



Союз «Агентство развития
профессиональных сообществ и рабочих
кадров «Молодые профессионалы
(Ворлдскиллс Россия)»

**Приложение 1
к приказу
19.09.2019-4
19.09.2019**

**УТВЕРЖДЕНО
Приказом
от 19.09.2019
№ 19.09.2019-4**

**ПОЛОЖЕНИЕ
о фирменном стиле проекта по ранней профессиональной
ориентации учащихся 6 – 11-х классов общеобразовательных
организаций «Билет в будущее»**

**Москва
2019**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение о фирменном стиле (далее по тексту – Положение), регламентирует вопросы, связанные с использованием фирменного стиля проекта по ранней профессиональной ориентации учащихся 6 – 11-х классов общеобразовательных организаций «Билет в будущее» (далее по тексту – Проект).

1.2. Фирменный стиль является одним из основных средств формирования благоприятного имиджа деятельности Проекта, представляющего собой конструирование Проектом своего образа для внешней и внутренней сред. Фирменный стиль представляет собой набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство деятельности Проекта, а также всей исходящей от Проекта информации.

1.3. Главной целью формирования фирменного стиля является закрепление в сознании потребителей деятельности Проекта положительных эмоций, связанных с высокой оценкой качества деятельности, а также обеспечение Проекта особой узнаваемостью.

1.4. Положение о фирменном стиле распространяется на партнеров, региональных координаторов и контрагентов Проекта.

1.5. Деятельность по внедрению фирменного стиля Проекта включает в себя:

- оформлений помещений мероприятий Проекта в фирменном стиле;
- изготовление рекламно-полиграфической продукции с элементами фирменного стиля Проекта;
- реклама в СМИ с элементами фирменного стиля;
- веб-сайт с элементами фирменного стиля;
- оформление презентаций, видеороликов и раздаточных материалов с элементами фирменного стиля.

2. Термины и определения

Фирменный стиль – комплексная система визуальной идентификации Проекта, способствующая формированию высокого имиджа и репутации Проекта.

Бренд-бук – официальный документ, в котором приведены стандарты визуального стиля Проекта.

Имидж Проекта – система представлений об Проекте, опосредующая любое обращение к ней как со стороны потребителя образовательных услуг, так и со стороны сотрудничающих ведомств и организаций, общественного мнения.

Союз – Союз «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)», оператор проекта по ранней профессиональной ориентации учащихся 6 – 11-х классов общеобразовательных организаций «Билет в будущее».

Партнер – участник Проекта, ответственный за реализацию части его мероприятий в соответствии с планом работы Проекта и соглашением о партнерстве, подписанным между ним и Союзом.

Контрагент – не являющееся партнером Проекта организация, выполняющая поставки, предоставляющая услуги или выполняющая работы для его реализации на основе договора с Союзом.

Региональный координатор – лицо, ответственное за реализацию Проекта на территории региона, участвующего в Проекте. Региональный координатор определяется органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, осуществляющим государственное управление в сфере образования.

Продукция - сувенирная, подарочная, выставочная, печатная, информационная, рекламная, оформительская, навигационная, интерьерная продукция; фирменная и форменная одежда; рекламно-полиграфическая продукция.

Айдентика – совокупность элементов, создаваемых организацией для создания определённого образа Проекта в глазах общественности.

3. Правила использования фирменного стиля Проекта

3.1. При использовании партнерами Проекта фирменного стиля Проекта допускается размещение на дизайн-макетах продукции логотипа партнерской организации.

3.2. При использовании региональными координаторами Проекта фирменного стиля Проекта допускается размещение на дизайн-макетах продукции наименования субъекта Российской Федерации.

3.3. Контрагенты Проекта изготавливают продукцию строго в соответствии с фирменным стилем, утвержденным приказом и положением.

4. Порядок использования фирменного стиля Проекта

4.1. В целях использования партнерами, региональными координаторами и контрагентами Проекта фирменного стиля Проекта дизайн-макеты продукции согласовываются с департаментом маркетинга и партнерских отношений. Коммуникация с согласовывающим департаментом производится через департамент по реализации проектов развития детей и молодежи.

4.2. В целях использования партнерами, региональными координаторами и контрагентами Проекта дополнительных элементов к фирменному стилю Проекта,

либо разработки и использования собственного фирменного стиля, содержащего элементы фирменного стиля Проекта, физические и юридические лица направляют заявку, которая должна содержать:

- сопроводительное письмо с просьбой согласовать применение дополнительных элементов к фирменному стилю Проекта либо применение элементов фирменного стиля Проекта в собственном фирменном стиле;
- описание и изображение дополнительных элементов фирменного стиля, применяемых физическими и юридическими лицами;
- обоснование необходимости применения дополнительных элементов при использовании фирменного стиля Проекта;
- перечень элементов фирменного стиля Проекта, которые предполагается применять в собственном фирменном стиле;
- департамент по реализации проектов развития детей и молодежи рассматривает указанную заявку в соответствии с основными целями управления фирменным стилем Проекта и с учетом перспектив развития и узнаваемости дополнительных элементов фирменного стиля Проекта и направляет предложения в департамент маркетинга и партнерских отношений;
- департамент маркетинга и партнерских отношений на основании предложений департамента по реализации проектов развития детей и молодежи принимает решение об удовлетворении или об отказе в удовлетворении заявки и уведомляет о нем департамент по реализации проектов развития детей и молодежи, который доводит указанное решение до заявителя.

5. Структура и описание фирменного стиля

5.1. Структура фирменного стиля

5.1.1. Руководство по использованию фирменного стиля представлено в бренд-буке в документе формата pdf.

5.1.2. Содержание бренд-бука:

I. Концепция;

II. Основной бренд-бук;

Основной бренд-бук используется для оформления выставочных зон, стендов, зон тестирования, веб-сайта, мобильного приложения Проекта, в том числе изготовление фирменной полиграфии (бланков документаций, визитных карточек, плакатов, открыток, благодарностей и т.д.)

III. Расширенный бренд-бук;

Расширенный бренд-бук включает в себя фирменные цвета и элементы оформления, которые закреплены за отраслями компетенций Проекта. Данный вариант может применяться в случае, если проводится мероприятие с акцентом на отрасли и компетенции Проекта. Цвета и элементы оформления символизируют

соответствующие им отрасли и компетенции. Адаптация бренд-бука под отрасли компетенций облегчает процесс навигации на крупных мероприятиях, подсознательно закрепив в обществе ассоциацию цветовой гаммы за компетенцией.

5.2. Описание основного бренд-бука

5.2.1. Основная айдентика:

- логотип;
- фирменные шрифты;
- фирменные цвета;
- стилеобразующие элементы;
- примеры оформления.

5.2.2. Логотип является основным элементом фирменного стиля Проекта и представляет собой специально разработанное оригинальное начертание названия Проекта.

Логотип Проекта состоит из графической и шрифтовой частей, объединенных в одну композицию.

Шрифт логотипа - Chevin Pro. Применение других шрифтов и искажение пропорций начертания в шрифтовой части при использовании логотипа – не допускается. Логотип можно использовать на фоне фирменных цветов.

Логотип используется на носителях фирменного стиля и на рекламных материалах для обозначения принадлежности продукции Проекту.

Логотип является собственностью Проекта и может использоваться партнёрами, региональными координаторами и контрагентами в порядке и на условиях, установленных настоящим Положением.

5.2.3. Фирменный шрифт Проекта - часть фирменного стиля, определенные шрифтовые решения в оформлении текстовых материалов.

Основной шрифт Проекта:

- Chevin Pro;

Вспомогательные шрифты Проекта:

- Chevin Pro-Light;
- Chevin Pro-Thin;
- Chevin Pro-Regular;
- Chevin Pro-SemiBold;
- Chevin Pro-Bold.

В случае нанесения текста на цветной фон, используется только белый цвет шрифта. При нанесении на белый фон, применяется голубой или фиолетовый цвет шрифта.

5.2.4. Firmenный цвет Проекта является одним из важных элементов фирменного стиля.

Цветовая палитра фирменного стиля Проекта состоит из:

- Ultra Violet: C-72, M-82, Y-8, K-1;

RGB: 93/ 70/ 133;

#5D4685;

- Light Blue: C-100, M-0, Y-0, K-0;

RGB: 0/ 155/ 220;

#009BDC;

- Black: C-100, M-0, Y-0, K-0;

RGB: 0/ 0/ 0;

#000000;

- Black 60%: C-0, M-0, Y-0, K-60;

RGB: 133/ 134/ 135;

#858687.

5.2.5. Стилеобразующие элементы основного бренд-бука включают в себя генеративную графику и связи. Толщину контура генеративной графики можно менять для изменения насыщенности. Толщина обводки 0,5 pt при размере 20 см. на 20 см.

5.2.6. Примеры оформления представлены в бренд-буке в виде:

- плакатов;

- ролл-апов;

- полиграфии.

5.3. Описание расширенного бренд-бука

5.3.1. Основная айдентика:

- логотип;

- фирменные цвета;

- стилеобразующие элементы;
- пиктограммы;
- примеры оформления.

5.3.2. В расширенном бренд-буке представлен пример основного логотипа с дескриптором. Шрифт использованный в дескрипторе - Chevin Pro.

5.3.3. Фирменные цвета дополнительного бренд-бука закреплены за отраслями основных компетенций Проекта:

- Государство:

Основной цвет: С-13, М-100, Y-100, К-4;

RGB: 171/ 15/ 34;

#ABOF22;

Дополнительный цвет: С-0, М-93, Y-88, К-0;

RGB: 195/ 44/ 45;

#C32C2D;

- Индустрия:

Основной цвет: С-100, М-0, Y-0, К-0;

RGB: 0/ 155/ 220;

#009BDC;

Дополнительный цвет: С-60, М-0, Y-0, К-0;

RGB: 132/ 195/ 234;

#84C3EA;

- Живые системы:

Основной цвет: С-95, М-15, Y-100, К-0;

RGB: 47/ 134/ 61;

#2F863D;

Дополнительный цвет: С-85, М-0, Y-95, К-0;

RGB: 80/ 155/ 69;

#509B45;

- Сервис:

Основной цвет: C-0, M-60, Y-100, K-0;

RGB: 212/ 126/ 28;

#D47E1C;

Дополнительный цвет: C-0, M-50, Y-100, K-0;

RGB: 219/ 146/ 26;

#DB921A;

- Творчество:

Основной цвет: C-71, M-100, Y-14, K-0;

RGB: 73/ 43/ 1115;

#492B73;

Дополнительный цвет: C-55, M-85, Y-0, K-0;

RGB: 114/ 66/ 138;

#72428A;

5.3.4. Элементы фирменного стиля расширенного бренд-бука включают в себя:

- фото пиктограмм отраслей компетенций Проекта;
- карту Российской Федерации;
- связи;
- гравюры, символизирующие отрасли компетенций Проекта;
- пиктограммы компетенций Проекта.

5.3.5. Примеры оформления в расширенном бренд-буке представлены в виде:

- бейджа;
- футболок;
- общего плаката;

- оформления стен в связке с определенной компетенцией;
- фотозон;
- паттерна и прессвола;
- флагов;
- табличек навигации.

6. Заключительное положение

6.1. Изменения и дополнения в настоящее Положение утверждаются приказом Генерального директора Союза «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)».