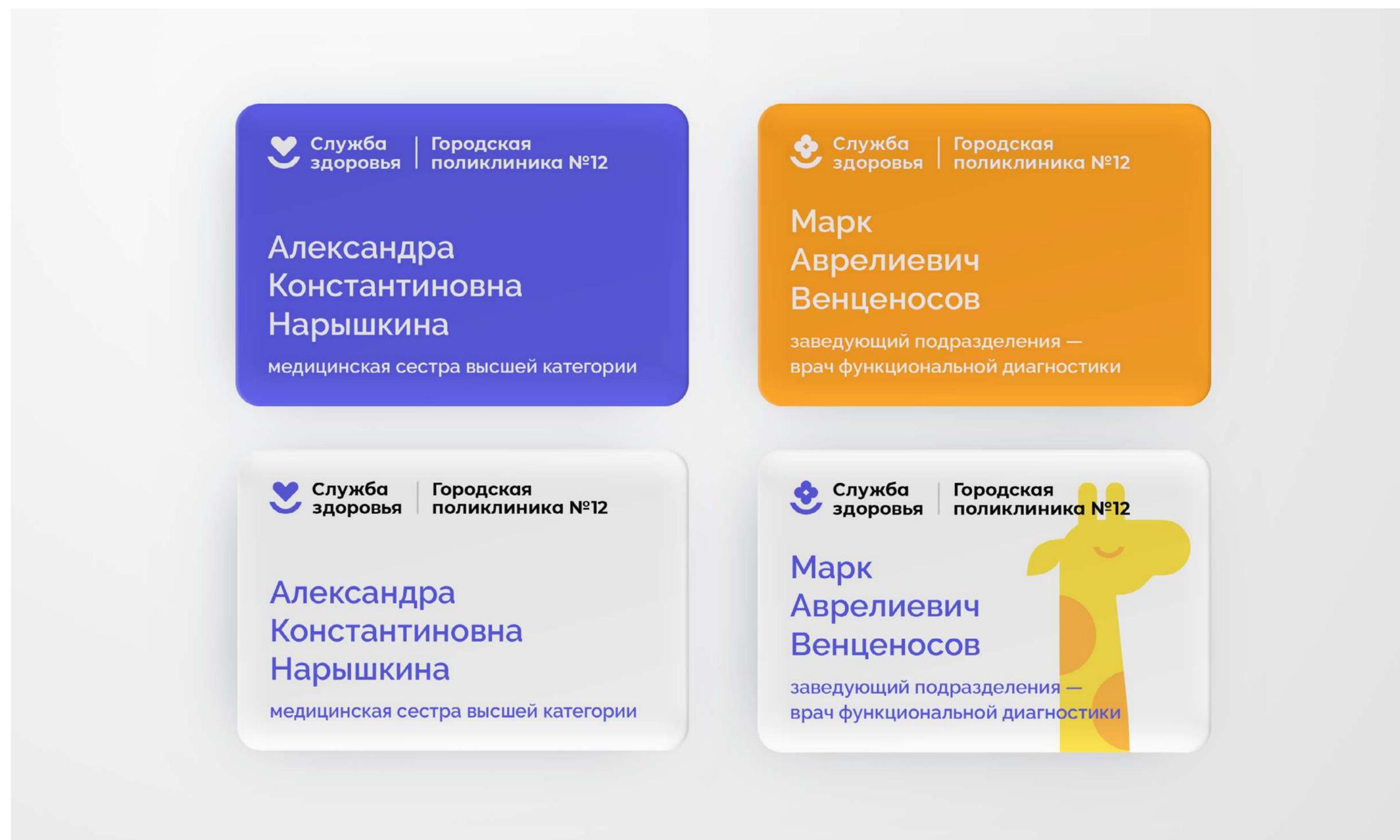


Бейдж для сотрудников детского подразделения.

Бейдж сотрудника

Бейдж пластиковый на магнитной застежке. Визуальное разделение для разного типа подразделения за счёт цветового кодирования. Формат бейджа 75x50мм. Охранное поле равно ширине знака.

Верхняя зона предназначена для логотипа и названия подразделения. ФИО и дополнительная информация выравнивается по левому краю с учетом базовой сетки в шаг 1 мм.



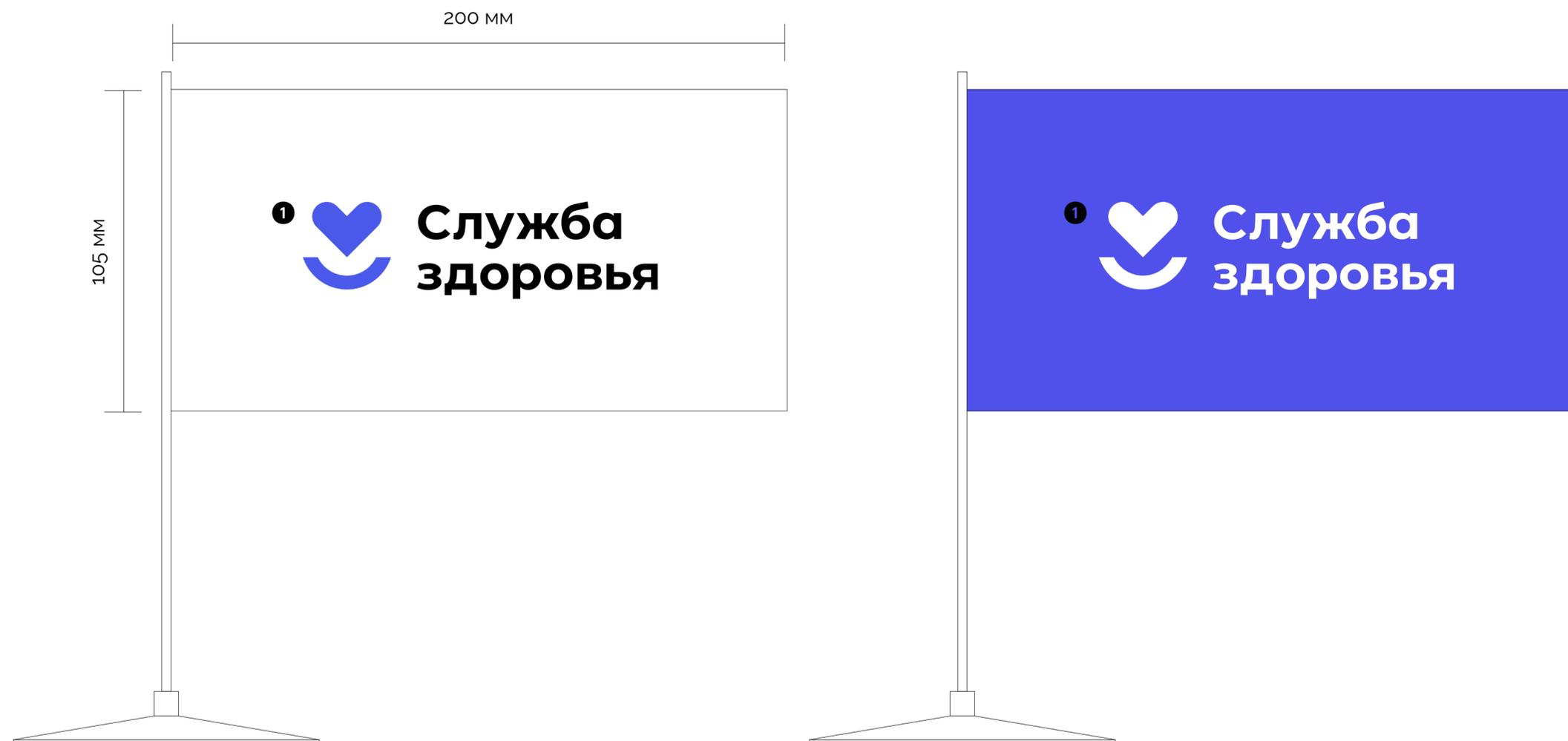
Флажок настольный

Флажок может быть сувениром на выставках или размещаться в переговорных комнатах. Флажки с фирменным блоком с обратной стороны изображены зеркально.

Формат флажка 200x105мм.

Экспликация на заполнение:

❶ Логотип размещается по центру флажка с учётом охранного поля.



Флажок настольный

Флажок может быть сувениром на выставках или размещаться в переговорных комнатах. Флажки с фирменным блоком с обратной стороны изображены зеркально.

Формат флажка 200x105мм.

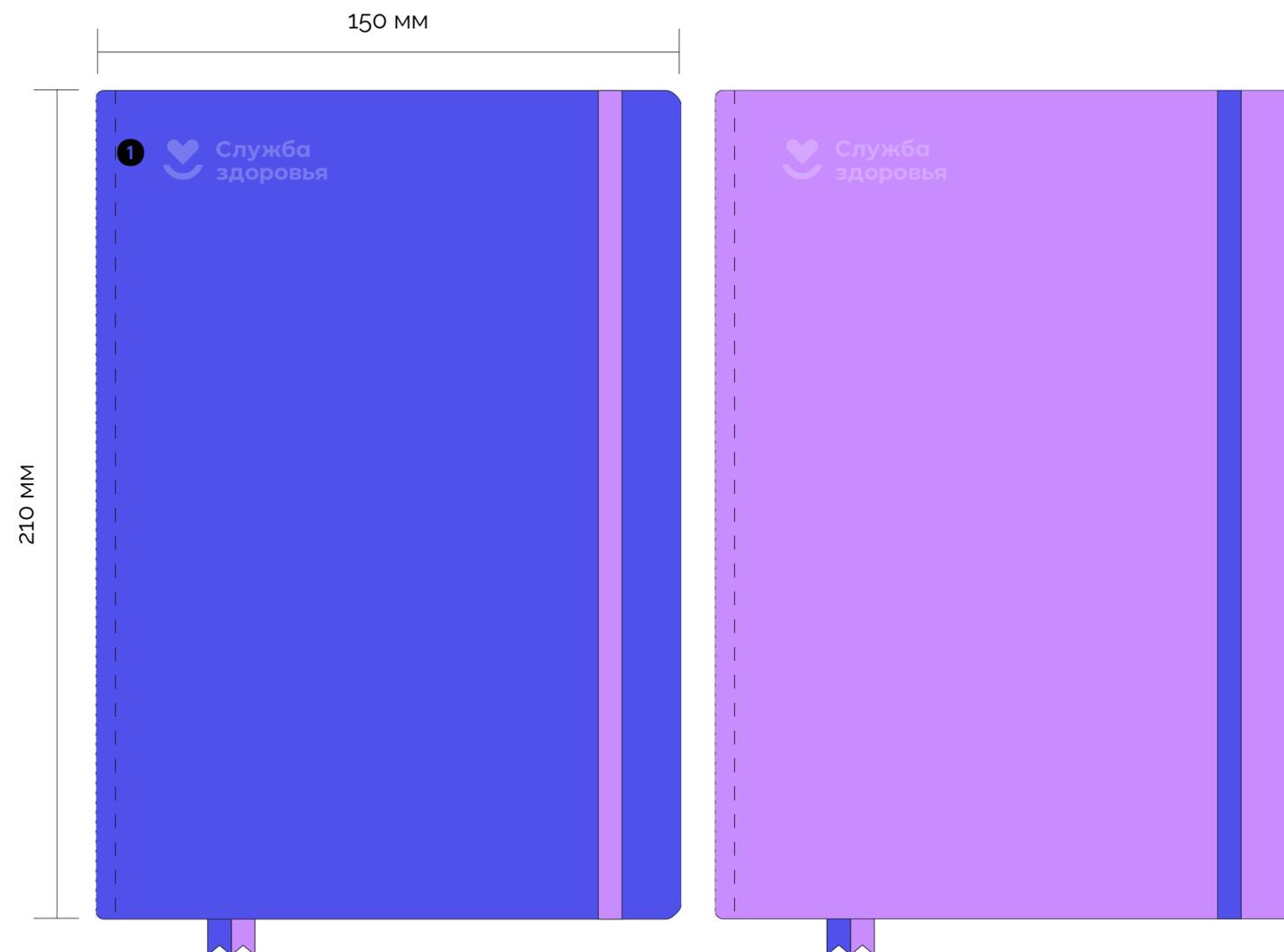


Ежедневник фирменный

Формат ежедневника 150x210мм. Ежедневник брендируется согласно цветовым сочетаниям разных подразделений. Логотип напечатан конгревом и компонуется в верхней левой части.

Экспликация на заполнение:

- 1 Логотип компонуется в верхней левой части ежедневника с учётом охранного поля.



Взрослое подразделение.



Детское подразделение.

Ежедневник фирменный

Формат ежедневника 150x210мм. Ежедневник брендируется согласно цветовым сочетаниям разных подразделений. Логотип напечатан конгревом и компонуется в верхней левой части.

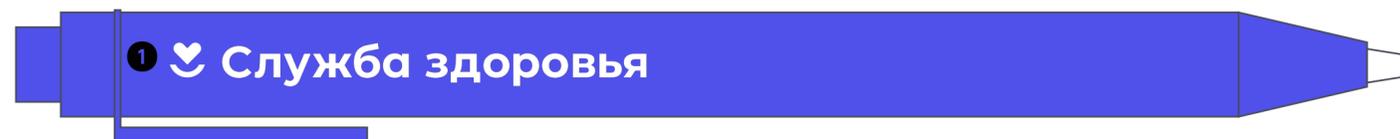


Ручка пластиковая

Для брендирования ручек и карандашей используется горизонтальная версия логотипа. Логотип выравнивается по левой части ручки.

Экспликация на заполнение:

❶ Горизонтальная версия логотипа выравнивается по левой части ручки. Логотип не меньше, чем допустимый минимальный размер.



Ручка пластиковая

Для брендирования ручек и карандашей используется горизонтальная версия логотипа. Логотип выравнивается по левой части ручки.



униформа

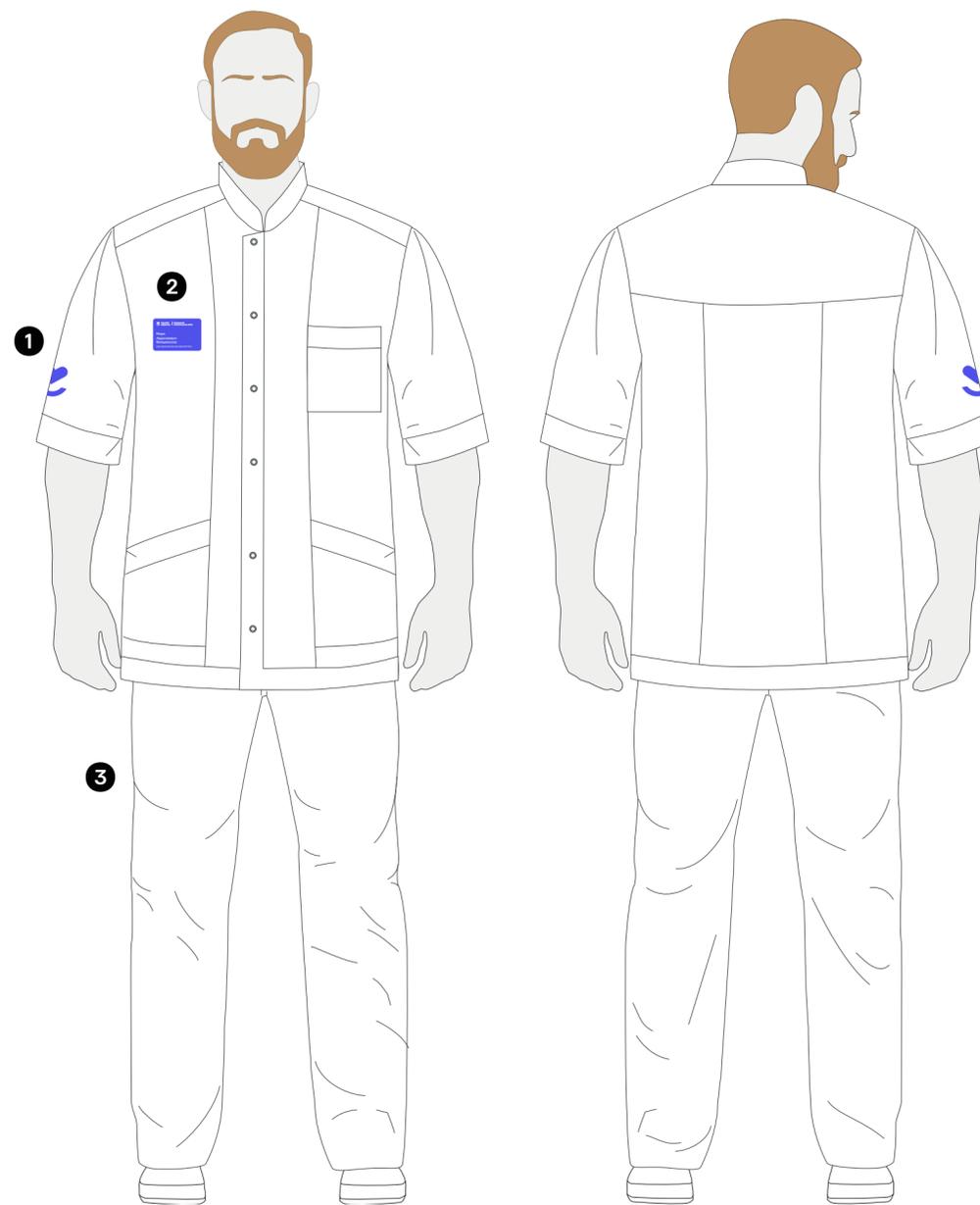
Костюм. Взрослое подразделение. Белая

Экспликация на заполнение:

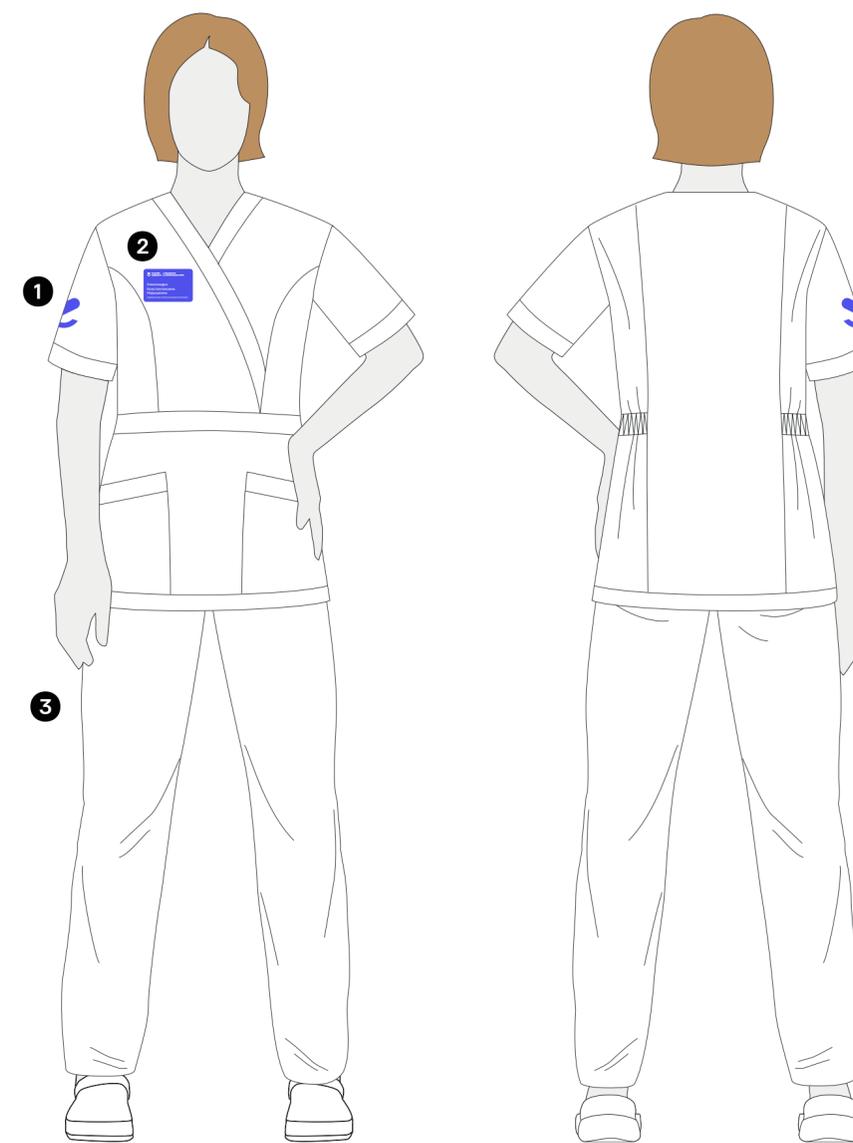
- ❶ Знак вышивается на боковой части правого рукава.
- ❷ Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны.

Классический белый вариант униформы сотрудника. Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



Костюм мужской. Детское подразделение.



Костюм женский. Детское подразделение.

Костюм. Взрослое подразделение. Белая

Классический белый вариант униформы сотрудника. Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



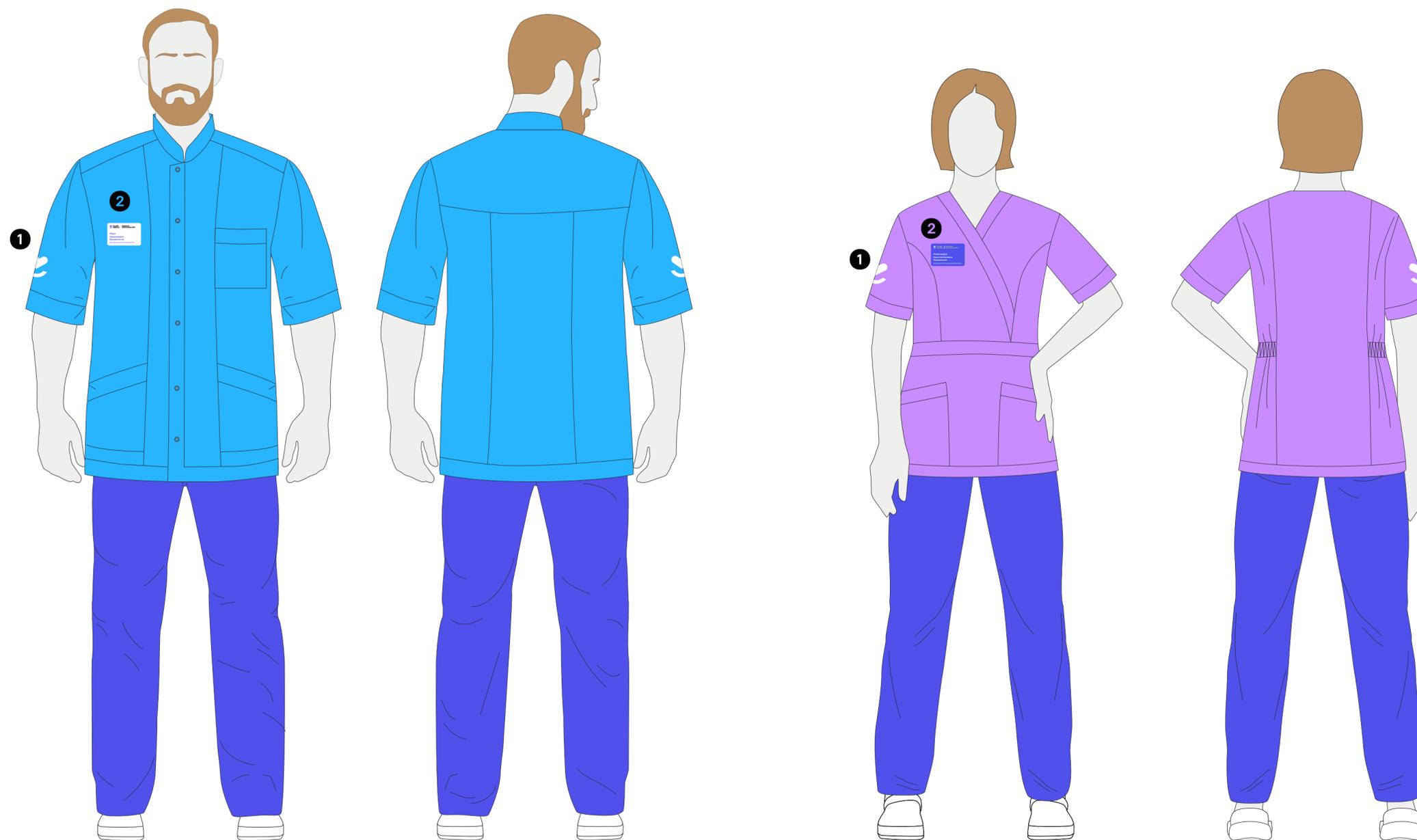
Костюм. Взрослое подразделение. Цветная

Экспликация на заполнение:

- ❶ Знак вышивается на боковой части правого рукава.
- ❷ Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны.

Униформа взрослого подразделения брендировается фирменными цветами (мужской костюм — голубо-синий, женский — сиренево-синий). Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Брюки у мужчин и женщин одинакового цвета для поддержания единого восприятия. Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



Костюм мужской. Взрослое подразделение.

Костюм женский. Взрослое подразделение.

Костюм. Взрослое подразделение. Цветная

Униформа взрослого подразделения брендирована фирменными цветами (мужской костюм — голубо-синий, женский — сиренево-синий). Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Брюки у мужчин и женщин одинакового цвета для поддержания единого восприятия. Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



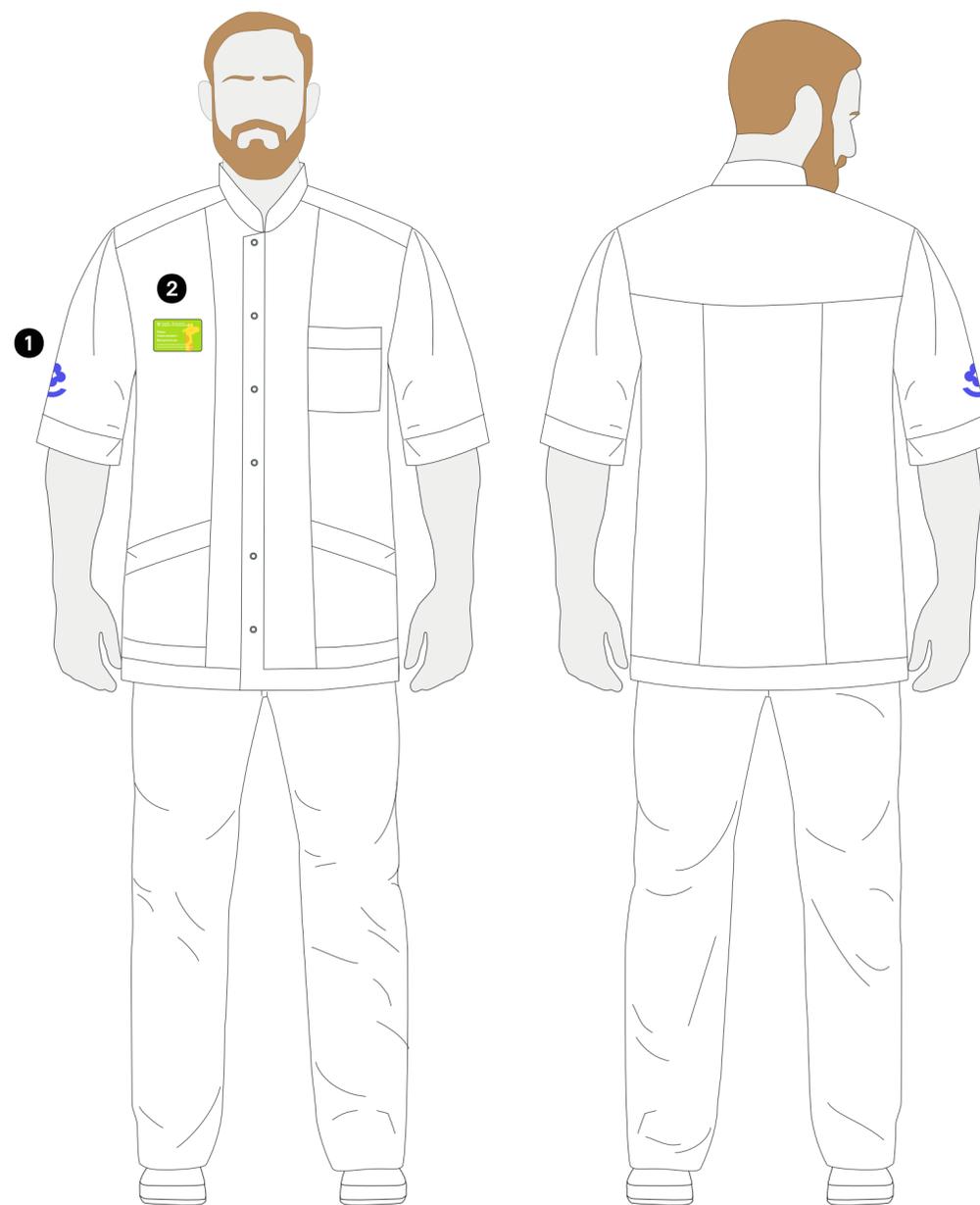
Костюм. Детское подразделение. Белая

Экспликация на заполнение:

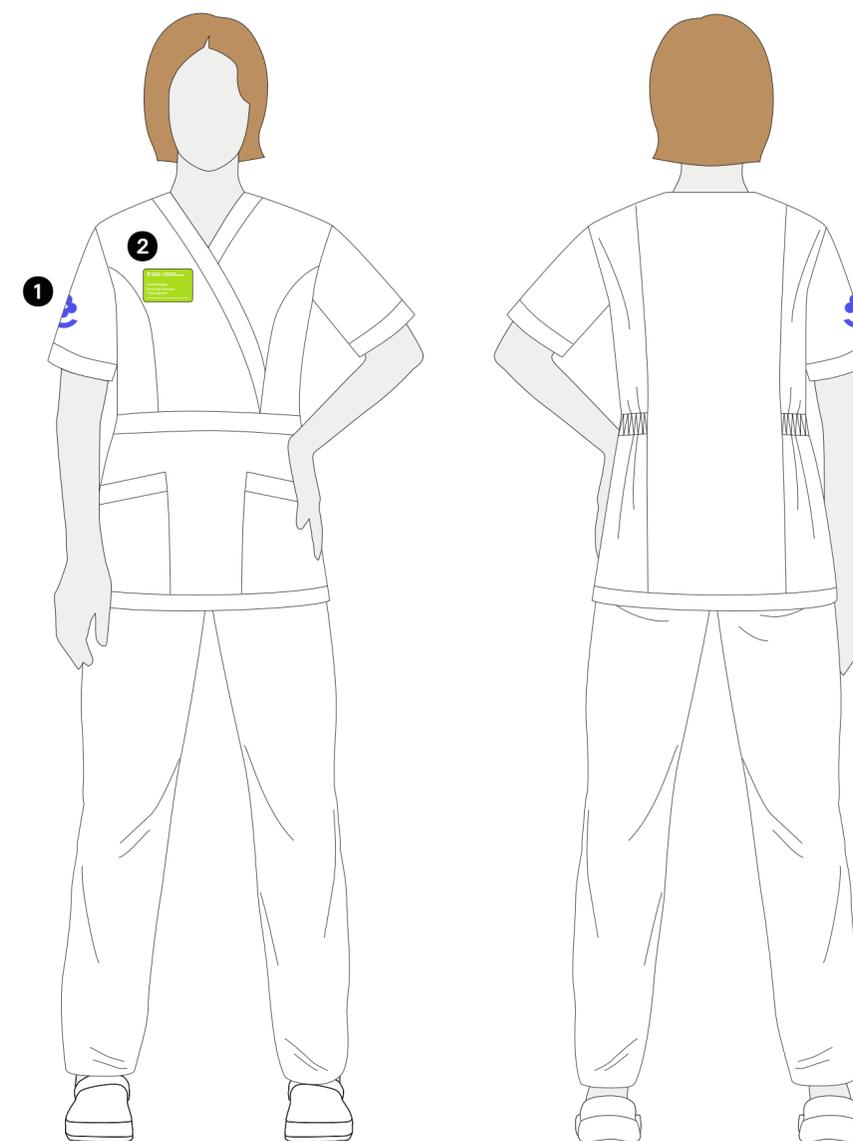
- ❶ Знак вышивается на боковой части правого рукава.
- ❷ Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны.

Классический белый вариант униформы сотрудника. Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



Костюм мужской. Детское подразделение.



Костюм женский. Детское подразделение.

Костюм. Детское подразделение. Белая

Классический белый вариант униформы сотрудника. Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



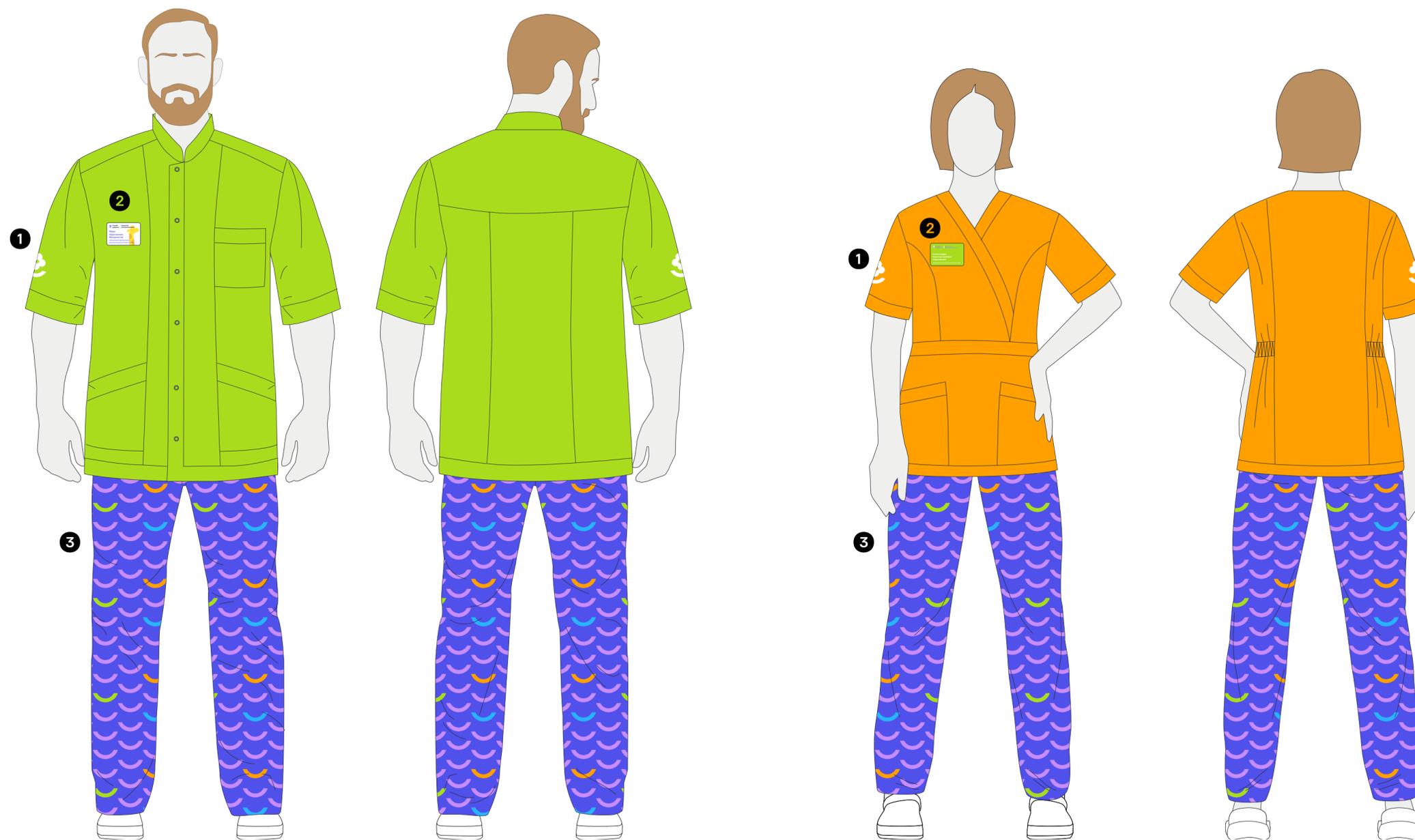
Костюм. Детское подразделение. Цветная

Экспликация на заполнение:

- ❶ Знак вышивается на боковой части правого рукава.
- ❷ Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны.
- ❸ Допустимо использование фирменного паттерна на брюках для создания дружелюбного образа бренда в детском подразделении.

Униформа детского подразделения брендируется фирменными цветами (мужской костюм — салатово-синий, женский — оранжево-синий). Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

Брюки у мужчин и женщин с весёлым паттерном для создания подходящей атмосферы. Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



Костюм мужской. Детское подразделение.

Костюм женский. Детское подразделение.

Костюм. Детское подразделение. Цветная

Униформа детского подразделения брендируется фирменными цветами (мужской костюм — салатово-синий, женский — оранжево-синий). Форма одежды отличается от стандартной для создания дружелюбного образа бренда.

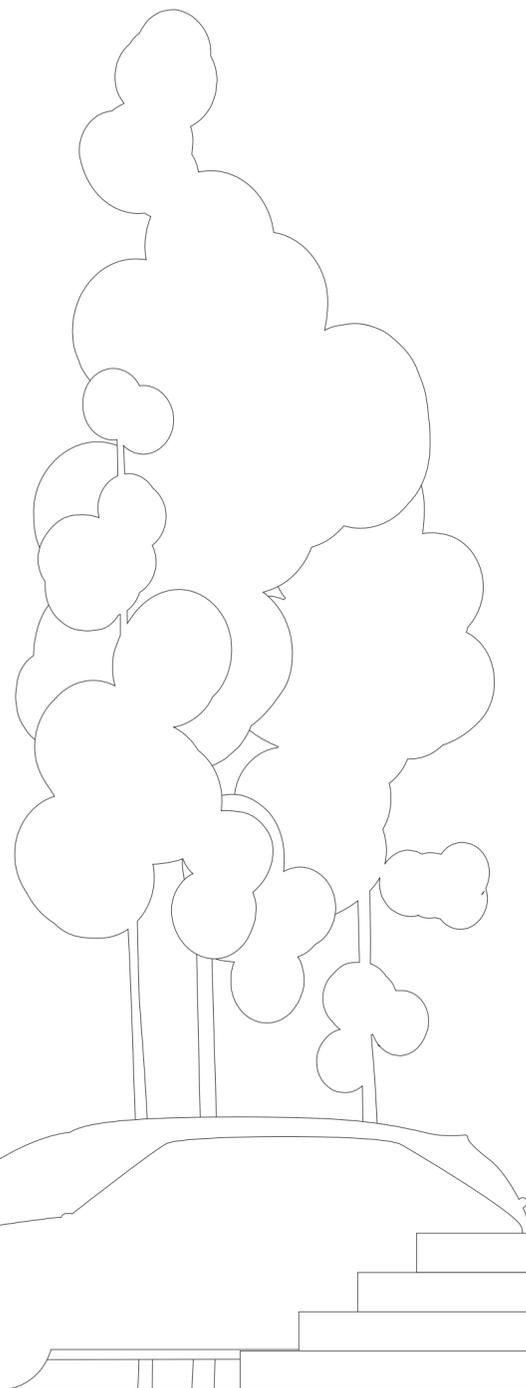
Брюки у мужчин и женщин с весёлым паттерном для создания подходящей атмосферы. Бейдж, контрастный по цвету к форме, располагается с правой стороны. Крупный знак вышивается на боковой части правого рукава.



КОНЦЕПЦИЯ НАВИГАЦИИ

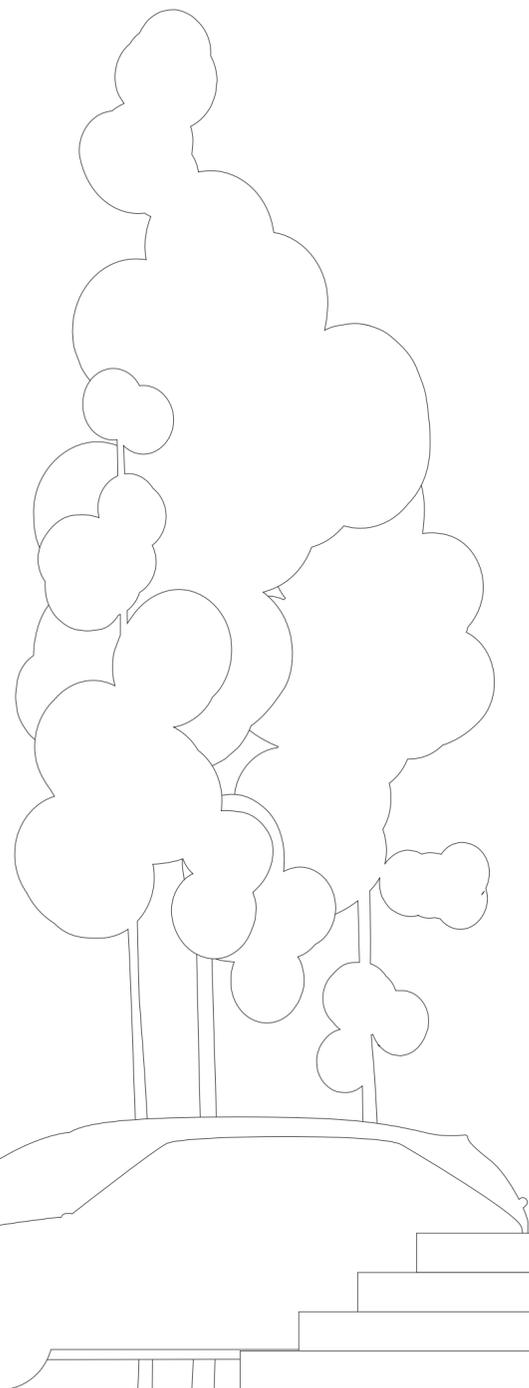
Брендинг вывески на белом козырьке

Служба здоровья. Руководство по использованию



Брендинг вывески на синем козырьке

Служба здоровья. Руководство по использованию



Служба
здоровья



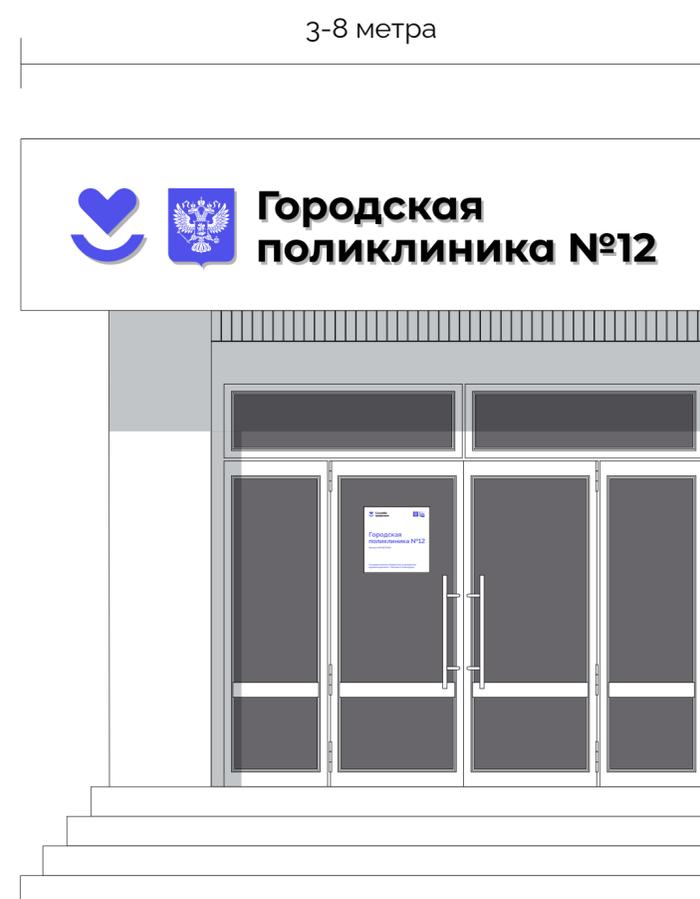
Городская
поликлиника №12



Брендинг вывески. Построение

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

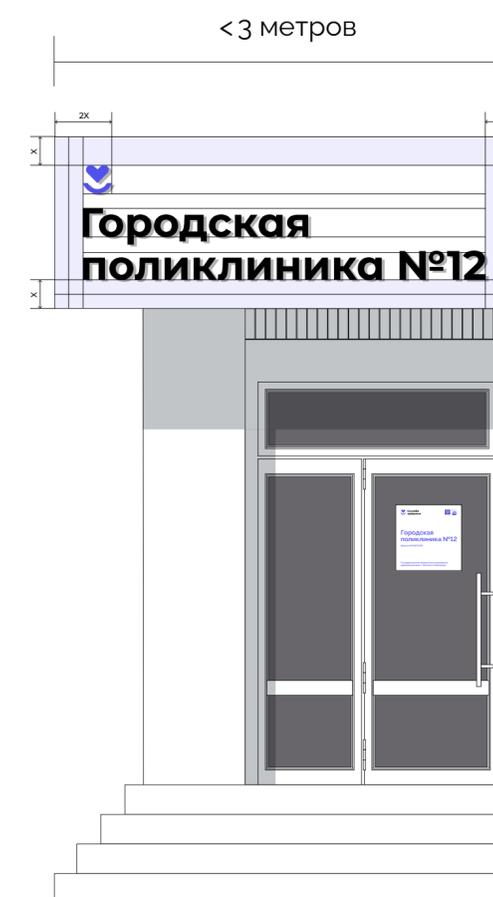
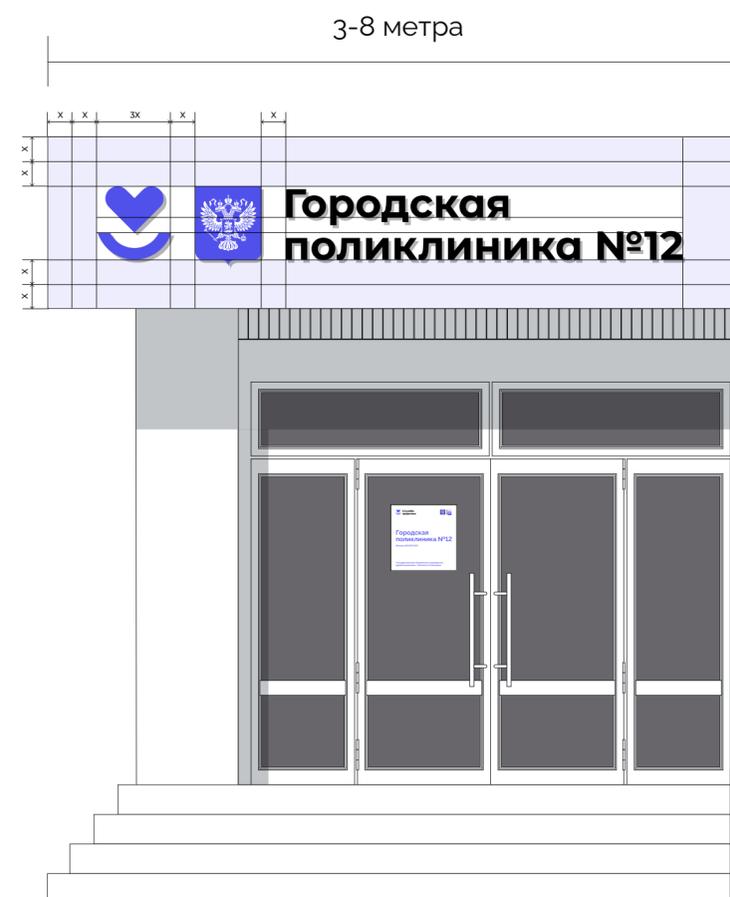
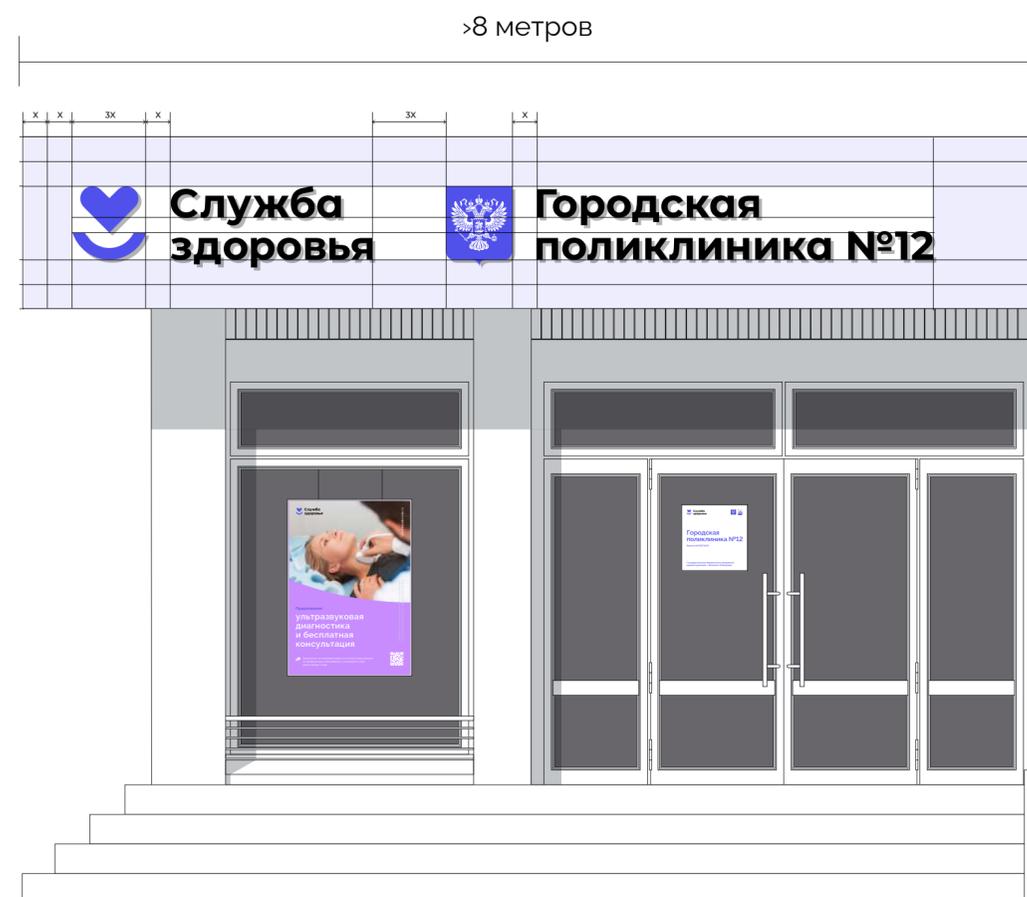
На данной странице представлены примеры брендирования козырька в зависимости от его ширины.



Брендинг вывески. Построение

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

На данной странице представлены примеры брендирования козырька в зависимости от его ширины.



Брендинг вывески. Подразделение

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

На данной странице представлены варианты брендирования вывески подразделения и построение охранного поля.

 **Служба
здоровья** | **Городская
поликлиника №12**

 **Городская
поликлиника №12**

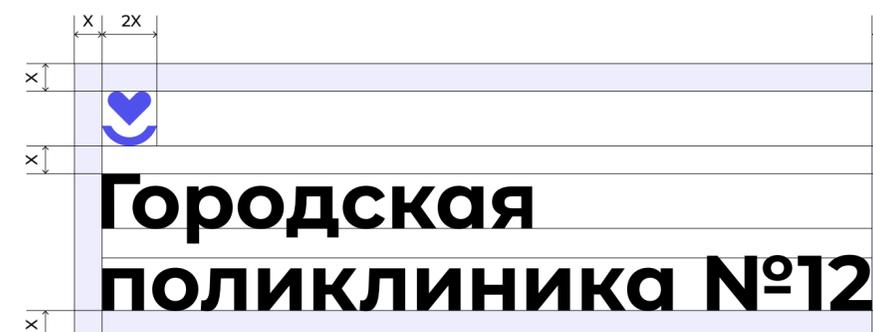
 **Городская
поликлиника №12**

 **Городская
поликлиника №12**

Брендинг вывески. Подразделение

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

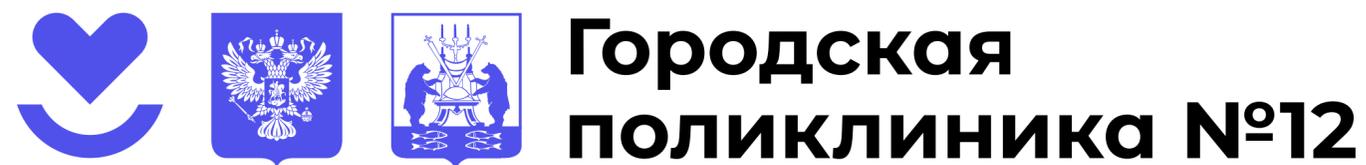
На данной странице представлены варианты брендирования вывески подразделения и построение охранного поля.



Брендинг вывески. Кобрендинг с гербами

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендинге.

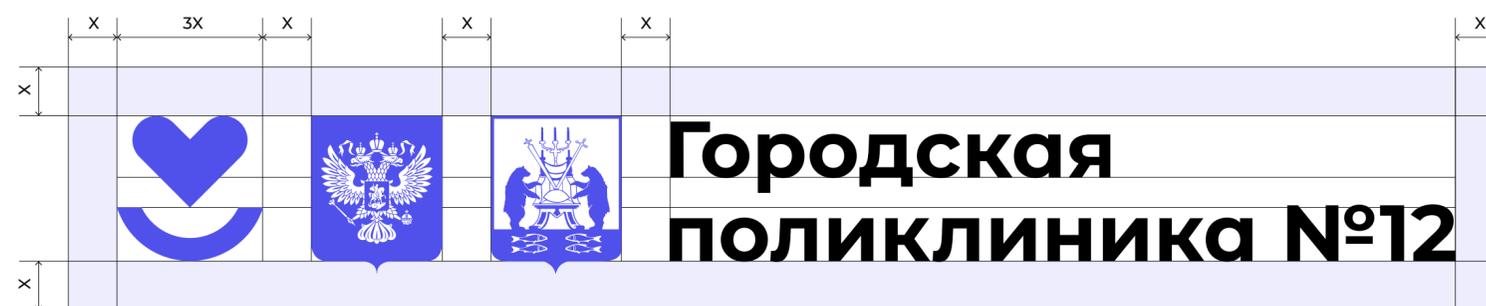
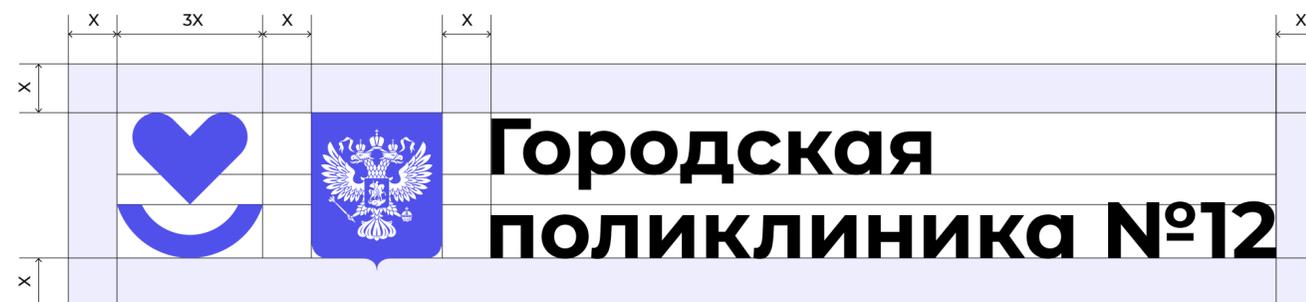
На данной странице представлены варианты брендинга вывески подразделения с гербами и построение охранного поля.



Брендинг вывески. Кобрендинг с гербами

Вывеска брендируется в зависимости от входной группы и ширины козырька. Логотип и зона кобрендинга выравнивается по левому краю. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

На данной странице представлены варианты брендирования вывески подразделения с гербами и построение охранного поля.



105

Брендинг
вывески < 3 метров



Городская
поликлиника №12



Служба
здоровья



Городская
поликлиника №12

107

Брендинг
вывески >8 метров



Служба
здоровья

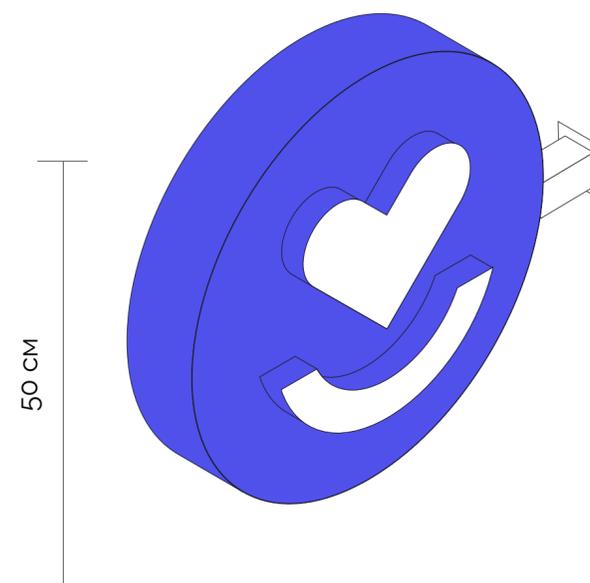
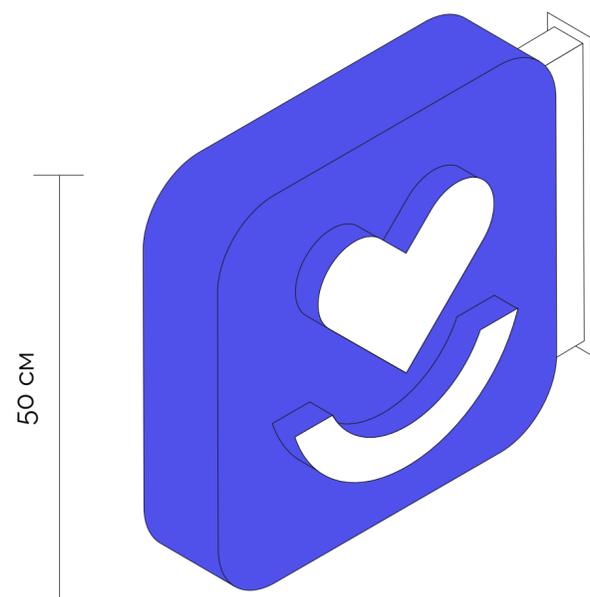
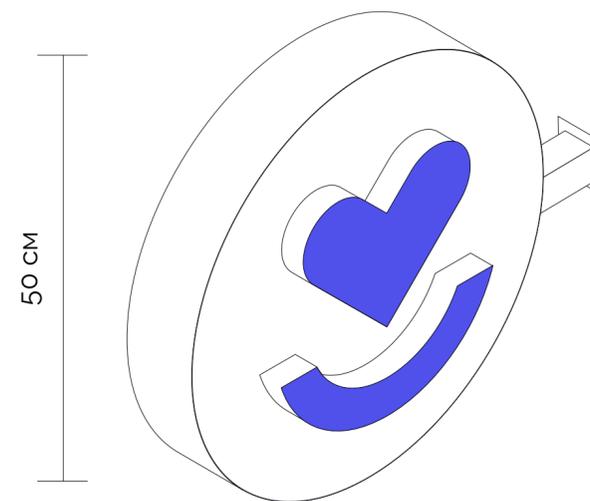
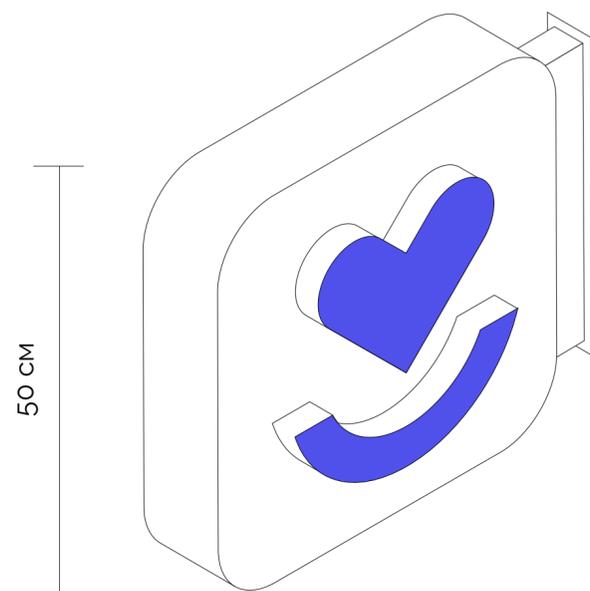


Городская
поликлиника №12

Брендинг вывески. Кронштейн-знак

Кронштейн размещается на боковой стороне от входа в здание. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

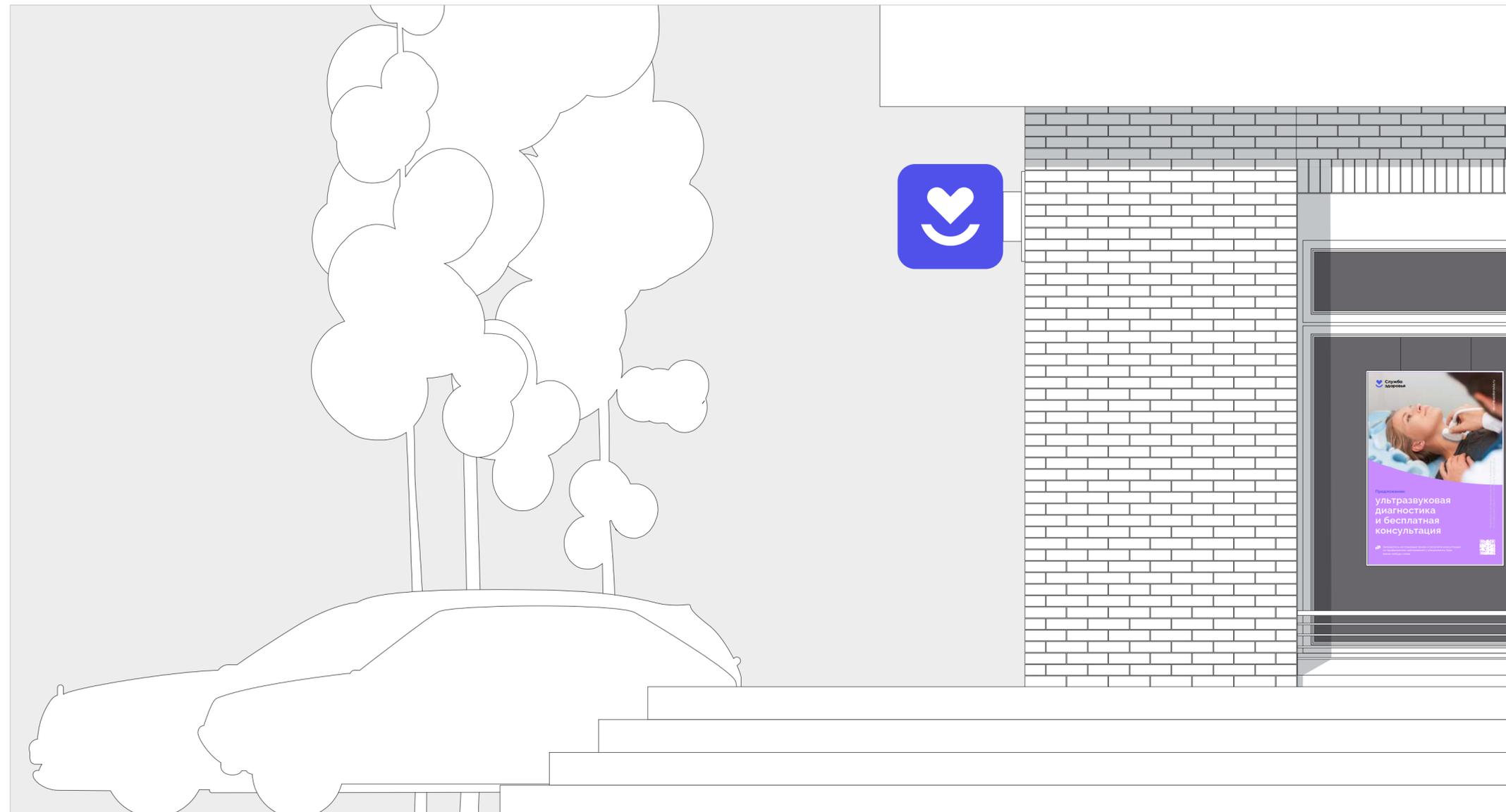
На данной странице представлены варианты брендирования кронштейна-знака.



Брендинг вывески. Кронштейн-знак

Кронштейн размещается на боковой стороне от входа в здание. Пользуйтесь правилами построения охранного поля во избежание ошибок при брендировании.

На данной странице представлены варианты брендирования кронштейна-знака.

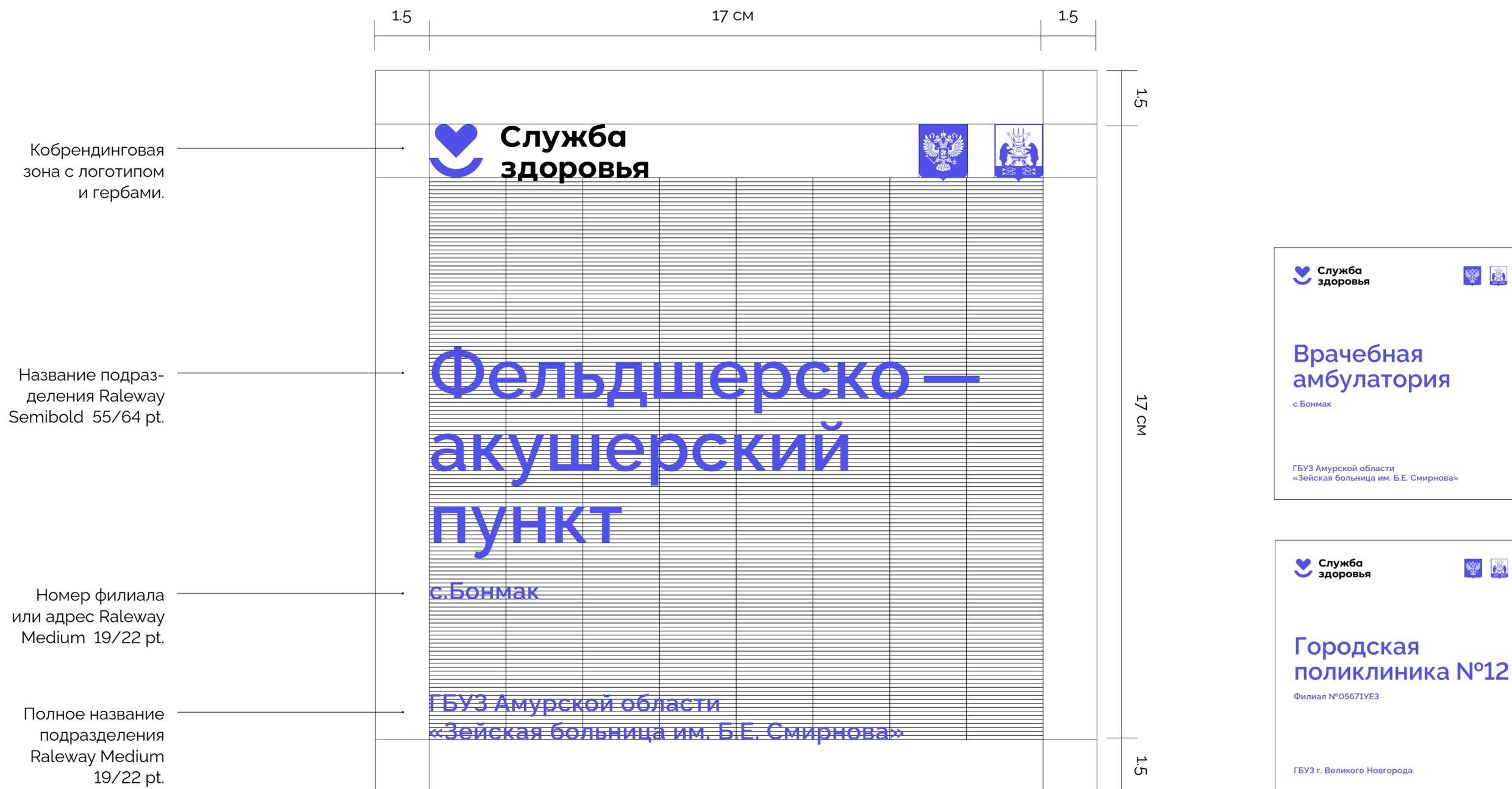


Пример размещения кронштейна-знака.

Брендинг входной таблички с названием подразделения

Входная табличка с названием подразделения формата 20x20см. Размещается с боковой стороны от входной двери. Крупно название подразделения. Сверху кобрендинговая зона с логотипом и гербами.

Полное название подразделения, адрес и номер филиала компонуются по базовой сетке в нижней части. Охранное поле равно ширине знака.



Брендинг входной таблички с названием подразделения

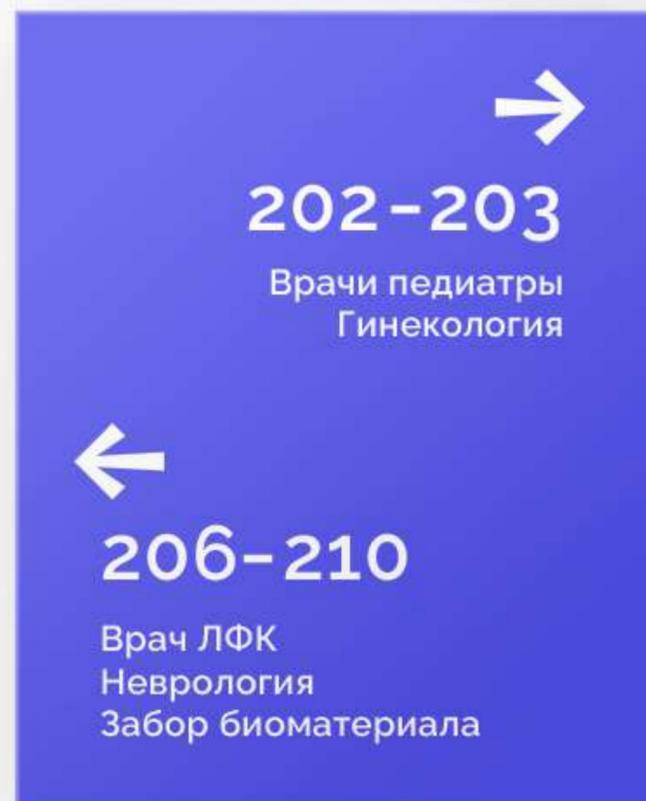


Врачебная амбулатория

с.Бонмак

ГБУЗ Амурской области
«Зейская больница им. Б.Е. Смирнова»

Брендинг навигационных табличек



транспорт

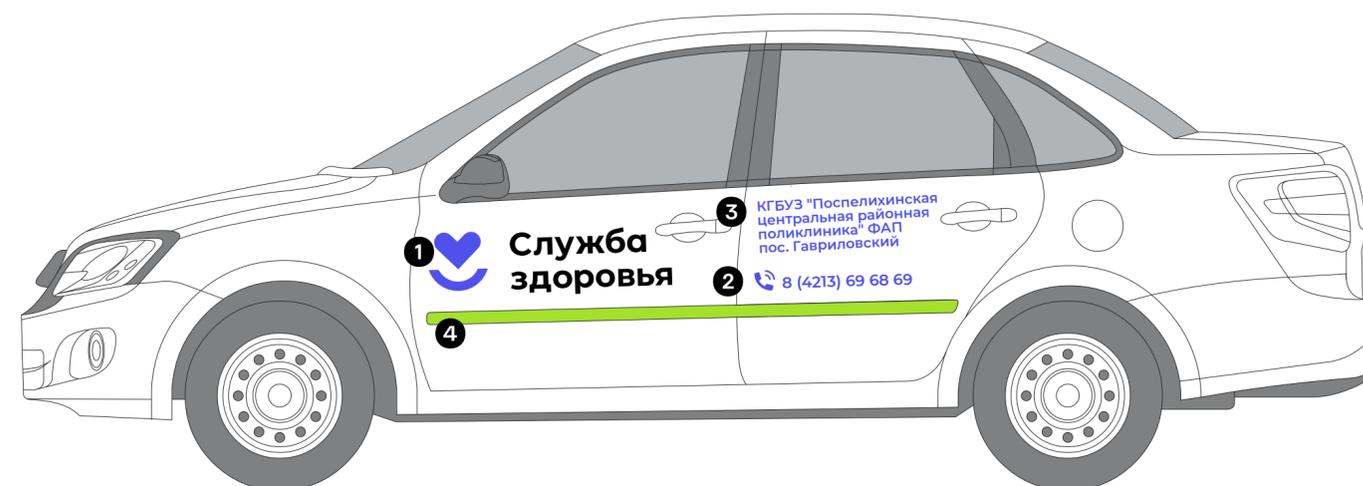
Транспорт. Lada Vesta. Белая

Экспликация на заполнение:

- ❶ Логотип выровняется относительно крайней части окна и располагается на передних дверях машины.
- ❷ Номер телефона находится выше разделительной салатовой линии и выровняется относительно крайней части окна.
- ❸ Дополнительная информация с полным названием учреждения или адресом располагается в свободной зоне под пассажирским окном.
- ❹ Разделительная полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины.

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.



Транспорт. Lada Vesta. Белая

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендирована фирменным салатным цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.



Транспорт. Lada Vesta. Тёмно-серая

Экспликация на заполнение:

- ❶ Логотип выровняется относительно крайней части окна и располагается на передних дверях машины.
- ❷ Номер телефона находится выше разделительной салатовой линии и выровняется относительно крайней части окна.
- ❸ Дополнительная информация с полным названием учреждения или адресом располагается в свободной зоне под пассажирским окном.
- ❹ Разделительная полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины.

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.



Транспорт. Lada Vesta. Тёмно-серая

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендирована фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.



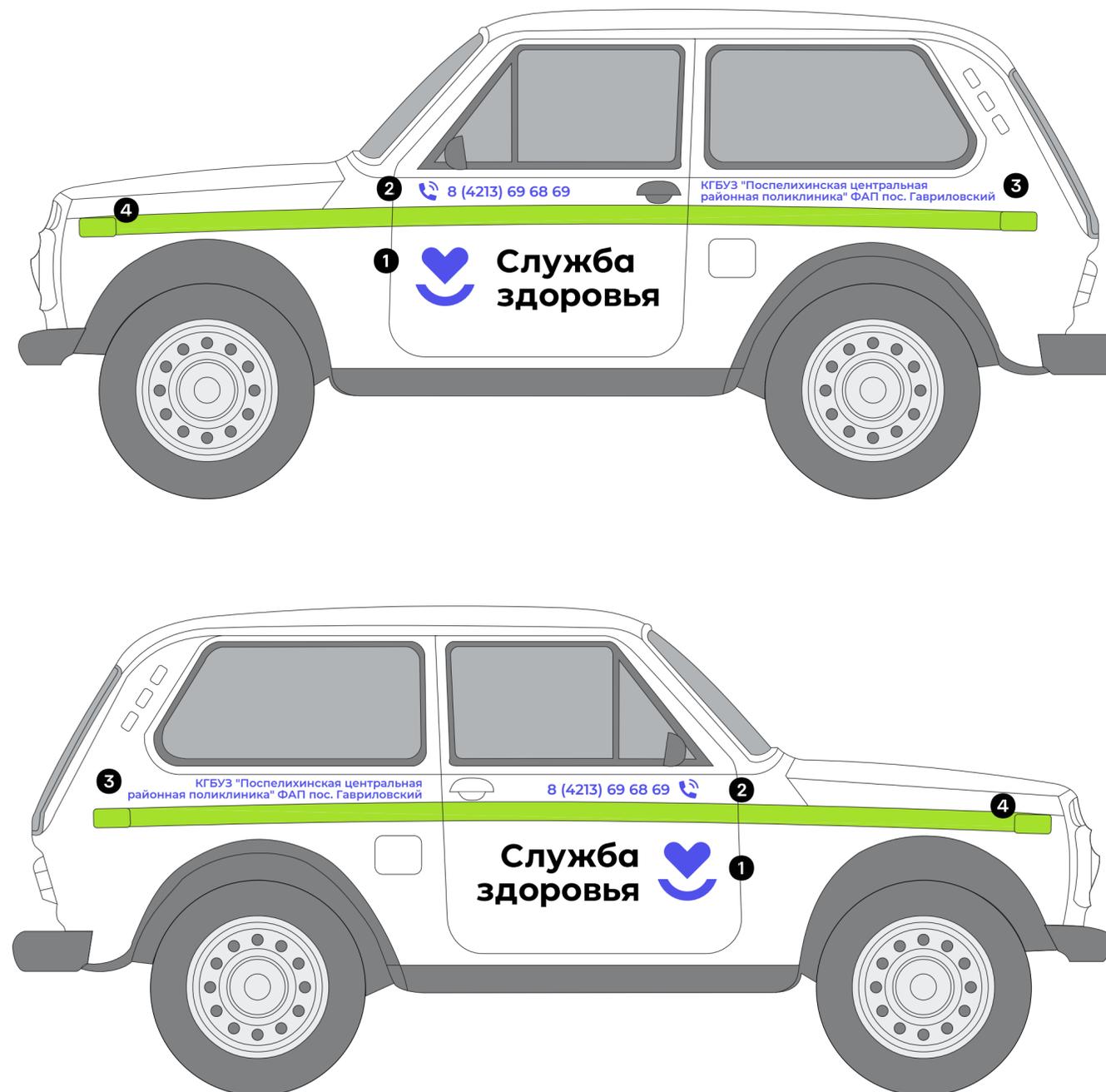
Транспорт. LADA NIVA Legend

Экспликация на заполнение:

- ❶ Логотип выравнивается относительно крайней части окна и располагается на передних дверях машины.
- ❷ Номер телефона находится выше разделительной салатовой линии и выравнивается относительно крайней части окна.
- ❸ Дополнительная информация с полным названием учреждения или адресом располагается в свободной зоне под пассажирским окном.
- ❹ Разделительная полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины.

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.



Транспорт. LADA NIVA Legend

Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендируется фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.

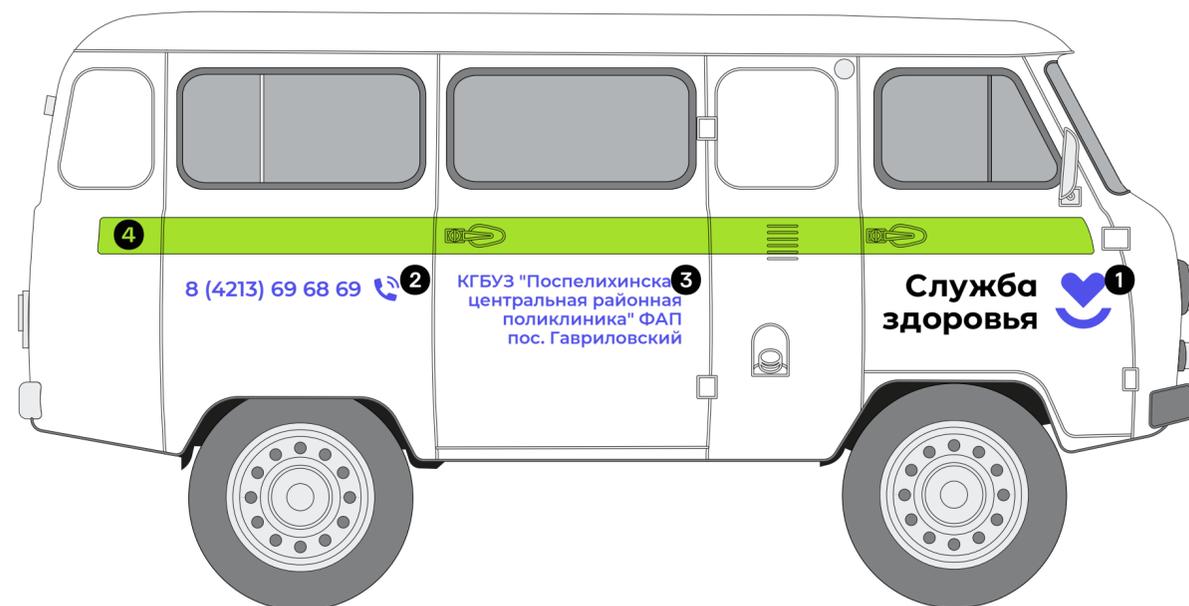
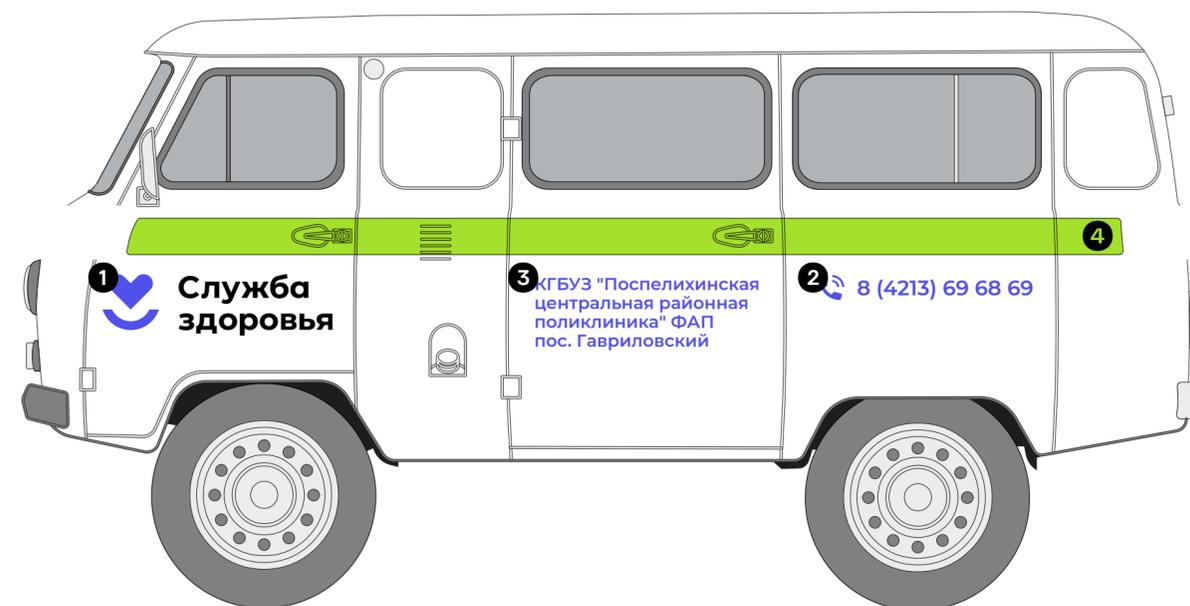


Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендировается фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.

Экспликация на заполнение:

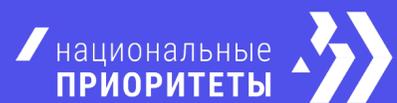
- ❶ Логотип выравнивается относительно крайней части окна и располагается на передних дверях машины.
- ❷ Номер телефона заведения находится ниже разделительной салатовой линии и выравнивается относительно крайней части окна.
- ❸ Дополнительная информация с полным названием учреждения или адресом располагается в свободной зоне под пассажирским окном.
- ❹ Разделительная полоса брендировается фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины.



Данные на транспорте располагаются зеркально относительно сторон. Знак в логотипе всегда должен быть устремлён в сторону движения. Дополнительная информация выравнивается по средней части относительно высоты машины.

Полоса брендирована фирменным салатовым цветом для повышения контрастности машины в потоке движения.





PLENUM^{CX}



Служба
здоровья

Будьте
здоровы!