

**ESOM**

РУКОВОДСТВО ПО ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

В ЭТОМ РУКОВОДСТВЕ ОПИСЫВАЮТСЯ СТАНДАРТЫ, КОТОРЫМ ДОЛЖНЫ СЛЕДОВАТЬ ЧЛЕНЫ И ПАРТНЕРЫ ЕКОМ – ЕВРАЗИЙСКОЙ КОАЛИЦИИ ПО ЗДОРОВЬЮ, ПРАВАМ, ГЕНДЕРНОМУ И СЕКСУАЛЬНОМУ МНОГООБРАЗИЮ, ЧТОБЫ СОЗДАТЬ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ СОБЛЮДЕНИЯ БРЕНДА ЕКОМ.

Это руководство по стилю было разработано, чтобы дать представление о брендинге ЕКОМ, включая использование логотипа и названия организации.

Если вы столкнулись с ситуацией, когда данное руководство требует дополнительных объяснений и помощи, пожалуйста, проконсультируйтесь со специалисткой по коммуникации в Секретариате ЕКОМ Тиной Собко по адресу [tina@ecom.ngo](mailto:tina@ecom.ngo).

Единое изображение и название ЕКОМ – Евразийская коалиция по здоровью, правам, гендерному и сексуальному многообразию необходимы для повышения осведомленности общественности о деятельности ЕКОМ и узнаваемости бренда организации.

Повышение осведомленности общественности о нашей работе в конечном итоге позволит обеспечить стабильное и деятельное внимание к вопросам здоровья и прав человека в отношении ЛГБТ-людей в национальных и международных политиках и программах, включая необходимое финансирование и техническую поддержку для развития организаций сообществ в странах региона ВЕЦА.

Название ЕКОМ – Евразийская коалиция по здоровью, правам, гендерному и сексуальному многообразию и все связанные с ним визуальные, исследовательские, программные и иные средства являются интеллектуальной собственностью ЕКОМ, а не организаций членов или партнеров.

# ЕККОМ – ЕВРАЗИЙСКАЯ КОАЛИЦИЯ ПО ЗДОРОВЬЮ, ПРАВАМ, ГЕНДЕРНОМУ И СЕКСУАЛЬНОМУ МНОГООБРАЗИЮ

– международное неправительственное объединение, расположенное в Таллинне, Эстония. Мы являемся членским объединением, открытым для некоммерческих организаций и активистов/к, действующих в сфере прав и здоровья ЛГБТ-сообществ в регионе Восточной Европы и Центральной Азии (ВЕЦА).

# Содержание

ВВЕДЕНИЕ	2	<b>ТИПОГРАФИКА И ГАРНИТУРА</b>	27
О ЕКОМ	3	ГАРНИТУРА IBM PLEX	28
МИССИЯ	5	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТЕКСТА И ФОНА	29
СЛОГАН	6		
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА БРЕНДА	7	<b>ФИРМЕННАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ И ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ</b>	30
<b>ЛОГОТИП</b>	8	КОМПОЗИЦИЯ	31
ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА	9	ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА	32
ЗНАК	10	БЕЙДЖ	34
РАЗМЕЩЕНИЕ И ОХРАННАЯ ЗОНА ЛОГОТИПА	11	БЛАНК	37
МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА	12	СЕРТИФИКАТ	39
АХРОМАТИЧНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА	14	ПРЕЗЕНТАЦИЯ	42
НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА	15	ФОН ДЛЯ ЗУМА	46
ДИСКЛЕЙМЕР	16	<b>МЕРЧ</b>	48
<b>ЦВЕТ И ПАТТЕРН</b>	17	СУМКА	49
ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА	18	ХУДИ	53
ЦВЕТОВЫЕ ПАРЫ	21		
ПАТТЕРНЫ	22	СОГЛАСОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ	54

# Миссия ЕКОМ

ПОДДЕРЖИВАТЬ РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЛГБТ-СООБЩЕСТВ, ИХ АКТИВИЗМ, ПРОДВИГАТЬ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА, ЗАБОТИТЬСЯ О ЗДОРОВЬЕ И СОЦИАЛЬНОМ БЛАГОПОЛУЧИИ ЛЮДЕЙ ГЕНДЕРНОГО И СЕКСУАЛЬНОГО МНОГООБРАЗИЯ В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ И ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ.

# Слоган ЕКОМ

ЕКОМ. СИЛА СООБЩЕСТВ

ECOM. THE POWER OF COMMUNITIES



**Логотип и знак**

# Полная версия логотипа

В полной версии логотип ECOM состоит из аббревиатуры ECOM и символа — шести цветных квадратов со скругленными углами.

Шесть цветных плашек, представляющих цвета радуги, символизируют стремление объединить различные сообщества в достижении общей цели. Каждый цвет вносит свой уникальный вклад, а их совместное присутствие передаёт важность коллективного участия и сотрудничества.

Цвета, используемые в логотипе, ассоциируются с разнообразием, здоровьем и вносят энергию в композицию. Они привлекают внимание и вызывают позитивные ассоциации.

Плашки в логотипе имеют форму прямоугольников гармоничного и уравновешенного вида. Это демонстрирует стремление организации к цельности и балансу в своей деятельности. Геометрическая форма также ассоциируется с экспертностью, структурой и устойчивостью.

Выход логотипа из плоскости листа и вертикальное движение символа подчёркивают активность, устойчивость и уверенность организации. Эти элементы указывают на динамичный и постоянно развивающийся характер организации, готовой принять вызовы и адаптироваться к переменам. В целом, выбранные цвета и символика логотипа подчёркивают ключевые ценности и характеристики организации.

Логотип является одним из базовых элементов фирменного стиля организации. Масштабирование логотипа в сторону уменьшения или увеличения не приводит к потере качества или читабельности, ведь как знаковая, так и текстовая часть разработаны с учетом применения на различных носителях.

- ЗНАКОВАЯ ЧАСТЬ



**ECOM**

- ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ

# Знак



Знаковая часть логотипа может быть использована отдельно от текстовой без потери узнаваемости. Знак используется в полихромном и в монохромном виде в одном из фирменных цветов. Также элементы знака являются основой для создания фирменного паттерна, что позволяет идентифицировать бренд, даже если пользователь не видит лого, а считывает фирменные элементы и цвета.

# Размещение и охранная зона логотипа

Не рекомендовано размещать другие элементы макета вплотную к логотипу.

Для оптимального восприятия вокруг логотипа организации всегда должно оставаться свободное пространство. Необходимо следить за тем, чтобы в эту зону не попали посторонние элементы.

Минимальный отступ от логотипа равен высоте X.

Высота X = высота знака.



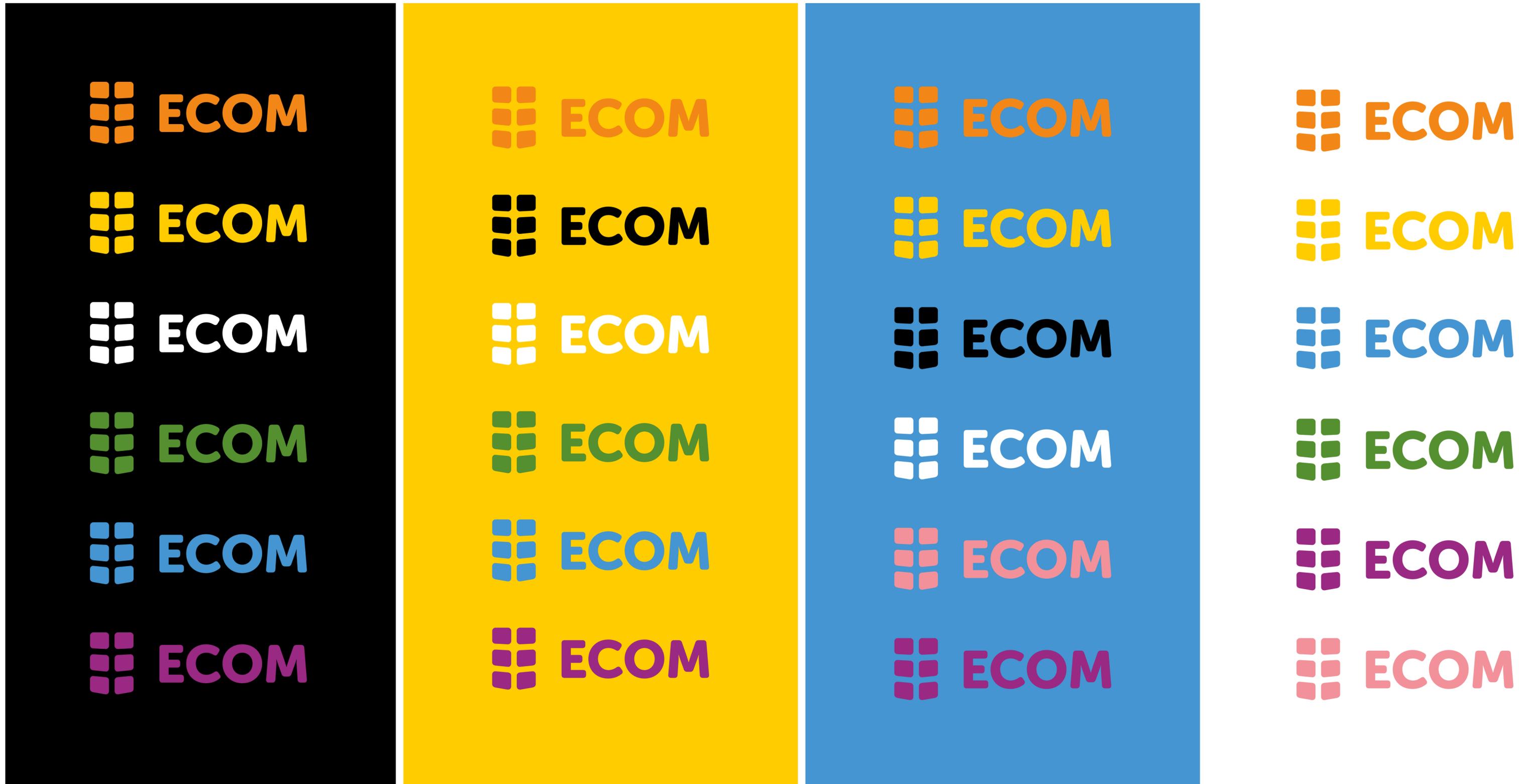
# Монохромная версия логотипа

Монохромная версия представляет собой однотонную интерпретацию оригинального логотипа. В данном случае используется один из фирменных цветов бренда, в зависимости от фона и контекста, в котором используется логотип. Один тон позволяет подчеркнуть и усилить ассоциации и визуальную связь с брендом. Создано шесть монохромных версий логотипа, по количеству фирменных цветов.

Главной целью создания монохромной версии логотипа является обеспечение гибкости использования на всех носителях. Монохромная версия логотипа остается читаемой и узнаваемой в мелких и крупных масштабах, что делает ее особенно важной для брендовой идентификации.

Монохромная версия логотипа является ценным элементом брендинга, который обеспечивает консистентность и узнаваемость бренда в различных условиях и средах, подчеркивая его уникальность.





# Ахроматичная версия логотипа

Ахроматичная версия логотипа — это монохромная интерпретация оригинального логотипа, лишенная всех цветовых оттенков. Разработана с целью сохранения узнаваемости и эффективности логотипа в условиях, когда невозможно использовать цветовую палитру. Элементы логотипа при этом остаются в том же виде, что и в цветной версии.

Отказ от цветов в ахроматичной версии логотипа не означает утрату его идентичности. Наоборот, в такой версии заложено особое значение: она делает акцент на форме, линиях, контуре и композиции, что позволяет логотипу проявить себя в ситуациях, где цветовые ограничения могут быть проблемой.

Ахроматичная интерпретация логотипа представлена в черном и белом тонах.

Ахроматичная версия логотипа создана для применения в следующих случаях: печать на документах, черно-белая печать, факсы, гравировки, штампы тампопечати на различных поверхностях, работа с ограниченной палитрой или в ситуациях, связанных с плохим качеством вывода цвета.

Рекомендовано использовать данную версию логотипа только в приведенных выше случаях.



# Недопустимые варианты использования логотипа

Чтобы логотип не терял узнаваемости, а его внешний вид не противоречил фирменному стилю, не стоит менять логотип самостоятельно.

Логотип и символ должны использоваться таким образом, как описано в данном документе, без каких-либо дополнительных элементов, подчеркивания, тени или растяжения.

Никакие изменения не могут быть внесены в логотип, знак и текстовую часть, поскольку они меняют его целостность и наносят ущерб нашим правам.

Примеры наиболее распространенных ошибок приведены на этом слайде.



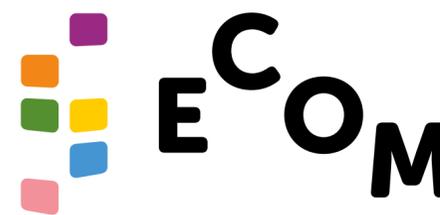
- НАСЛАИВАТЬ ЭЛЕМЕНТЫ ДРУГ НА ДРУГА



- МЕНЯТЬ РАЗМЕРЫ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ДРУГ ДРУГА



- МЕНЯТЬ ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА



- ТРАНСФОРМИРОВАТЬ ОТДЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЛОГОТИПА



- МЕНЯТЬ ГАРНИТУРУ ТЕКСТОВОЙ ЧАСТИ ЛОГОТИПА



- МЕНЯТЬ МЕСТАМИ ЭЛЕМЕНТЫ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ДРУГ ДРУГА



- МЕНЯТЬ ЦВЕТ ВСЕГО ЛОГОТИПА ИЛИ ЕГО ОТДЕЛЬНЫХ ЧАСТЕЙ



- ОТЗЕРКАЛИВАТЬ ЛОГОТИП



- ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОБВОДКУ ЭЛЕМЕНТОВ ВМЕСТО ЗАЛИВКИ

# Дисклеймер

В случае получения гранта от ЕКОМ на всех информационных материалах, которые будут разрабатываться и распространяться в рамках данного гранта, обязательно использовать логотип ЕКОМ вместе со слоганом, а также размещать логотипы и дисклеймеры донора, за счет которого финансируется грант.

Логотип и слоган ЕКОМ должны быть размещены в соответствии с рекомендациями указанными на слайде.



**ЕСОМ**

Сила сообществ



**ЕСОМ**

The Power of Communities

**Цвет и паттерн**

# Основные цвета

Фирменные цвета играют ключевую роль в идентификации и узнаваемости бренда ЕКОМ, так как человек ассоциирует цвета с организацией.

Шесть фирменных цветов подобраны по числу цветов радуги и флага свободы, призванного отражать единство в разнообразии, красоту и радость ЛГБТ-сообщества.

При этом, каждый цвет имеет свою собственную эмоциональную нагрузку и ассоциации. Бренд-вые цвета, подобраны с учетом целевой аудитории, позволяют вызвать определенные чувства и ассоциации у людей. Использование фирменных цветов на всех носителях и в различных точках контакта с клиентами обеспечивает консистентность брендинга. Это укрепляет доверие к бренду ЕКОМ и создает впечатление профессионализма и надежности.

Благодаря фирменным цветам, и их постоянному использованию, бренд легко узнаваем даже без упоминания его имени. Аудитории легко связать определенные цвета с организацией, что содействует повышению узнаваемости бренда. Также использование данных цветов помогает бренду передавать свои ценности, цели и миссию.

Ниже приведено краткое описание каждого цвета. Рекомендовано использовать цвета в контрастных и нюансных сочетаниях в больших и малых масштабах, на различных диджитал и материальных носителях.

Цветовая палитра во всех фирменных элементах и на всех носителях бренда ЕКОМ должна соответствовать цветовым сочетаниям, приведенным на следующем слайде.

## ECOM Green

Зеленый — цвет природы, который символизирует свежесть, рост, гармонию и экологическое сознание. В брендинге ЕКОМ ассоциируется с процветанием, здоровьем и успехом.

## ECOM Sky Blue

Синий — спокойный и благородный цвет, который связан с доверием, стабильностью и профессионализмом. В брендинге ЕКОМ, небесный синий использован для создания впечатления надежности и качества.

## ECOM Red

Насыщенный цвет символизирует взаимодействие, мягкую силу и энергию. Он применяется для привлечения внимания и вызывает ассоциации с комфортом и безопасностью, а также может быть использован для подчеркивания акцентов в носителях.

## ECOM Purple

Фиолетовый в брендинге использован для привлечения креативной аудитории. Он ассоциируется с интеллектом, изысканностью и элегантностью, а также ярко подчеркивает соседние оттенки.

## ECOM Orange

Оранжевый — яркий и энергичный цвет, который ассоциируется с теплотой и энтузиазмом. Он символизирует творчество, оптимизм, а также восприятие бренда как инновационного и современного.

## ECOM Yellow

Желтый цвет ассоциируется с радостью, счастьем и позитивными изменениями. В контексте брендинга, желтый применяется для привлечения внимания и подчеркивает оптимистичный характер организации.

## ECOM Green

HEX #008DD2  
 RGB 0 141 210  
 CMYK 100 33 0 18  
 HSB 200 100 82  
 PANTONE P 155-15 C

## ECOM Sky Blue

HEX #548E31  
 RGB 84 142 49  
 HSB 97 65 56  
 CMYK 41 0 65 44  
 PANTONE P 109-7 C

## ECOM Red

HEX #F19299  
 RGB 241 146 153  
 HSB 356 39 95  
 CMYK 0 39 37 5  
 PANTONE P 59-3 C

## ECOM Purple

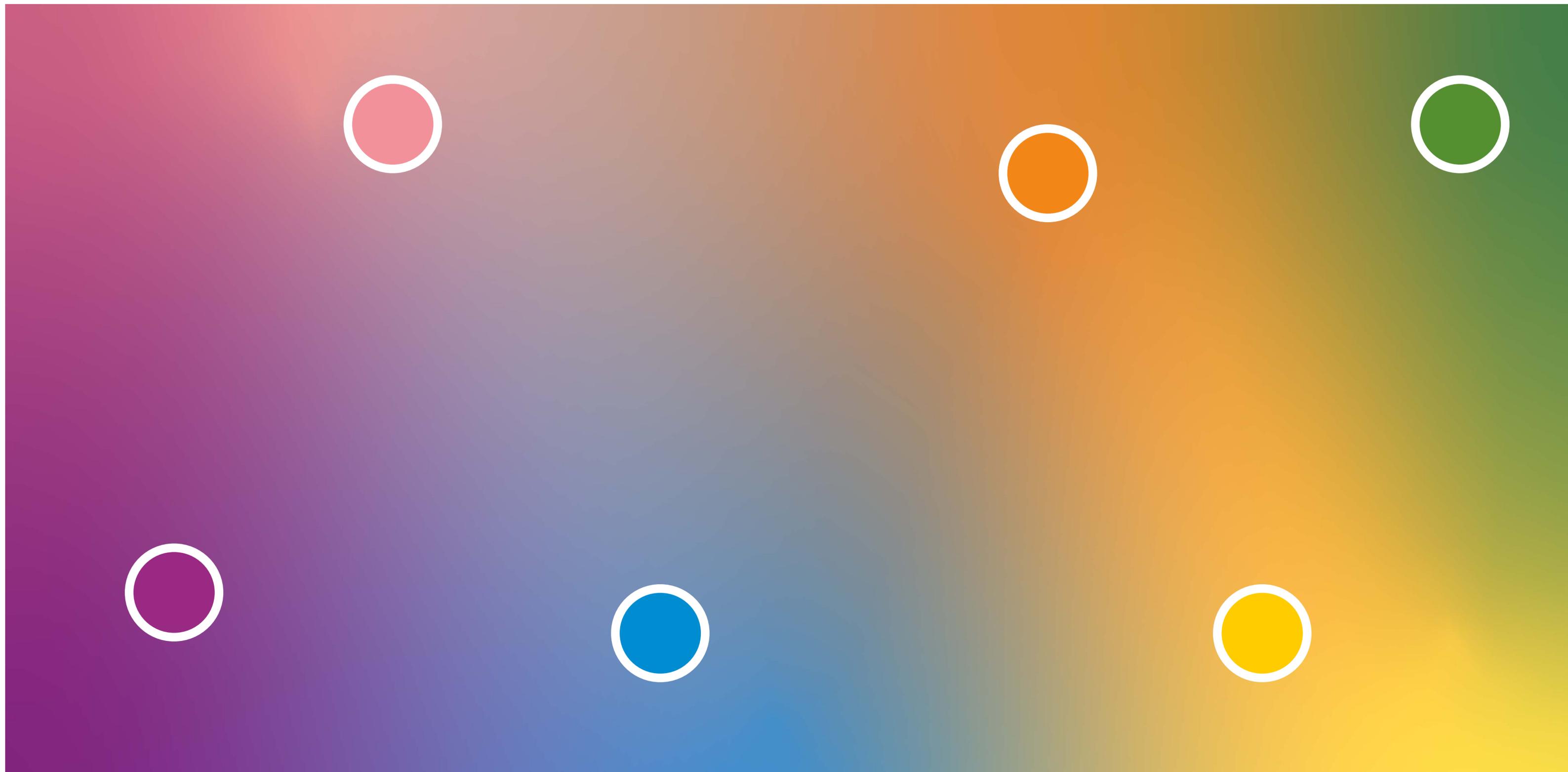
HEX #992983  
 RGB 153 41 131  
 HSB 312 73 60  
 CMYK 0 73 14 40  
 PANTONE P 88-8 C

## ECOM Orange

HEX #F18818  
 RGB 241 136 24  
 HSB 31 90 95  
 CMYK 0 44 90 5  
 PANTONE P 24-8 C

## ECOM Yellow

HEX #FECC00  
 RGB 254 204 0  
 HSB 48 100 100  
 CMYK 0 20 100 0  
 PANTONE P 7-8 C



# Цветовые пары

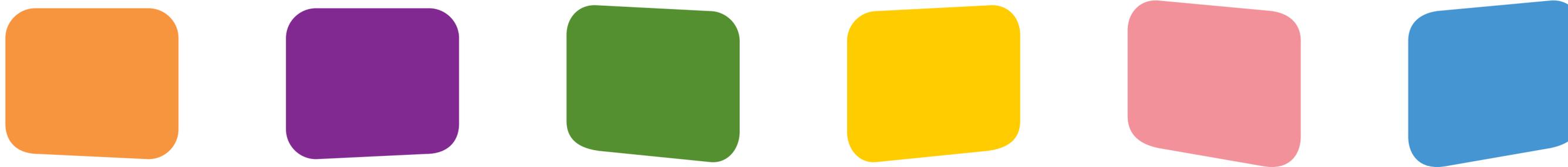
Цветовые пары — уникальная комбинация двух цветов, которая создает гармоничное и привлекательное визуальное впечатление. На этом слайде представлены рекомендованные сочетания. Контрастные и нюансные пары, как основу, возможно использовать во всех видах продукции и репрезентации бренда.

Для создания фирменных цветовых пар ЕКОМ используются исключительно фирменные цвета ЕКОМ, различные комбинации помогают подчеркнуть идеи и настроения в дизайне, в зависимости от задачи.

Не рекомендуется компоновать цвета одного тона в пары, к примеру: оранжевый и розовый или синий и зеленый, так как подобные сочетания сложно считываются и ухудшают визуальное восприятие бренда.



# Паттерны

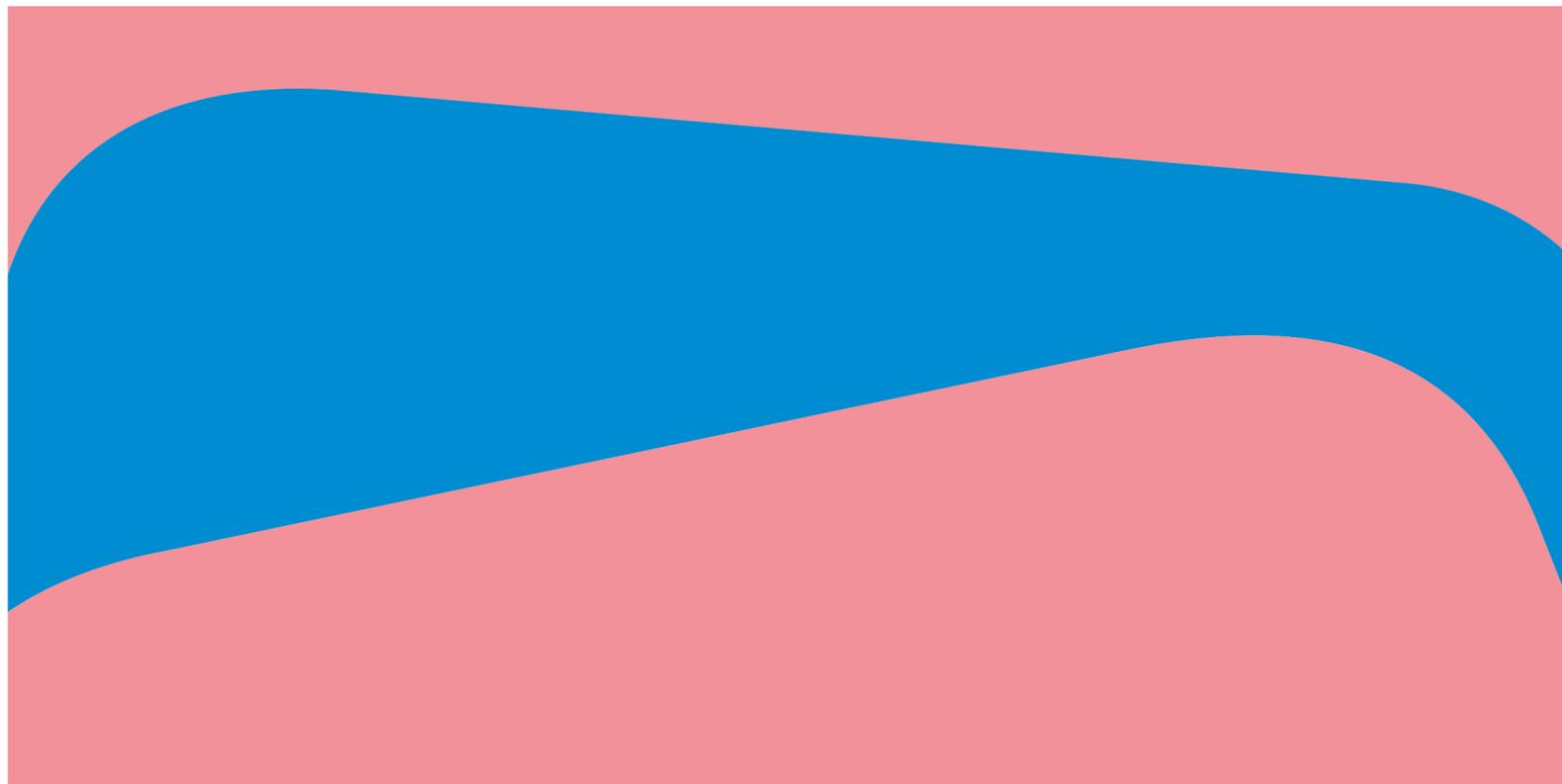


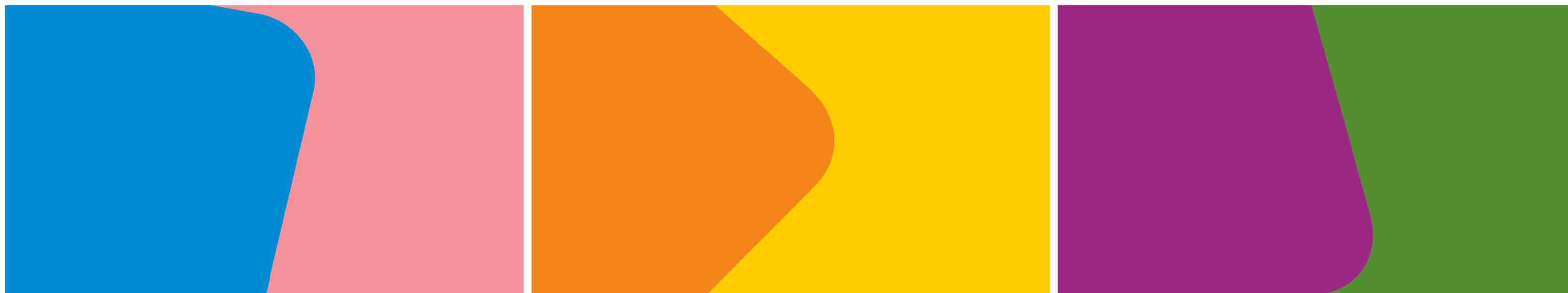
Паттерн ЕКОМ — один из ярких идентификаторов бренда. За основу всех видов паттерна взят прямоугольник со скругленными углами, элемент логотипа. Его форма является доминантой, она может множиться, видоизменяться, обрезаться, но всегда является основой для паттерна. Как цветовое решение для композиций используются цвета фирменной палитры, что позволяет создавать паттерны для разных задач. В одном паттерне используется не более двух цветов фирменной палитры, что обеспечивает цветовое единство и в то же время — широту возможностей визуализаций. Он позволяет создавать нюансы и контрастные цветовые решения (в зависимости от задачи и на усмотрение дизайнера конкретного проекта).

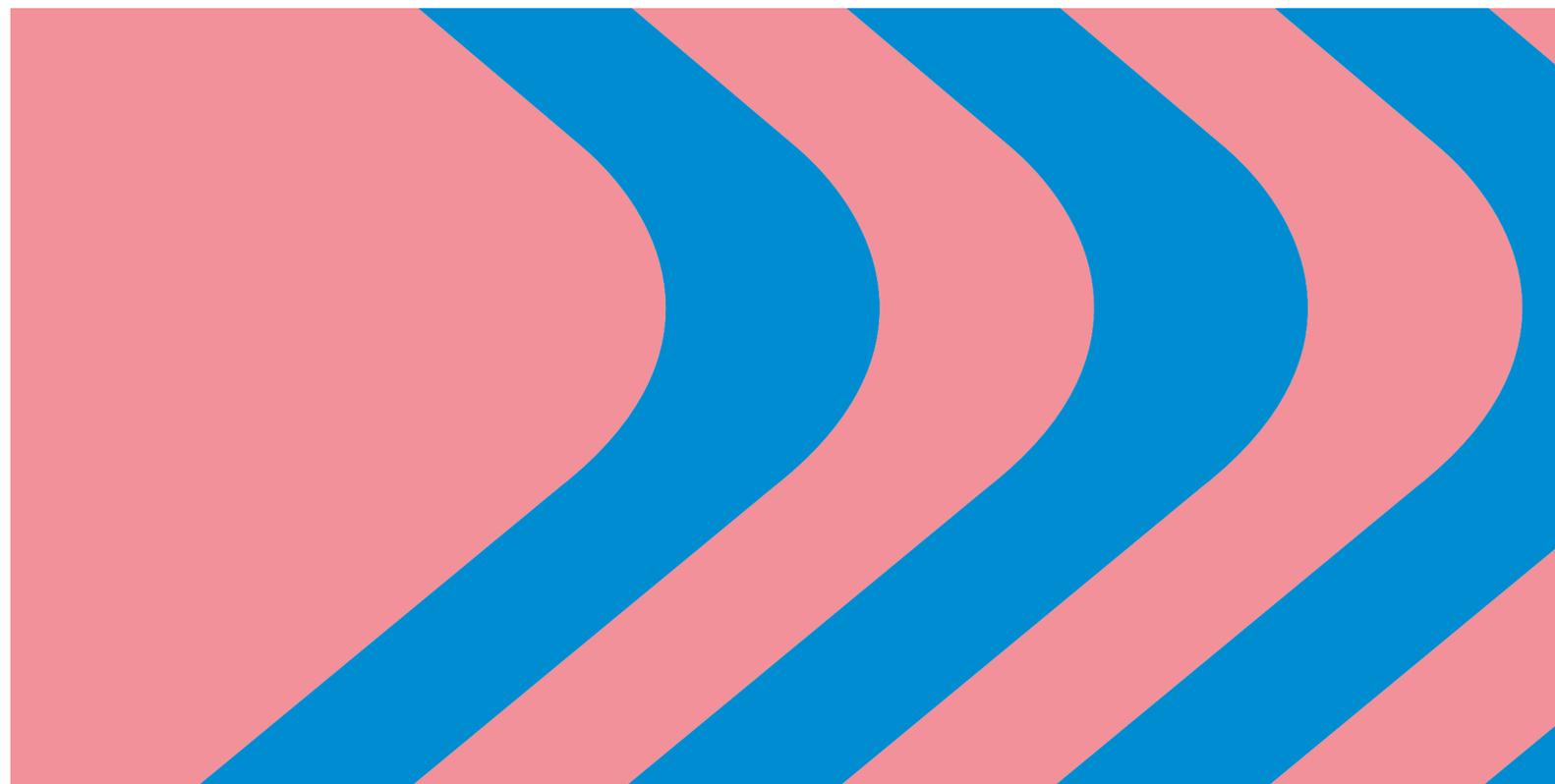
Паттерны используются самостоятельно, как фон, под логотип, текст или иллюстрацию, а также в диджитальных и печатных публикациях, мерче. Визуальная игра элементов прямоугольников, их наложение друг на друга, придаёт паттерну узнаваемость и практическое разнообразие в применении.

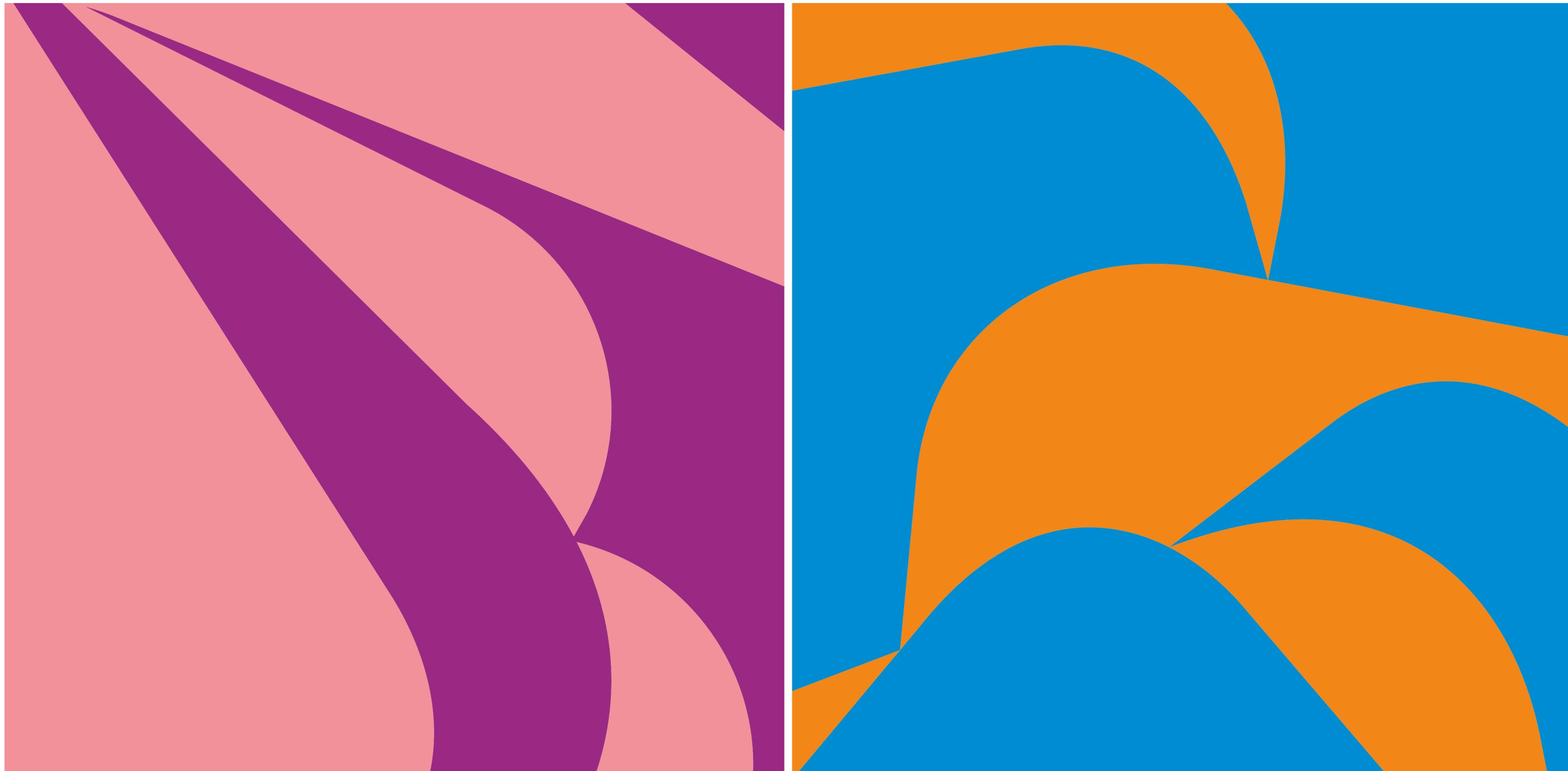
Создано несколько видов паттернов для максимального удобства и гибкости в работе с ними. Композиции созданы наложением прямоугольников друг на друга в различном порядке и в разных количествах. Визуально четкие ритмы, чередование полос или же более свободная динамичная композиция привлекают внимание аудитории.

Каждый разработанный вид паттерна готов к применению на практике и решению разных заданий в зависимости от продукта, потребности и идей дизайнеров. Для имплементации новых форматов паттернов под различные задачи, создан файл «Конструктор паттерна», в котором возможно менять размеры и форматы исходных композиций, применять разные цветовые варианты, концептуально изменять паттерны запрещено.









# Типографика

## и гарнитура

# IBM Plex

Фирменная типографика создана для набора текстов, подволок и заголовков во всех документах, рекламной продукции, материалах. Для оформления заголовков и подзаголовков используется гарнитура IBM Plex в различных начертаниях. Заголовки возможно оформлять как исключительно прописными, так и строчными буквами. Для оформления текстовых массивов используется шрифт IBM Plex Sans и IBM Plex Serif.

IBM Plex Sans нейтральный, дружелюбный гротеск, который включает в себя начертания от Thin до Bold и обладает отличной читабельностью в печати, диджитал и мобильных интерфейсах. В IBM Plex Serif сочетание рационального и эмоционального выражено через контраст между округлыми и угловато-геометричными элементами, авторы классифицируют шрифт как «гибридную антикву».

Всего в семействе семь начертаний от Thin до Bold. Рекомендовано применять начертания Light и Regular для набора текстовых массивов. В малых масштабах рекомендуется использовать начертания от Regular до Bold.

Гарнитуру необходимо установить на рабочее устройство или добавить в библиотеку перед началом работы с фирменных стилем.

[скачать IBM Plex Serif](#)

[скачать IBM Plex Sans](#)

Aa

Aa Bб Bв Гг Дд Ee Ёё Жж Зз Ии Йй Кк  
Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц  
Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# Взаимодействие текста и фона



В фирменной продукции предусмотрено три варианта взаимодействия текстовой части с фоном:

- Черный ахроматический цвет на белом или цветном фоне
- Цветной монохром на белом фоне
- Белый ахроматический цвет на цветном фоне

В зависимости от ситуации стоит выбрать наиболее читабельный и актуальный вариант взаимодействия.

На слайде продемонстрированы рекомендованные сочетания.

# **Фирменная документация** и презентационные материалы

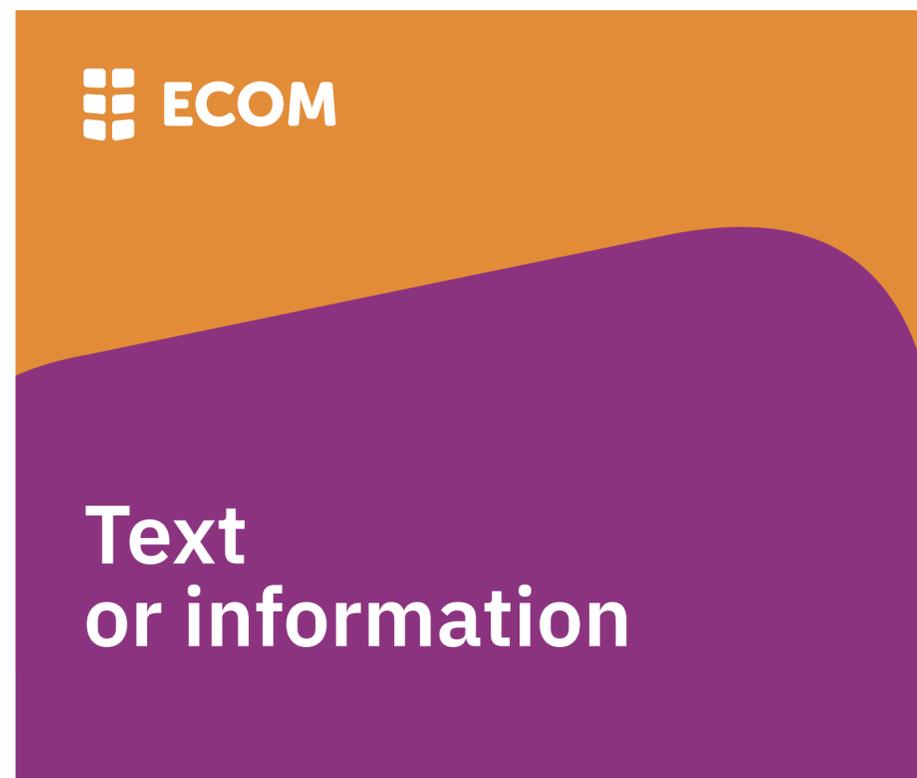
# Композиция

Композиция играет ключевую роль в фирменном стиле, помогая создать уникальную и запоминающуюся идентичность для бренда.

В брендинге ЕКОМ композиция означает взаимно распределение различных элементов, таких как логотип, цвета, формы, шрифты, изображения, для того чтобы сформировать согласованный и цельный образ бренда.

Константно логотип находится в верхней части композиции (слева или посередине), по логотипу или его текстовой части выравниваются текстовые элементы, паттерн или изображения могут находиться под логотипом и перекрываться им.

Главное — сохранить цельность и согласованность визуального облика бренда, чтобы он оставался узнаваемым и запоминающимся.



# Визитная карточка

Визитная карточка — неотъемлемый элемент идентификации сотрудника организации.

Визитка ЕКОМ визуально разделена на две части. В левой части располагается логотип, корпоративная информация, контакты организации. В правой части карточки находятся имя, должность и контактные данные конкретного сотрудника. Такая композиция позволяет предоставить исчерпывающую информацию об организации и члене команды на одном носителе, и дать вариативные пути коммуникации с организацией.

Визитная карточка оформлена в соответствии с фирменным стилем и визуальным образом ЕКОМ, чтобы усилить узнаваемость бренда. Этот мощный инструмент оказывает значительное влияние на визуальное представление и помогает создать долгосрочные связи и партнерства.

Размер визитки стандартный: 50\*90 мм

- ЛОГОТИП
- СЛОГАН
- КОНТАКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И АДРЕС



- ИМЯ И ФАМИЛИЯ
- ДОЛЖНОСТЬ
- КОНТАКТЫ



# Бейдж

Бейдж — важная часть визуальной идентификации организации, которая подчеркивает профессионализм и создает запоминающийся имидж сотрудников.

Главная цель при разработке фирменного бейджа — создать унифицированный идентификатор каждому сотруднику для внутренней и внешней коммуникации и упрощения знакомства. С этой целью использованы основные фирменные элементы, такие как логотип, цвета, фирменный прямоугольник со скругленными углами. Для идентификации сотрудника в бейдж также включено портретное фото, соответствующее имени.

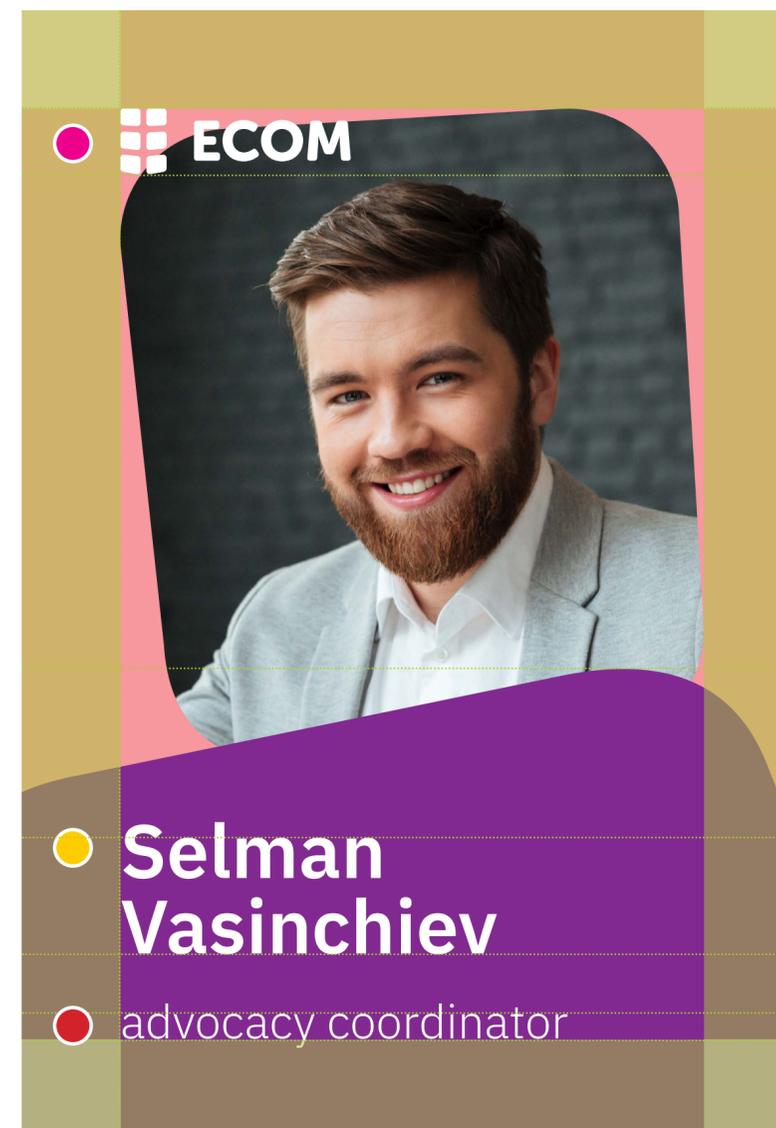
Логотип размещен в верхней части бейджа слева. Имя и должность (или роль человека в событии, в случае использования бейджа на конференции / мероприятии) располагаются в нижней части бейджа, под фото. Бейджи могут быть созданы по шаблону в разных фирменных цветах и комбинациях.

Размер бейджа: 52\*84 мм

● ЛОГОТИП

● ИМЯ И  
ФАМИЛИЯ

● ДОЛЖНОСТЬ







# Бланк

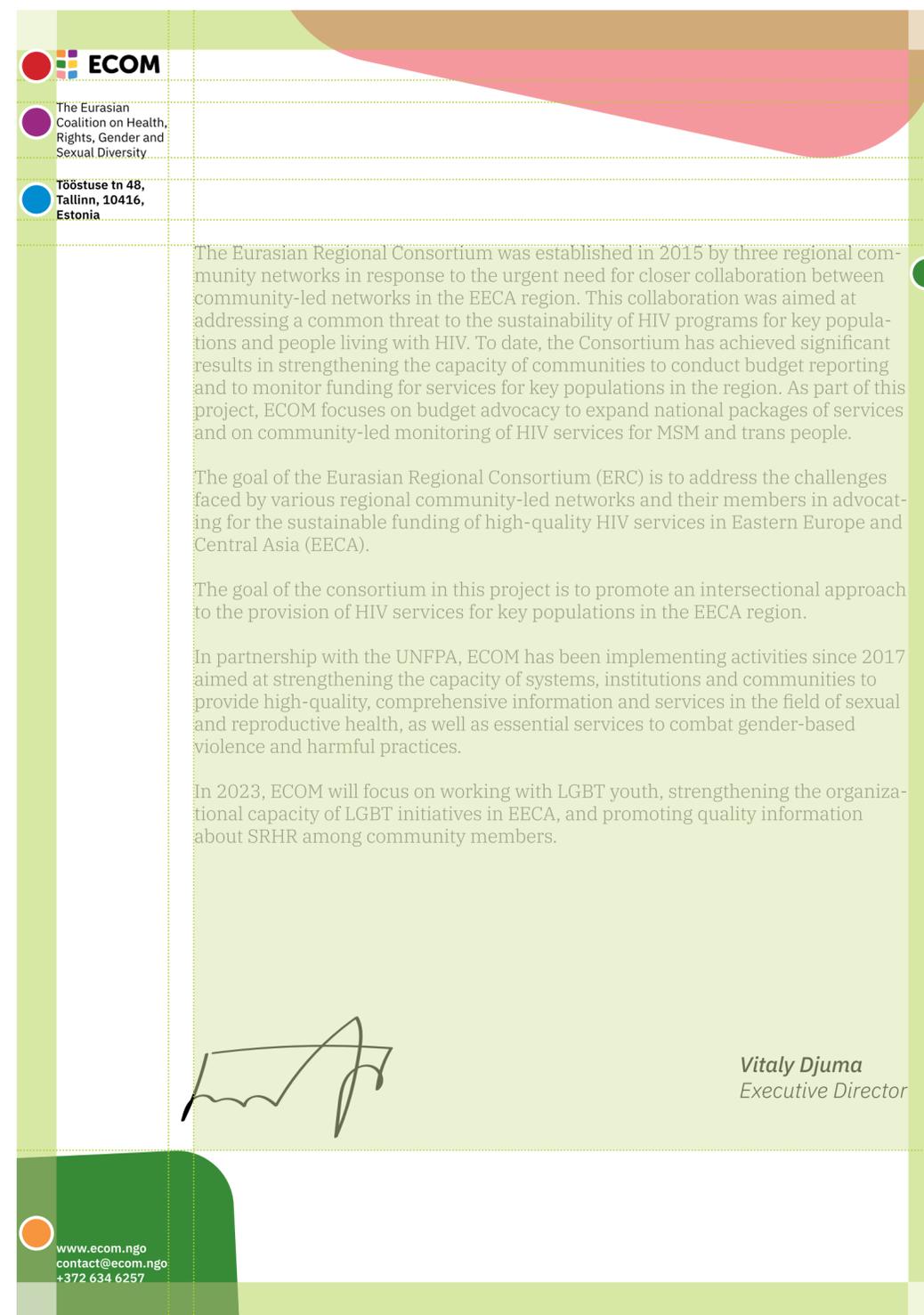
Фирменный бланк отражает основные ценности бренда, а также обеспечивает удобство внешней и внутренней коммуникации организации.

Слева в верхней части бланка находится логотип ЕКОМ, который является в этом случае ключевым элементом визуальной идентификации. Важные контактные данные, такие как адрес, телефон и электронная почта организации, приведены в удобной и читабельной форме в верхней части бланка. Предусмотрено пространство для текста, специальных инструкций или примечаний, подписи, чтобы каждый документ, созданный на фирменном бланке, был максимально персонализирован и соответствовал потребностям.

Размер бланка: стандартный формат А4 (297 мм \* 210 мм).

- ЛОГОТИП
- СЛОГАН
- АДРЕС ОРГАНИЗАЦИИ

- КОНТАКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ



- ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ



# Сертификат

Кроме прямой функции идентификации ЕКОМ и официального подтверждения о прохождении курса, фирменный сертификат позволяет подчеркнуть профессионализм и значимость мероприятий, проводимых организацией. Каждый раз, когда сертификат вручается участнику по завершению какого-либо курса, это свидетельствует об экспертности и уровне организации.

Сертификат выполнен в фирменных цветах ЕКОМ, в верхнем левом углу размещен логотип, а всю левую сторону занимает название носителя “Сертификат”. В центре формата помещена вся информация о том, какой курс был пройден или в каком мероприятии поучаствовал человек, место для заполнения имени участника, даты и других деталей. Благодаря использованию цветов и фирменных элементов, создающих паттерн, сертификат выглядит уникально и четко ассоциируется с ЕКОМ. Разработаны шаблоны в нескольких цветовых сочетаниях фирменных цветов организации.

Шаблон сертификата разработан в двух языковых вариантах для удобства использования разными группами и представителями разных стран.

Размер сертификата: 210 \* 297 мм

● ЛОГОТИП



● ИМЯ И ФАМИЛИЯ

● НАЗВАНИЕ КУРСА

● ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ

● ДАТА

● ПОДПИСИ И ПОДТВЕРЖДЕНИЯ





# Презентация

Шаблон фирменной презентации является ключевым инструментом для поддержки единого стиля и брендинга ЕКОМ при проведении презентаций. Каждый слайд данной презентации содержит универсальные элементы, которые способствуют узнаваемости бренда и создают профессиональное впечатление на аудиторию. Разработаны шаблоны для нескольких видов слайдов (в зависимости от вида информации), а также различные варианты для оформления обложки в соответствии с фирменным стилем. Шаблон для текстового слайда, шаблон для слайда с цитатой или важным хайлайтом презентации с текстом, а также шаблон для слайда с изображением (фото, видео, иллюстрация, график).

В шаблоне использованы основные цвета, паттерны и формы фирменного стиля. Это обеспечивает согласованность с образом организации и узнаваемость бренда ЕКОМ. В презентации используется фирменная гарнитура. Рекомендуемые размеры шрифта для шаблонов слайдов соответствуют оптимальному уровню видимости и читабельности аудитории.

Каждый слайд содержит нумерацию в хедере, что упрощает ориентацию в презентации и помогает слушателям следить за её ходом. Также, в верхней части слайда всегда располагаются лого ЕКОМ и тема презентации. При потребности возможно добавить тему раздела или дополнительную информацию необходимую в том или ином случае.

В нижней каждого слайда, расположен футер в одном из фирменных цветов с дополнительным пространством, где может располагаться подпись к фото или короткий комментарий.

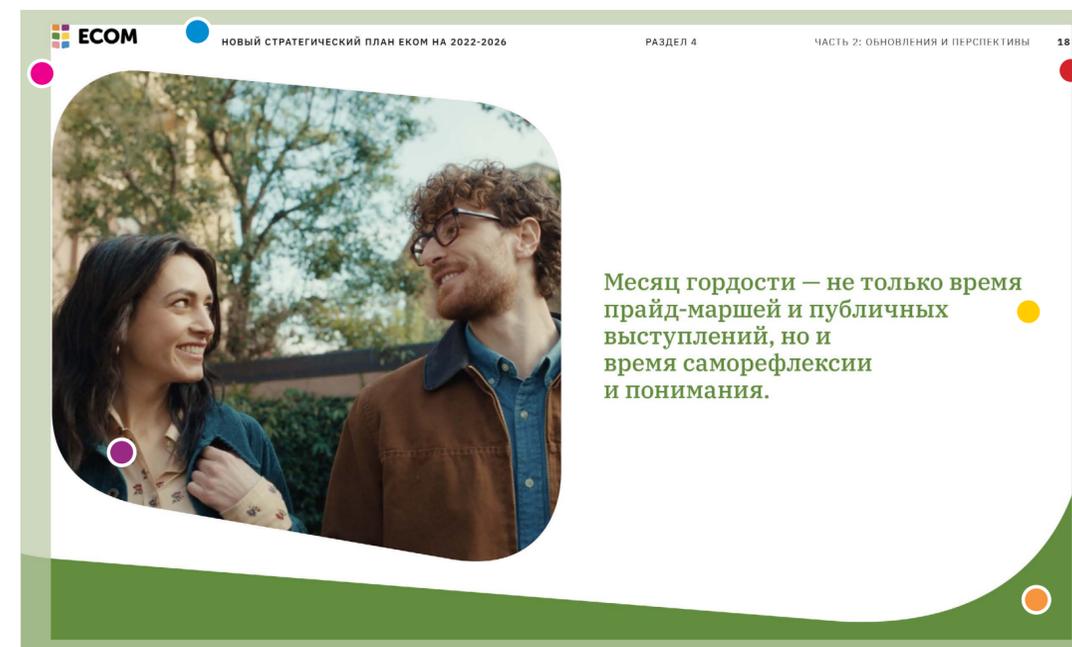
Придерживайтесь этого шаблона при разработке презентаций, и вы получите структурированную и логичную визуальную репрезентацию информации в рамках фирменного стиля ЕКОМ.

Рекомендуемые пропорции слайда: 16:9

## ТЕМА ПРЕЗЕНТАЦИИ / НОМЕР РАЗДЕЛА

ЛОГОТИП

ФОТО ИЛИ КАРТИНКА



НОМЕР СЛАЙДА

ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ

ПЛАШКА В ФИРМЕННОМ ЦВЕТЕ

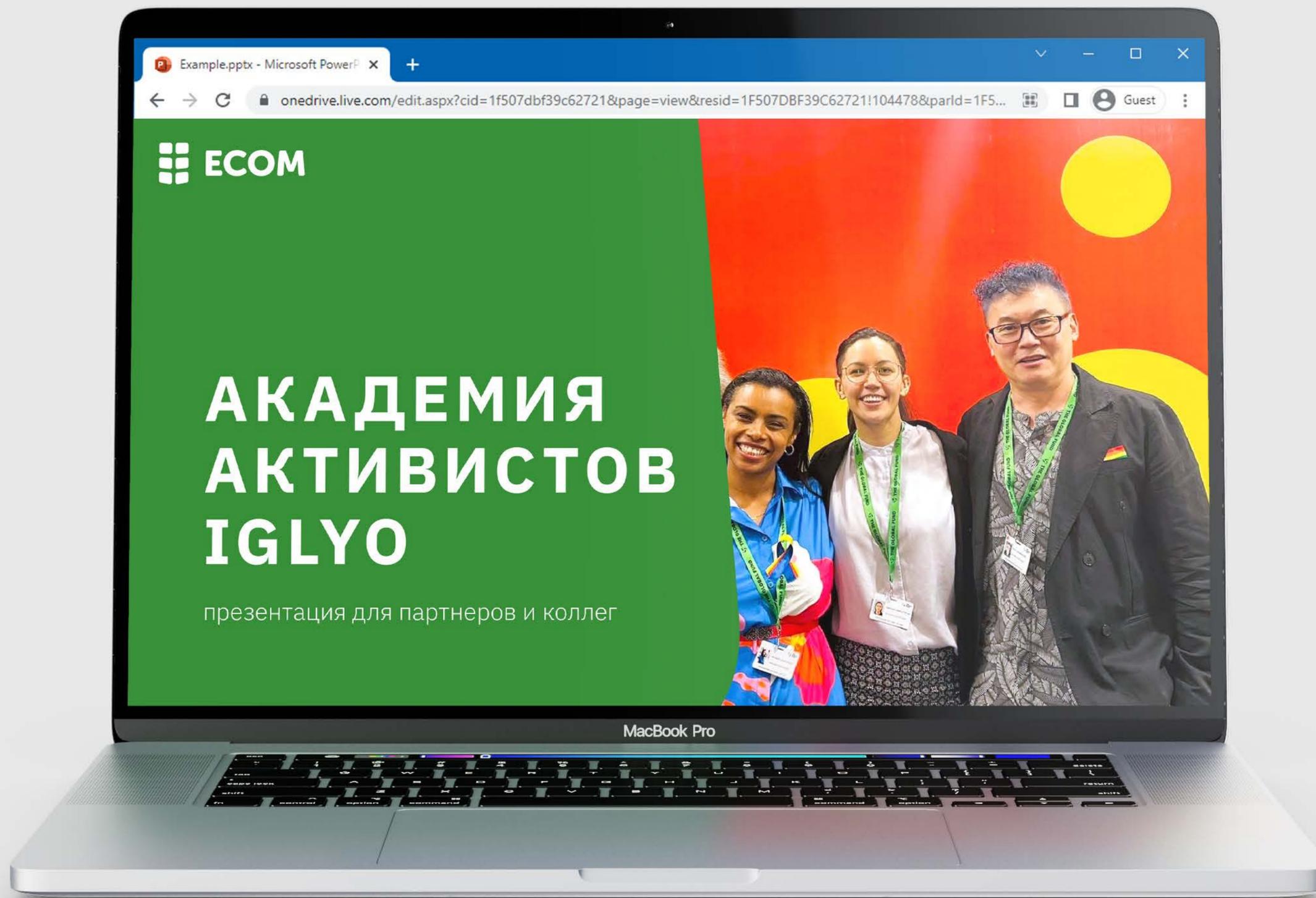
ЛОГОТИП

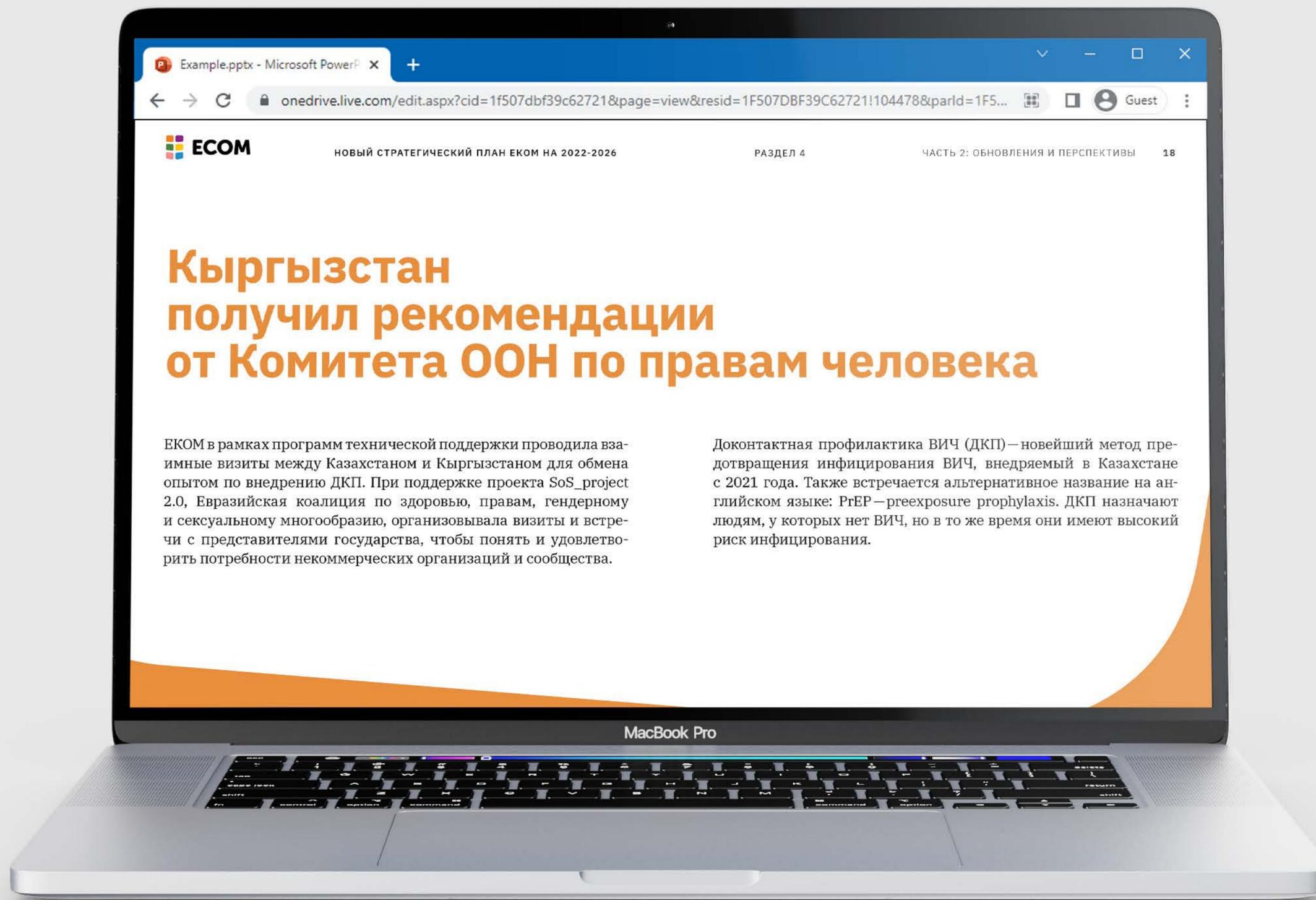
НАЗВАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

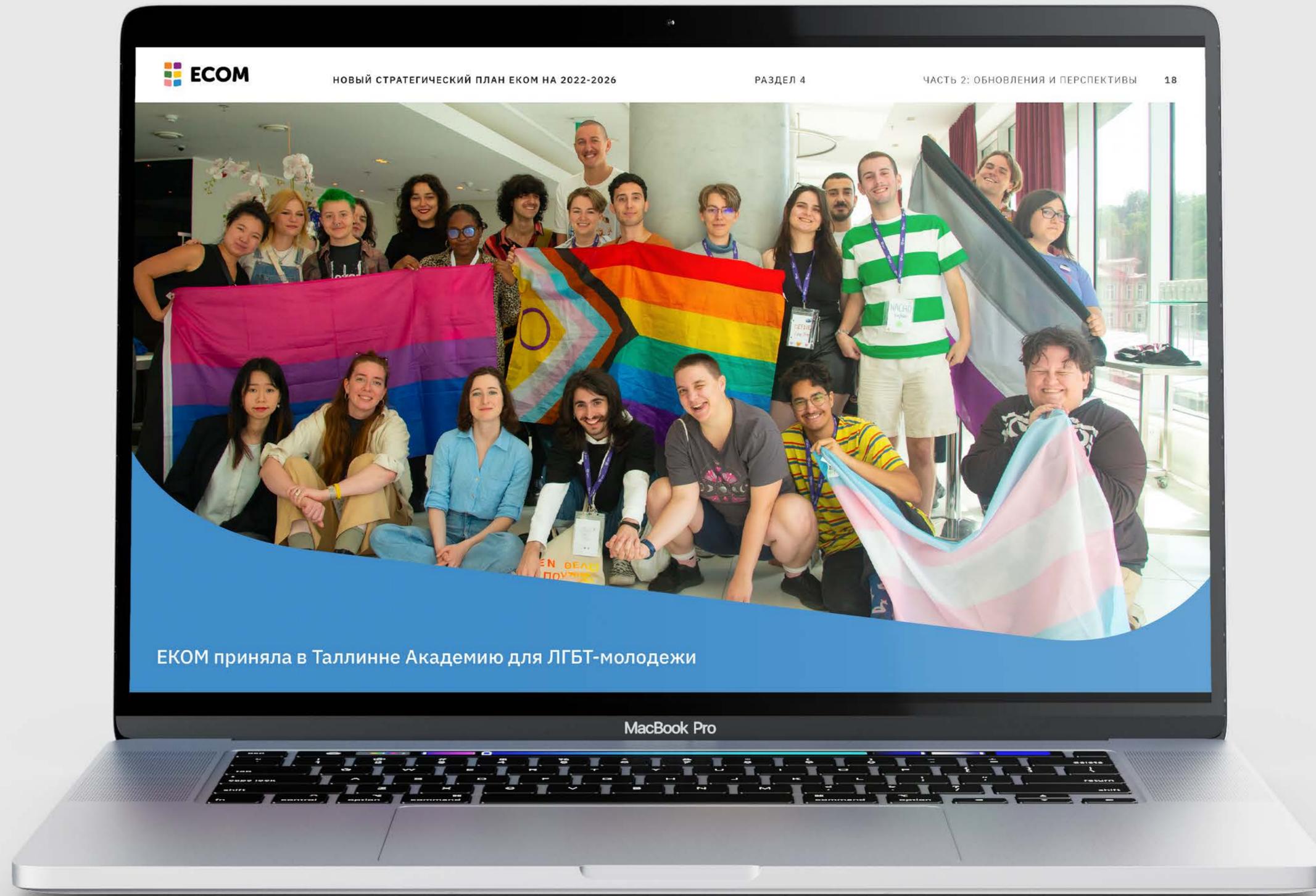
ПЛАШКА В ФИРМЕННОМ ЦВЕТЕ



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: ТЕКСТ, ИЗОБРАЖЕНИЕ, ЦИТАТА ИЛИ ПОДПИСЬ







# Фирменный фон для Zoom

Фирменный фон для Zoom является важным элементом виртуально-го презентационного опыта ЕКОМ. Когда команда или представители ЕКОМ проводят онлайн-встречи, важно, чтобы фон отражал айдентику организации. Фирменный фон помогает создать согласованный и запоминающийся визуальный образ, который укрепляет бренд в глазах партнеров и коллег.

Фирменный фон включает в себя логотип ЕКОМ, слоган на двух языках в левом и правом углах композиции (располагается на плашках в фирменных цветах). Это создает единую визуальную связь с брендом и помогает установить ассоциативную связь между представителем ЕКОМ и организацией.

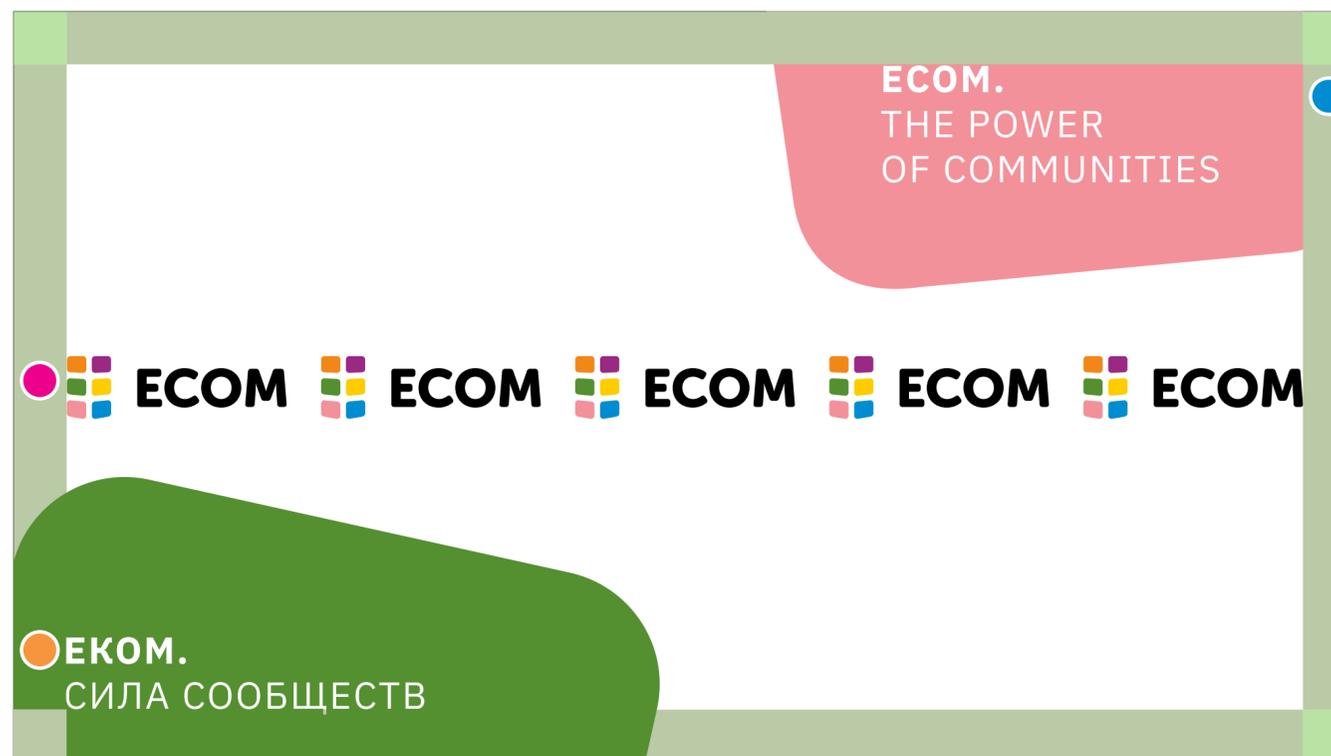
Размер фона: 1920 px \* 1080 px

● ЛОГОТИП



● СЛОГАН

● **ЕКОМ.**  
СИЛА СООБЩЕСТВ



● СЛОГАН



**Фирменный мерч**

# Эко-сумка

Экосумка — это функциональный аксессуар и повседневное отражение бренда. Фирменный паттерн используется в разных форматах на поверхности сумки, что позволяет узнать и идентифицировать ЕКОМ. Фирменная сумка становится неотъемлемой частью повседневной жизни людей, а также укрепляет связь с партнерами и аудиторией, создает долгосрочное впечатление о бренде. Каждый, кто носит фирменную сумку, становится амбассадором ЕКОМ.

Фирменная сумка представлена в форме удобного шоппера. Такой формат является наиболее распространенным в изготовлении и широко используется для нанесения информации. Это упрощает реализацию решения в малых и больших тиражах для печати. Рекомендуется использовать для печати уже цветные изделия в фирменных цветах бренда.

Сумка может использоваться как повседневный аксессуар сотрудников, партнеров, а также на мероприятиях, конференциях в качестве репрезентации бренда.

Размер принта: 360 \* 420 мм

- ЗНАК
- ПАТТЕРН







# Худи

Фирменное худи — стильный и удобный элемент мерчандайзинга, который позволяет усиливать узнаваемость бренда ЕКОМ. Этот универсальный предмет одежды привлекает внимание, а также создает единство и чувство принадлежности к бренду среди всех, кто носит его.

На каждое худи наносится фирменный паттерн в разных цветовых сочетаниях, а также фирменный знак небольшого размера. Рекомендуется наносить паттерн в один цвет на уже цветное изделие в фирменной палитре.

Каждый, кто надевает фирменное худи, помогает увеличить осведомленность об организации и ее узнаваемость. Это может быть особенно важно для сотрудников или участников мероприятий, чтобы они чувствовали себя частью большой команды.

● ЗНАК

● ПАТТЕРН





# Согласование материалов

ПРИ ВЫПУСКЕ ПЕЧАТНОЙ  
ИЛИ ЭЛЕКТРОННОЙ  
ПРОДУКЦИИ, НЕОБХОДИМО  
СОГЛАСОВАНИЕ  
ВСЕХ ПУБЛИКАЦИЙ  
С СЕКРЕТАРИАТОМ ЕКОМ.

Публикации могут быть сделаны на русском, английском или национальном языке.

Если публикация планируется на национальном языке (кроме русского и английского языков), необходимо предоставить ее полный перевод на русском или английском языке.