



О проекте.8

Стратегия. 10

Целевая аудитория 12

Ассоциации. 13

Миссия 14

Позиционирование бренда 15

Хештеги 16

Слоганы 17

Тональность 18

Ценности 18

Атмосфера 19

Подача 19

00. Базовые принципы

Логотип

Значение 22

Основная версия 24

Версия со слоганом 25

Охранное поле 26

Минимальный размер	26
Монохромная версия	27
На фоне	28
Недопустимое использование	29
Фирменные цвета	
Основные.	30
Шрифт	
Основной.	32
Дополнительный	33
Графика	
Паттерн	34
Съемка и обработка фотоизображений	36
Недопустимые варианты фотоизображений	37

01. Навигационный блок

Пиктограммы	40
-----------------------	----

02. Рекламный блок

Билборд	44
Шаблон цифровой презентации	45
Инфостойка.	46
Листовка А5	47
Флаер	48
Плакат А3	49
Роллап	50
Сити-формат	51

03. Цифровой блок

Веб-баннеры	54
Оформление соцсетей	
Telegram	56
Rutube	57
«Одноклассники»	58
VK	59

Сайт	60
Пэкшот-видео	61

04. Клиентский блок

Благодарственное письмо	64
Сертификат участника	65
Поздравительное письмо	66
Грамота	67
Открытка	68

05. Сувенирный блок

Зонт	72
Значок железный	73
Чехол для телефона.	74
Резиновые сапоги.	75
Термостакан	76
Кружка	77
Магнит	78
Наклейки	79

Блокнот.	80
Ручка.	81
Резиновый браслет	82
Футболка	83
Дождевик	84
Толстовка.	85
Холщовая сумка.	86
Кепка.	87

06. Корпоративный блок

Бейдж	90
Фирменный бланк.	91
Конверт почтовый.	92
Пропуск	93
Поздравительная открытка	94
Оформление транспорта	95
Электронное письмо с подписью.	96
Настольная табличка	97
Корпоративная форма.	98

О проекте



В рамках Всероссийского проекта «Сохраним лес» и губернаторской программы «Наше Подмосковье» каждую осень в регионе проходит экологическая акция «Наш лес. Посади свое дерево».

Она объединяет десятки тысяч жителей Московской области в стремлении благоустроить территорию, приумножить лесные массивы и сделать воздух чище. Ранней осенью, в сентябре, одновременно во множестве поселений Подмосковья высаживается более 1 млн деревьев.

История российской акции берет свое начало в 2011 году, когда по инициативе Русского

географического общества было организовано участие широких масс населения в восстановлении лесов, погибших в результате пожаров 2010 года. Обновление зеленых насаждений в Подмосковье началось в 2013 году.

Осенью 2014 года к проекту присоединились муниципальные образования, озеленяя и высаживая деревья на улицах, придомовых территориях, парках и скверах.



Принять участие в мероприятии может любой желающий: достаточно выбрать удобную площадку на геопортале и связаться с ее координатором. Весь необходимый инвентарь предоставляют организаторы, а специалисты лесного хозяйства рассказывают и показывают, как правильно сажать деревья.

По традиции высаживаются сеянцы сосны, ели и дуба – на лесных локациях, а на муниципальных – молодые декоративные деревья и кустарники (каштан, клен, рябина, кусты сирени и жасмина), а также фруктовые деревья (яблоня, вишня, груша).

Единый фирменный стиль привлечет внимание к осенней экологической акции, приумножит количество участников и вызовет у жителей Московской области положительные ассоциации к проекту и доверие к ведомству.



Стратегия

Обратить внимание общественности на экологические особенности региона и привить навыки бережного отношения к лесным массивам и природе Московской области, тем самым объединив жителей общим делом и единым вектором, направленным на улучшение экологической ситуации в Подмосковье.

Легко запоминающееся и узнаваемое оформление привлечет множество желающих принять участие в проекте по озеленению лесных и городских территорий региона и популяризирует саму идею ответственного подхода к экологии.



Целевая аудитория

- Жители Московской области всех возрастов
- Муниципальные службы региона
- Экоактивисты
- Люди с активной жизненной позицией
- Средства массовой информации



Ассоциации

- Энтузиазм
- Забота
- Развитие
- Поддержка
- Природа
- Общность

Миссия

Ежегодная осенняя акция объединяет разные социальные группы жителей Московской области. Движимые благородной идеей озеленить Подмоскovie, они действуют сообща, внося свой вклад в развитие региона и беря на себя часть ответственности за будущее родного края.

Участие в мероприятии воспитывает у детей бережное отношение к природе. Миссия Комитета лесного хозяйства – поддержать желание граждан и помочь с организацией мероприятий, делая их более доступными для жителей.

Позиционирование бренда

Функциональное измерение

«Наш лес. Посади свое дерево» – экологическая акция, которая обращает внимание жителей Московской области на проблемные зоны зеленого массива, пострадавшего в результате климатических изменений и халатности граждан. Задача ведомства – популяризировать бережное отношение к природе и восстанавливать леса и городские участки, тем самым улучшая экологическую обстановку.

Ментальное измерение

Акция изначально задумывалась как добровольное мероприятие для тех, кому не безразлично будущее региона. Забота об окружающей среде не навязывается в качестве обязательного субботника, но позиционируется как часть общественной жизни, без которой невозможно выстроить комфортную и здоровую среду для себя и своих близких. Посадка деревьев под руководством специалистов и с предоставленным инвентарем не требует материальных вложений, что позволяет принять участие всем, кто желает внести свою лепту.

Духовное измерение

Приходя на посадку деревьев всей семьей, жители Подмоскovie могут лучше узнать и понять друг друга, сделать участие в акции семейной традицией, которая закрепит преемственность поколений. Мероприятие не только сплачивает семьи и близких по духу людей, но и пробуждает теплые чувства к родной земле. Каждый высаженный куст, каждый саженец имеет значение в спасении природы и создании мощного зеленого кластера Московской области.

Социальное измерение

У жителей Подмоскovie, участвующих в акции, постепенно меняется отношение к природе и потреблению. Они начинают чувствовать личную ответственность за экологическое благосостояние региона, в котором они проживают. Общие цели сближают разные социальные группы людей, которые и после акции продолжают общение с единомышленниками. Сплоченное комьюнити и грамотная поддержка кураторов акции привлекают новых желающих присоединиться к озеленению территории.



Хештеги

#посадисвоедеревомо
#восстановимлесподмосковья
#подмосковныйлес
#экологическоевоспитание
#бережемприродуподмосковья
#экологическаякультура
#нашлес2022



Слоганы

- **Посади свое дерево в Подмосковье**
- **Вырастим лес вместе**
- **Сажаем деревья – смотрим в будущее**
- **Выбирай правильное будущее**
- **Забота об экологии начинается с малого**
- **Трава зеленее, а воздух чище!**
- **Благоустроим мир вокруг себя**

Тональность

Рекомендации по письменной коммуникации: язык бренда должен быть максимально простым и понятным каждому, в текстах – призыв к действию. Общение с аудиторией происходит в дружелюбной форме, искренне и доброжелательно.

Сохранять приветливый тон и в то же время избегать чересчур неформального стиля общения, сленга и неуместного юмора.

Обращать внимание современного общества на задачу по сохранению и повышению уровня осознанности, на развитие чувства долга и ответственности перед регионом и страной.

Ценности

- **Забота о природе**
- **Осознанность**
- **Здоровое будущее**
- **Воспитание молодежи**
- **Благополучие региона**

Подача

- **Современная**
- **Экологичная**
- **Позитивная**
- **Побуждающая к действию**

Атмосфера

- **Теплая**
- **Объединяющая**
- **Вдохновляющая**
- **Дружелюбная**
- **Атмосфера заботы о природе**



00. БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ

Логотип

Значение

Логотип представлен буквенным начертанием «Наш лес», которое визуально напоминает листья деревьев.

Листва, обрамляющая надпись, подчеркивает эти ассоциации и напоминает о цели акции по восстановлению лесного массива Подмосковья. Зеленый цвет дополнительно указывает на экологическую направленность проекта и отражает осознанное отношение к природе и дружелюбную атмосферу.



Логотип

Основная версия

Логотип используется на всех полиграфических и коммуникационных материалах, а также в веб-пространстве.



Версия со слоганом



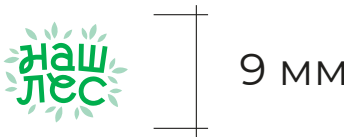
Логотип

Охранное поле



Охранное поле (зона комфорта) определяет минимально допустимое расстояние от логотипа до других изобразительных или текстовых элементов макета.

Минимальный размер



Минимальный размер лого – 9 мм в высоту.

Монохромная версия



Допускается использование корпоративного знака в монохромном и инверсном видах.

Черно-белая версия логотипа применяется там, где использование цветного варианта невозможно или технически нецелесообразно (внутренние циркуляры для печати на ч/б принтере).



Инверсия монохромной версии логотипа.

Логотип

На фоне

Существуют два варианта фона, на которых разрешено размещать логотип.

На странице приведены все возможные цветовые варианты логотипа в позитивном и инверсном видах. Точные значения цветов прописаны в разделе «Фирменные цвета».



Логотип

Недопустимое использование



Нельзя изменять пропорции знака или названия.



Нельзя сжимать логотип.



Нельзя растягивать логотип.



Нельзя изменять расстояние между графическим элементом и названием.



Нельзя использовать основную версию корпоративного знака на цветной плашке.



Нельзя размещать логотип без охранного поля.

Фирменные цвета

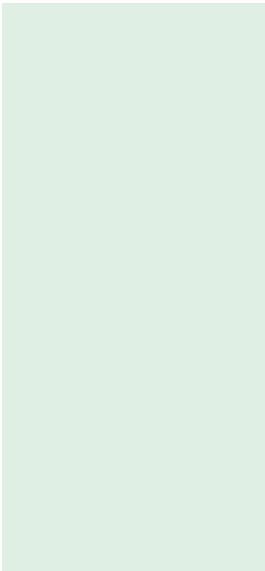
Основные

Шесть специально определенных фирменных цветов отражают ценности бренда и используются в коммуникации.

Цвета описаны в четырех системах (RGB/HTML/CMYK/PANTONE).

CMYK – для печати триадными красками, RGB/HTML – для отображения фирменных цветов на экране и веб-конструирования.

Все фирменные цвета могут использоваться в оформлении полиграфии (типографика, информационная графика – диаграммы), сувенирной продукции и т.д.



RGB 216 237 221
CMYK 15 0 15 0
WEB D8EDDD
PANTONE 2253 C



RGB 166 216 292
CMYK 35 0 30 0
WEB A6D8C0
PANTONE 2246 C



RGB 0 174 77
CMYK 85 0 100 0
WEB 00AE4D
PANTONE 354 C



RGB 75 166 221
CMYK 65 0 20 0
WEB 4BA6DD
PANTONE 2171 C



RGB 253 185 19
CMYK 0 30 100 0
WEB FDB913
PANTONE 130 C



RGB 243 112 58
CMYK 70 0 85 0
WEB F3703A
PANTONE 1645 C



RGB 238 49 36
CMYK 0 95 100 0
WEB EE3124
PANTONE 485 C



RGB 46 52 69
CMYK 75 65 40 55
WEB 2E3445
PANTONE 4133 C

Шрифт Основной

Шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Они используются в деловой документации, рекламной и другой фирменной продукции.

Корпоративный шрифт – гарнитура Montserrat. Шрифт существует как в кириллическом, так и в латинском варианте.

Последовательное и правильное использование фирменных шрифтов придает всей печатной продукции единообразие и уникальность.

Montserrat

АаБбВвГгДдЕеЕеЖж
ЗзИиЙйКкЛлМмНнОо
ПпРрСсТтууФфХхЦцЧч
ШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789.,: + / (? « »)

Шрифт Дополнительный

Альтернативный шрифт Corsa Grotesk используется в делопроизводстве и веб-конструировании.

Он относится к группе системных шрифтов и не требует дополнительного лицензирования. Шрифт применяется для технического текста.

Corsa Grotesk Bold

АаБбВвГгДдЕеЕеЖжЗзИиЙйКкЛлМм
НнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщ
ЪъЫыЬьЭэЮюЯя0123456789.,: + / (? « »)

Corsa Grotesk Black

АаБбВвГгДдЕеЕеЖжЗзИиЙйКк
ЛлМмНнОоПпРрСсТтУуФфХхЦц
ЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789.,: + / (? « »)

Графика

Паттерн

Дополнительным стилеобразующим элементом выступает фоновая графика, которая применяется для выделения информации в макетах и поддержания фирменного стиля.

Графика колорируется фирменными цветами из палитры бренда.

Фирменная графика состоит из рисунков со схематичным изображением группы людей в процессе высаживания деревьев. Теплые красно-оранжевые оттенки указывают на осеннее время проведения акции и вдохновляют присоединиться к облагораживанию Подмосковья.



Графика

Съемка и обработка фотоизображений

Фотоизображения используются на информационных, презентационных и отчетных материалах, также возможно использование репортажной фотосъемки.

Старайтесь избегать использования фотографий из фотобанков.



Понятный сюжет.
Хорошая освещенность.



Цветность.
Эмоции.



Контраст и яркость.
Динамика.
Глубина резкости.

Технические требования к фотоматериалам для печати: цветовой профиль СМУК, 300 точек на дюйм (dpi), исходник размером не менее 3000 px по одной стороне.

Графика

Недопустимые варианты фотоизображений

Элементы несоответствующие стилистике брендбука.



Коллажирование, клипарт.



Мусорная фотография.
Планы перегружены.
Нет акцента.



Не допускается использование изображений не в фокусе, перегруженных элементами и смыслами. Сюжет фотографии должен считываться просто. Все главные герои должны быть подсвечены и хорошо различимы.

01. НАВИГАЦИОННЫЙ БЛОК

Пиктограммы

										
Медицинский пункт	Курить запрещено	Сеянец	Кусты	Удобрения		Охрана	Место для фото	Проход закрыт	Выгул собак запрещен	Мусорить запрещено
										
Точка выдачи инвентаря	Подзарядка устройств	Точка питания	Женский туалет	Мужской туалет		Обход	Велодорожка	Дорожка для автомобиля	Окрашено	Не трогать
										
Туалет для маломобильных групп населения	Информационный пункт	Парковка	Место встречи	Администрация						

02. РЕКЛАМНЫЙ БЛОК

Билборд



Шаблон цифровой презентации



Инфостойка



Листовка А5



Флаер



Плакат А3



Роллап



02. ADVERTISING/ ROLLUP

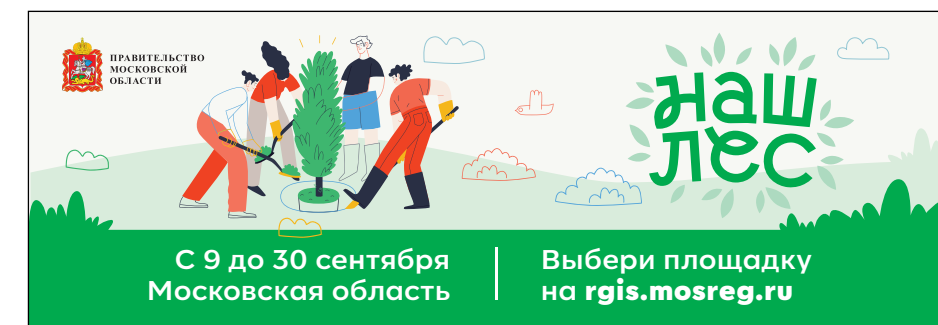
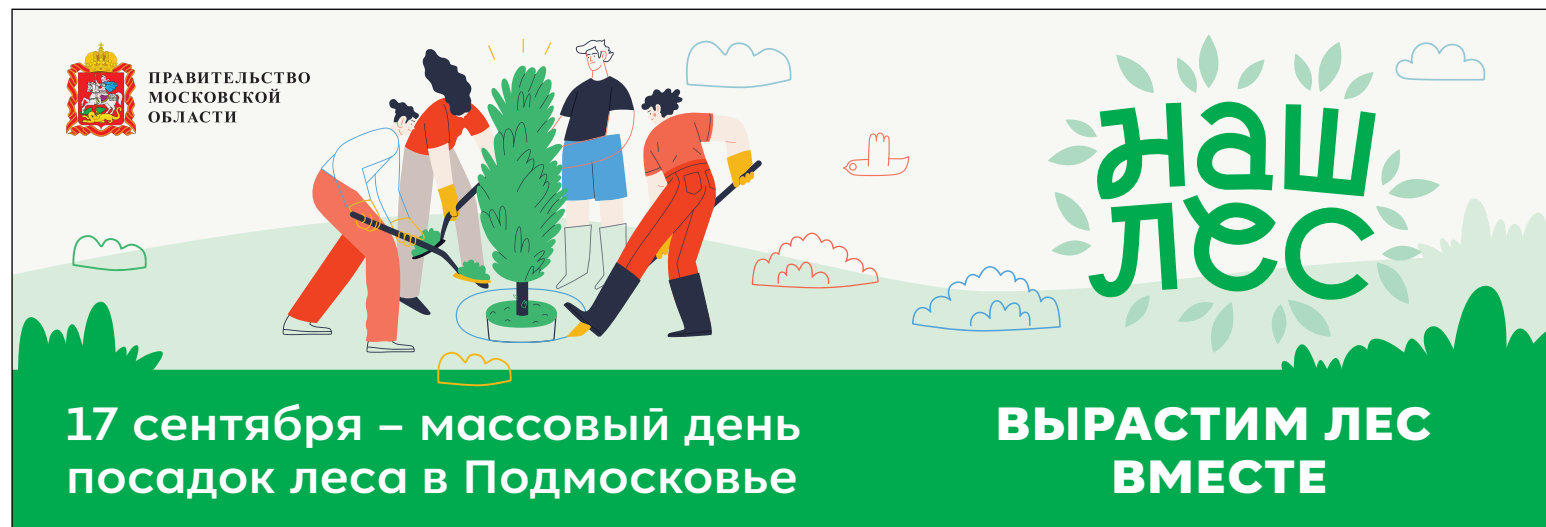
Сити-формат



02. ADVERTISING/ CITYFORMAT

03. ЦИФРОВОЙ БЛОК

Веб-баннеры



Оформление соцсетей

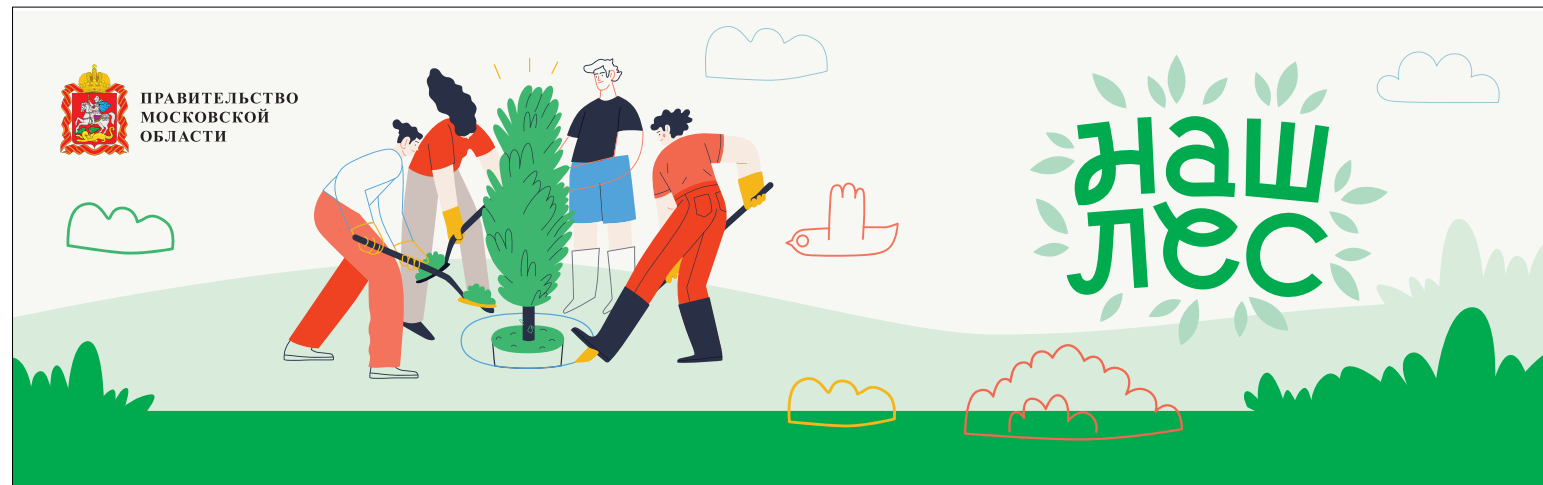
Telegram



Rutube



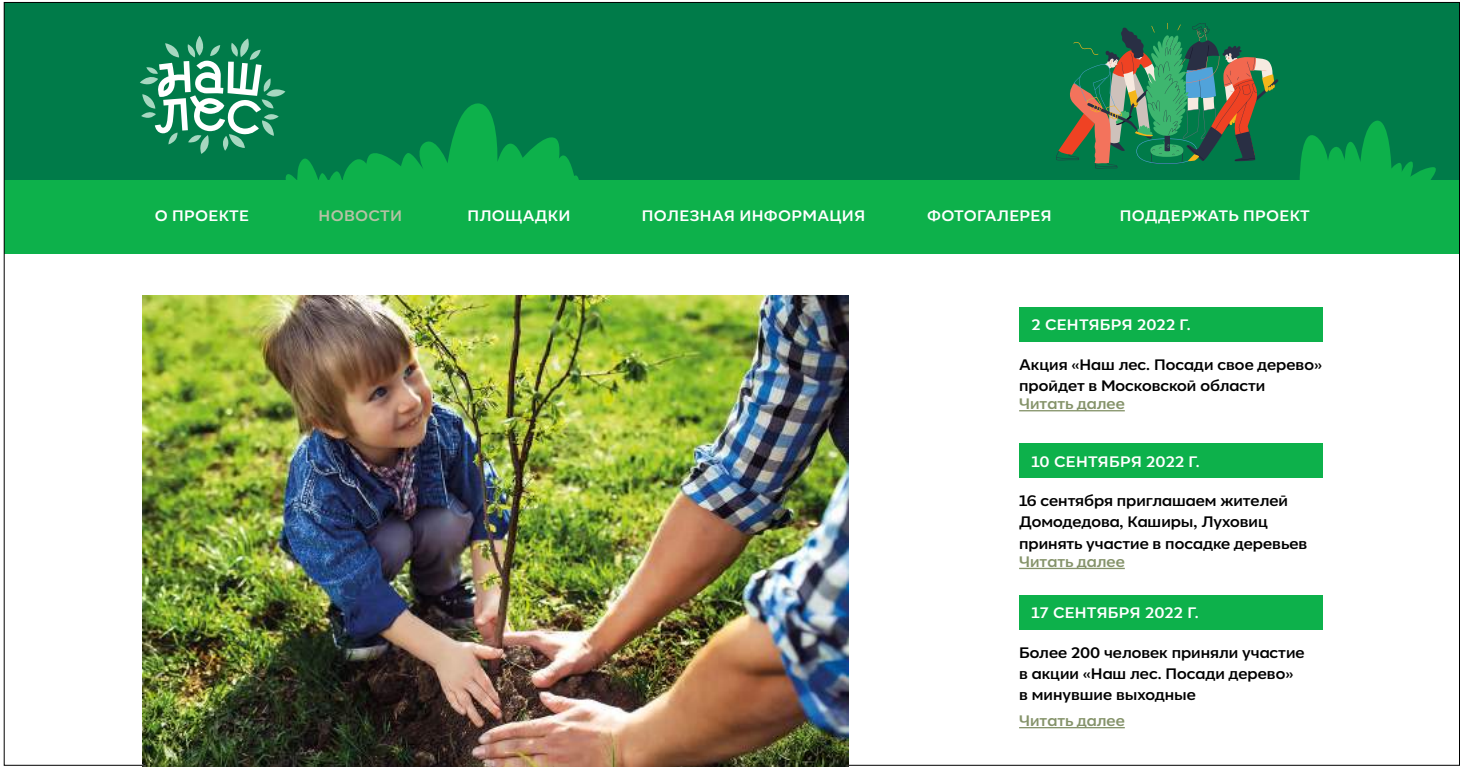
«Одноклассники»



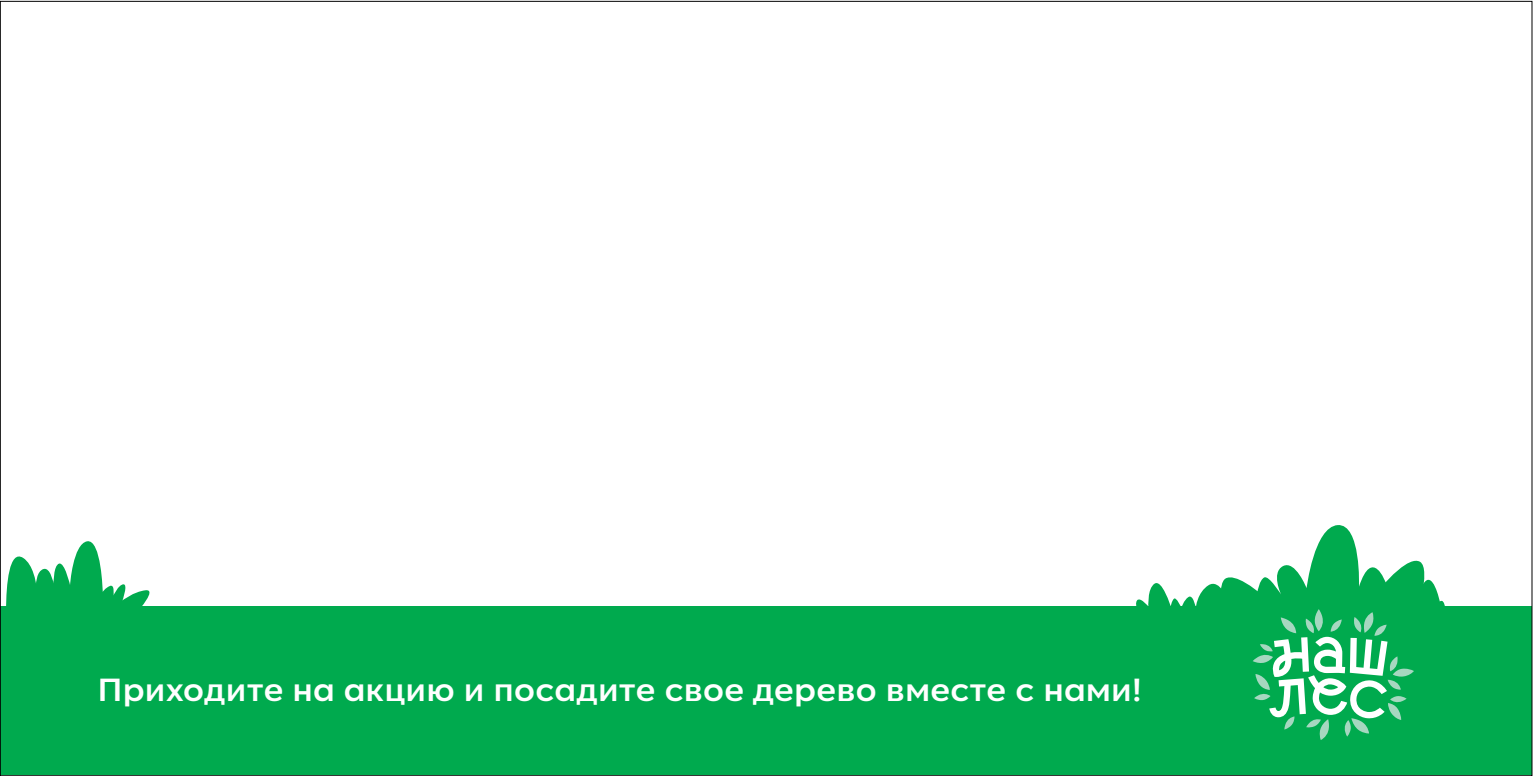
VK



Сайт



Пэкшот-видео



04. КЛИЕНТСКИЙ БЛОК

Благодарственное письмо



Сертификат участника



Поздравительное письмо





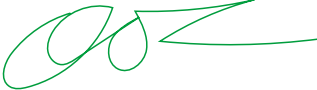
Иван Антонович!

Поздравляю вас со Всемирным днем окружающей среды и с профессиональным праздником!

Уверен, что совместными усилиями мы сможем улучшить экологическую обстановку, добиться более разумного использования природных богатств и сделать Московскую область одним из самых зеленых регионов России!

С уважением,
председатель Комитета лесного хозяйства Московской области

Олег Баженов



Грамота



ГРАМОТА

награждается

10 класс школы № 32 г. Подольска
за активное участие в осенней экологической акции
«Наш лес. Посади свое дерево»

Председатель
Комитета лесного хозяйства Московской области
Олег Баженов

30 сентября 2022 года

Открытка



**Спасибо, что
заботитесь о природе!**

Московская область
2022 год

05. СУВЕНИРНЫЙ БЛОК

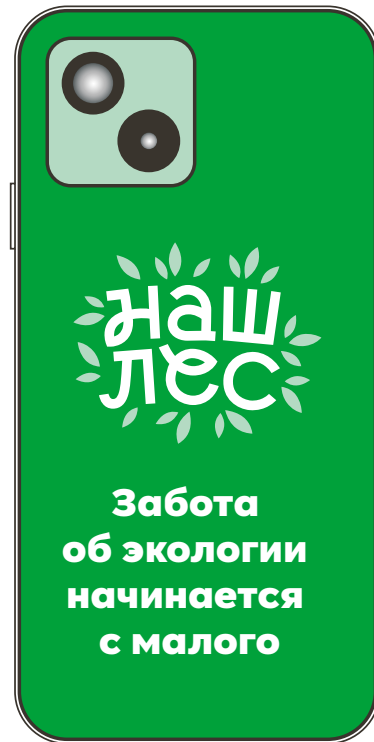
Зонт



Значок железный



Чехол для телефона



Резиновые сапоги



Термостакан



05. SOUVENIR/ TERMOMAG

Кружка



05. SOUVENIR/ CUP

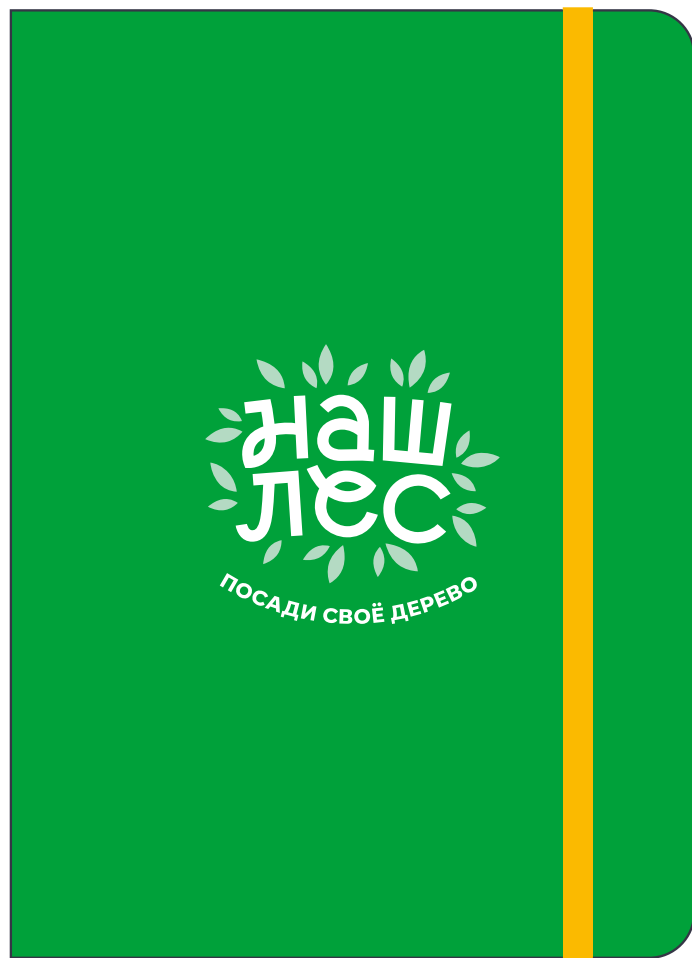
Магнит



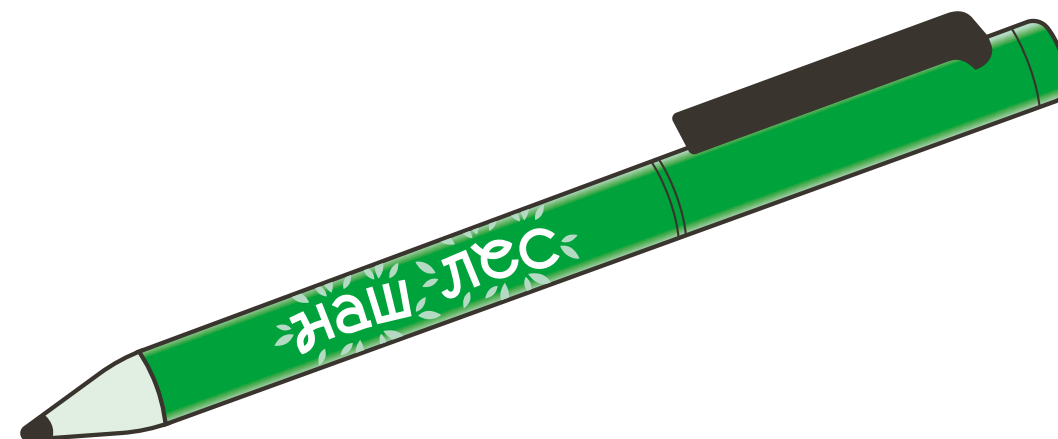
Наклейки



Блокнот



Ручка



Резиновый браслет



Футболка



Дождевик



05. SOUVENIR/ RAINCOAT

Толстовка



05. SOUVENIR/ SWEATSHIRT

Холщовая сумка



Кепка



06. КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОК

Бейдж



Фирменный бланк



Конверт почтовый

От кого _____

Откуда _____



==

—

—

—

—

—

—



Кому _____

Куда _____

Пропуск



Любовь
Королева

Куратор площадки

Поздравительная открытка



Оформление транспорта



Электронное письмо с подписью



Настольная табличка



Корпоративная форма



