

PRO КУЛЬТУРА.РФ

Брендбук

2021 год

© Министерство культуры Российской Федерации

Что такое брендбук и как его использовать

Брендбук – документ, в котором описываются концепция бренда и фирменный стиль.

В брендбуке проекта «PRO.Культура.РФ» вы узнаете:

- о концепции, целевой аудитории и задачах проекта;
- о фирменном стиле: логотипе, цветовой палитре и шрифтах.

Шаблоны и материалы, представленные в брендбуке, можно скачать и использовать в презентации «PRO.Культура.РФ» в цифровом и печатном форматах.

Содержание

1. ПЛАТФОРМА

1.1. Общие сведения 5

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

2.1. Фирменные цвета 8

2.2. Фирменные шрифты 10

2.3. Логотип 11

2.4. Охранное поле логотипа 14

2.5. Ошибки воспроизведения логотипа 15

2.6. Знак и его варианты 16

2.7. Ошибки воспроизведения знака 17

3. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И EMAIL-РАССЫЛКИ

3.1. Фирменная графика в социальных сетях 19

3.2. Примеры оформления социальных сетей 20

3.3. Email-рассылки 23

4. ПРОДВИЖЕНИЕ

4.1. Интернет-баннер 25

4.2. Персональная визитная карточка 26



1. Платформа

«PRO.Культура.РФ» – цифровая платформа для продвижения услуг и мероприятий в сфере культуры. Целевая аудитория – специалисты российских учреждений культуры и организаторы мероприятий.

Возможности «PRO.Культура.РФ»:

1. Сбор и структурирование данных.
2. Распространение на интернет-площадках информации об услугах и мероприятиях в сфере культуры.
3. Удобный и бесплатный набор инструментов digital-маркетинга: email-рассылки, публикации в социальные сети, виджеты для сайтов, а также инструмент веб-аналитики «Цифровая культура».
4. Общение и обмен опытом: онлайн-мероприятия и курсы для повышения и развития профессиональных навыков специалистов в сфере культуры.

1. ПЛАТФОРМА / 1. 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

5. Единая модель взаимодействия между органами власти в сфере культуры и подведомственными учреждениями.

6. Интеграция с федеральными и региональными порталами.

«PRO.Культура.РФ» – универсальная платформа с широким спектром возможностей для профессионального сообщества: распространением событий на федеральных и региональных интернет-афишах, инструментами веб-аналитики и маркетинга, мероприятиями для совершенствования профессиональных навыков.

Деятельность учреждений культуры в «PRO.Культура.РФ» находит отражение в рейтинге информационной активности, который формируется два раза в год: за первое полугодие и по итогам всего года.

Куратор проекта – Министерство культуры Российской Федерации.



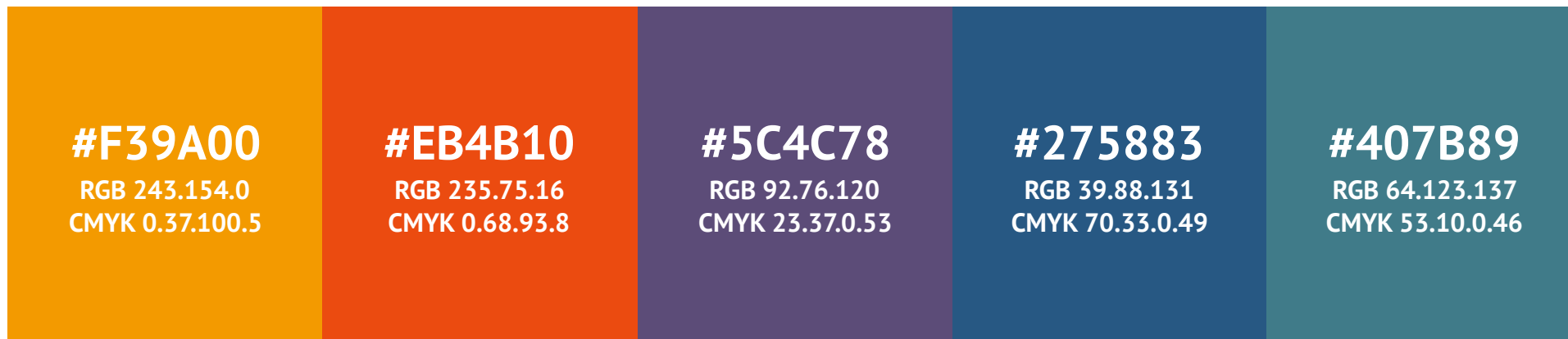
2. Firmenный стиль

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.1. ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

#ED2324 RGB 237.35.36 CMYK 0.93.86.0	#FFFFFF RGB 255.255.255 CMYK 0.0.0.0	#F7F7F7 RGB 247.247.247 CMYK 4.3.3.0	#38393D RGB 56.57.61 CMYK 71.61.53.59	#3D3D40 RGB 61.61.64 CMYK 68.59.52.57
#D21B1C RGB 210.27.28	#FAFAFA RGB 250.250.250	#E6E6E6 RGB 230.230.230	#2F3034 RGB 47.48.52	#363638 RGB 54.54.56

В палитре — 5 основных цветов. Главным, акцентным цветом является красный (#ED2324, RGB 237.35.36, CMYK 0.93.86.0). Также он используется в основных графических элементах платформы — иконках, пиктограммах, ховерах. Основной цвет шрифта платформы — #3C3C3C (RGB 60.60.60). Нижний ряд цветов используется для ховеров элементов интерфейса.

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.1. ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



Также в палитре имеются 5 вспомогательных цветов. Они могут использоваться для оформления инфографики и маркетинговых материалов.

PT Sans

Regular, Bold

A a

Arial

Regular, Bold

A a

Noto Serif

Regular, Italic, Bold,
Bold Italic

A a

В интерфейсе – 3 разновидности шрифтов различных начертаний, размеров и регистра. Для презентаций, бланков и печатных материалов используется шрифт Arial различной насыщенности.

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.3. ЛОГОТИП

Профессиональное
сообщество

Логотип портала «Культура.РФ»

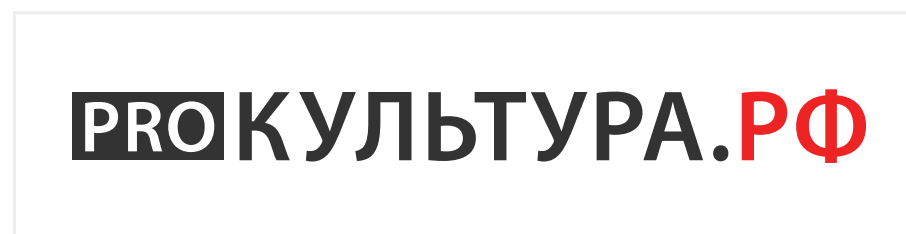


Логотип «PRO.Культура.РФ»

Логотип состоит из двух компонентов:

1. Логотип портала «Культура.РФ» – принадлежность к бренду «Культура.РФ».
2. Элемент PRO (от англ. professional) – принадлежность к среде профессионалов, участвующих в организации культурной жизни страны.

В логотипе используются оба компонента в той последовательности, которая указана на рисунке. Не допускается разделение или изменение расположения компонентов.



Логотип представляет собой шрифтовое начертание названия проекта в фирменных цветах (раздел 2.1.). Начертание не является самостоятельным шрифтом.

Логотип имеет как светлый вариант, который подходит для нанесения на темную подложку, так и инверсионный темный.

У логотипа есть русскоязычная и англоязычная версии.

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.3. ЛОГОТИП



Англоязычный вариант логотипа платформы «PRO.Культура.РФ»

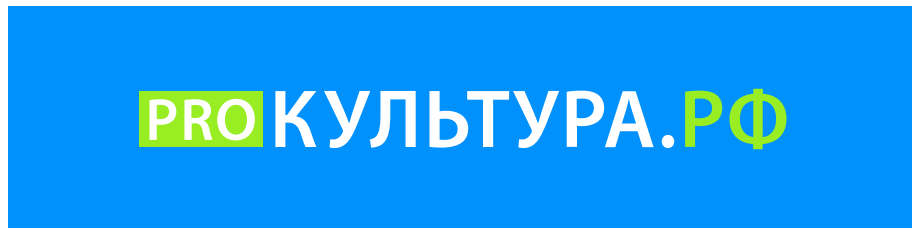


У логотипа есть охранное поле, в пределы которого не должны попадать активные графические элементы.

Охранное поле определяется следующим образом:

- размеры отступов снизу и сверху от названия платформы равны высоте его начертания;
- боковые отступы равны $1/5$ длины логотипа, что составляет длину графического начертания «РФ».

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.5. ОШИБКИ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ЛОГОТИПА



Нельзя изменять цвета логотипа



Нельзя изменять начертание логотипа



Нельзя заменять начертание шрифтами



Нельзя применять эффекты к логотипу



Нельзя размещать на неконтрастном фоне



Нельзя размещать на плохо читаемом фоне

2. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ / 2.6. ЗНАК И ЕГО ВАРИАНТЫ



Версия знака на светлом фоне



Версия знака на темном фоне

Фирменный знак – это графическое начертание букв PRO и «K» в фирменных цветах (раздел 2.1.). Он применяется в цифровых и печатных материалах. Фирменный знак можно использовать самостоятельно – без подписей.



Нельзя совмещать знак и логотип



Нельзя изменять цвета знака



Нельзя изменять начертание знака



Нельзя применять эффекты к знаку



Нельзя размещать на неконтрастном фоне



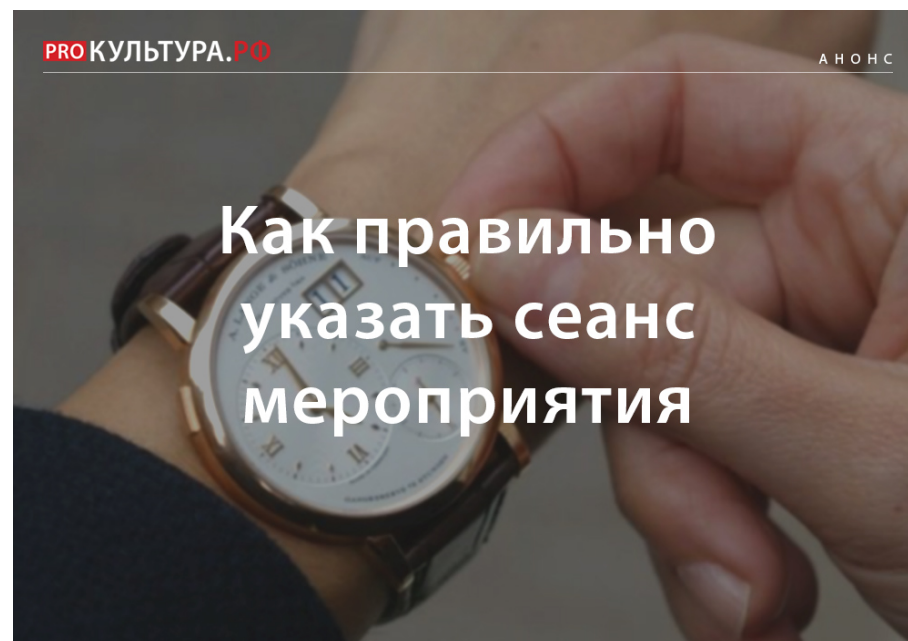
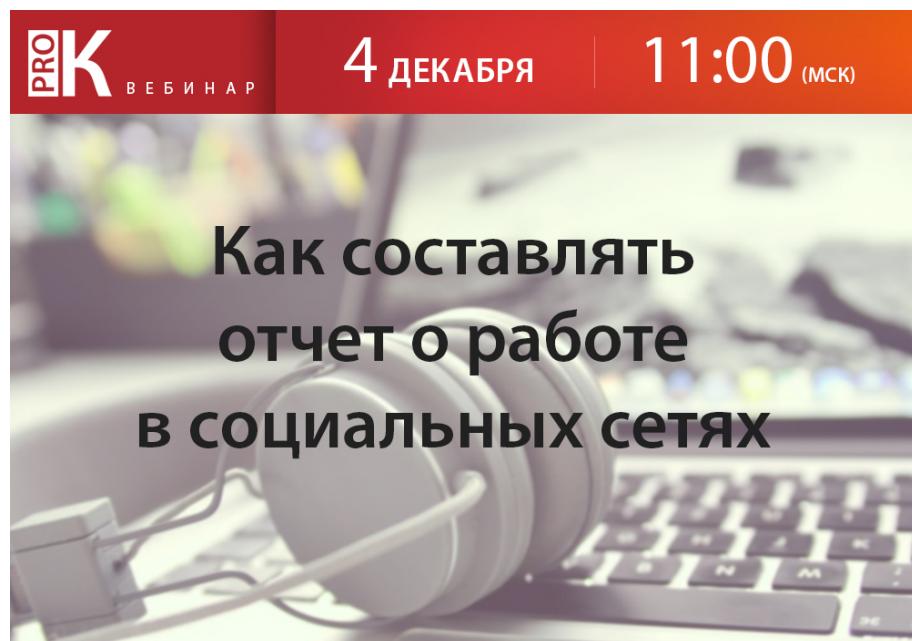
Нельзя размещать на плохочитаемом фоне



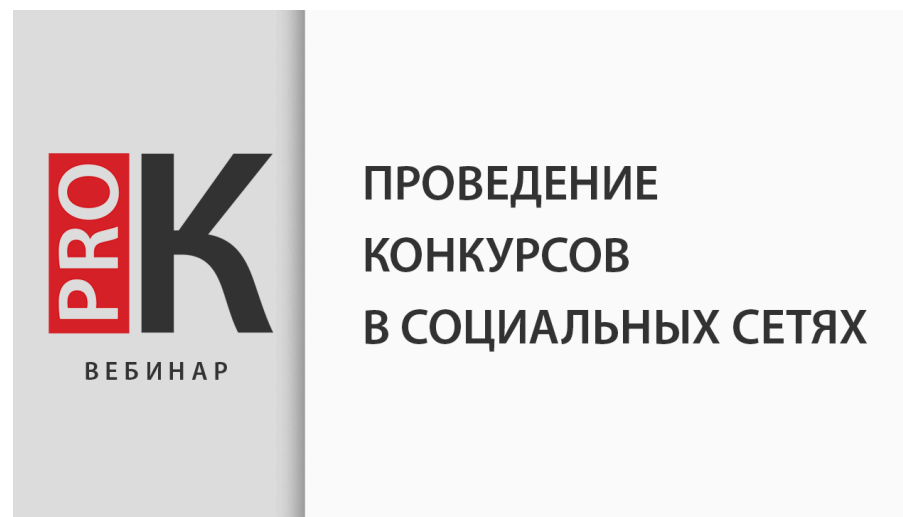
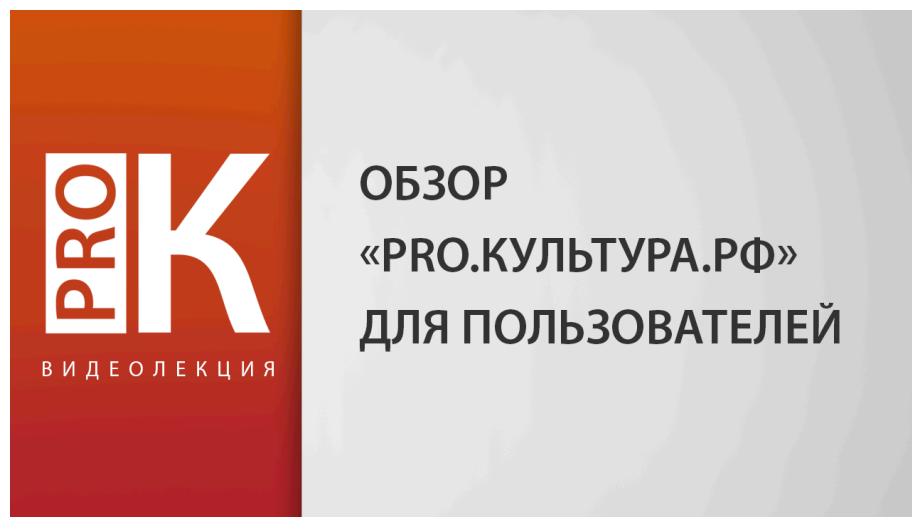
3. Социальные сети и email-рассылки



Для оформления аватара в социальных сетях используется изображение с фирменным знаком (раздел 2.7.). Для оформления фонового изображения используется шаблон (его размер зависит от социальной сети). Он меняется под конкретные акции и культурные события.

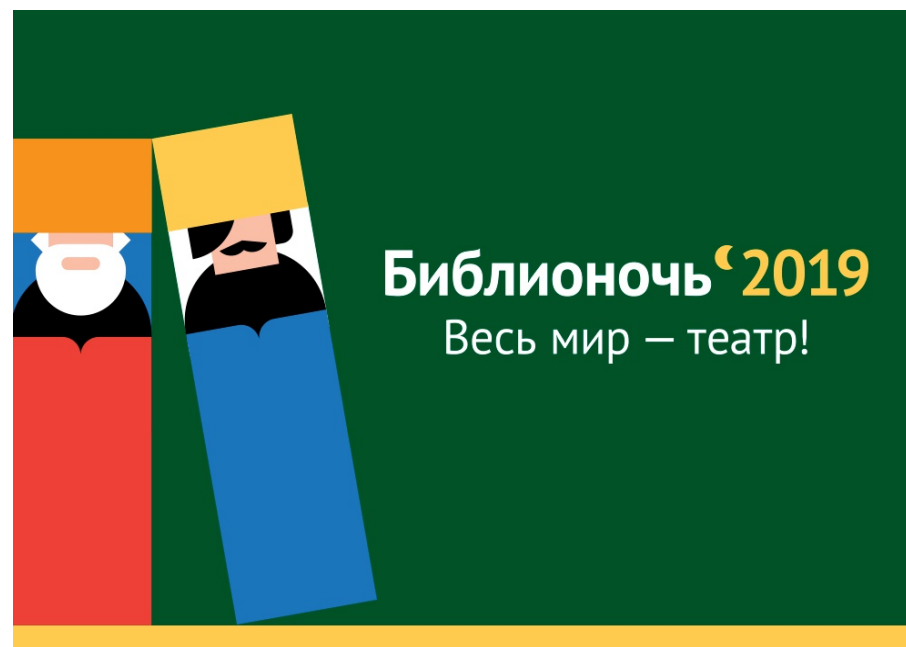
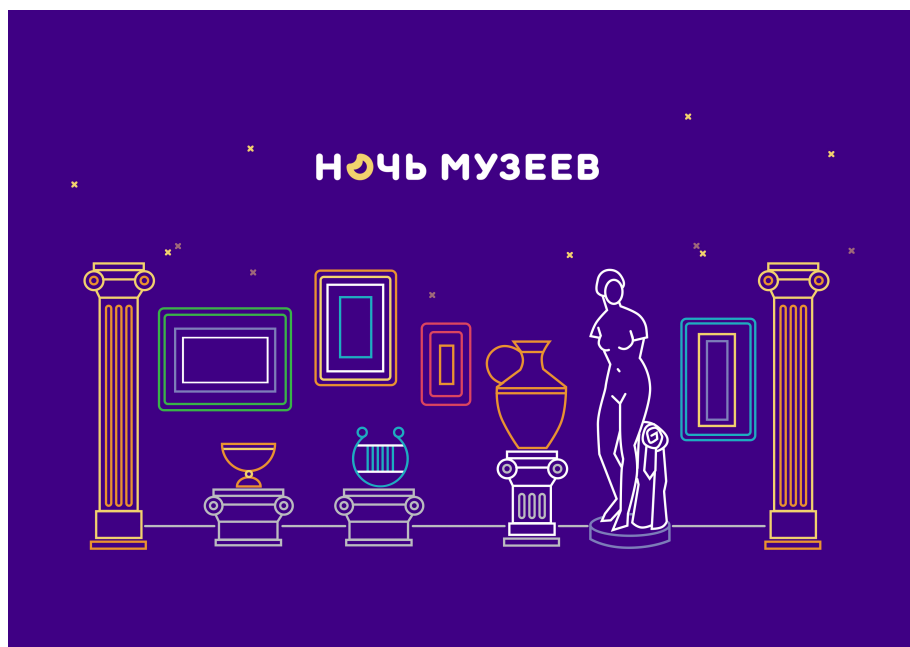


Для сопровождения публикаций в социальных сетях проекта используются брендированные иллюстрации. На иллюстрациях – логотип и основная информация (название материала, тема вебинара).



Для оформления видеозаписей в социальных сетях используются типовые шаблоны. На шаблоне – логотип и название лекции или вебинара.

3. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И РАССЫЛКИ / 3.2. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Для оформления анонсов всероссийских акций используются брендированные иллюстрации. Иллюстрации создаются к каждому мероприятию на основе руководства по фирменному стилю.

Информационное уведомление

8-800-200-37-17

PROКУЛЬТУРА.РФ

Здравствуйтесь!

В преддверии Международного женского дня мы подготовили для вас материал, который поможет правильно и быстро оформить событие к праздничному дню.

Вы узнаете:

- как выбрать подходящее главное изображение;
- какие теги поставить;
- как написать текст для праздника, концерта, встречи, мастер-класса и других событий;
- на какие федеральные ресурсы попадет ваше событие.

| История



На этой неделе в России проходят масштабные гулянья в честь Масленицы. Узнайте, для чего в старину катались с ледяных гор, по каким правилам бились стенка на стенку и зачем закапывали молодоженов в снег, на портале «Культура.РФ».

Как развлекались на Масленицу
culture.ru/materials/254134/kak-razvlekalis-na-maslenicu



В Международный женский день портал «Культура.РФ» рассказывает об отважных дамах-этнографках царской России, которые оставили модные салоны ради захватывающих дух экспедиций и исторических раскопок.

Email-рассылки оформляются в фирменных цветах (раздел 2.1.). Для представления в рассылке статей, новостей, анонсов онлайн-мероприятий используются графические материалы.

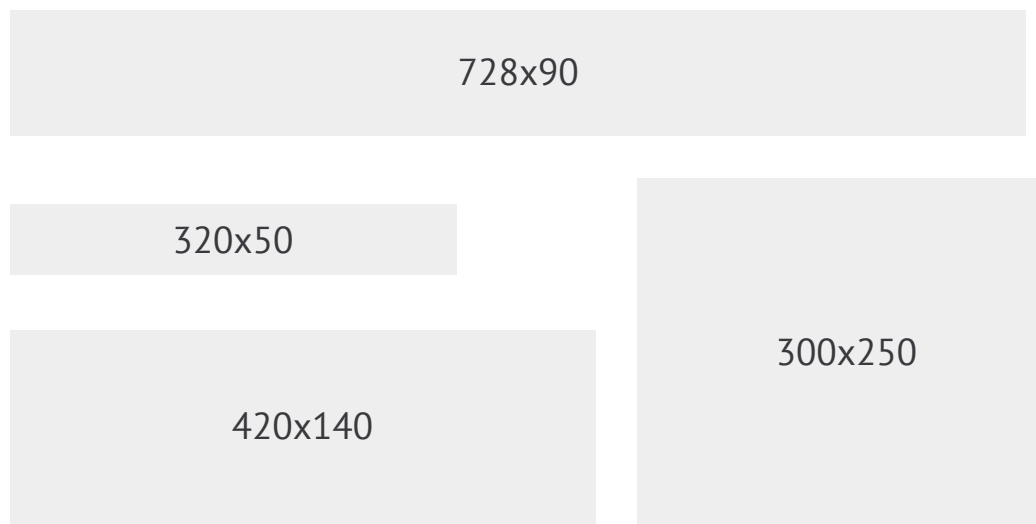


4. Продвижение

4. ПРОДВИЖЕНИЕ / 4.1. ИНТЕРНЕТ-БАННЕР

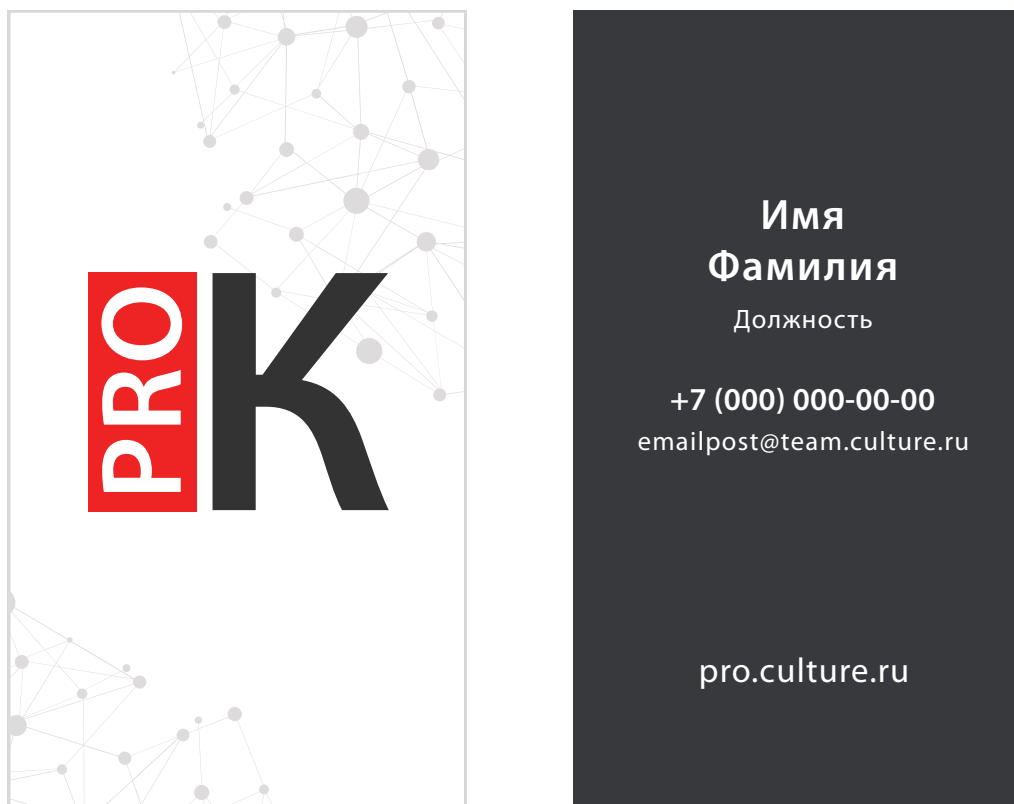


Пример баннера 300x250



При создании интернет-баннеров используется логотип платформы. Баннеры могут быть как графические, так и тексто-графические. Размеры баннеров в пикселях: 728X90, 320X50, 300X250, 420X140.

4. ПРОДВИЖЕНИЕ / 4.2. ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



Для оформления лицевой стороны персональной визитной карточки используется фирменный знак (раздел 2.7.). В оформлении оборотной стороны используется информация – контакты специалиста и веб-адрес «**PRO.Культура.РФ**». Размер визитной карточки – 50x90 мм.

 Скачать шаблон визитной карточки



Контакты:

Email: pro@team.culture.ru

Единая горячая линия: 8 (800) 200-37-17
(пн. – пт., 09:00–18:00 мск)