

# Руководство по использованию бренда

# Содержание

<b>1</b>	<b>Платформа бренда</b>			<b>3</b>	<b>Носители бренда</b>		
	Общие принципы бренда	4			Визитная карточка	36	
	Мифология и образ бренда	7			Фирменный бланк	38	
	Слоганы бренда	9			Фирменный конверт	39	
	Ограниченное число языковых формул	10			Фирменная папка для бумаг	40	
	Простой и ясный язык	12			Карта индивидуального доступа и бейдж	41	
<b>2</b>	<b>Платформа бренда</b>				Информационный плакат	42	
	Логотип и написание мастер-бренда	17			Наклейка на стекло автомобиля	43	
	Цветовые и черно-белые решения логотипа	18			Кнопка «Войти через госуслуги»	44	
	Свободное пространство и минимальный размер логотипа	20			Оформление рабочего стола компьютера / смартфона	46	
	Основные фирменные цвета	21			Библиотека файлов	47	
	Дополнительные фирменные цвета	22		<b>4</b>	<b>Оформления рекламных коммуникаций</b>		
	Иконка приложения	23			Общие принципы и элементы оформления	49	
	Ограничения использования логотипа	24			Вертикальный плакат	50	
	Типографика. Основной фирменный шрифт	26			Горизонтальный плакат	51	
	Типографика. Дополнительный фирменный шрифт	27			Квадратный формат плаката	52	
	Стиль фотоизображений	28			Сити-формат	53	
	Фирменная графика	30			Билборд 6x3 м	54	
	Логотип и слоган	32			Сити-борд	55	
	Библиотека файлов	34			Пиллар	56	
					Макеты в прессу вертикальные	60	
					Макеты в прессу горизонтальные	61	
					Веб-баннеры типовых форматов	62	
					Facebook: аватар, кавер, оформление поста	63	
					E-mail рассылка	64	
					Библиотека файлов	65	

# 1 Платформа бренда

# Платформа бренда

## Общие принципы бренда

### Польза

Миссия госуслуг — помочь гражданам решать насущные проблемы. Главная ценность портала, мобильных приложений, групп в соцсетях и всей коммуникации — помогать гражданам решать насущные проблемы.

#### Следствия:

- Любая коммуникация от лица бренда должна нести понятную людям пользу.
- Польза от любой коммуникации должна быть ясно сформулирована.
- Никакие информационные поводы, новости или выход новых возможностей портала, а также любые другие события и явления не могут становиться поводом для коммуникации до тех пор, пока не сформулирована понятная людям польза от этой коммуникации.

# Платформа бренда

## Общие принципы бренда

### Простота

Госуслуги — это интерфейс между сложным государством и не менее сложной жизнью граждан. Миссия госуслуг — помочь гражданам решать насущные проблемы максимально просто, даже в тех областях, которые касаются сложных государственных процессов.

#### Следствия:

- Любую коммуникацию нужно максимально упрощать. Избегать использование терминов и аббревиатур, канцеляризмов, сложных синтаксических и смысловых конструкций.
- Любая коммуникация должна быть сложной ровно настолько, насколько это необходимо для решения насущной проблемы человека.
- Если сущность, термин, аббревиатура или любой другой предмет коммуникации не влияют на поведение человека, то человек не должен о ней знать.

# Платформа бренда

## Общие принципы бренда

### Единство

Госуслуги — единая точка контакта человека с государством. У граждан должна складываться четкая связь, что госуслуги — это государство. По любым вопросам к государству обращаться к госуслугам.

#### Следствия:

- Следует минимизировать количество названий сущностей, с которыми контактирует человек. По возможности исключить из коммуникации названий подсистем (например, ЕЛК, ЕАИЦ или ИПШ). Уменьшить количество названий организаций, в которые человек обращается по тому или иному вопросу.
- Если что-то корректно назвать госуслугами — это должно называться госуслугами.

# Платформа бренда

## Мифология и образ бренда

Смысловое наполнение бренда основывается на представлении о госуслугах как о помощнике на всех этапах жизненного пути человека.

На протяжении жизни человек регулярно попадает в ситуации, когда ему нужна помощь государства: рождение ребенка, поступление в детский сад и школу, лечение, получение паспорта, поиск работы, создание семьи, приобретение имущества, уход за здоровьем, получение социальной помощи и др. Все эти жизненные ситуации так или иначе связаны с госуслугами.

Госуслуги — это спутник на протяжении всей жизни человека. Госуслуги помогают человеку справляться с бытовыми задачами, вести здоровую, комфортную и счастливую жизнь. Госуслуги — на все случаи жизни.

Задача бренда — приучить граждан к мысли, что государство — не враг, не проблема, не трудность. Государство — это помощник. Государство на твоей стороне. Государство делает твою жизнь комфортнее и удобнее, чтобы ты мог заниматься более важными вещами.

# Платформа бренда

## Мифология и образ бренда

Госуслуги дружелюбные, но сдержанные. Исключено панибратство и неформальное общение.

Госуслуги вежливые, но не услужливые. В них нет лакейства и самоуничижения. Госуслуги — это общение равных. Государство уважает человека и требует такого же уважения к себе.

Госуслуги честные, открытые и прямолинейные. В госуслугах нет места загадочному креативу, намекам, иронии, сарказму, иносказательности, языковой игре, высоко-контекстуальным шуткам.

Госуслуги не простые, но ясные. Госуслуги — это интерфейс между человеком и сложной государственной системой, цель которого — помочь решить проблему. Ясность госуслуг достигается за счет понятной структуры, визуальной, смысловой и языковой чистоты, следования канонам информационного стиля текста.



# Платформа бренда

## Слоганы бренда

**Госуслуги**  
**На все случаи жизни**

Коммуникация относительно портала госуслуг и экосистем электронных госуслуг в целом

**Госуслуги**  
**Проще, чем кажется**

Коммуникация относительно отдельных услуг и решения конкретных бытовых задач пользователей

Задача слоганов — транслировать общие принципы бренда: пользу, простоту и единство. Для соблюдения принципа единства запрещено создавать дополнительные слоганы для продвижения отдельных услуг.

# Платформа бренда

## Ограниченное число языковых формул

В любой рекламной коммуникации может использоваться одна из трех формул общения с аудиторией:

### **Формула «Польза»**

Решение насущной проблемы + УТП + конкретный призыв к действию

### **Формула «Сценарий»**

Высказывание от лица пользователя госуслуг в настоящем или прошедшем времени + принадлежность к госуслугам

### **Формула «Аффирмация»**

Позитивное обещание в будущем времени с восклицательным знаком + конкретный призыв к действию + УТП

### **Оплатить штрафы ГИБДД без очереди**

Проверьте свои штрафы и оплатите их банковской картой на госуслугах

### **Оплатил штрафы ГИБДД на госуслугах**

### **Штрафы не накопятся!**

Проверьте свои штрафы и оплатите их банковской картой на госуслугах за пять минут

# Платформа бренда

## Ограниченное число языковых формул

Использование той или иной формулы регламентируется форматом, носителем и моментом жизненного цикла аудитории.

В отличие от слоганов, платформа бренда позволяет вводить новые коммуникационные формулы, если они:

1. Соответствуют общим принципам бренда: пользе, простоте, единству.
2. Имеют масштабируемый и формализуемый характер, могут применяться для продвижения нескольких услуг.
3. Состоят из не более чем двух элементов текста: основного заголовка (всегда) и дополнительного поясняющего текста (при необходимости).  
Других видов текста.

# Платформа бренда

## Простой и ясный язык

Первое предложение любой коммуникации всегда представляет собой одно ясное и сильное утверждение.

### **Нет: запутанно, многословно**

С 28 мая пользователи портала ЕПГУ (госуслуг) имеют возможность не только осуществлять проверку налоговой задолженности, но и проводить платёжные операции по налоговым задолженностям физических лиц.

### **Да: коротко, ясно**

Теперь на госуслугах можно не только посмотреть задолженности по налогам, но и оплатить их.

# Платформа бренда

## Простой и ясный язык

В статьях, справочных материалах и соцсетях любой текст начинается с обозначения пользы.

### **Нет: о событии**

С 28 мая к услуге «Проверка налоговой задолженности» подключена возможность произведения удаленных платежей с помощью банковских карт.

### **Да: о пользе**

Теперь на госуслугах можно не только посмотреть задолженности по налогам, но и оплатить их.

Статья или любая другая коммуникация может начинаться только с того, что направлено на решение проблемы людей. Нельзя выпускать новости или статьи, в которых с первых слов непонятна польза от их прочтения.

# Платформа бренда

## Простой и ясный язык

Сложность любой статьи должна быть обоснована практической применимостью. Если технические детали не влияют на действия человека, он не должен знать об этих технических деталях.

### **Нет: лишние технические детали не влияют на поведение человека**

Для оказания данной услуги необходима учетная запись второго или третьего уровня.

### **Да: приведены только те детали, которые влияют на поведение человека**

Чтобы узнать задолженность по налогам, укажите номер СНИЛС или подтвердите свою личность. Как это сделать?

# Платформа бренда

## Простой и ясный язык

В любой коммуникации запрещены штампы, характерные для канцелярского и официально-делового стиля:

### **Нет:**

Во избежание повреждения;  
В связи с нарушениями в работе;  
Граждане, проживающие в доме.

### **Да:**

Чтобы не сломать;  
Из-за поломки;  
Жильцы.

Запрещены слова:

### **Нет:**

вышепредставленный, вышеперечисленный, вышеназванный, вышеуказанный, данный, настоящий (в настоящий момент), осуществлять, производить и т.п.

## 2 Базовые элементы бренда



# Базовые элементы бренда

## Логотип и написание мастер-бренда

Логотип «Госуслуги» является основой системы идентификации бренда. Он присутствует во всех визуальных коммуникациях и используется в качестве самостоятельного элемента.

Очень важно сохранять целостность логотипа, в него нельзя вносить никаких изменений. При воспроизведении знака рекомендуется использовать только оригинальные мастер-копии файлов.

Логотип существует в двух версиях: кириллическая и латинская.



ГОСУСЛУГИ



gosuslugi

# Базовые элементы бренда

## Цветовые и черно-белые решения логотипа (кириллическая версия)

В визуальных коммуникациях и носителях бренда «Госуслуги» допустимо использование 3-х цветовых и 2-х черно-белых решений логотипа.

### 1. Логотип на белом фоне

Данное цветовое решение применяется в большинстве случаев при разработке носителей фирменного стиля бренда.

### 2. Логотип на светло-сером фоне

Данное цветовое решение также применяется в большинстве случаев при разработке носителей фирменного стиля бренда.

### 3. Логотип на синем фоне

Данное цветовое решение является дополнительным и не должно стать доминирующим в оформлении носителей фирменного стиля бренда.

### 1. Логотип на белом фоне



### 3. Логотип на синем фоне



### 4,5. Черно-белые решения логотипа



### 2. Логотип на светло-сером фоне



### 4,5. Черно-белые решения логотипа

Черно-белые решения логотипа применяются в тех случаях, когда цветное воспроизведение логотипа невозможно (например, при печати в черно-белых газетах или на факсимильных бланках).

### Важно!

Иные цветовые вариации логотипа использовать запрещено!

# Базовые элементы бренда

## Цветовые и черно-белые решения логотипа (латинская версия)

В визуальных коммуникациях и носителях бренда «Госуслуги» допустимо использование 3-х цветовых и 2-х черно-белых решений логотипа.

### 1. Логотип на белом фоне

Данное цветовое решение применяется в большинстве случаев при разработке носителей фирменного стиля бренда.

### 2. Логотип на светло-сером фоне

Данное цветовое решение также применяется в большинстве случаев при разработке носителей фирменного стиля бренда.

### 3. Логотип на синем фоне

Данное цветовое решение является дополнительным и не должно стать доминирующим в оформлении носителей фирменного стиля бренда.

### 1. Логотип на белом фоне



### 3. Логотип на синем фоне



### 4,5. Черно-белые решения логотипа



### 2. Логотип на светло-сером фоне



### 4,5. Черно-белые решения логотипа

Черно-белые решения логотипа применяются в тех случаях, когда цветное воспроизведение логотипа невозможно (например, при печати в черно-белых газетах или на факсимильных бланках).

### Важно!

**Иные цветовые вариации логотипа использовать запрещено!**

# Базовые элементы бренда

## Свободное пространство и минимальный размер логотипа

Зона комфорта или свободное пространство логотипа — это невидимое поле, внутрь которого не должны заходить никакие другие элементы дизайна (графика, фотографии, иллюстрации и прочее).

На данной схеме красным контуром обозначена зона комфорта логотипа, ее величина (зона периметра логотипа) равна высоте букв логотипа. На схеме значением «X» обозначена высота букв шрифтового написания: литера «г» в кириллической версии и «u» в латинской.

Свободное поле основной версии логотипа



Свободное поле латинской версии



### Минимальный размер использования логотипа

На рисунке внизу приведен минимальный размер воспроизведения логотипа Госуслуги.

#### Кириллическая версия



#### Латинская версия



Меньший размер логотипа использовать запрещено!

# Базовые элементы бренда

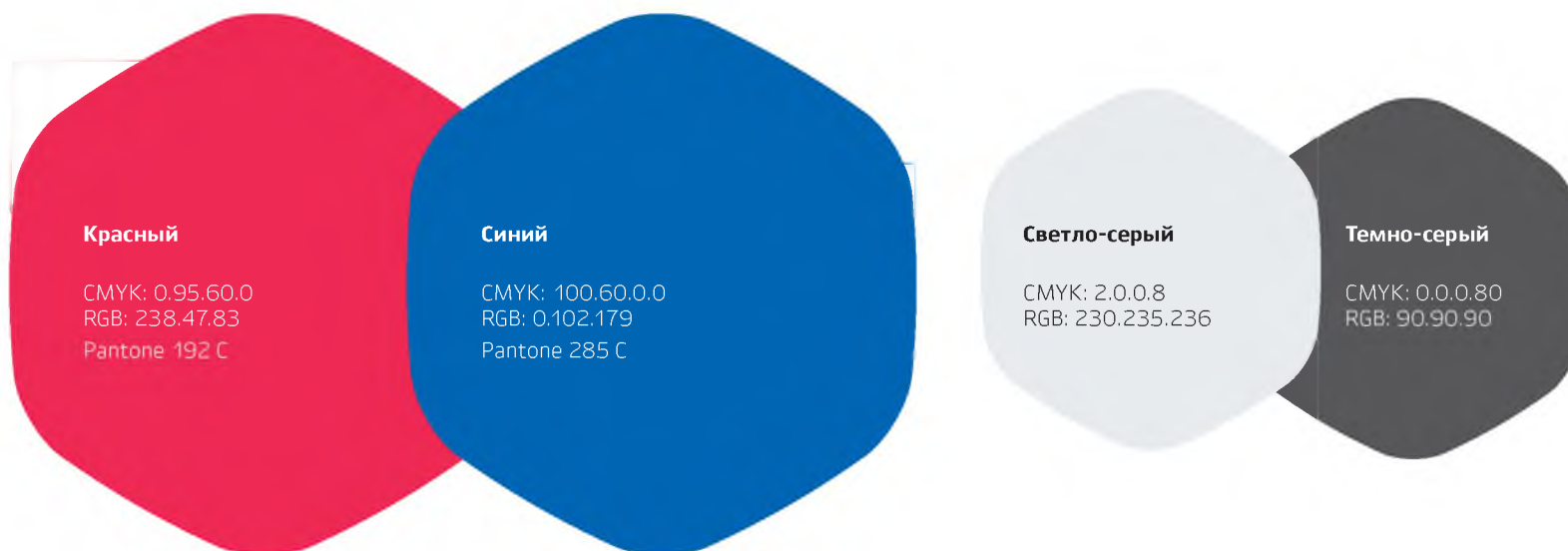
## Основные фирменные цвета

Основными фирменными цветами бренда «Госуслуги» являются красный и синий.

В качестве цвета для наборного текста рекомендуется использовать тёмно-серый цвет.

В качестве дополнительного цвета для фона, помимо белого, возможно использование светло-серого цвета.

Более подробные характеристики цветов представлены на странице справа.



# Базовые элементы бренда

## Дополнительные фирменные цвета (цвета услуг)

Каждая категория государственных услуг имеет свой цвет.

Дополнительные цвета распределены так, что каждый соответствует определённой категории услуг и применяются для их дифференциации и идентификации.

Более подробные характеристики цветов представлены на странице справа.



# Базовые элементы бренда

## Иконка приложения

Иконка приложения — еще один самостоятельный элемент идентификации бренда «Госуслуги».

Помимо того, что она используется как элемент идентификации приложения портала, в определенных случаях она может применяться как отдельный носитель бренда (например, как сувенирный стикер на смартфон или наклейка на стекло автомобиля).



# Базовые элементы бренда

## Ограничения использования логотипа

С логотипом запрещается совершать действия, способные нарушить его восприятие.

Логотип является главным элементом идентификации бренда. Для того, чтобы он правильно воспринимался, необходимо обеспечить правильность его воспроизведения на тех или иных носителях фирменного стиля.

Ограничения в использовании распространяются как на кириллическую, так и на латинскую версии логотипа.

Логотип запрещается как-либо деформировать, менять цвета или располагать в ситуациях, кроме тех, что описаны выше в данном руководстве.

На странице справа представлены основные примеры ограничений в использовании логотипа.



Запрещается использовать инвертированный на красном фоне.



Запрещается использовать полностью белый логотип на синем фоне.



Запрещается менять местами цвета в логотипе.



Запрещается использовать написание произвольным шрифтом вместо логотипа.



Запрещается растягивать логотип или деформировать его другим образом.



Запрещается сжимать логотип или деформировать его другим образом.



Запрещается вращать и размещать логотип на формате носителя под углом.



Запрещается выкрашивать логотип в иные, не являющиеся фирменными цвета.



# Базовые элементы бренда

## Ограничения использования логотипа

На странице справа представлены основные примеры ограничений в использовании логотипа.



Запрещается использовать цветной логотип на тёмном или черном фоне.



Запрещается использовать полностью белый логотип на черном фоне.



Запрещается использовать полностью черный логотип.



Запрещается использовать логотип на неоднородном фоне, иллюстрациях или фотоизображениях.



Запрещается использовать логотип на фоне ярких, контрастных цветов.

# Базовые элементы бренда

## Типографика. Основной фирменный шрифт

Фирменный стиль бренда «Госуслуг» предполагает использование шрифтовой гарнитуры ALS Ekibastuz.

Гарнитура ALS Ekibastuz в начертаниях: Regular, Bold, Heavy и Black используется как для набора основного текста, так и для акциденции — выделения главного в тексте. Например, данным шрифтом должны оформляться все рекламные и информационные тексты, заголовки, слоганы, цитаты.

### ALS Ekibastuz Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
 абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
 1234567890

### ALS Ekibastuz Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
 абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
 1234567890

### ALS Ekibastuz Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
 абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
 1234567890

### ALS Ekibastuz Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
 абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
 1234567890

# Базовые элементы бренда

## Типографика. Дополнительный фирменный шрифт

В некоторых случаях, таких как электронная переписка или корпоративные электронные презентации, следует использовать шрифт Helvetica Neue.

Шрифт Helvetica Neue является универсальным, так как установлен на большинстве ПК вместе с системой, а также широко используется в сети Интернет.

Несколько примеров, где может использоваться шрифт Helvetica Neue:

В электронной переписке сотрудников (текст письма и подпись);

В электронных презентациях формата Microsoft Power Point;

В деловой документации (текст деловых и информационных писем).

### Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
 абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
 1234567890

### *Helvetica Neue Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ*  
*абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя*  
*1234567890*

### Helvetica Neue Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ**  
**абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя**  
**1234567890**

### ***Helvetica Neue Bold Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ***  
***абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя***  
***1234567890***

# Базовые элементы бренда

## Стиль фотоизображений

Фотоизображения, используемые при создании рекламных коммуникаций бренда, должны транслировать простоту, дружелюбие, открытость, позитивное настроение и яркие эмоции.

Фотоизображения должны прямо или косвенно отражать жизненные ситуации людей — потребителей государственных услуг.



# Базовые элементы бренда

## Стиль фотоизображений

**При поиске фотоизображений для создания рекламных макетов, рассылок, веб-баннеров и любых других видов коммуникационных сообщений необходимо учитывать следующие требования:**

1. Фотоизображение должно соответствовать стилю, характеру и настроению бренда: быть простым, дружелюбным, открытым и позитивным.

2. При поиске фотоизображений избегать использования образов людей не славянской внешности. Герои на фото должны быть похожи на людей, проживающих на территории Российской Федерации.

3. При поиске фотоизображений с людьми необходимо избегать чрезмерно позитивных эмоций и группового веселья. Эмоции на снимках должны быть из жизни: улыбки, позитив, заинтересованность, легкое сомнение и прочие характеры, которые можно встретить в жизни. «Госуслуги» — сервис для реальных людей, важно, чтобы человек узнавал себя в коммуникациях бренда.

4. При поиске фотоизображений необходимо избегать комичных и анекдотных образов граждан Российской Федерации. Образы людей в рекламе должны находиться в комфортном, благополучном окружении и соответствующей жизненной ситуации.

5. Фотоизображение должно содержать тот контекст, о котором в сообщении идет речь. Например, жизненные ситуации, которые происходят с автомобилем, с детьми, в семье, на работе и тд.

6. Если фотоизображение не содержит образ человека, в таком случае основной фокус должен быть на атрибуте жизненной ситуации (например: светофор, паспорт, водительские права и прочие конкретные объекты).

7. Фотоизображения должны быть максимально естественными, из реальной жизни, без ярко выраженной ретуши и явной компьютерной обработки снимка.

8. В содержании отдельно взятого изображения не должны фигурировать предметы, аксессуары, одежда, электронные устройства с логотипами брендов-производителей.

9. При поиске фотоизображений необходимо учитывать плотность содержания снимка. Стараться использовать фото объектов и образов людей (жизненных ситуаций) с насыщенным, контрастным фоном.

# Базовые элементы бренда

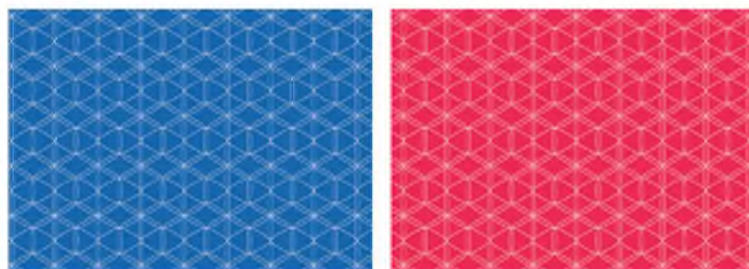
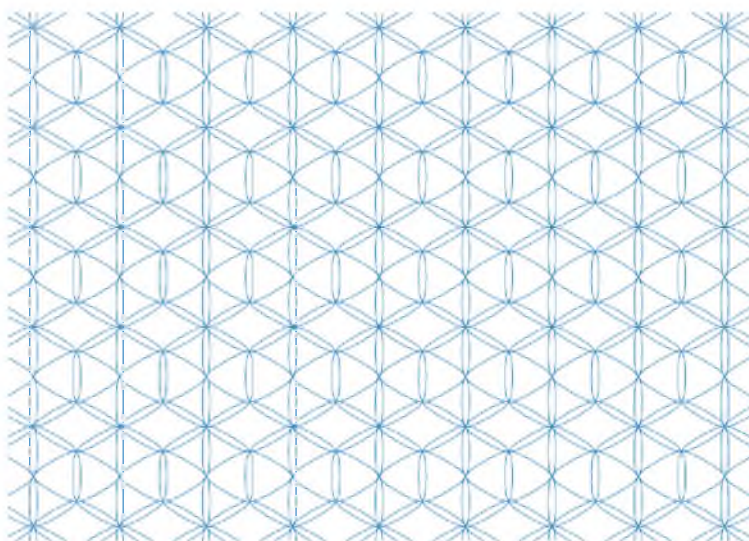
## Фирменная графика

Дополнительным стилиобразующим элементом бренда «Госуслуги» является паттерн (фирменная графика).

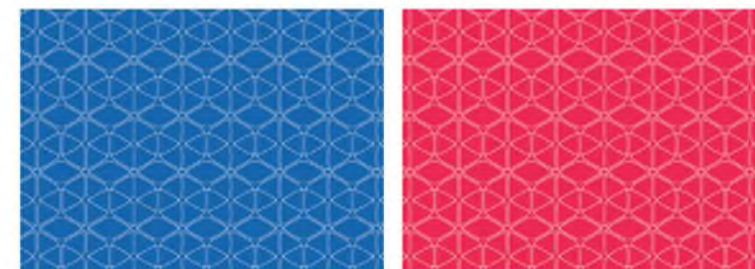
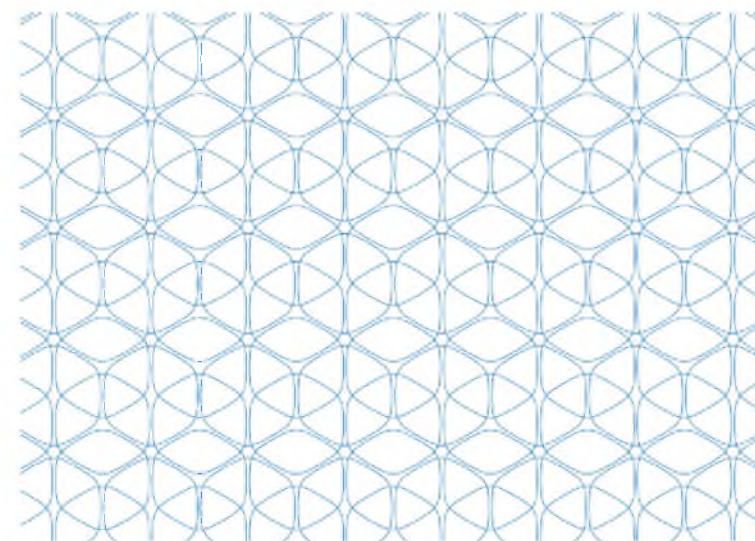
Паттерн — это системное повторение одного графического элемента бесчисленное количество раз. Из графических паттернов складывается изображение (узор).

Применяя различные параметры расположения элементов относительно друг друга, получается несколько вариаций паттерна. Всего существует 4 варианта паттерна.

Паттерн 1



Паттерн 2



# Базовые элементы бренда

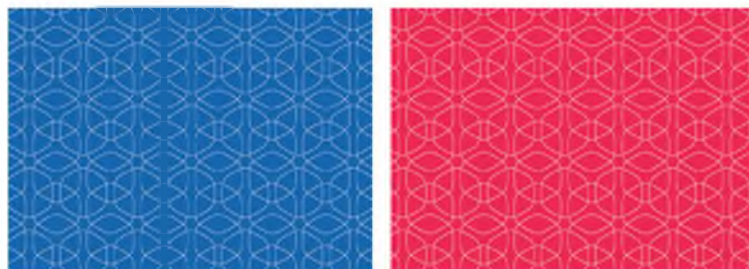
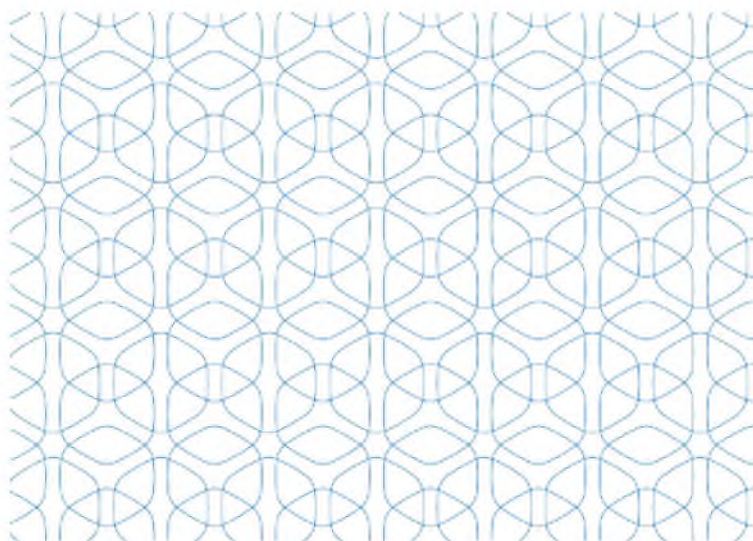
## Фирменная графика

Дополнительным стилиобразующим элементом бренда «Госуслуги» является паттерн (фирменная графика).

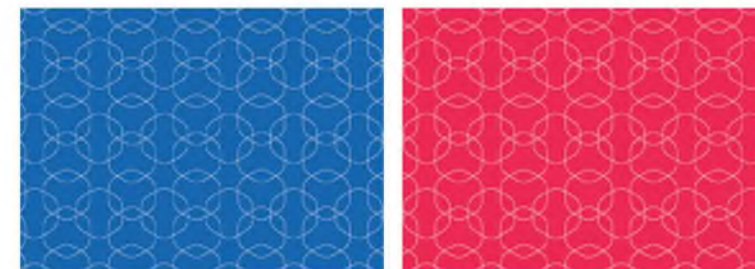
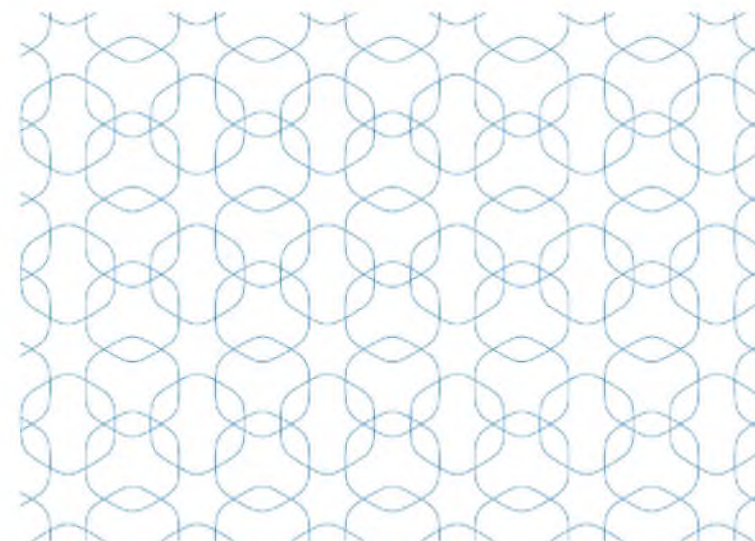
Паттерн — это системное повторение одного графического элемента бесчисленное количество раз. Из графических паттернов складывается изображение (узор).

Применяя различные параметры расположения элементов относительно друг друга, получается несколько вариаций паттерна. Всего существует 4 варианта паттерна.

Паттерн 3



Паттерн 4

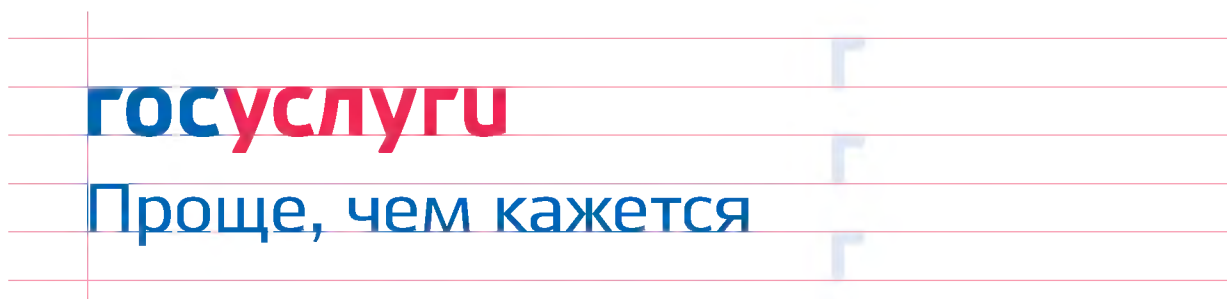


# Базовые элементы бренда

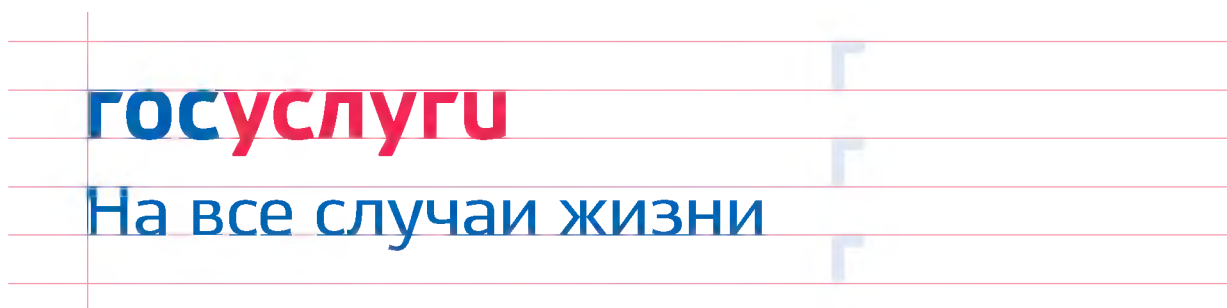
## Компоновка логотипа и слогана

Логотип и слоган компоновка 1.  
Данная версия композиции логотипа и слогана в основном используется в рекламе и коммуникационных сообщениях бренда.

Логотип и слоган «Проще, чем кажется» композиция 1



Логотип и слоган «На все случаи жизни» композиция 1





# Базовые элементы бренда

## Компоновка логотипа и слогана

Логотип и слоган компоновка 2. Данная версия композиции логотипа и слогана в основном используется на носителях внутренних коммуникаций бренда, например, в персональной подписи электронного письма.

Логотип и слоган «Проще, чем кажется» композиция 2



Логотип и слоган «На все случаи жизни» композиция 2



# Базовые элементы бренда

## Библиотека файлов

Все оригинальные мастер-копии файлов базовых элементов бренда «Госуслуги» находятся в разделе под названием Gosuslugi basic elements of brand и имеют следующее содержание:

### Gosuslugi basic elements of brand

#### Gosuslugi logos

gosuslugi-logo-rus.ai  
 gosuslugi-logo-rus.pdf  
 gosuslugi-logo-eng.ai  
 gosuslugi-logo-eng.pdf  
 gosuslugi-logo-colors-rus.ai  
 gosuslugi-logo-colors-rus.pdf  
 gosuslugi-logo-colors-eng.ai  
 gosuslugi-logo-colors-eng.pdf

Кириллическая и латинская версии логотипа, а также их цветовые и черно-белые решения

#### Gosuslugi logo+slogan

gosuslugi-logo+slogan-1a.ai  
 gosuslugi-logo+slogan-1a.pdf  
 gosuslugi-logo+slogan-1b.ai  
 gosuslugi-logo+slogan-1b.pdf  
 gosuslugi-logo+slogan-2a.ai  
 gosuslugi-logo+slogan-2a.pdf  
 gosuslugi-logo+slogan-2b.ai  
 gosuslugi-logo+slogan-2b.pdf

Композиция логотипа и слогана во всех возможных вариантах

#### Gosuslugi app icon

gosuslugi-app-icon.ai  
 gosuslugi-app-icon.pdf

Иконка приложения

#### Gosuslugi patterns

gosuslugi-pattern-1.ai  
 gosuslugi-pattern-1.pdf  
 gosuslugi-pattern-2.ai  
 gosuslugi-pattern-2.pdf  
 gosuslugi-pattern-3.ai  
 gosuslugi-pattern-3.pdf  
 gosuslugi-pattern-4.ai  
 gosuslugi-pattern-4.pdf

Фирменная графика, четыре варианта паттерна

#### Gosuslugi fonts

als-ekibastuz-regular.otf  
 als-ekibastuz-bold.otf  
 als-ekibastuz-heavy.otf  
 als-ekibastuz-black.otf

Основной фирменный шрифт, четыре начертания ALS Ekibastuz

### 3 Носители бренда

# Носители бренда

## Визитная карточка

На странице справа представлен макет визитной карточки (русская и английская версии), основные размеры её оформления: значения отступов, размер кегля набора текстов.

Размеры указаны в миллиметрах. Для того, чтобы избежать некорректного воспроизведения макета, воспользуйтесь его электронной версией.

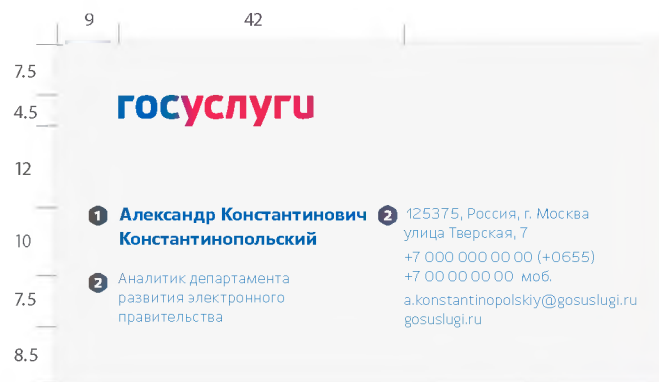
**Размер:** 90x50 мм

**Бумага:** мелованная, матовая

**Плотность:** 300 г/м<sup>2</sup>

**Способ печати:** цифровая печать, офсетная печать

- 1** **ФИО**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 7,5 пунктов  
**Интерлиньяж:** 10 пунктов
- 2** **Должность и реквизиты**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Regular  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 6 пунктов  
**Интерлиньяж:** 8 пунктов



# Носители бренда

## Визитная карточка (упрощенный вариант)

На странице справа представлен макет визитной карточки (русская и английская версии), основные размеры её оформления: значения отступов, размеры кегля набора текстов.

Размеры указаны в миллиметрах. Для того, чтобы избежать некорректного воспроизведения макета, воспользуйтесь его электронной версией.

**Размер:** 90x50 мм

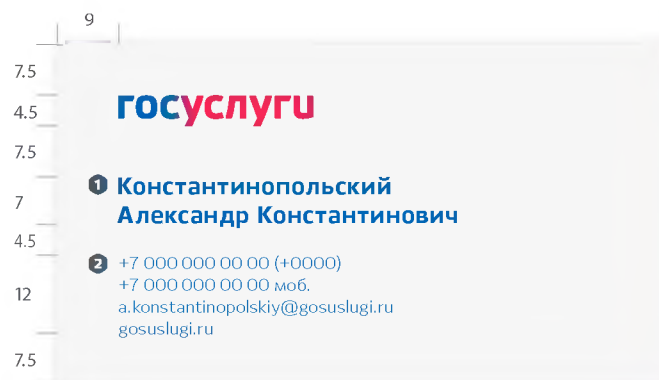
**Бумага:** мелованная, матовая

**Плотность:** 300 г/м<sup>2</sup>

**Способ печати:** цифровая печать, офсетная печать

**1 ФИО**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 10 пунктов  
**Интерлиньяж:** 12 пунктов

**2 Контакты**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Regular  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 7 пунктов  
**Интерлиньяж:** 9 пунктов



# Носители бренда

## Фирменный бланк

На странице справа представлен макет фирменного бланка, основные размеры его оформления: значения основных отступов, размеры кегля набора текстов.

Размеры указаны в миллиметрах. Для того, чтобы избежать некорректного воспроизведения макета, воспользуйтесь его электронной версией макета.

**Размер:** А4 (210x297 мм)

**Бумага:** матовая, белая

**Плотность:** 80–90 г/м<sup>2</sup>

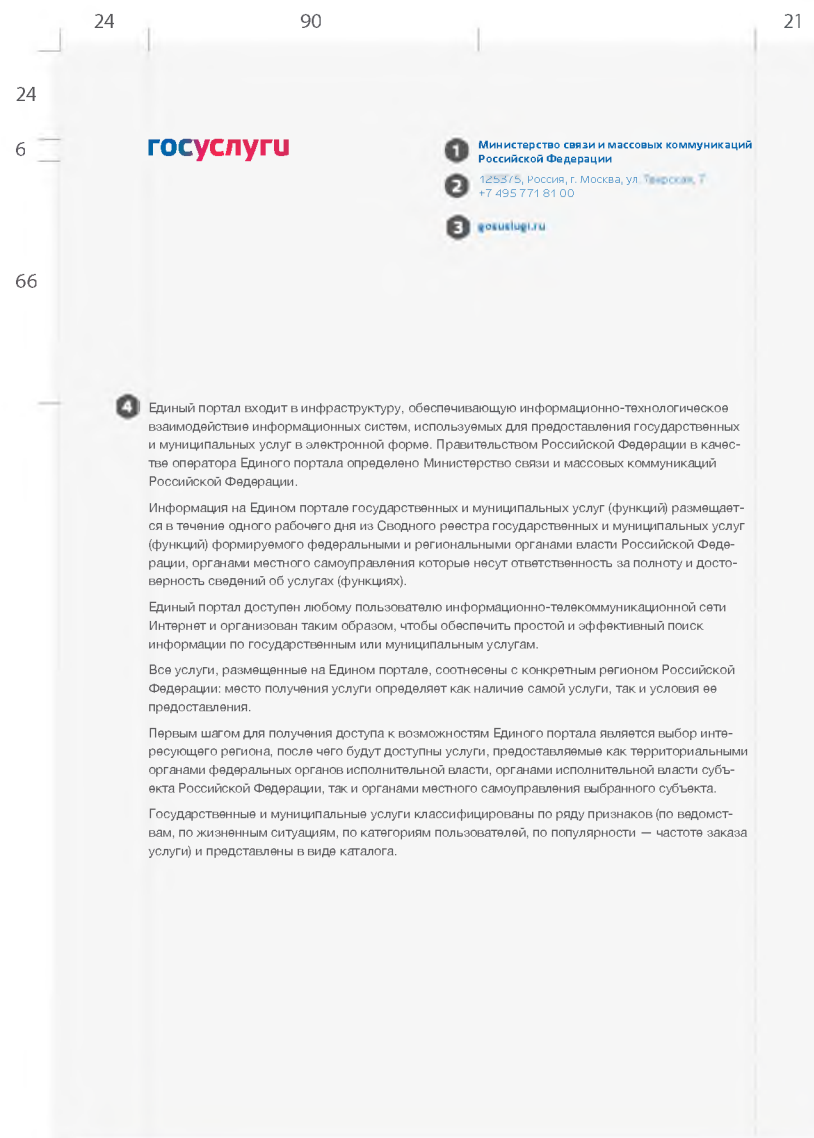
**Способ печати:** цифровая печать, офсетная печать или печать на офисном цветном принтере

**1 Названия организации**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов

**2 Реквизиты**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Regular  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов

**3 Адреса сайта**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов

**4 Наборный шрифт**  
**Шрифт:** Helvetica Neue Regular  
**Цвет:** темно-серый  
**Размер:** 10 пунктов



# Носители бренда

## Фирменный конверт

На странице справа представлен макет фирменного конверта формата DL. Указаны основные размеры: значения отступов, размеры кегля набора текстов.

Размеры указаны в миллиметрах. Для того, чтобы избежать некорректного воспроизведения макета, воспользуйтесь его электронной версией.

**Размер:** DL (220x110 мм)

**Бумага:** матовая, белая

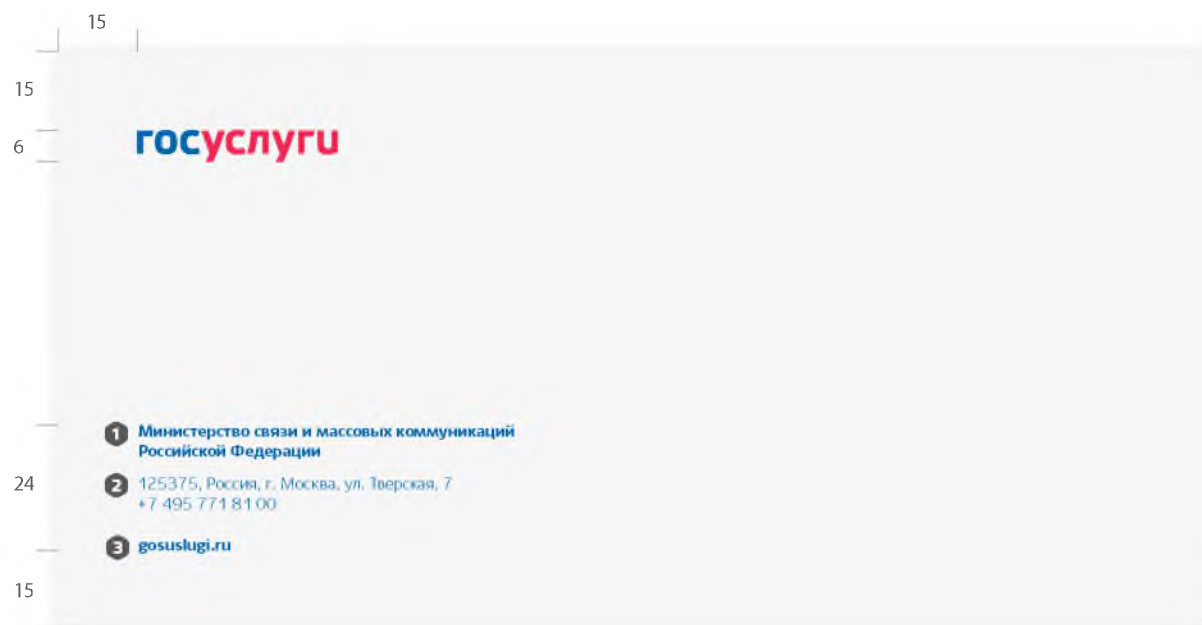
**Плотность:** 80-90 г/м<sup>2</sup>

**Способ печати:** печать на готовых конвертах, цифровая печать или офсетная печать

**1 Названия организации**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов

**2 Реквизиты**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Regular  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов

**3 Адреса сайта**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 8,5 пунктов



# Носители бренда

## Фирменная папка для бумаг

На странице справа представлен макет фирменной папки.

Размеры указаны в миллиметрах.

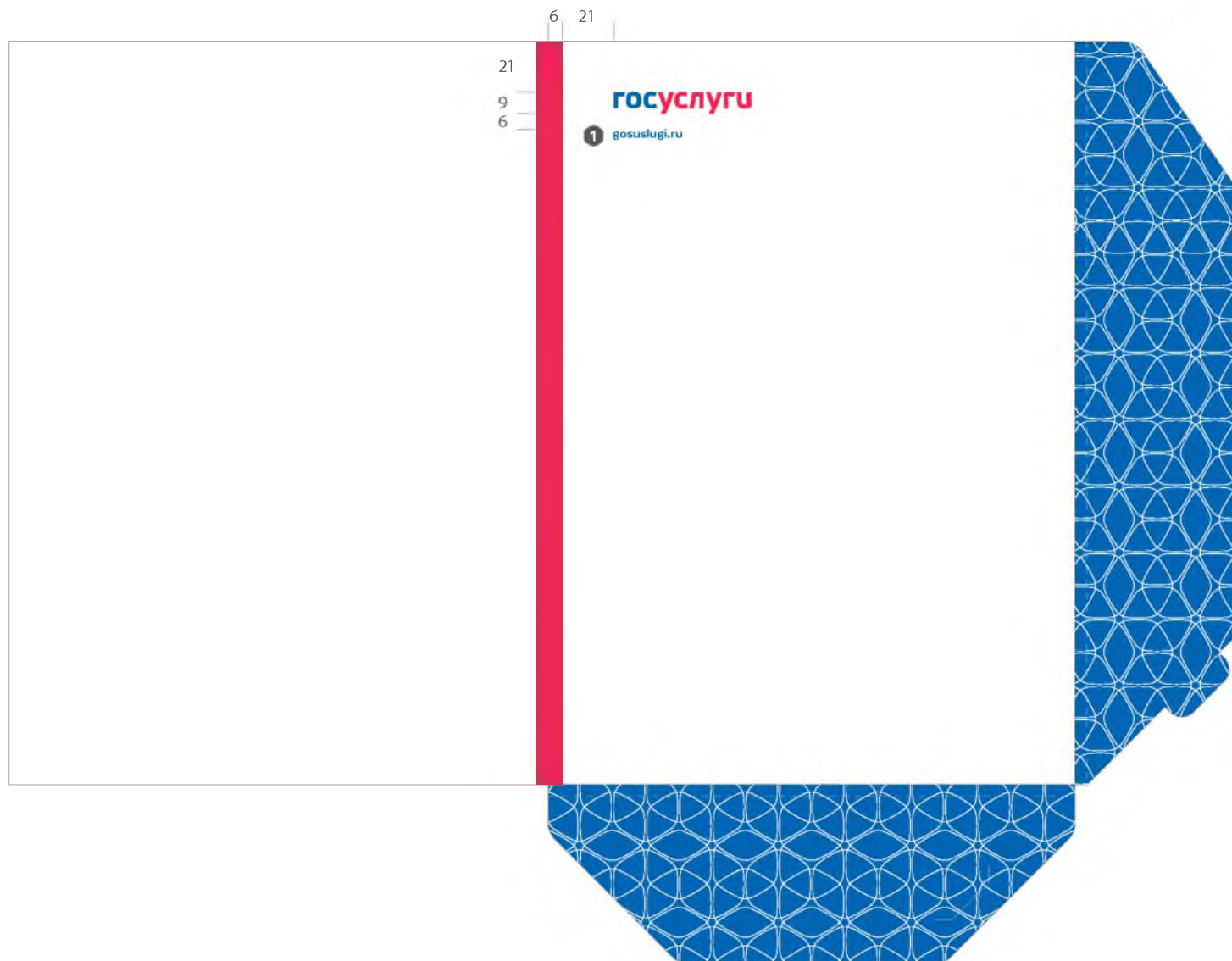
**Размер:** 220x310x5 мм

**Бумага:** мелованная, матовая

**Плотность:** 300 г/м<sup>2</sup>

**Способ печати:** офсетная печать, матовая ламинация

- ❶ **Адрес сайта**
- Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy
- Цвет:** синий
- Размер:** 14 пунктов





# Носители бренда

## Карта индивидуального доступа и бейдж

На странице справа представлены: карта индивидуального доступа и бейдж.

Размеры указаны в миллиметрах.

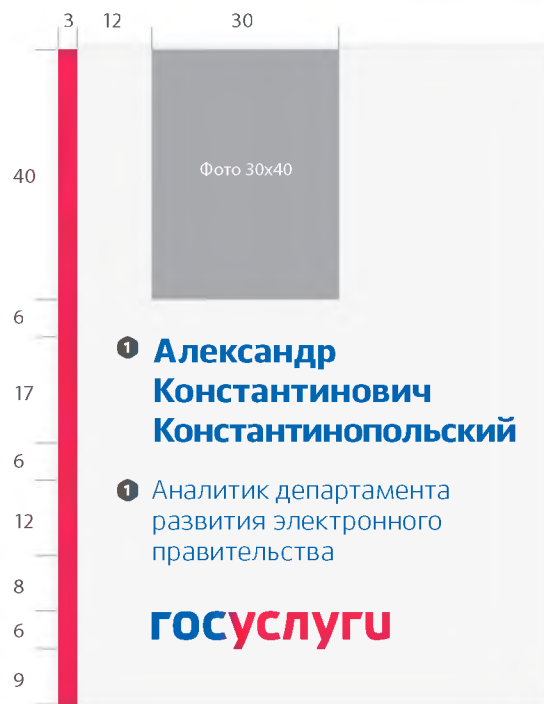
### Карта индивидуального доступа

**Размер:** 80x105 мм  
**Материал:** пластик, глянцевый  
**Плотность:** 200 г/м<sup>2</sup>  
**Способ печати:** цифровая печать

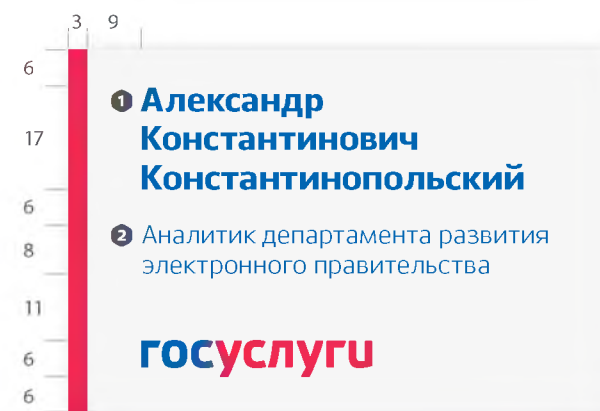
### Бейдж сотрудника

**Размер:** 90x60 мм  
**Бумага:** мелованная, глянцевая  
**Плотность:** 200 г/м<sup>2</sup>  
**Способ печати:** цифровая печать

- ❶ **ФИО**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Heavy  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 16 пунктов  
**Интерлиньяж:** 18 пунктов
- ❷ **Должность**  
**Шрифт:** ALS Ekibastuz Regular  
**Цвет:** синий  
**Размер:** 12 пунктов  
**Интерлиньяж:** 14 пунктов



Карта индивидуального доступа



Бейдж сотрудника

# Носители бренда

## Информационный плакат

На странице справа представлен макет информационного плаката формата А3.

Размеры указаны в миллиметрах.

### Информационный плакат

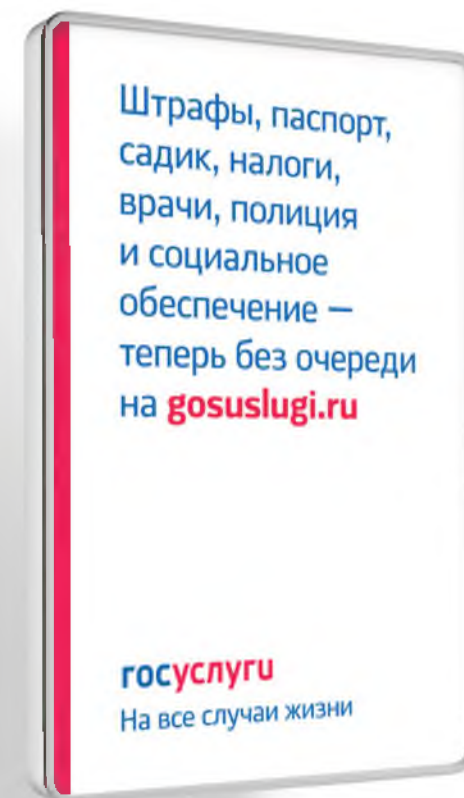
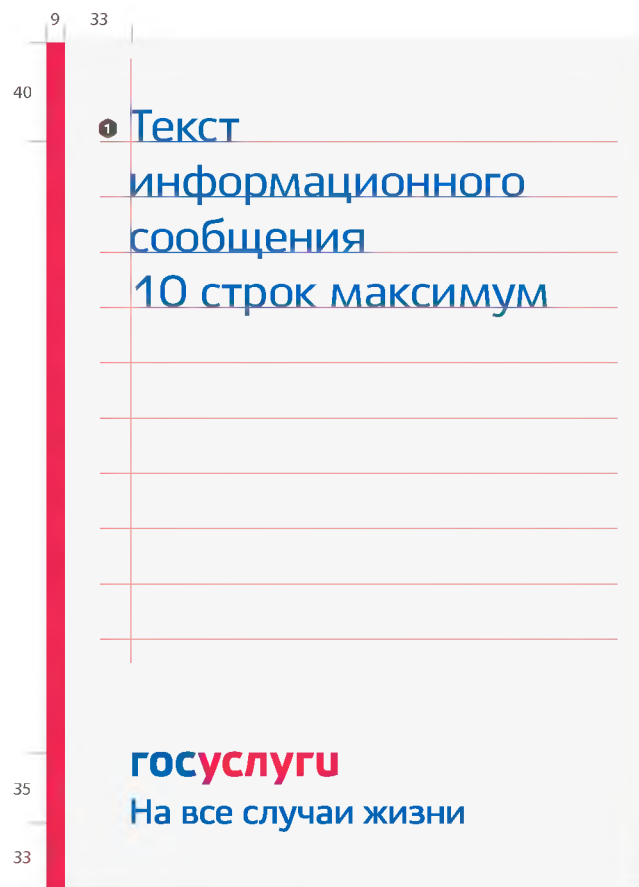
**Размер:** 297x420 мм

**Бумага:** мелованная, глянцевая

**Плотность:** 120 г/м<sup>2</sup>

**Способ печати:** цифровая печать

- 1 **Текст**
- Шрифт:** ALS Ekibastuz Bold и ALS Ekibastuz Heavy
- Цвет:** синий и красный
- Размер:** 64 пунктов
- Интерлиньяж:** 78 пунктов



# Носители бренда

## Наклейка на стекло автомобиля

На странице справа представлен макет наклейки на стекло автомобиля.

**Размер:** 150x150 мм

**Материал:** пленка самоклеющаяся, глянцевая

**Способ печати:** цифровая печать или офсетная печать



# Носители бренда

## Кнопка «Войти через госуслуги»

На странице справа представлена кнопка «Войти через госуслуги», размещаемая на сайтах организаций.

Размеры указаны в пикселях (px).



# Носители бренда

## Оформление рабочего стола компьютера / смартфона

На странице справа представлен макет изображения для оформления рабочего стола компьютера.

**Размер:** 1440x900 px



# Носители бренда

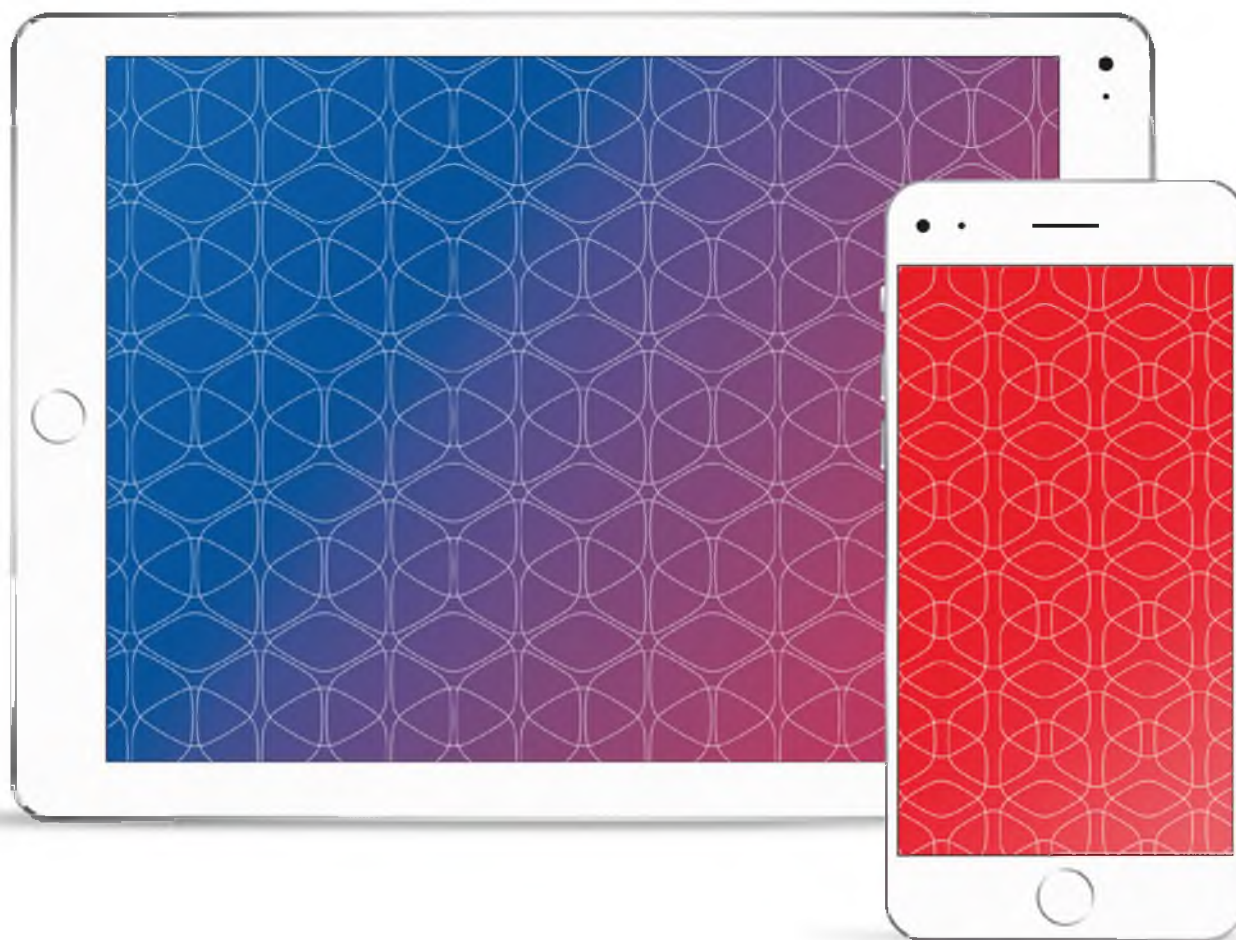
## Оформление рабочего стола компьютера / смартфона

На странице справа представлен макет фонового изображения для смартфона и планшетного компьютера.

**Размеры:**

750x1334 pxl

2048x1536 pxl



# Носители бренда

## Библиотека файлов

Все файлы шаблонов и оригинал-макетов носителей бренда «Госуслуги» находятся в разделе под названием Gosuslugi stationary и имеют следующее содержание:

### Gosuslugi stationary

#### Gosuslugi business cards

gosuslugi-business-card-1.ai	Визитные карточки
gosuslugi-business-card-1.pdf	
gosuslugi-business-card-2.ai	
gosuslugi-business-card-2.pdf	

#### Gosuslugi blank

gosuslugi-blank.ai	Фирменный бланк
gosuslugi-blank.pdf	

#### Gosuslugi envelope

gosuslugi-envelope.ai	Фирменный конверт
gosuslugi-envelope.pdf	

#### Gosuslugi folder

gosuslugi-folder.ai	Фирменная папка
gosuslugi-folder.pdf	

#### Gosuslugi badges

gosuslugi-id-card.ai	Карта индивидуального доступа и бейдж
gosuslugi-id-card.pdf	
gosuslugi-badge.ai	
gosuslugi-badge.pdf	

#### Gosuslugi info poster

gosuslugi-info-poster.ai	Информационный плакат
gosuslugi-info-poster.pdf	

#### Gosuslugi sticker

gosuslugi-sticker.ai	Наклейка на стекло автомобиля
gosuslugi-sticker.pdf	

#### Gosuslugi button

gosuslugi-button.ai	Кнопка «Войти через госуслуги»
gosuslugi-button.pdf	

#### Gosuslugi wallpapers

gosuslugi-1440x900.jpg	Оформление рабочего стола компьютера / смартфона
gosuslugi-750x1334.jpg	
gosuslugi-2048x1536.jpg	

## 4 Оформление рекламных коммуникаций



# Оформление рекламных коммуникаций

## Общие принципы и элементы оформления

Рекламные сообщения должны быть оформлены в одном стиле и по единым стандартам.

Рекламные форматы делятся на два типа ориентации: вертикальные и горизонтальные (исключение — квадрат, встречается редко), но имеют единые элементы и принцип оформления вне зависимости от того, к какому типу ориентации относится макет.

Справа на странице представлен пример оформления рекламного носителя вертикального формата (рекламный плакат).

Все рекламные макеты бренда «Госуслуги» состоят из следующих элементов:

### 1. Рекламное изображение

Рекламное изображение — основа визуального сообщения.

### 2. Условное обозначение услуги

Область макета, в которой располагается иконка рекламируемой услуги. Иконка нужна для идентификации услуги на портале gosuslugi.ru

### 3. Текст рекламного сообщения

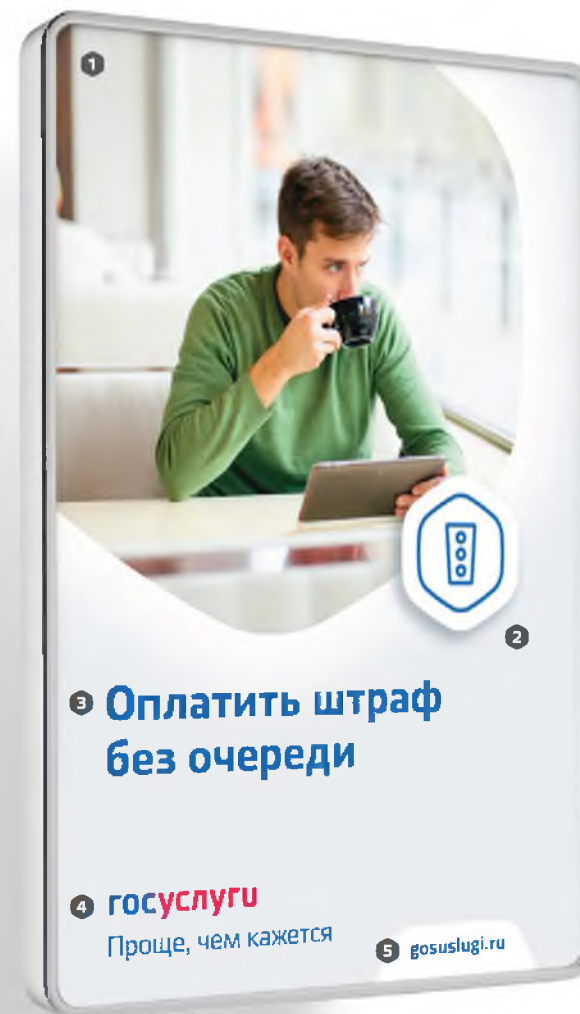
Рекламный текст, который поддерживает и усиливает восприятие макета.

### 4. Логотип и слоган

Композиция логотипа и слогана услуг «Проще, чем кажется».

### 5. Адрес сайта

Адрес сайта используется только в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения.



# Оформление рекламных коммуникаций

## Вертикальный плакат

Вертикальный рекламный плакат — один из самых распространенных форматов. Он используется в основном в качестве наружной рекламы.

В России используется международный стандарт (А), в печатной рекламе распространены следующие форматы вертикального рекламного плаката:

A1 594x841 мм;  
A2 420x594 мм;  
A3 297x420 мм;  
A4 210x297 мм.

Данный шаблон плаката подходит для всех перечисленных форматов.

**Внимание!**  
**Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.**



Область для рекламного изображения

Область для условного обозначения услуги (иконки)

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения

# Оформление рекламных коммуникаций

## Горизонтальный плакат

Горизонтальный рекламный плакат используется в основном в качестве наружной рекламы.

В России используется международный стандарт (А), в печатной рекламе распространены следующие форматы горизонтального рекламного плаката:  
 А1 841x594 мм;  
 А2 594x420 мм;  
 А3 420x297 мм;  
 А4 297x210 мм.

Данный шаблон плаката подходит для всех перечисленных форматов.

**Внимание!**  
**Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.**



# Оформление рекламных коммуникаций

## Квадратный формат плаката

Квадратный рекламный плакат имеет размеры 210x210 мм

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.



Область для рекламного изображения

Область для условного обозначения услуги (иконки)

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения

# Оформление рекламных коммуникаций

## Сити-формат

Сити-формат — самый распространенный вертикальный формат в наружной рекламе.

Сити-формат имеет размеры: 1200x1800 мм

### Внимание!

**Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.**



# Оформление рекламных коммуникаций

## Билборд 6х3 м

Билборд — самый распространенный горизонтальный формат в наружной рекламе.

Билборд имеет размеры: 6000х3000 мм

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.



Область для рекламного изображения

Область для условного обозначения услуги (иконки)

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения

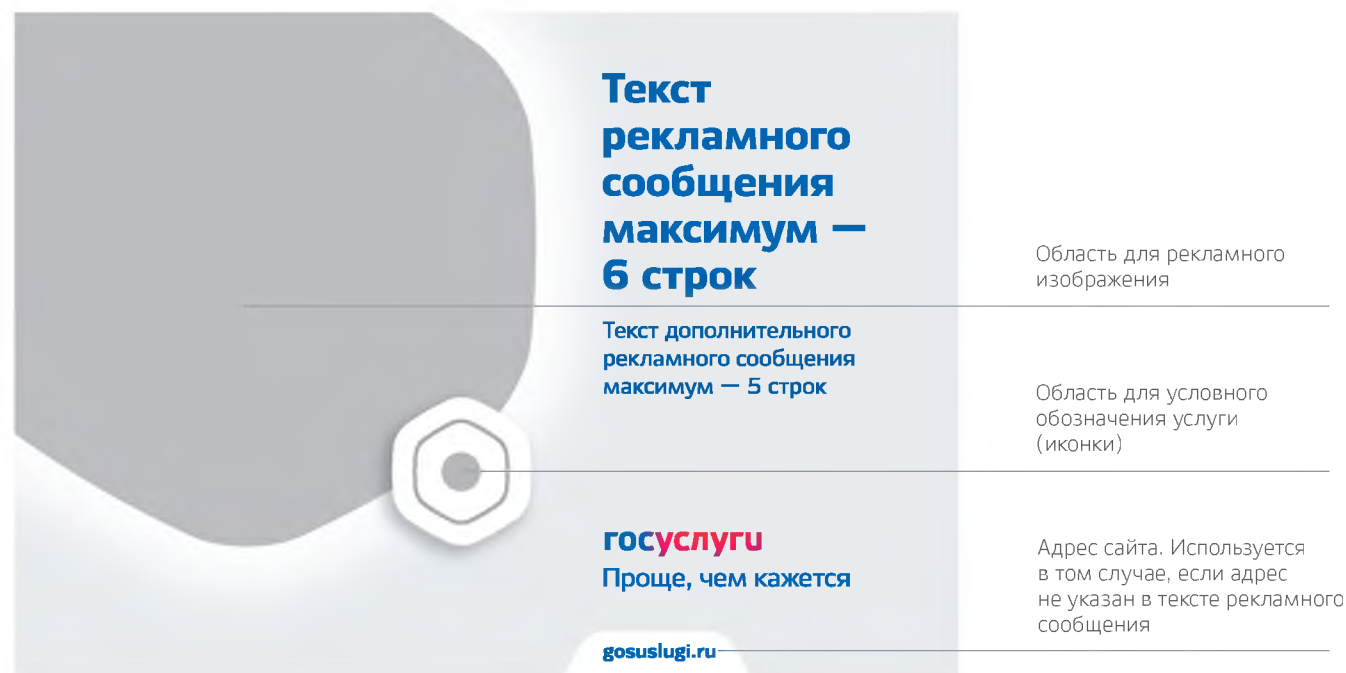
# Оформление рекламных коммуникаций

## Сити-борд

Сити-борд — один из самых распространенных горизонтальных форматов наружной рекламы.

Сити-борд имеет размеры: 3700x2700 мм

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.



# Оформление рекламных коммуникаций

## Пиллар

Пиллар — горизонтальный формат наружной рекламы.

Пиллар имеет размеры:  
3000x1400 мм

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.



Область для рекламного изображения

Область для условного обозначения услуги (иконки)

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения



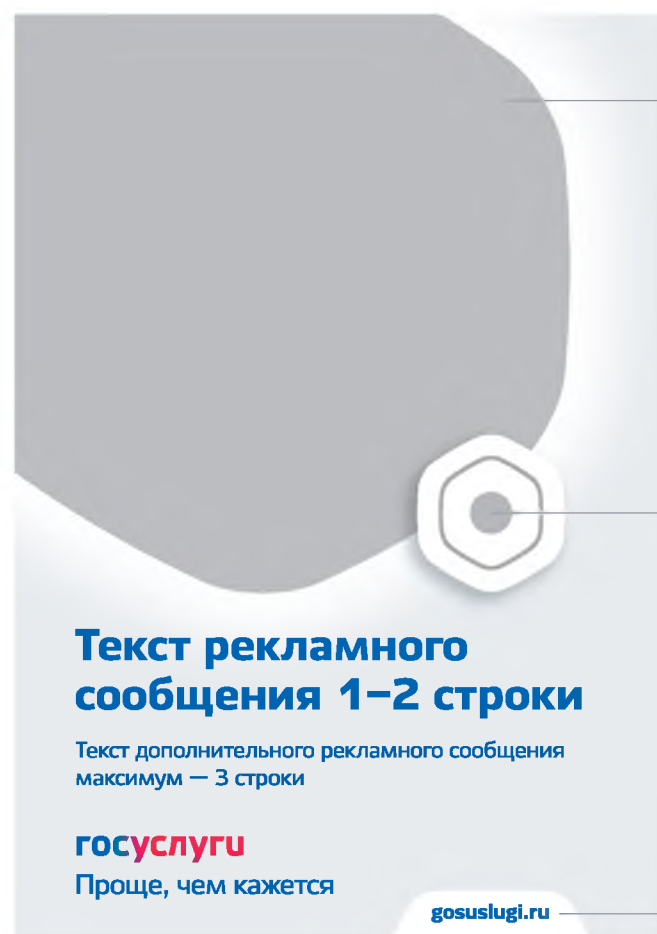
# Оформление рекламных коммуникаций

## Макет в прессу вертикальный

Вертикальный макет в прессу имеет размеры стандартного формата А4 — 210x297 мм

**Внимание!**

**Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.**



Область для рекламного изображения

Область для условного обозначения услуги (иконки)

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения

# Оформление рекламных коммуникаций

## Макет в прессу горизонтальный

Горизонтальный макет в прессу имеет размеры стандартного формата А4 — 297x210 мм

**Внимание!**

**Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.**

**Текст рекламного сообщения максимум — 6 строк**

Область для рекламного изображения

Текст дополнительного рекламного сообщения максимум — 5 строк

Область для условного обозначения услуги (иконки)

**госуслуги**  
Проще, чем кажется

Адрес сайта. Используется в том случае, если адрес не указан в тексте рекламного сообщения

[gosuslugi.ru](http://gosuslugi.ru)

# Оформление рекламных коммуникаций

## Веб-баннеры типовых форматов

Вертикальный рекламный веб-баннер 240x400 pxl — один из самых распространенных форматов медийных баннеров в сети Интернет.

На странице справа представлена раскладка (ключевые кадры) баннера.

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.

Ключевой кадр 1



Область для рекламного изображения

Ключевой кадр 2

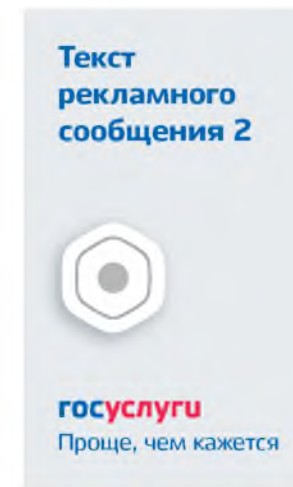


Ключевой кадр 3



Область для условного обозначения услуги (иконки)

Ключевой кадр 4



# Оформление рекламных коммуникаций

## Веб-баннеры типовых форматов

Горизонтальный рекламный веб-баннер 240x200 px

На странице справа представлена раскладка (ключевые кадры) баннера.

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.

Ключевой кадр 1



Область для рекламного изображения

Ключевой кадр 2



Ключевой кадр 3



Область для условного обозначения услуги (иконки)

Ключевой кадр 4



# Оформление рекламных коммуникаций

## Веб-баннеры типовых форматов

Вертикальный рекламный веб-баннер 300x600 px!

На странице справа представлена раскладка (ключевые кадры) баннера.

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.

Ключевой кадр 1



Область для рекламного изображения

Ключевой кадр 2

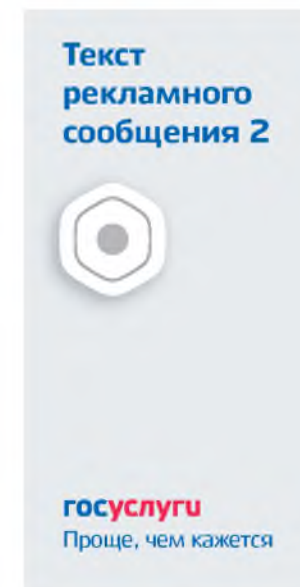


Ключевой кадр 3



Область для условного обозначения услуги (иконки)

Ключевой кадр 4



# Оформление рекламных коммуникаций

## Веб-баннеры типовых форматов

Горизонтальный рекламный веб-баннер 728x90 pxl — один из самых распространенных форматов медийных баннеров в сети Интернет.

На странице справа представлена раскладка (ключевые кадры) баннера.

**Внимание!**  
Для того, чтобы создать макет правильно, воспользуйтесь шаблоном соответствующего формата.

Ключевой кадр 1



Область для рекламного изображения

Ключевой кадр 2



Ключевой кадр 3



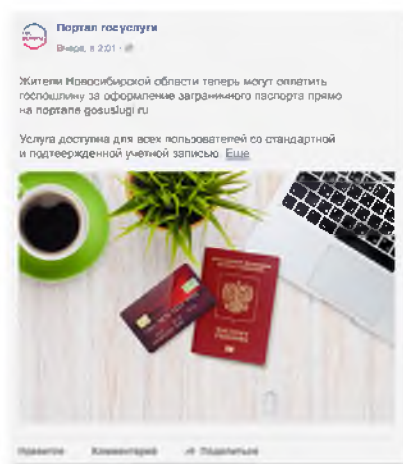
Область для условного обозначения услуги (иконки)

# Оформление рекламных коммуникаций

## Facebook: аватар, кавер, оформление поста



Аватар  
Изображение: 180x180 pxl



Изображение для поста (новости)  
420x280 pxl

Изображение кавер  
851x315 pxl



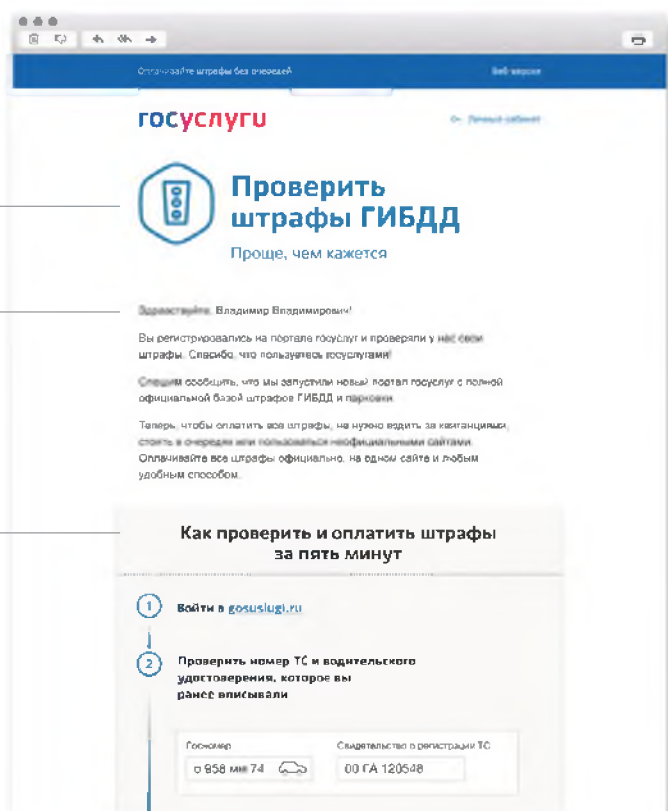
# Оформление рекламных коммуникаций

## E-mail рассылка

Заголовок и условное обозначение услуги (иконка)

Информационный текст письма

Обучающая схема



В 2015 году мы сделали новый удобный портал госуслуг. Теперь у нас можно записать ребенка в детский сад, узнать задолженность по налогам, состояние своего пенсионного счета и многое другое.

Хорошего дня и удачи на дорогах! Не нарушайте!  
Команда госуслуг

P.S. Если будут вопросы — звоните: 8 800 100-70-10 или +7 499 550 18-39 в Москве



Официальный портал государственных услуг

8 800 100-70-10  
+7 499 550-18-39



Вы получили это письмо, потому что ранее пользовались порталом госуслуг. В письме мы сообщили вам о новых госуслугах, которые теперь можно получать на выходе из дома.

[Отписаться](#) [Помочь другим](#)



# Оформление рекламных коммуникаций

## Библиотека файлов

Все файлы шаблонов оформления рекламных коммуникаций бренда «Госуслуги» находятся в разделе под названием Gosuslugi advertising layouts и имеют следующее содержание:

### Gosuslugi advertising layouts

#### Gosuslugi vertical posters

gosuslugi-vertical-poster-A1.ai	Шаблоны вертикального рекламного плаката форматов: A1 — 594x841 мм; A2 — 420x594 мм; A3 — 297x420 мм; A4 — 210x297 мм.
gosuslugi-vertical-poster-A1.pdf	
gosuslugi-vertical-poster-A2.ai	
gosuslugi-vertical-poster-A2.pdf	
gosuslugi-vertical-poster-A3.ai	
gosuslugi-vertical-poster-A3.pdf	
gosuslugi-vertical-poster-A4.ai	
gosuslugi-vertical-poster-A4.pdf	

#### Gosuslugi horisontal posters

gosuslugi-horisontal-poster-A1.ai	Шаблоны горизонтального рекламного плаката форматов: A1 — 841x594 мм; A2 — 594x420 мм; A3 — 420x297 мм; A4 — 297x210 мм.
gosuslugi-horisontal-poster-A1.pdf	
gosuslugi-horisontal-poster-A2.ai	
gosuslugi-horisontal-poster-A2.pdf	
gosuslugi-horisontal-poster-A3.ai	
gosuslugi-horisontal-poster-A3.pdf	
gosuslugi-horisontal-poster-A4.ai	
gosuslugi-horisontal-poster-A4.pdf	

#### Gosuslugi poster 210x210

gosuslugi-poster-210x210.ai	Шаблон квадратного рекламного плаката — 210x210 мм
gosuslugi-poster-210x210.pdf	

#### Gosuslugi city-format

gosuslugi-city-format.ai	Шаблон рекламного плаката сити-формат
gosuslugi-city-format.pdf	

#### Gosuslugi billboard 6x3

gosuslugi-billboard-6x3.ai	Шаблон рекламного щита билборд 6x3 м, в масштабе 1:10
gosuslugi-billboard-6x3.pdf	

#### Gosuslugi city-board

gosuslugi-city-board.ai	Шаблон рекламного щита сити-борд, в масштабе 1:10
gosuslugi-city-board.pdf	

#### Gosuslugi pillar

gosuslugi-pillar.ai	Шаблон рекламного щита формата пиллар, в масштабе 1:10
gosuslugi-pillar.pdf	

#### Gosuslugi press A4 vertical

gosuslugi-press-A4-vertical.ai	Шаблон вертикального рекламного макета в прессу
gosuslugi-press-A4-vertical.pdf	

# Оформление рекламных коммуникаций

## Библиотека файлов

### Gosuslugi advertising layouts

### Gosuslugi press A4 horisontal

gosuslugi-press-A4-horisontal.ai	Шаблон горизонтального
gosuslugi-press-A4-horisontal.pdf	рекламного макета в прессу

### Gosuslugi web-banners

gosuslugi-web-banner-240x400.ai	Шаблоны для создания веб-баннеров следующих форматов:
gosuslugi-web-banner-240x400.pdf	
gosuslugi-web-banner-240x200.ai	
gosuslugi-web-banner-240x200.pdf	
gosuslugi-web-banner-300x600.ai	
gosuslugi-web-banner-300x600.pdf	
gosuslugi-web-banner-728x90.ai	
gosuslugi-web-banner-728x90.pdf	240x400 pxl; 240x200 pxl; 300x600 pxl; 728x90 pxl.