



РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019 ВЕРСИЯ 1.1

Данное руководство предназначено для профессионального использования сотрудниками Оргкомитета, аффилированными компаниями-подрядчиками и партнерами Зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске

ВВЕДЕНИЕ

XXIX ВСЕМИРНАЯ ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА 2019 ГОДА В Г. КРАСНОЯРСКЕ	1
ОБ УНИВЕРСИАДЕ	2
КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ВСЕМИРНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ИГР	3
МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ЗИМНИХ УНИВЕРСИАД	4
КРАСНОЯРСК КАК ПРИНИМАЮЩИЙ ГОРОД	5

Раздел I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ВВЕДЕНИЕ	6
КЛЮЧЕВЫЕ ПОСЛАНИЯ	7
КЛЮЧЕВЫЕ ИДЕНТИФИКАТОРЫ	8
МИССИЯ	9
ЦЕННОСТИ	10
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ	11
ХАРАКТЕР БРЕНДА	12
ОПИСАНИЕ ЛОГОТИПА	13
СЛОГАН / ДЕВИЗ	14
ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР	15
ТАЛИСМАН	16
КЛИЕНТСКИЕ ГРУППЫ	17

Раздел II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

1.

СИМВОЛИКА ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

1.1 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019	18
1.2 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ	19
1.3 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ	20
1.4 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА: ВАРИАНТ ДЛЯ ГАВИРОВКИ	21
1.5 ОФИЦИАЛЬНЫЙ СТИКЕР-ЭМБЛЕМА	22
1.6 ОФИЦИАЛЬНЫЙ ШЕВРОН-ЭМБЛЕМА	23
1.7 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ОСНОВНОЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ	24
1.8 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА	25
1.9 МАЛОФОРМАТНЫЙ ОСНОВНОЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БЛОК	26
1.10 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ	27
1.11 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ГОРИЗОНТАЛЬНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА	28
1.12 МАЛОФОРМАТНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БЛОК	29
1.13-1.16 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ	33
1.17 МАЛОФОРМАТНЫЕ БЛОКИ НА ЦВЕТНОМ ФОНЕ	34
1.18 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОСНОВНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА	35
1.19 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СИМВОЛИКИ	36
1.20 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СИМВОЛИКИ	37
1.21 РАЗМЕРЫ СИМВОЛИКИ	38
1.22 СИМВОЛИКА: ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ	39
1.23 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАНЕСЕНИЮ СИМВОЛИКИ	40

2.

СЛОГАНЫ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

2.1 СЛОГАНЫ: ВАРИАНТЫ НАПИСАНИЯ	41
2.2 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ, БЛОК С НАДПИСЬЮ «КРАСНОЯРСК 2019»	42
2.3 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ, БЛОК С СИМВОЛИКОЙ	43
2.4-2.5 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СЛОГАНА	44
2.6 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ СОВМЕСТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМБЛЕМЫ И СЛОГАНА	46

3.

ФОТОМОТИВЫ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

3.1 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯМИ	47
3.2 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (1)	48
3.3 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (2)	49
3.4 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (3)	50

4.

ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ. ВЕРСТКА

4.1 ШРИФТ И ТИПОГРАФИКА	51
4.2 ПРАВИЛА ТЕКСТОВОГО НАБОРА	52
4.3-4.4 ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ	53
4.5 СЛОВЕСНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ	55
4.6 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ СЛОВЕСНОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ	56
4.7-4.8 ИНФОГРАФИКА. ПРИМЕР 1-2	57
4.9-10 ИНФОГРАФИКА	58

5.

ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019 И ПРАВИЛА ПРИМЕНЕНИЯ

5.1 ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ. ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА И СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ	60
5.2 ФИРМЕННЫЙ ЛИНЕЙНЫЙ РАСТР	60
5.3 ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА. СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ	61
5.4 ПРАВИЛА МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ	62
5.5 ПРИМЕР МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ	63
5.6 ПРИНЦИП ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР	64
5.7-5.8 ПРАВИЛА СОВМЕСТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРАФИКИ И СИМВОЛИКИ	65
5.9-5.10 ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР В ПРЕЗЕНТАЦИЯХ	67
5.11-5.12 ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ	69

6.

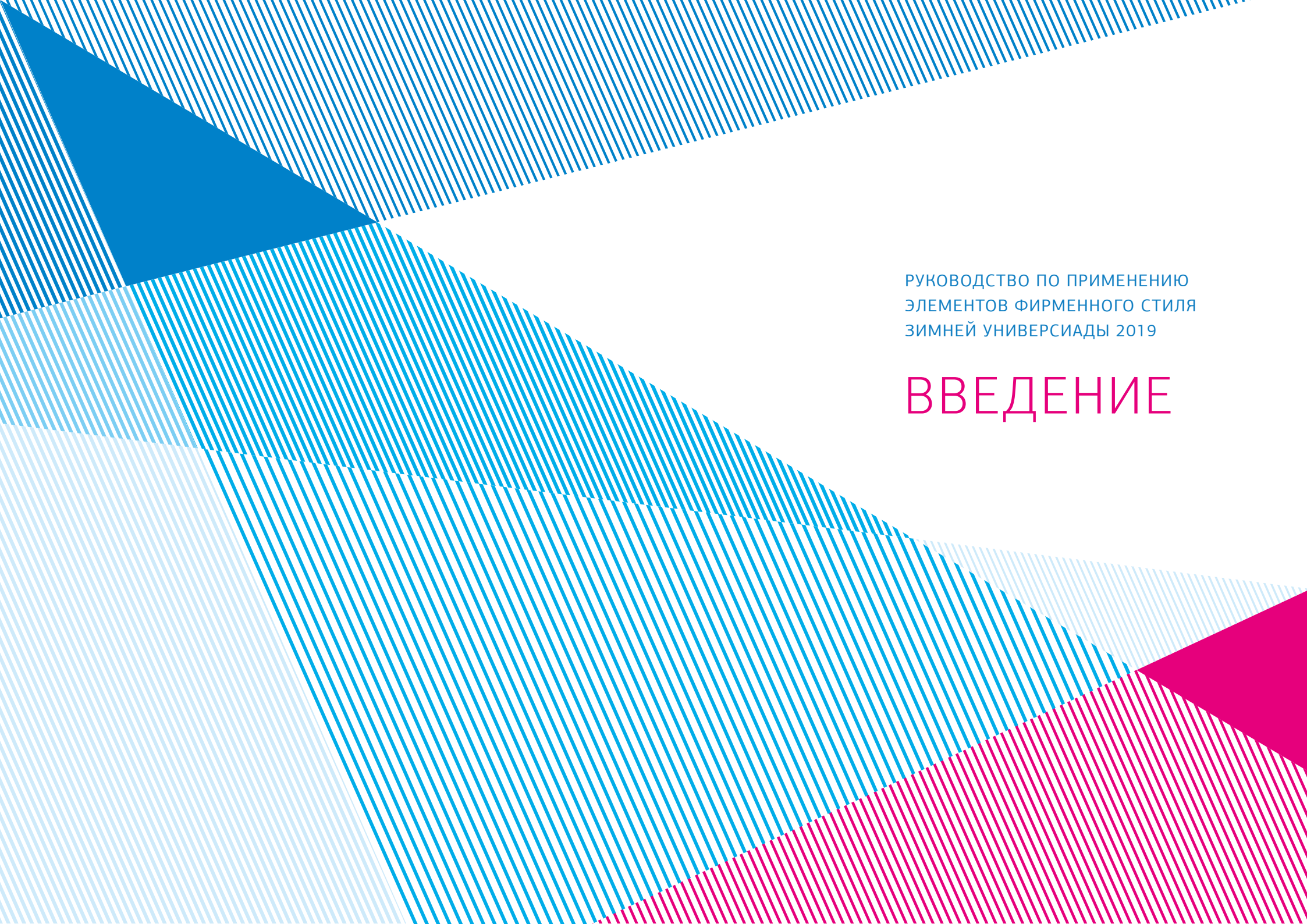
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.1 БЛАНК ДЕЛОВОГО ПИСЬМА	71
6.2 БЛАНК	72
6.3 БЛАНК ПРЕСС-РЕЛИЗА	73
6.4 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА	74
6.5 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ	75
6.6 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ	76
6.7 ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ	77
6.8 БЕЙДЖ	78
6.9 ДИПЛОМ	79
6.10 БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО	80

7.	
ПРОМО-СУВЕНИРЫ	
7.1-7.4 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ	81
7.5 ПРОМО-НАБОР	85
7.6 ПОДАРОЧНЫЕ ПАКЕТЫ	86
8.	
ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ	
8.1. ТОЛСТОВКА БЕЛАЯ С НАПЮШОНОМ	87
8.2. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, КУРТКА	88
8.3. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, БРЮКИ	89
8.4. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, КУРТКА	90
8.5. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, БРЮКИ	91
8.6. ЖИЛЕТ	92
8.7. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, ЖЕНСКИЙ	93
8.8. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, МУЖСКОЙ	94
8.9. НАНЕСЕНИЕ СИМВОЛИКИ НА ОДЕЖДУ	95
8.10. АКСЕССУАРЫ, ПЛАТОК ШЕЙНЫЙ	96
9.	
ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ	
9.1-5 ФИРМЕННЫЕ ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ	97
9.6-7 РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ 6x3, ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ	102
9.8-9 ТИПОВОЙ БАННЕР ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ	104
9.10 ТИПОВОЙ БАННЕР ВЕРТИКАЛЬНЫЙ	106
9.11 ТИПОВОЙ БАННЕР 2000x3000	107
9.12-14 БАННЕР «ВИДЫ СПОРТА»	108
9.15 ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БАННЕР В АЭРОПОРТУ	111
9.16 СИТИ ФОРМАТ. ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ	112
9.17 ЛАНДШАФТНЫЕ КОМПОЗИЦИИ	113
9.18 ЛЕДОВЫЕ КОМПОЗИЦИИ	114
9.19 ШАТРЫ	115
9.20 ОФОРМЛЕНИЕ АВТОБУСА	116
9.21 ОФОРМЛЕНИЕ АВТОМОБИЛЯ	117

10.	
РЕКЛАМА, ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ	
ОФОРМЛЕНИЕ	
10.1-3 ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА	118
10.4-6 ОФОРМЛЕНИЕ ДВОРОВЫХ СПОРТ-ПЛОЩАДОК	121
10.7 БАННЕР БОРТ	124
10.8-9 КОРАЛСЫ	125
10.10 ОГРАЖДЕНИЯ	127
10.11 РОЛЛСТЕНД	128
10.12 ИНФОСТЕНД	129
10.13 БАННЕР-ИМИДЖ, МОБИЛЬНЫЙ СТЕНД	130
10.14 БОКС-ТРИБУНА ДЛЯ МОБИЛЬНОГО СТЕНДА	131
10.15 ТИПОВОЙ БАННЕР С СИМВОЛИКОЙ	132
10.16-17 БАННЕР С ВИДАМИ СПОРТА ВНУТРИ	133
10.18-20 ОФОРМЛЕНИЕ БАННЕРАМИ СНАРУЖИ	135
НАВИГАЦИЯ	
10.21 ПИКТОГРАММЫ FISU	138
10.22 МОДУЛЬНАЯ СЕТКА НАВИГАЦИОННОГО УКАЗАТЕЛЯ В СПОРТИВНОМ ОБЪЕКТЕ (ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ)	139
10.23-26 СИСТЕМА НАВИГАЦИОННЫХ ТАБЛИЧЕК И УКАЗАТЕЛЕЙ	140
10.27 ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПИЛОН УЛИЧНЫЙ	144
10.28 УКАЗАТЕЛИ УЛИЧНЫЕ ДЛЯ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ	145
CO- BRANDING	
10.29-35 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ	146
ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЗВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ	
10.35 ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЗВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ	153

11.	
ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ	
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	
11.1 РЕКОМЕНДАЦИИ К ОФОРМЛЕНИЮ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ	154
11.2 ЛОГОТИП, ГРАФИКА, ЦВЕТ, ШРИФТ	155
ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ	
11.3-4 ТИТР-ПРЕДСТАВЛЕНИЕ	156
11.5-6 СИМВОЛИКА И ТИТРЫ В КАДРЕ	158
11.7-8 ПЭКШОТ – ФИНАЛЬНАЯ ЗАСТАВКА	160



РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

ВВЕДЕНИЕ



XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске

Данное руководство предназначено для профессионального использования сотрудниками Исполнительной дирекции, аффилированными компаниями-подрядчиками и Партнерами XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в городе Красноярске.

Все представленные в данном руководстве материалы не предназначены для передачи третьим лицам и не могут быть использованы в работе над проектами, не связанными с Зимней универсиадой 2019 года в г. Красноярске.

Данное руководство состоит из 2 частей. В первом разделе описывается платформа бренда XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в городе Красноярске – ее миссия, позиционирование, ценности и характер бренда. Содержание, форма и тон всех обращений бренда к целевым группам не должны противоречить смыслу приведенных в руководстве качественных определений, независимо от каналов коммуникаций и способов трансляции.

Второй раздел содержит информацию о текущем состоянии развития элементов визуальной идентификации. Он будет обновляться по мере развития и появления новых способов использования этих элементов.

ВВЕДЕНИЕ

ОБ УНИВЕРСИАДЕ



Молодежный аналог Олимпиады, Всемирные студенческие спортивные игры, или просто – универсиада – вот уже более 50 лет является вторым по значимости и представительству комплексным международным мероприятием на мировой спортивной арене.



ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА – ЭТО КРУПНЕЙШЕЕ МИРОВОЕ ЗИМНЕЕ МУЛЬТИСПОРТИВНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ-СПОРТСМЕНОВ

Универсиада - международные спортивные соревнования среди студентов, проводимые под эгидой Международной федерации студенческого спорта (FISU). Название «универсиада» происходит от слов «Университет» и «Олимпиада».

В отличие от четырехлетнего олимпийского цикла, студенческие состязания проводятся каждые два года. К участию в соревнованиях допускаются студенты в возрасте от 17 до 28 лет и выпускники, получившие академическую степень или диплом в год, предшествующий соревнованиям.

В программу универсиады входят обязательные (перечень их утверждается FISU до начала заявочной кампании) и опционные (дополнительные) виды спорта, которые определяет принимающая сторона, при условии, что они отвечают всем требованиям Международной федерации студенческого спорта.

9 ноября 2013 года в Брюсселе Исполком FISU принял решение о проведении Зимней универсиады 2019 в Красноярске. XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске состоится со 2 по 12 марта 2019 года. Спортсмены разыграют 69 комплектов наград в 10 видах спорта.

В рамках Всемирной зимней универсиады 2019 награды будут разыгрываться в 8 обязательных видах спорта: горнолыжный спорт, биатлон, лыжные гонки, хоккей, шорт-трек, сноуборд, фигурное катание, керлинг. На данный момент предложены два опционных вида программы: спортивное ориентирование и фристайл. Международной федерацией студенческого спорта на данный момент утверждены следующие столицы зимних Всемирных игр – Алматы (Казахстан) – 2017 год, Красноярск (Россия) – 2019 год. История XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске началась в 2012 году. 9 января Президент России подписал поручение Председателю Правительства РФ о начале реализации конкретных мероприятий по подготовке Красноярска к участию в заявочной кампании.

КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ВСЕМИРНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ ИГР



История студенческого спорта началась в далеком 1905 году, когда в США прошли первые международные соревнования среди студентов.

В 1919 году была создана Международная конфедерация студентов. Под эгидой этой организации в 1923 году состоялись первые Всемирные игры студентов в Париже.

Через год была организована новая структура – Международная конфедерация студентов (ICS). За время деятельности ICS, вплоть до 1939 года, были проведены ещё восемь соревнований учащихся вузов. Все состязания проводились на территории Европы. Наибольшее количество игр принимала Франция – 3 раза.

В 1947 году был создан Международный союз студентов (UIE). В соревнованиях, проводимых этой организацией, почти не участвовали представители стран Запада.

Правопреемницей Международной конфедерации студентов стала Международная федерация студенческого спорта (FISU). Первыми играми, организованными FISU и её президентом доктором Полом Шлеймером, стали «Недели университетского спорта» 1947 года в Париже.

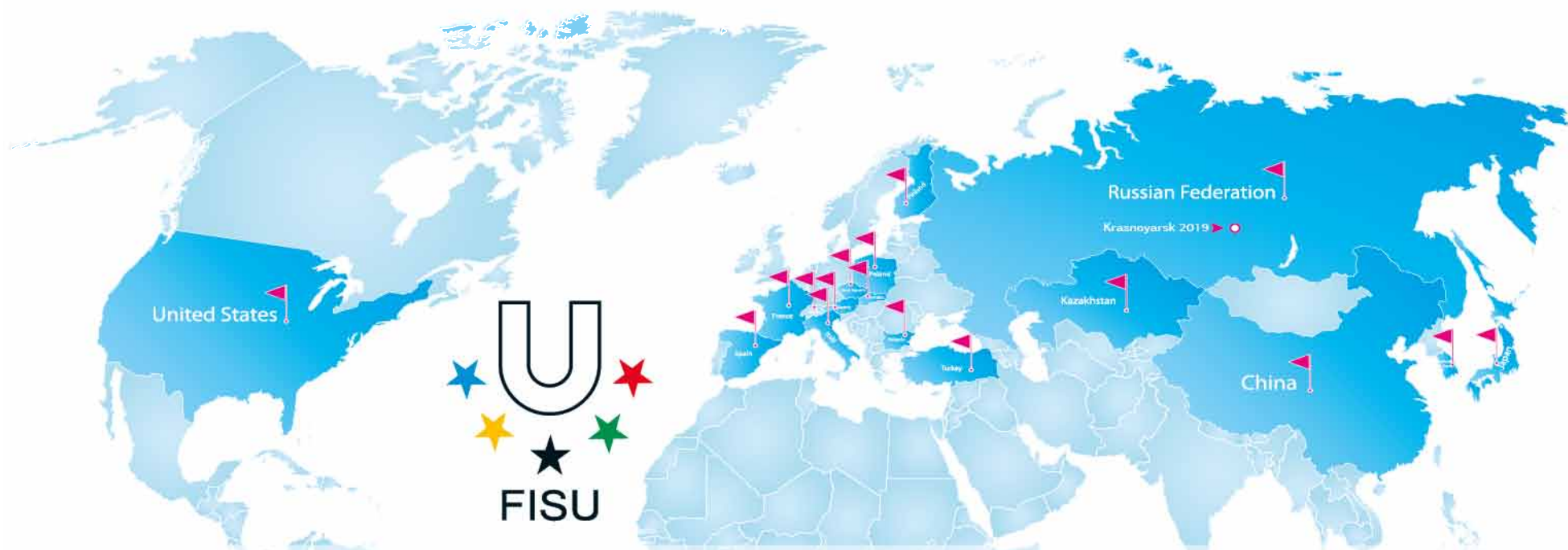
В 1959 году члены UIE вошли в состав FISU. В том же году в Турине прошла первая летняя универсиада. В соревнованиях приняли участие 985 молодых спортсменов из 45 стран мира. Уже через год в Шамони (Франция) состоялись первые Всемирные зимние игры среди студентов, на которых было разыграно 13 комплектов медалей. III летняя универсиада 1963 года проходила в Порту-Алегри и вошла в историю как первые студенческие соревнования, проводимые за пределами Европы. VII летняя универсиада состоялась в Москве.


Соревнования проводились по 10 видам спорта, в них приняли участие 4000 спортсменов - рекордное число участников на тот момент. VIII летняя универсиада в Риме проводилась в форме Университетского чемпионата мира по лёгкой атлетике. Несмотря на это, в соревнованиях принимали участие 468 спортсменов из 38 стран мира.

Для СССР и России универсиада всегда была значимым событием. Советские спортсмены пропустили Всемирные студенческие игры лишь однажды, в 1967 году, когда соревнования проводились в Токио. Россия и СССР 14 раз первенствовали в общекомандном зачете летних студенческих игр и 15 раз в общекомандном зачете зимних студенческих игр, в том числе и на играх 2013 года в Казани и Трентино. Такие прославленные спортсмены, как Лариса Латынина, Валерий Брумель, Валерий Скворцов, Тамара Пресс, неоднократно побеждали на спортивных площадках студенческих игр.

На последних шести универсиадах Россия неизменно занимала первое место в неофициальном общекомандном зачете. Всего же за последние 10 лет (2003-2013) на Всемирных студенческих играх российскими спортсменами было добыто 789 медалей разного достоинства.

МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ ЗИМНИХ УНИВЕРСИАД



1960	I	Шамони	 Франция
1962	II	Виллар	 Швейцария
1964	III	Шпидлерув-Млин	 Чехословакия
1966	IV	Неаполь	 Италия
1968	V	Инсбрук	 Австрия
1970	VI	Рованиеми	 Финляндия
1972	VII	Лейк-Плэсид	 США
1975	VIII	Ливиньо	 Италия
1978	IX	Шпидлерув-Млин	 Чехословакия
1981	X	Хака	 Испания

1983	XI	София	 Болгария
1985	XII	Беллуно	 Италия
1987	XIII	Штрбске-Плесо	 Чехословакия
1989	XIV	София	 Болгария
1991	XV	Саппоро	 Япония
1993	XVI	Закопане	 Польша
1995	XVII	Хака	 Испания
1997	XVIII	Муджу	 Республика Корея
1999	XIX	Попрад	 Словакия
2001	XX	Закопане	 Польша

2003	XXI	Тарвизио	 Италия
2005	XXII	Инсбрук / Зеефельд	 Австрия
2007	XXIII	Турин	 Италия
2009	XXIV	Харбин	 КНР
2011	XXV	Эрзурум	 Турция
2013	XXVI	Трентино	 Италия
2015	XXVII	Гранада	 Испания
		Осрблье, Штрбске-Плесо	 Словакия
2017	XXVIII	Алматы	 Казахстан
2019	XXIX	Красноярск	 Россия

КРАСНОЯРСК КАК ПРИНИМАЮЩИЙ ГОРОД



Красноярск: в центре России, в сердце Сибири

Красноярск — столица Красноярского края (второго по площади субъекта Российской Федерации, площадь Красноярского края 2339,7 тыс. кв. км).

На территории края, в окрестностях оз. Виви, находится географический центр России. Город Красноярск расположен на обоих берегах Енисея, на стыке Западно-Сибирской равнины, Среднесибирского плоскогорья и Саянских гор. Общая площадь города составляет 353,9 кв. км. Красноярск – чудесный северный город с континентальным климатом, жарким летом и настоящей русской зимой. Зима – любимое время года для жителей Красноярска.


Красноярск дает возможность гостям города насладиться настоящей зимой и зимними видами спорта в современных и комфортных условиях. Население Красноярска — 1 053 225 человек, около 41% из них составляет молодежь до 30 лет (данные на 1 января 2013 года).

К моменту проведения универсиады прогнозируется увеличение численности населения на 70,000 человек, в том числе на 6 % молодежи до 30 лет.

Красноярск – крупнейший спортивный центр Восточной Сибири и Дальнего Востока

В Красноярске более 20% населения активно вовлечены в занятия физической культурой и спортом. На сегодняшний день в регионе развиваются более 150 видов спорта, действуют более 78 спортивных федераций и 38 спортивных молодежных школ. На территории города расположены четыре спортивных академии, которые являются региональными тренировочными центрами для спортсменов, представляющих национальные сборные.

Красноярск имеет опыт проведения двух Универсиад (1990 год – Всесоюзная зимняя универсиада, 2010 год – Всероссийская зимняя универсиада) и двух Всесоюзных Спартакиад (1982, 1986 годы – V и VI зимние Спартакиады народов СССР). Последовательное проведение двух Спартакиад в одном и том же городе было уникальным случаем для СССР, ни один другой город страны за всю историю страны не был удостоен такой чести.



РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

Раздел I.

ПЛАТФОРМА
БРЕНДА

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

В 2019 ГОДУ РОССИЯ МОЖЕТ ПРОВЕСТИ САМЫЕ ДРУЖЕСТВЕННЫЕ СТУДЕНЧЕСКИЕ ИГРЫ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ УНИВЕРСИАДНОГО ДВИЖЕНИЯ.



Универсиада 2019 – это третья универсиада, которую принимает Россия. Первая универсиада проходила в Москве в 1973 году (СССР), вторая – в Казани в 2013 году. В современной истории России именно Казанская Универсиада задала высокий стандарт проведения крупных международных спортивных мероприятий, который позже в более масштабном формате был реализован на Олимпийских играх в Сочи.

Зимняя универсиада в Красноярске может стать уникальной спортивной ареной, где мировые державы, оставив в стороне идеологические разногласия, приедут в Россию, чтобы принять участие в искреннем празднике спорта, главная ценность которого заключается в объединении людей и государств через взаимное открытие и преодоление стереотипов.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОСЛАНИЯ



- ▶ Спорт как мир, объединяющий гостей и участников универсиады в целях позиционирования открытости и дружелюбия России.
- ▶ Спорт как мир, объединяющий различные культуры и ценности.
- ▶ Спорт как мир, стоящий над временем. Сохранение традиций этнических культур и высокий уровень развития современных видов спорта.
- ▶ Спорт как интернациональный символ, система международной коммуникации.
- ▶ Спорт, вдохновляющий людей на открытие, прежде всего, безграничных возможностей человека.

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

КЛЮЧЕВЫЕ ИДЕНТИФИКАТОРЫ



- ▶ Ключевыми идентификаторами бренда универсиады 2019 являются следующие слова и понятия: (хэш-коды)

#универсиада2019 #Realwinter #Команда2019 #клуб2019 #Красноярск2019 #Сибирь #U-Лайка

следующие слова и понятия:

Студенчество, Спорт, Молодежь, Всемирные студенческие Игры, Энергия, Радость, Красноярский край, Скорость, Снег, Настоящая зима, Настоящее мужество, Вдохновение, Энтузиазм, Сибирское гостеприимство, Настоящая дружба, Открытость, Праздник спорта

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

МИССИЯ

- ▶ Проведение успешной универсиады, открывающей миру дружелюбие Сибири и безграничные возможности для реализации ярких идей, в одном из самых загадочных мест России на уровне, превосходящем ожидания.
Универсиада – это долгожданное и позитивное событие в Сибири, меняющее вектор развития региона, улучшающее качество жизни и формирующее перспективную среду.



ЦЕЛИ

- Подготовка и проведение успешной и уникальной универсиады с использованием последних достижений и инноваций в области технологий, организации и менеджмента.
- Формирование образа самых дружественных спортивных студенческих игр, которые запомнятся участникам и зрителям позитивной и искренней атмосферой, в которой нет места социальным, культурным и политическим барьерам.
- Открытие миру Сибири, возможность познакомиться с ее природной красотой, культурным многообразием, традициями, почувствовать доброту и гостеприимство сибиряков.
- Запуск нового вектора развития Красноярска как центра зимних видов спорта восточной части России и Азиатско-Тихоокеанского региона, способного принимать крупные спортивные мероприятия и спортсменов со всего мира в центре России.
- Создание перспективной и комфортной городской среды, позволяющей жителям и гостям города и края реализовать свои возможности и сделать проживание в регионе для себя и своих детей привлекательным и безопасным.

УНИКАЛЬНОСТЬ МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ

- Первая Зимняя универсиада в России не случайно пройдет в 2019 году в городе Красноярске – географическом центре Сибири.
- Россия – величайшая по площади страна, где на большей части территории царствует долгая зима. Именно в Сибири в это время можно заниматься всеми видами зимнего спорта, прочувствовать ее на все 100%. "Мороз" и "зима" – это не только устойчивые ассоциации с Россией у иностранцев, но и особые, образы, которые стоят у истоков русской культуры.
- Дружелюбие и открытость у сибиряков в крови. Сибиряки – особая общность русского народа, которая веками складывалась в суровых краях. Жители Сибири имеют разное этническое происхождение, но их объединяют общие черты характера, широта души, доброта, способность сочувствовать, поддерживать друг друга и стойко переносить все невзгоды.

ЦЕННОСТИ



► В Сибири все по-настоящему – природа, люди, отношения.

НАСТОЯЩАЯ ДРУЖБА/ ГОСТЕПРИИМСТВО/ ОТКРЫТОСТЬ

Универсиада – уникальный интернациональный праздник молодости и спорта. Язык спорта понятен каждому, он объединяет народы и поколения. На время универсиады 2019 в г. Красноярск приедут тысячи зрителей и спортсменов со всего мира, и нам важно, чтобы каждый из них почувствовал себя как дома.

Мы любим наш край и всегда готовы радушно принять наших гостей. Мы откроем для них настоящую Сибирь – Сибирь, укрытую снегом на тысячи километров, Сибирь, согретую жаром наших сердец.

Мы стремимся к максимальной открытости и искренности, ведь только так можно создать особую атмосферу Игр – атмосферу настоящей радости и дружбы.

НАСТОЯЩЕЕ МУЖЕСТВО/ СИЛА ДУХА/ ГОТОВНОСТЬ ПРИНЯТЬ ВЫЗОВ

Сибирь – земля суровой природы и сильных людей. Долгие зимы не охладили пыл наших сердец, они воспитали силу духа, ведущую нас вперед.

Спорт – это всегда стремление к совершенству, достижения на грани возможного, энергия и сила, преодоление трудностей и себя.

Проведение универсиады в условиях экстремального сибирского климата – это не только настоящий вызов, но это и увлекательное приключение, которое запомнится на всю жизнь.

НАСТОЯЩЕЕ ВДОХНОВЕНИЕ/ САМООТДАЧА/ ЭНТУЗИАЗМ

Вдохновение – это то, что ведет к высоким целям и собственным свершениям. Для достижений как в спорте, так и в жизни нужна полная самоотдача.

Наша цель – чтобы вдохновение жителей края и организаторов передалось всем участникам и зрителям универсиады. Мы верим, что сможем зарядить своим энтузиазмом и энергией весь мир, делая его лучше.

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- ▶ Самые дружелюбные спортивные студенческие игры, проводимые в уникальных условиях настоящей суровой Сибирской Зимы.



I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ХАРАКТЕР БРЕНДА



ОН НАСТОЯЩИЙ ВО ВСЕМ

- **ПОБЕДИТЕЛЬ**

Главная победа - победа над самим собой. Ему свойственны: готовность идти до последнего, стремление к высшим достижениям в спорте, искусстве и жизни, желание расширять границы человеческих возможностей.

- **ЛЮБИТ СВОЮ ЗЕМЛЮ**

Главное умение - жить в гармонии с энергией первозданной сибирской природы. Для него суровая и прекрасная Сибирь - родной дом.

- **ЖИВОЙ/ДИНАМИЧНЫЙ/ ЛЮБЯЩИЙ ДРАЙВ**

Ощущение жизни возможно только в движении: он полон безудержной энергии, радости и жизнелюбия. Быстрота стремительных событий и яркость эмоций - вот чем запомнится универсиада 2019.

- **ОТКРЫТ МИРУ И НОВОМУ ОПЫТУ**

В нем живет дух первооткрывателей, таких как Ермак и Дубенский, Бегичев и Урванцев, Дежнев и Ярыгин, Хворостовский и Астафьев, Суриков и Поздеев.



ОПИСАНИЕ ЛОГОТИПА



Логотип XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске

В соответствии с Руководством Международной федерации студенческого спорта (ФИСУ) по разработке логотипа Всемирных студенческих игр, логотип Зимней универсиады 2019 построен на основе латинской буквы «U» – заглавной буквы слова «Universiade» (Универсиада), включает указание города (на английском языке) и года проведения Игр – Krasnoyarsk 2019, порядковый номер и наименование события (на английском языке) – 29th Winter Universiade, а также 5 звезд синего, желтого, черного, зеленого и красного цветов – элементов бренда (логотипа) ФИСУ.

Буква «U» представлена в образе ледяной глыбы, ломаные грани которой символизируют собой суровость сибирской природы, вершины скал, заснеженные склоны. Цветовое решение отражает объединение двух начал: суровой сибирской зимы и сердечности, душевного тепла настоящих сибиряков.

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

СЛОГАН / ДЕВИЗ

1.

**REAL
AL
WINTER**

KRASNOYARSK 2019

В качестве главной вербальной константы, раскрывающей суть идеи, используется слоган «**Real Winter**», он имеет два варианта написания:

1. Вертикальный вариант (является основным и приоритетным).
2. Горизонтальный вариант (для редких исключительных случаев).

2.

REALWINTER

3. Слоган «**100% Winter**» является дополнительным и используется в паре с любым из слоганов или самостоятельно как шеврон или нашивка на одежде.

3.

**100%
WINTER**

4. Слоган «**Welcome to Winter**» является вспомогательным и используется в рекламных кампаниях Зимней универсиады 2019.

WELCOME TO WINTER!

I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР / СИМВОЛИКА ГРАФИКИ И ЦВЕТА

Символика графики:

Динамика графических линий символизирует спорт как движение, стремление вперед, а также все динамичные стихии нашей сибирской природы: сильный ветер, скольжение по льду, мчащаяся река.

Структура и направленность линейного раstra напоминает снежные дорожки ратрака.

Идеей для создания системы узора послужили переливающиеся кристаллы льда. Фирменный паттерн может использоваться как самостоятельный элемент оформления. Также он является основой для создания фирменных иллюстраций Образа Игр.



Символика цвета:

Цветовое решение Образа Игр построено на объединении двух цветовых групп: строгие «холодные» оттенки синего и яркий «горячий» пурпурный цвет.

Наше цветовое решение всегда символизирует объединение двух начал — суровой сибирской природы и тепло человеческих сердец.

Наш узор состоит из шести цветов, и каждый символизирует определенную стихию, белый цвет является очень важным в образе Универсиады и служит объединяющим для всех цветов:

Сибирский
Мороз

Могучая
Река

Летающий
Ветер

Прочный
Лёд

Чистый
Снег

Горячее
Сердце

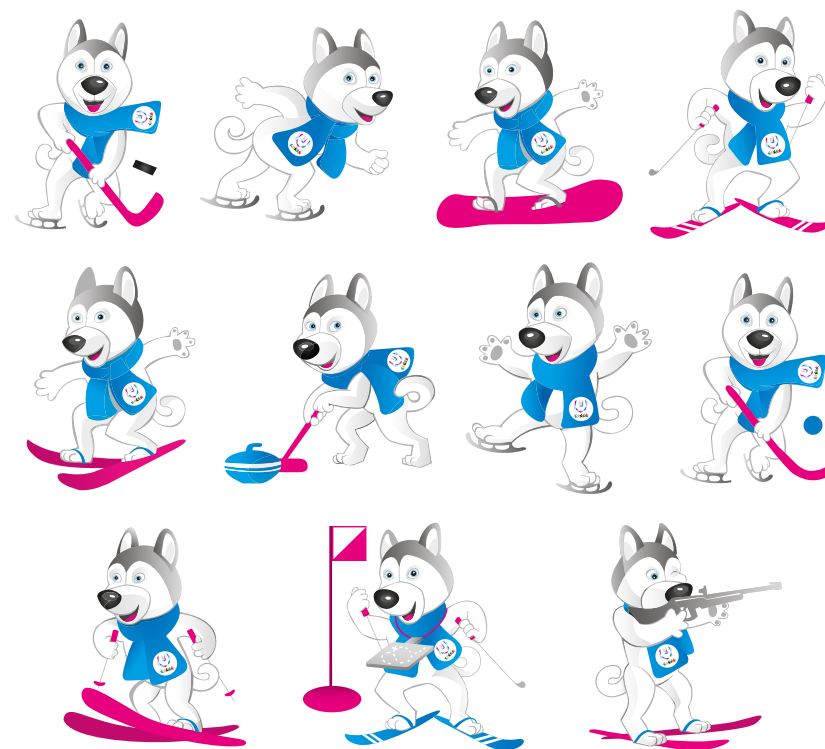
I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ТАЛИСМАН

U-Лайка – сибирская лайка, символ верности, дружелюбия, радости и неукротимой энергии.

Лайка – друг, который всегда готов прийти на помощь в трудную минуту и поддержать в стремлении к любой, даже самой сложной цели.

U-Laika




I. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

КЛИЕНТСКИЕ ГРУППЫ



Универсиада является одним из крупнейших международных спортивных событий и традиционно привлекает большое внимание как со стороны спортсменов и национальных спортивных студенческих союзов, так и со стороны прессы и зрителей со всего мира. Основными клиентскими группами Зимней универсиады 2019 в г. Красноярске являются:

- ▶ Зрители, гости Красноярска
- ▶ Мировая общественность
- ▶ Маркетинговые спонсоры
- ▶ Пресса
- ▶ Телерадиовещатели
- ▶ Спортивные федерации
- ▶ Официальные делегации НФСС
- ▶ Высокопоставленные лица
- ▶ Семья FISU
- ▶ Оргкомитет «Красноярска 2019»



РУКОВОДСТВО ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

Раздел II.

ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

1. СИМВОЛИКА ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

- 1.1 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019
- 1.2 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ
- 1.3 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ
- 1.4 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА: ВАРИАНТ ДЛЯ ГРАВИРОВКИ
- 1.5 ОФИЦИАЛЬНЫЙ СТИКЕР-ЭМБЛЕМА
- 1.6 ОФИЦИАЛЬНЫЙ ШЕВРОН-ЭМБЛЕМА
- 1.7 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ОСНОВНОЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ
- 1.8 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА
- 1.9 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА
- 1.10 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ
- 1.11 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ГОРИЗОНТАЛЬНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА
- 1.12 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА
- 1.13 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ
- 1.14 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК 1 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ
- 1.15 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК 2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ
- 1.16 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК 3 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ КРУГЛЫЙ
- 1.17 МАЛОФОРМАТНЫЕ БЛОКИ НА ЦВЕТНОМ ФОНЕ
- 1.18 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОСНОВНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА НА ФИРМЕННЫХ ФОНАХ
- 1.19-1.20 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СИМВОЛИКИ
- 1.21 РАЗМЕРЫ СИМВОЛИКИ
- 1.22 СИМВОЛИКА: ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ
- 1.23 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАНЕСЕНИЮ СИМВОЛИКИ

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.1 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019



Минимальный размер блока, допустимый для использования, знак высотой 20 мм.

Если нужно воспроизвести блок меньшего размера, может быть использован малоформатный вариант блока.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

Защитное поле основной эмблемы.

Минимальный размер фона символики равен защитному полю.

В построении защитного поля блока величина X равняется высоте буквы логотипа.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.2 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ



1.



2.



3.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.

Основная эмблема универсиады воспроизводится всегда только на белом фоне!

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.3 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ



Блок, в котором знак имеет высоту 15 мм и менее, считается малоформатным.

Малоформатные варианты символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, нанесение на сувениры).

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ МАЛОФОРМАТНОГО ВАРИАНТА ОСНОВНОЙ ЭМБЛЕМЫ



1.



2.



3.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.

Основная эмблема универсиады воспроизводится всегда только на белом фоне!

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.4 ОСНОВНАЯ ЭМБЛЕМА: ВАРИАНТ ДЛЯ ГРАВИРОВКИ



Минимальный размер блока, допустимый для использования, знак высотой 20 мм.

Если нужно воспроизвести блок меньшего размера, необходимо использовать малоформатный вариант блока.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

Защитное поле основной эмблемы.

Минимальный размер фона символики равен защитному полю.

В построении защитного поля блока величина X равняется высоте буквы логотипа.

1.5 ОФИЦИАЛЬНЫЙ СТИКЕР-ЭМБЛЕМА

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

1.6 ОФИЦИАЛЬНЫЙ ШЕВРОН-ЭМБЛЕМА

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

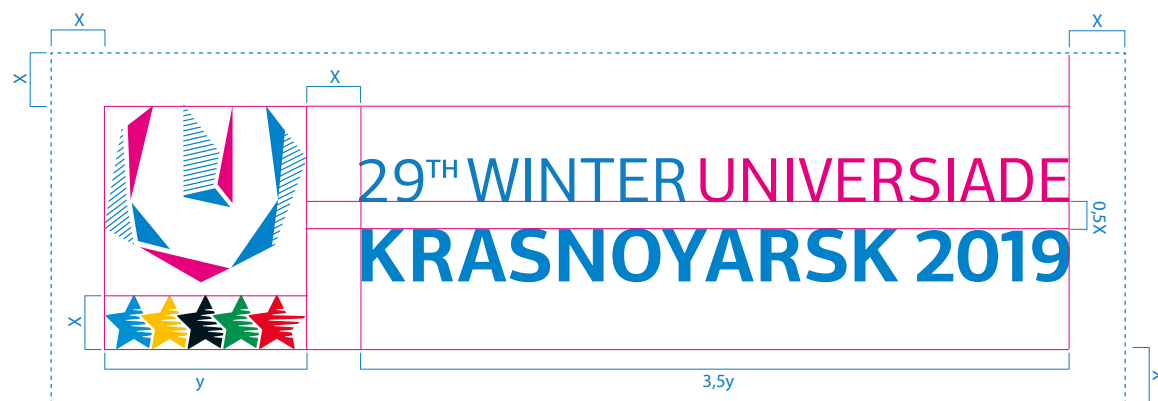
Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.7 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ОСНОВНОЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ



29TH WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019



Граница защитного поля фирменного блока

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Минимальный размер фона символики равен защитному полю.

В построении защитного поля блока величина X равняется высоте буквы.

Минимальный размер блока, допустимый для использования, знак высотой 20 мм.

Если нужно воспроизвести блок меньшего размера, необходимо использовать малоформатный вариант блока.

1.8 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА



1.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
3. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
2. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.



2.

Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



3.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.9 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА



Блок, в котором знак имеет высоту 15 мм и менее, считается малоформатным.

Малоформатные варианты символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, нанесение на сувениры).

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ МАЛОФОРМАТНОГО ВАРИАНТА ОСНОВНОГО ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА



1.



2.



3.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

1.10 ФИРМЕННЫЙ БЛОК: ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ



Граница защитного поля фирменного блока

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Минимальный размер фона символики равен защитному полю.

В построении защитного поля блока величина X равняется высоте буквы.

Минимальный размер блока, допустимый для использования, знак высотой 20 мм.

Если нужно воспроизвести блок меньшего размера, используйте малоформатный вариант блока.

1.11 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ГОРИЗОНТАЛЬНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА



1.



2.



3.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.

Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.12 МАЛОФОРМАТНЫЙ ВАРИАНТ ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА



Блок, в котором знак имеет высоту 15 мм и менее, считается малоформатным.

Малоформатные варианты символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, нанесение на сувениры).

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ МАЛОФОРМАТНОГО ВАРИАНТА ГОРИЗОНТАЛЬНОГО БЛОКА



1.



2.



3.

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.13 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ

Блок дополнительный горизонтальный используется на форматах, имеющих ограничение по ширине:

1. Перетяжки.
2. Борты стадионов и спортивных площадок.
3. Ленты.



Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.14 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ: БЛОК 1 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ

Малоформатные варианты изображения символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, значки, сувенирная продукция).



Блок, в котором знак имеет высоту 15 мм и менее, считается малоформатным.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО МАЛОФОРМАТНОГО БЛОКА 1

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.



1.



2.



3.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.15 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ: БЛОК 2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

Малоформатные варианты изображения символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, значки, сувенирная продукция).



Блок, в котором знак имеет высоту 15 мм и менее, считается малоформатным.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО МАЛОФОРМАТНОГО БЛОКА 2

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.



1.



2.



3.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.16 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ СЛУЧАЕВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:
БЛОК 3 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАЛОФОРМАТНЫЙ КРУГЛЫЙ

Малоформатные варианты изображения символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, значки, сувенирная продукция).



Блок, в котором знак имеет высоту менее 20 мм считается малоформатным.

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО МАЛОФОРМАТНОГО БЛОКА 3

1. Полноцветный вариант воспроизведения символики.
2. Монохромный вариант воспроизведения символики (гравировка или серебро).
3. Двухцветный вариант воспроизведения символики.

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант.



1.



2.



3.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.17 МАЛОФОРМАТНЫЕ БЛОКИ НА ЦВЕТНОМ ФОНЕ

Малоформатный блок горизонтальный:



1.



2.

Дополнительный
малоформатный блок 1:



1.



2.

Дополнительный
малоформатный блок 2:



1.



2.

Кроме белого, малоформатные блоки могут быть воспроизведены на цветных фонах — это основные фирменные цвета.

1. фон ярко-голубого фирменного цвета.
2. фон фирменного пурпурного цвета.

Символика в этом случае всегда должна быть белого цвета.

Малоформатные варианты символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например – нанесение на сувениры, шильдики на одежду, и т.п.).

Представленный фирменный блок является шаблоном.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.18 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОСНОВНОГО ФИРМЕННОГО БЛОКА НА ФИРМЕННЫХ ФОНАХ

В исключительных случаях, если есть необходимость использования основного блока символики на цветном фирменном фоне, применяется стикер-эмблема или шеврон-эмблема (например размещение символики на одежде или сумке).



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.19 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СИМВОЛИКИ

Не допускается изменение пропорций внутри фирменного блока.



Не допускается растягивание, сжатие и искажение символики.



Не допускается искажение или неправильное воспроизведение цвета.



Не допускается несоблюдение защитных полей символики.



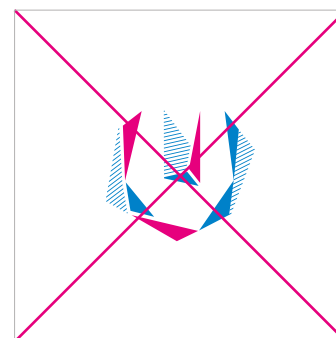
Не допускается изменение взаимного расположения элементов фирменного блока.



Не допускается использование элементов символики отдельно друг от друга.



Не допускается использование элементов символики отдельно друг от друга.



Нельзя ставить символику на формате под углом.



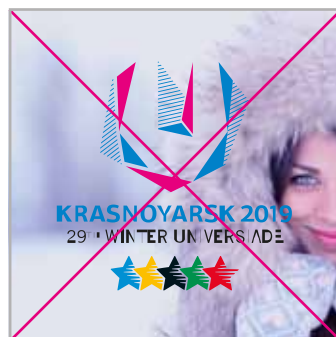
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.20 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СИМВОЛИКИ

Не допускается применение в качестве фона серого цвета.



Не допускается размещение символики на фотоизображениях.



Не допускается размещение символики на цветном фоне.



Не допускается изменение цвета и фона символики.



Основная эмблема универсиады воспроизводится всегда только на белом фоне!

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.21 РАЗМЕРЫ СИМВОЛИКИ

Существуют два варианта размеров символики: обычный и малоформатный. Правильное использование этих вариантов поможет добиваться максимальной четкости изображения символики.

В большинстве случаев фирменная символика используется в виде существующих фирменных блоков. Малоформатным считается изображение символики, если требуемый размер знака будет меньше 20 мм. В этом случае рекомендуется использование специального малоформатного варианта знака.

Малоформатные варианты изображения символики используются только в исключительных случаях, когда площадь нанесения символики сильно ограничена (например, сувенирные ручки, карандаши).

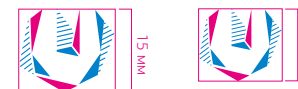
Представленный вариант символики является шаблоном.

При воспроизведении символики всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

Минимально допустимые размеры использования символики и блока:



Малоформатный знак. Знак высотой меньше 20 мм считается малоформатным:



Минимально допустимый малоформатный размер фирменного знака:



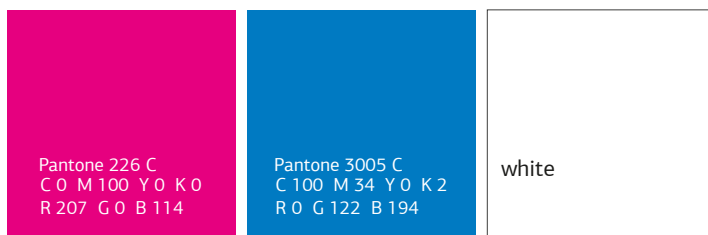
Малоформатные варианты фирменного блока:



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 1. СИМВОЛИКА

1.22 СИМВОЛИКА: ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ

Цвет символики (основные фирменные цвета):



дополнительные фирменные цвета:



Фирменная цветовая палитра имеет два ярко выраженных цветовых акцента:

1. Пурпурный.
2. Ярко-голубой.

Палитра фирменных голубых цветов, для большей выразительности, включает в себя 4 различных оттенка.

Соотношение фирменных цветов в большинстве случаев такое:

- пурпурный цвет занимает всегда от 20% до 40% общей площади графического пространства;
- от 60% до 80% общей площади графического пространства занимают все фирменные цвета сине-голубой палитры.

Белый цвет является очень важным в фирменной палитре цветов и занимает от 20% до 80% в разных случаях.

1.23 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАНЕСЕНИЮ СИМВОЛИКИ

Варианты воспроизведения символики приведены в порядке приоритетности использования. Предпочтительным всегда является первый (полноцветный) вариант. Основная эмблема университета воспроизводится всегда только на белом фоне! Варианты воспроизведения каждого блока описаны в разделе «Символика–фирменный цвет».

1. **Полноцветный вариант воспроизведения символики (в основном).**
2. **Монохромный вариант воспроизведения символики (тиснение, гравировка, печать на цветном пластике).**
3. **Двухцветный вариант воспроизведения символики (при ограничении использования цвета).**

Основной вариант нанесения	Дополнительные варианты нанесения
<p>1. На белой поверхности рекомендуется использование полноцветного варианта символики. Логотип может наноситься методом полноцветной печати, тампопечати, шелкографии.</p>	<p>2. На пластиковую цветную поверхность символика наносится в один цвет (белый, серебро). На металлическую поверхность символика наносится методом гравировки. На кожаную продукцию категории «бизнес-сувениры» логотип наносится только методом тиснения.</p> <p>3. На белую пластиковую поверхность, при ограниченной возможности использования цвета, применяется двухцветный вариант нанесения символики.</p>

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

2. СЛОГАНЫ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

2.1 СЛОГАНЫ: ВАРИАНТЫ НАПИСАНИЯ

2.2 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ,

БЛОК С НАДПИСЬЮ «КРАСНОЯРСК 2019»

2.3 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ, БЛОК С СИМВОЛИКОЙ

2.4 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ

ГРАФИЧЕСКОГО НАЧЕРТАНИЯ СЛОГАНА

2.5 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СЛОГАНА

2.6 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ СОВМЕСТНОГО

ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМБЛЕМЫ И СЛОГАНА

2.1 СЛОГАНЫ: ВАРИАНТЫ НАПИСАНИЯ

1. **REAL
AL
WIN
TER**

KRASNOYARSK 2019

В качестве главной вербальной константы, раскрывающей суть идеи, используется слоган «**Real Winter**», он имеет два варианта написания:

1. Вертикальный вариант (является основным и приоритетным).
2. Горизонтальный вариант (для редких исключительных случаев).

2. **REALWINTER**

3. Слоган «**100% Winter**» является дополнительным и используется в паре с любым из слоганов или самостоятельно как шеврон или нашивка на одежде.

3.

**100%
WINTER**

4. Слоган «**Welcome to Winter**» является вспомогательным и используется в рекламных кампаниях Зимней универсиады 2019.

WELCOME TO WINTER!

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 2. СЛОГАНЫ

2.2 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ, БЛОК С НАДПИСЬЮ «КРАСНОЯРСК 2019»

Фон, на котором воспроизводится этот блок, в большинстве случаев, должен быть только белый. Исключительный случай – воспроизведение этого блока на штандартах фирменных цветов, в этом случае данный блок может воспроизводиться белым цветом на фирменном фоне (синий и пурпурный).

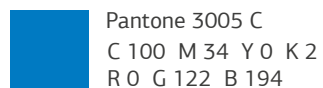
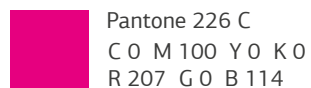
При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



Пример воспроизведения слогана на фирменных штандартах:



Основные фирменные цвета (цвета символики):



При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 2. СЛОГАНЫ

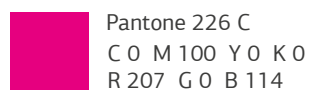
2.3 СЛОГАН: ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ, БЛОК С СИМВОЛИКОЙ

Этот фирменный блок воспроизводится всегда только на белом фоне!

Представленный фирменный блок является шаблоном. При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



Основные фирменные цвета (цвета символики):



Pantone 226 C
C 0 M 100 Y 0 K 0
R 207 G 0 B 114



Pantone 3005 C
C 100 M 34 Y 0 K 2
R 0 G 122 B 194

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики и графических элементов, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы, нарушение взаиморасположения элементов и фирменных блоков, изменение цвета.

2.4 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ГРАФИЧЕСКОГО НАЧЕРТАНИЯ СЛОГАНА

Не допускается изменение взаимного расположения элементов слогана.



Не допускается изменение взаимного расположения элементов слогана.



Не допускается искажение или неправильное воспроизведение цвета.



Не допускается растягивание, сжатие и искажение.



Не допускается изменение цветового решения слогана и любое другое воспроизведение в цвете, кроме представленных в руководстве.



Нельзя ставить слоган на формате под углом.



Не допускается использование элементов слогана отдельно друг от друга.



2.5 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ СЛОГАНА

Не допускается применение в качестве фона серого цвета.



Не допускается размещение слогана на контрастных и ярких фотоизображениях.



Не допускается размещение двухцветного слогана на цветном фоне.



Не допускается произвольное изменение цвета и фона слогана.



Основной слоган в большинстве случаев воспроизводится в два цвета на белом фоне, или на белом фоне с элементами фирменной графики.

Не допускается применение любых вариантов воспроизведения слогана, кроме представленных в руководстве!

Допускается использование только тех вариантов фирменных элементов, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы, нарушение взаиморасположения графических элементов и фирменных блоков, изменение цвета.

При воспроизведении графических элементов стиля всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 2. СЛОГАНЫ

2.6 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ СОВМЕСТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМБЛЕМЫ И СЛОГАНА

Не допускается изменение взаиморасположения элементов фирменного блока.



Не допускается изменение размеров слогана и эмблемы относительно друг друга.



Не допускается произвольное изменение расположения элементов и их сомасштабности.



Основной слоган в большинстве случаев воспроизводится в два цвета на белом фоне или на белом фоне с элементами фирменной графики.

Эмблема универсиады воспроизводится всегда только на белом фоне.

Не допускается применение любых вариантов воспроизведения слогана, кроме представленных в руководстве!

Допускается использование только тех вариантов фирменных элементов, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы, нарушение взаиморасположения графических элементов и фирменных блоков, изменение цвета.

При воспроизведении графических элементов стиля всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

3. ФОТОМОТИВЫ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

- 3.1 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯМИ
- 3.2 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (1)
- 3.3 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (2)
- 3.4 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019 (3)

3.1 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯМИ:

Визуальные решения, в том числе фотоизображения – важный элемент коммуникации, требующий последовательности и управления.

Для того, чтобы создать позитивное восприятие Бренда, нужно последовательно выстраивать нашу коммуникацию и подчинять все визуальные решения единому стилю.

Описание требуемых сюжетов (мотивов) для постановки задачи фотографам

Все фотоизображения можно разделить на три группы:

1. Ландшафтные фотоизображения (Сибирь, зима, снег, уникальная природа нашего края).
2. Достопримечательности, знаковые, узнаваемые места Красноярска и края (Столбы, Енисей, мосты, спортивные сооружения).
3. Сюжетные фотоизображения, спортивные съемки.

Фотоизображения должны выбираться с учетом фирменной цветовой палитры Зимней универсиады 2019.

Фотоизображения универсиады всегда должны быть свежими и позитивными, нести заряд бодрости и оптимизма. Необычные ракурсы, динамичная съемка, подчеркивающая смелость, новаторство, творческий подход.

Коррекция фотоизображений

Все фотографии приводятся к фирменной цветовой гамме — холодные голубые цвета, чистый белый, не должно быть грязно-серых оттенков, больших темно-серых и черных пятен, все фотографии должны быть светлыми, снег и облака всегда должны быть белыми, с голубыми оттенками.



3.2 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019

Визуальные решения, в том числе фотоизображения – важный элемент коммуникации, требующий последовательности и управления. Для того, чтобы создать позитивное восприятие Бренда, нужно последовательно выстраивать нашу коммуникацию и подчинять все визуальные решения единому стилю.

Представлены фотомотивы, используемые в материалах Зимней универсиады 2019 на текущий момент.

1. Зима, снег, уникальная сибирская природа.



3.3 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019

Визуальные решения, в том числе фотоизображения – важный элемент коммуникации, требующий последовательности и управления. Для того, чтобы создать позитивное восприятие Бренда, нужно последовательно выстраивать нашу коммуникацию и подчинять все визуальные решения единому стилю.

Представлены фотомотивы, используемые в материалах Зимней универсиады 2019 на текущий момент.

2. Достопримечательности, знаковые, узнаваемые места Красноярска и края.



3.4 ФОТОМОТИВЫ УНИВЕРСИАДЫ 2019

Визуальные решения, в том числе фотоизображения – важный элемент коммуникации, требующий последовательности и управления. Для того, чтобы создать позитивное восприятие Бренда, нужно последовательно выстраивать нашу коммуникацию и подчинять все визуальные решения единому стилю.

Представлены фотомотивы, используемые в материалах Зимней универсиады 2019 на текущий момент.

3. Сюжетные фотоизображения, спорт, молодость.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

4. ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ. ВЕРСТКА

- 4.1 ШРИФТ И ТИПОГРАФИКА
- 4.2 ПРАВИЛА ТЕКСТОВОГО НАБОРА
- 4.3-4 ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАЩИТНОГО ПОЛЯ
- 4.5 СЛОВЕСНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ
- 4.6 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ СЛОВЕСНОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ
- 4.7-8 ИНФОГРАФИКА –
ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ, ПРИМЕР 1
- 4.9-10 ИНФОГРАФИКА –
ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ ПРИМЕРЫ 2-5

4.1 ШРИФТ И ТИПОГРАФИКА

Использование шрифтов.

Шрифтом визуальных коммуникаций Универсиады рекомендуется гарнитура Agora Sans Pro.

Этот шрифт рекомендуется для использования в печатных и рекламных материалах.

Шрифтовая гарнитура Agora Sans Pro является основной и должна использоваться, по возможности, во всех макетах. Если применение этой шрифтовой гарнитуры невозможно, применяется дополнительная, Arial.

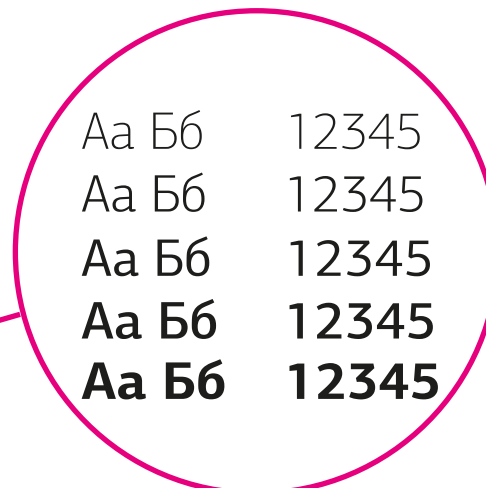
В рекламных макетах и маркетинговых материалах всегда используется шрифт PF Agora Sans Pro.

В корреспонденции (представительской документации) используется шрифт Arial.

Для оформления веб-страниц используется шрифт Arial.

В презентациях PowerPoint используется шрифт Arial.

Aa



PF Agora Sans Pro, Light
используется в основном для набора больших текстовых блоков, для заголовков и подзаголовков.

PF Agora Sans Pro, Medium
для заголовков более значимых,
для выделения отдельных фрагментов в тексте.

Aa Aa

4.2 ПРАВИЛА ТЕКСТОВОГО НАБОРА:

1. Текст всегда должен быть выровнен по левому краю или должна быть сделана выключка по формату.
2. В заголовках могут использоваться строчные или прописные буквы, заголовок всегда набирается крупным кеглем.
3. Заголовки печатаются шрифтом PF Agora Sans Pro (нормальный, жирный). Также возможно выделение цветом (фирменный синий, пурпурный).
4. Вводный абзац печатается PF Agora Sans Pro Medium или Bold, чтобы привлечь внимание. Можно использовать шрифт большего размера, чем в остальных абзацах, также возможно выделение цветом (фирменный синий, пурпурный).
5. Подзаголовок печатается шрифтом PF Agora Sans Pro Light, или PF Agora Sans Pro Medium
6. Между подзаголовком и основным текстом всегда остается минимум 1 пустая строка.
7. Основной текст всегда печатается шрифтом PF Agora Sans Pro, Light.
8. Для выделения какой-либо информации в тексте используется шрифт PF Agora Sans Pro Medium или Bold, также возможно выделение цветом (фирменный синий, пурпурный). Подчеркивание и использование курсивного начертания недопустимо.
9. Интерлиньяж (межстрочный интервал) текста зависит от вида и размера шрифта и определяется браузером автоматически. Отрицательное значение межстрочного расстояния не допускается.

Пример верстки в 2 колонки:

	18 мм	5	20 мм	
20 мм				20 мм
20 мм				20 мм

ВВЕДЕНИЕ

ОБ УНИВЕРСИАДЕ

Молодежный аналог Олимпиады, Всемирные студенческие спортивные игры или просто – универсиада – вот уже более 50 лет является вторым по значимости и представительству комплексным международным мероприятием на мировой спортивной арене.

Универсиада - международные спортивные соревнования среди студентов, проводимые под эгидой Международной федерации студенческого спорта (FISU). Название «универсиада» происходит от слов «Университет» и «Олимпиада».

В отличие от четырехлетнего олимпийского цикла, студенческие состязания проводятся каждые два года. К участию в соревнованиях допускаются студенты, аспиранты и выпускники двух предшествовавших универсиаде выпусков в возрасте от 17 до 28 лет.

В программу Зимней универсиады 2019 входят обязательные и опционные (дополнительные) виды спорта. Перечень обязательных видов спорта по каждому Студенческим играм утверждается FISU до начала заявочной кампании.

Включение дополнительных видов спорта производится по желанию принимающей стороны (хозяйки универсиады), при условии, что виды спорта отвечают всем требованиям Международной федерации студенческого спорта. 9 ноября 2013 года в Брюсселе комиссия FISU приняла решение о проведении XXIX Зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске.

XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске состоится со 2 по 12 марта 2019 года. Спортсмены разыграют 69 комплектов наград в 10 видах спорта.

В рамках Зимней универсиады 2019 награды будут разыгрываться в 8 обязательных видах спорта: горнолыжный спорт, биатлон, лыжные гонки, хоккей, шорт-трек, сноуборд, фигурное катание на коньках, керлинг.

На данный момент предложены два опционных вида программы: спортивное ориентирование и фристайл. Международной федерацией студенческого спорта на данный момент утверждены следующие столицы зимних Всемирных игр — Алматы (Казахстан) - 2017 год, Красноярск (Россия) - 2019 год.

История XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске началась в 2012 году. 9 января Президент России подписал поручение Председателю Правительства РФ о начале реализации конкретных мероприятий по подготовке Красноярска к участию в заявочной кампании.

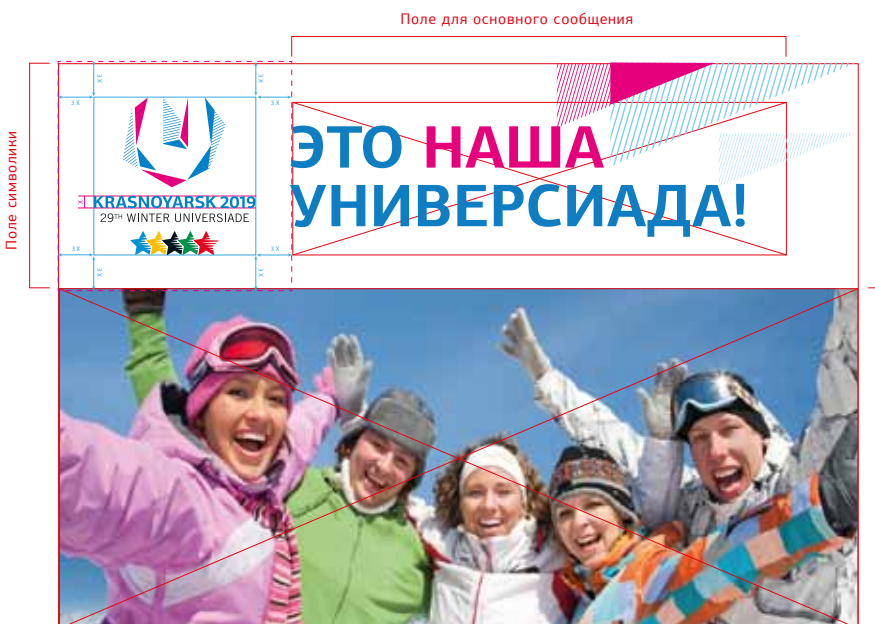
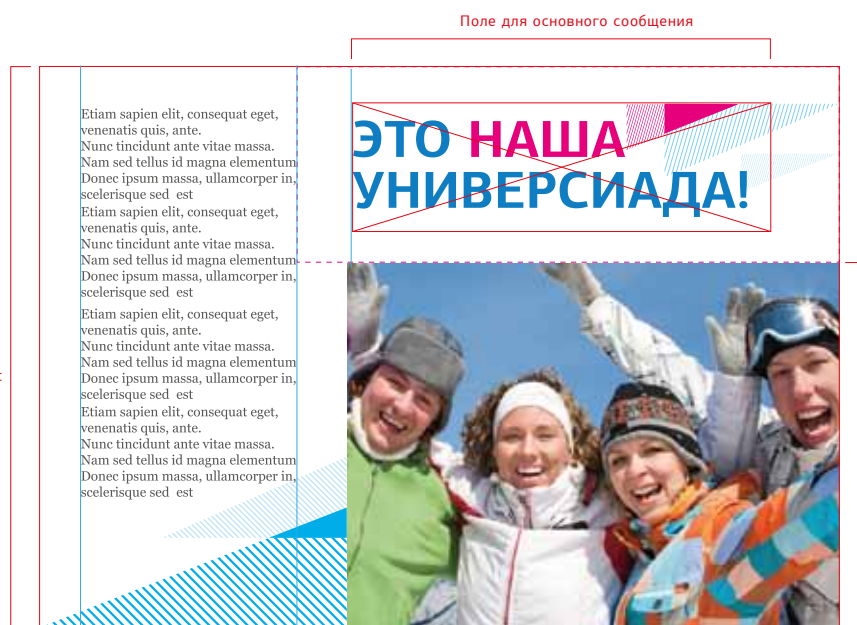
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 4. ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ

4.3 ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАЩИТНОГО ПОЛЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА



Минимальный размер фона блока равен защитному полю.

Соблюдение границ защитного поля обязательно при работе на любых форматах.
В границах защитного поля не должно быть посторонних элементов и постороннего цвета.
Расположение фирменной символики.
Фирменная символика в большинстве случаев размещается в левом верхнем углу макета.
Представленные варианты являются шаблонами.



4.4 ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАЩИТНОГО ПОЛЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Соблюдение границ защитного поля обязательно при работе на любых форматах.
В границах защитного поля не должно быть посторонних элементов и постороннего цвета.

Расположение фирменной символики.

Фирменная символика в большинстве случаев размещается в левом верхнем углу макета.
Представленные варианты являются шаблонами.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 4. ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ

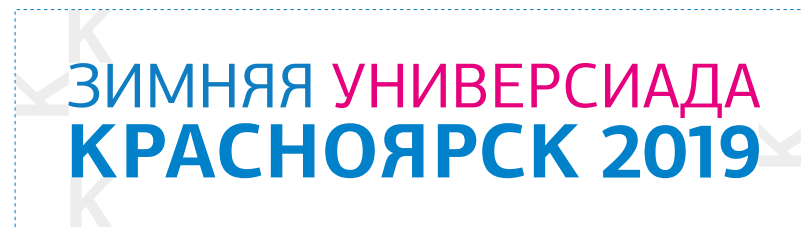
4.5 СЛОВЕСНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ

Словесное обозначение – текстовая надпись названия «Красноярск 2019. Зимняя универсиада»
Надпись выполнена гарнитурой PF Agora Sans Pro прописными буквами.

WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019

ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА
КРАСНОЯРСК 2019

ОХРАННОЕ ПОЛЕ, МАСШТАБИРОВАНИЕ



 5 мм – минимальный размер словесного обозначения.

Основные фирменные цвета (цвета символики):



Pantone 226 C
C 0 M 100 Y 0 K 0
R 207 G 0 B 114



Pantone 3005 C
C 100 M 34 Y 0 K 2
R 0 G 122 B 194

Допускается использование только тех вариантов словесного обозначения, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.
Не допускается искажение, нарушение взаиморасположения элементов, изменение цвета.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 4. ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ

4.6 ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ СЛОВЕСНОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ

Для различных целей и типов нанесения словесное обозначение используется в различных цветовых моделях.



WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019

Основная версия. Цветная надпись на белом фоне.



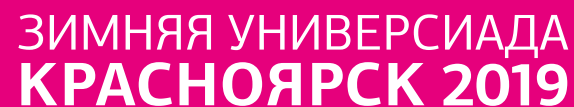
ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА
КРАСНОЯРСК 2019

Основная версия. Цветная надпись на белом фоне.



WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019

Дополнительная версия. Белая надпись на фирменном фоне.



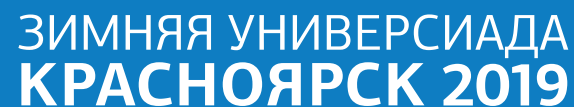
ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА
КРАСНОЯРСК 2019

Дополнительная версия. Белая надпись на фирменном фоне.



WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019

Дополнительная версия. Белая надпись на фирменном фоне.



ЗИМНЯЯ УНИВЕРСИАДА
КРАСНОЯРСК 2019

Дополнительная версия. Белая надпись на фирменном фоне.

Основные фирменные цвета (цвета символики):



Pantone 226 C
C 0 M 100 Y 0 K 0
R 207 G 0 B 114



Pantone 3005 C
C 100 M 34 Y 0 K 2
R 0 G 122 B 194

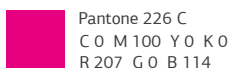
Минимальное поле для размещения словесного обозначения всегда должно быть равно защитному полю.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 4. ТИПОГРАФИКА И ШРИФТЫ

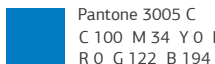
4.7 ИНФОГРАФИКА – ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА

Для создания графиков, таблиц, диаграмм используются основные фирменные цвета, а также цвета из дополнительной палитры.

Основные фирменные цвета:

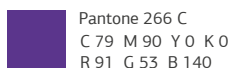


Pantone 226 C
C 0 M 100 Y 0 K 0
R 207 G 0 B 114

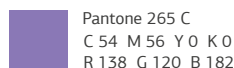


Pantone 3005 C
C 100 M 34 Y 0 K 2
R 0 G 122 B 194

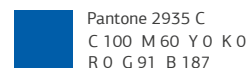
Дополнительная цветовая палитра:



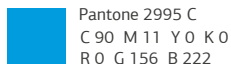
Pantone 266 C
C 79 M 90 Y 0 K 0
R 91 G 53 B 140



Pantone 265 C
C 54 M 56 Y 0 K 0
R 138 G 120 B 182



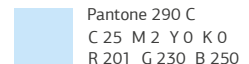
Pantone 2935 C
C 100 M 60 Y 0 K 0
R 0 G 91 B 187



Pantone 2995 C
C 90 M 11 Y 0 K 0
R 0 G 156 B 222



Pantone 297 C
C 52 M 1 Y 0 K 0
R 113 G 197 B 232



Pantone 290 C
C 25 M 2 Y 0 K 0
R 201 G 230 B 250

Допускается использование только тех цветов, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

4.8 ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ. ПРИМЕРЫ.

Пример 1:

Ключевые взаимодействия

**ИНФОРМАЦИОННОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**
(обмен сведениями,
документами)

- Управление рисками
- Управление брендом
- Управление знаниями
- Публикации
- Вывески и указатели

**АДМИНИСТРАТИВНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**
(передача инструкций,
рекомендаций, состав-
ление отчетов, принятие
совместных управленческих
решений)

- Координация, планирование и управление

**ТЕХНИЧЕСКОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

(организация совместной практи-
ческой деятельности,
обмен опытом,
предоставление услуг)

- Допинг-контроль
- Телерадиовещание
- Церемонии
- Деятельность города-организатора
- Услуги для спортивных мероприятий
- Взаимодействие с FISU

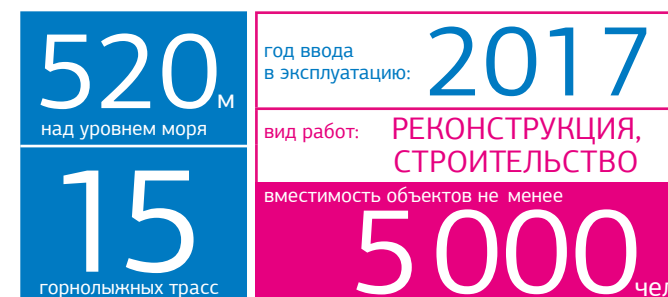
**ПАРИТЕТНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

(тесное сотрудничество
по всем направлениям
взаимодействия)

- Размещение
- Аккредитация
- Прибытия и отъезды
- Персонал
- Услуги по организации питания
- Административно-хозяйственная деятельность
- Просвещение

Пример 2:

ГОРНОЛЫЖНЫЙ ЦЕНТР «БОБРОВЫЙ ЛОГ»



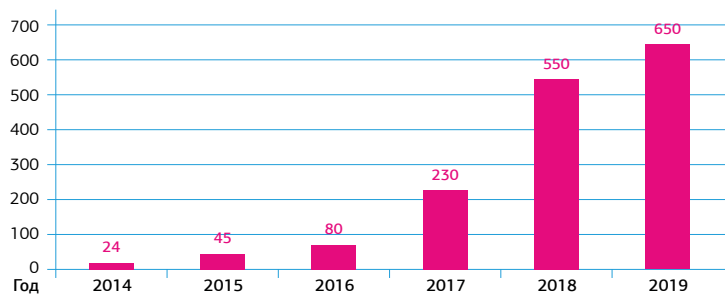
Находится в 20 минутах езды от центра города. Сдан в эксплуатацию в 2006 году. В наличии 15 горнолыжных трасс различного уровня сложности. 7 трасс сертифицированы техническим комитетом Международной федерации лыжного спорта, что дает возможность проведения состязаний по всем дисциплинам горнолыжного спорта в рамках Зимней универсиады 2019. Общая протяженность трасс – почти 10 км.

4.9 ИНФОГРАФИКА – ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ. ПРИМЕРЫ

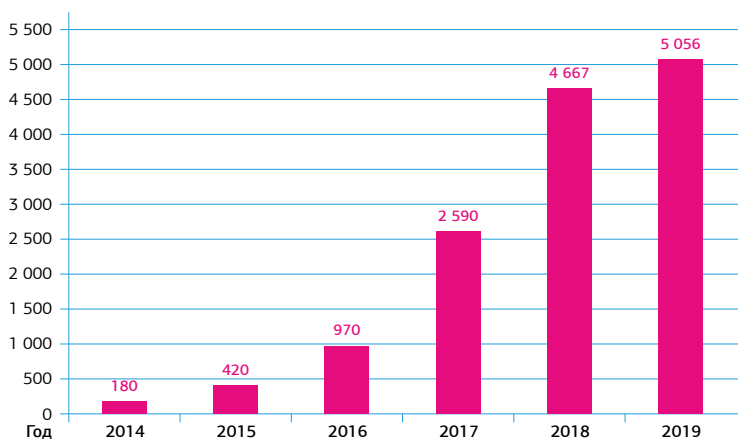
Пример 3:

Эволюция организационных структур

В процессе подготовки Зимней универсиады 2019 Дирекция претерпевает организационно-штатные изменения на различных фазах своего развития. Процесс эволюции (изменения количественного состава) Исполнительной дирекции на различных фазах подготовки Игр представлен ниже.



Волонтеры являются одними из главных организаторов Игр. Волонтеры будут участвовать в подготовке и проведении Игр. Процесс эволюции (изменения количественного состава и участие волонтеров в работе по функциональным направлениям) представлен ниже.



Пример 4:

Распределение волонтеров

Функция	2015	2016	2017	2018	2019
Размещение	10	30	130	200	100
Акредитация	0	20	50	70	125
Административно-хозяйственная деятельность	0	0	0	0	0
Допинг-контроль	10	10	20	30	18
Прибытия и отъезды	20	20	70	70	490
Управление брендом	10	30	50	50	20
Защита бренда	10	10	10	10	5
Телерадиовещание	0	0	5	5	12
Церемонии	20	50	100	200	400
Деятельность города-организатора	0	0	50	50	50
Уборка и удаление отходов	0	0	20	50	5
Коммуникации	10	20	20	20	10
Координация строительства и временные сооружения	10	50	150	200	200
Культура	10	50	100	100	40
Просвещение	10	20	100	300	450
Услуги по организации зрителей	10	20	25	50	80
Финансы	10	30	200	800	600
Взаимодействие с FISU	0	0	0	0	0
Взаимодействие с национальными студенческими спортивными союзами	10	10	20	20	220
Услуги по организации питания	10	50	100	120	160
Персонал	10	100	170	200	283
Взаимодействие с госорганами	0	10	20	20	20
Интернет	6	6	10	10	0
Управление знаниями	0	0	5	11	11
Лингвистические услуги	0	5	20	45	50
Наследие и устойчивое развитие	10	20	20	20	170
Правовое обеспечение	0	0	0	1	3
Лицензирование и мерчандайзинг	0	5	5	10	10
Логистика	0	0	0	40	40
Образ игр	0	0	20	40	100
Привлечение спонсоров	0	0	10	20	20
Медицинское обслуживание	0	0	50	50	50
Планирование, координация и управление	0	20	50	100	100
Сервисы для СМИ	10	50	70	170	170
Занулки и снабжение	0	0	5	10	12
Протокол	0	0	0	40	40
Публикации	0	10	50	50	50
Тарифный справочник	0	0	0	10	8
Управление рисками	2	6	6	10	10
Безопасность	0	0	0	0	0
Вывески и указатели	0	0	30	30	20
Организация спортивных соревнований	30	100	150	250	200
Технологии	0	0	0	30	20
Управление тестовыми мероприятиями	0	0	30	70	0
Распространение билетов	0	20	30	30	30
Транспортровка	10	50	100	100	600
Управление объектами	10	50	100	100	150
Управление Деревней	0	10	10	50	50
Волонтеры	20	50	100	200	50
Итого	268	932	2 281	4 062	5 252

4.10 ИНФОГРАФИКА – ГРАФИКИ, ТАБЛИЦЫ, ДИАГРАММЫ. ПРИМЕРЫ

Пример 5:

Виды наследия	Материальное наследие	Нематериальное наследие
Экономическое наследие	<p>Рост динамики рынка;</p> <p>Рост возможностей трудоустройства;</p> <p>Повышение уровня компетенций трудовых ресурсов;</p> <p>Приток в край трудовых ресурсов высокой квалификации.</p>	<p>Сфера услуг гостеприимства и туризма города получит мощный импульс для развития;</p> <p>Универсиада сформирует благоприятный инвестиционный климат в регионе и, как следствие, будет способствовать общему развитию города, росту благосостояния горожан, созданию новых рабочих мест в городе.</p>
Спортивное наследие	<p>Будут построены современные и комфортные объекты спортивной инфраструктуры.</p>	<p>Спортивные объекты Универсиады станут катализатором развития профессионального и массового спорта в Красноярске;</p> <p>Повышенный интерес горожан и особенно молодежи к международному спортивному движению, формирование тренда «спорт как образ жизни».</p>

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

5. ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ 2019

- 5.1 ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР, СИМВОЛИКА ГРАФИКИ И ЦВЕТА
- 5.2 ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ. ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА И СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ
- 5.3 ФИРМЕННЫЙ ЛИНЕЙНЫЙ РАСТР
- 5.4 ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА. СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ
- 5.5 ПРАВИЛА МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ
- 5.6 ПРИМЕР МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ
- 5.7 ПРИНЦИП ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР
- 5.8-5.9 ПРАВИЛА СОВМЕСТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГРАФИКИ И СИМВОЛИКИ
- 5.10-5.11 ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР В ПРЕЗЕНТАЦИЯХ
- 5.12-5.13 ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 5. ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА: ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ

5.1 ФИРМЕННЫЙ ЦВЕТ. ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА И СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ

Фирменная цветовая палитра имеет два ярко выраженных цветовых акцента:

1. Пурпурный.
2. Ярко-голубой.

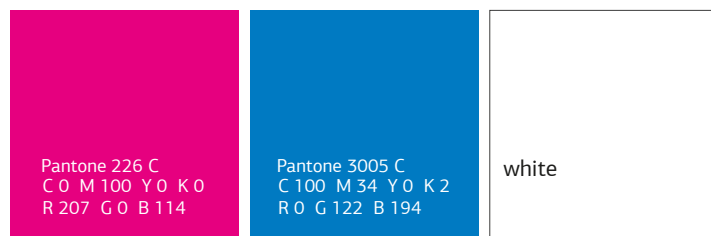
Палитра фирменных голубых цветов, для большей выразительности, включает в себя 4 различных оттенка.

Соотношение фирменных цветов в большинстве случаев такое:

- пурпурный цвет занимает всегда от 20% до 40% общей площади графического пространства,
- от 60% до 80% занимают фирменные цвета сине-голубой палитры.

Белый цвет является очень важным в фирменной палитре цветов и занимает от 20% до 80% в разных случаях.

Цвет символики (основные фирменные цвета):



Дополнительные фирменные цвета:



5.2 ФИРМЕННЫЙ ЛИНЕЙНЫЙ РАСТР

Фирменный фон создается на основе трех видов линейного растра:

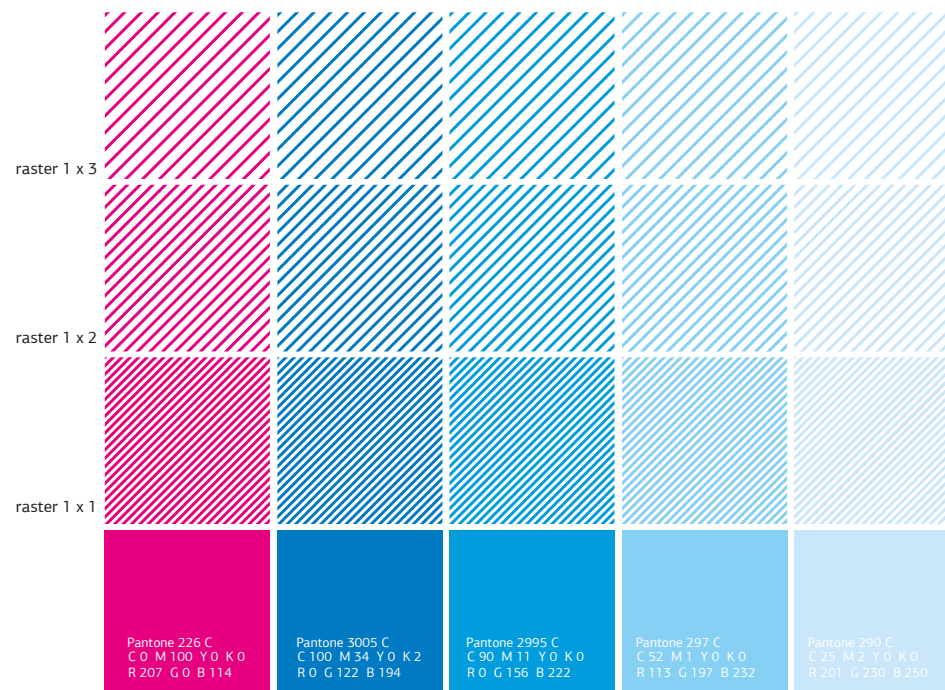
1. Соотношение ширины линии и пробела 1 x 1
 2. Соотношение ширины линии и пробела 1 x 2
 3. Соотношение ширины линии и пробела 1 x 3
- Цвет — все фирменные цвета.

Фирменный линейный растр является важным элементом визуального стиля и применяется для создания фирменных графических структур.

white 20-80%

purple 20-40%

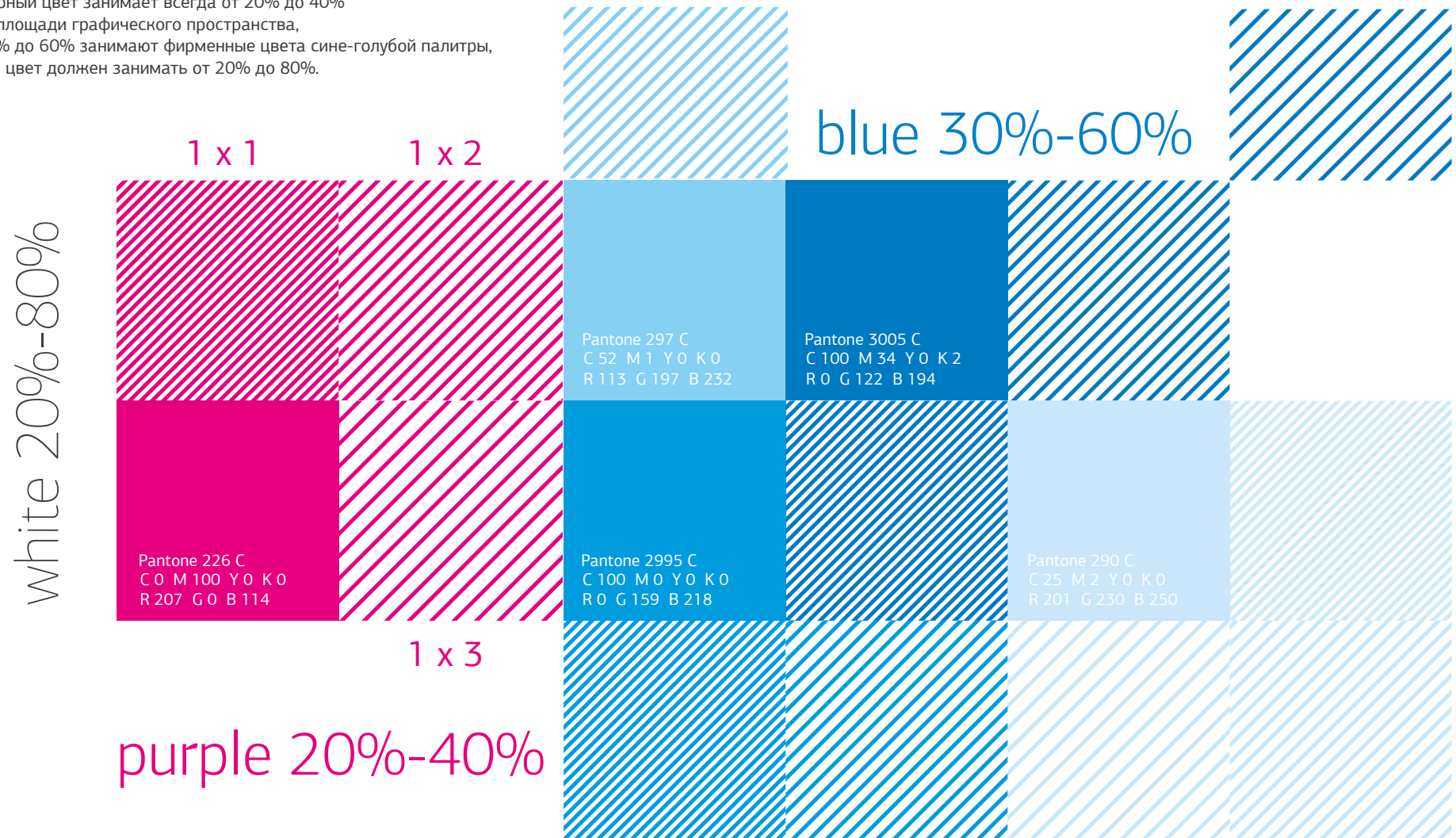
blue 60-80%



5.3 ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ГАММА. СООТНОШЕНИЕ ЦВЕТОВ В ГРАФИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Соотношение фирменных цветов в большинстве случаев такое:

- пурпурный цвет занимает всегда от 20% до 40% общей площади графического пространства,
- от 30% до 60% занимают фирменные цвета сине-голубой палитры,
- белый цвет должен занимать от 20% до 80%.



5.4 ПРАВИЛА МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ

Полиграфия, сувениры	Масштабирование	Ширина полосы растра
формат А5, А6	80%	от 0,5 до 1 мм
формат А4	100%	1 мм
формат А3	150%	от 1 до 1,5 мм
формат А2	200%	от 1,5 до 2 мм
формат А1	250%	от 2 до 3 мм
формат А0	300%	от 3 до 5 мм
Одежда, аксессуары	300-500%	от 3 до 5 мм
Флаги, штандарты	1500%	от 10 до 15 мм
Билборды	3000%	от 20 до 30 мм
Выставочные стенды	3000-5000%	от 30 до 50 мм

Правила масштабирования приведены для возможности проверки правильности воспроизведения Оригинальной графики Универсиады.

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны различных объектов, которые представлены в этом руководстве.

Масштаб Оригинальной графики зависит от размера поверхности, на которой предполагается его использовать.

Для формата А4 масштаб узора составляет 100 %. Это соответствует приложенным векторным файлам. Дальнейшее изменение масштаба Оригинальной графики соотносится с используемыми форматами.

Стандартный билборд – 3000 мм x 6000 мм
Фирменный флаг – 4500 мм x 1000 мм

А0 – 841 мм x 1189 мм

А1 – 594 мм x 841 мм

А2 – 420 мм x 594 мм

А3 – 297 мм x 420 мм

А4 – 210 мм x 297 мм

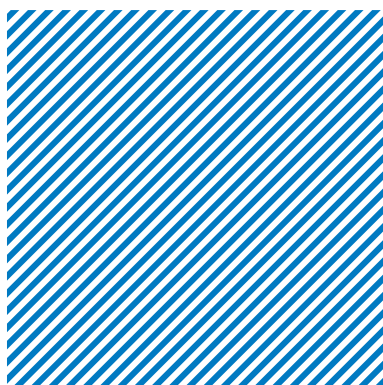
А5 – 148 мм x 210 мм

А6 – 105 мм x 148 мм

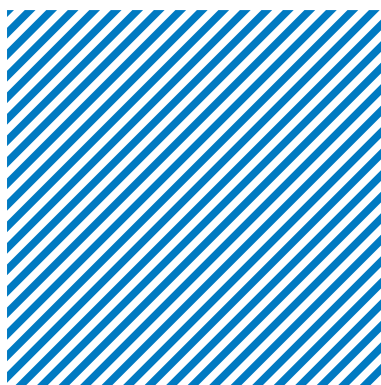
5.5 ПРИМЕР МАСШТАБИРОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ

A5 и меньше

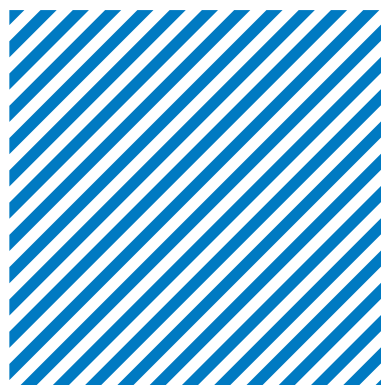
масштабирование
фирменного растра: 80%
ширина полосы растра
от 0,5 до 1 мм.

**A4**

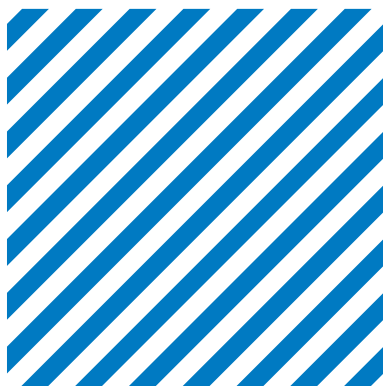
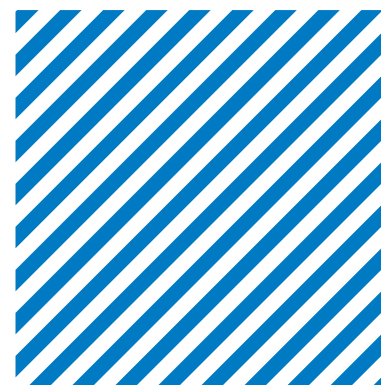
масштабирование
фирменного растра: 100%
ширина полосы растра
1 мм.

**A3**

масштабирование
фирменного растра: 150%
ширина полосы растра
от 1 до 1,5 мм.

**A2**

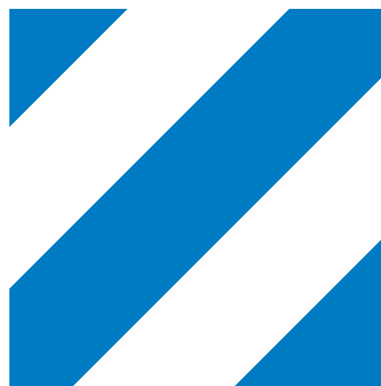
масштабирование
фирменного растра: 200%
ширина полосы растра
от 1,5 до 2 мм.

**A1**

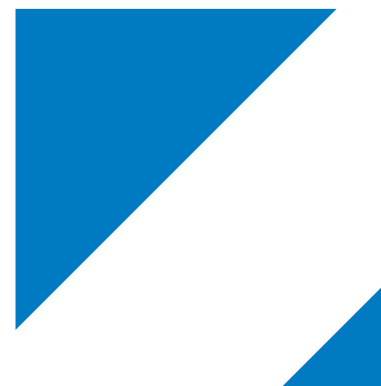
масштабирование
фирменного растра: 250%
ширина полосы растра
от 2 до 3 мм.

**Одежда**

масштабирование
фирменного растра: 300-500%
ширина полосы растра
от 3 до 5 мм.

**Флаги, штандарты**

масштабирование
фирменного растра: 1500%
ширина полосы растра
от 10 до 15 мм.

**Билборды, выставочные стенды**

масштабирование
фирменного растра: 3000%
ширина полосы растра
от 20 до 30 мм.

5.6 ПРИНЦИП ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР

Чтобы показать принцип использования Оригинальной графики Образа Игр, представлено несколько вариантов решения пространства формата с различной заполненностью графикой, с разным соотношением графики и белого поля.

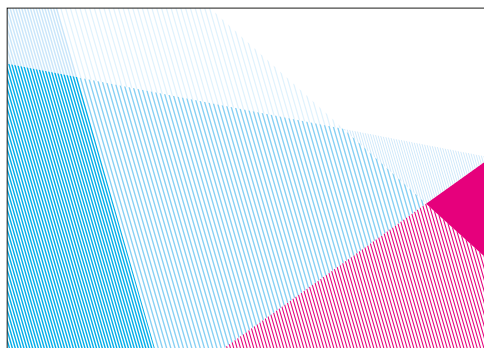
Применение какого-либо варианта должно быть соотнесено с конкретной задачей макета и его составляющих. Белое поле используется для расположения символики или текста.

Заполнение формата. Графика и белое поле в процентном соотношении.

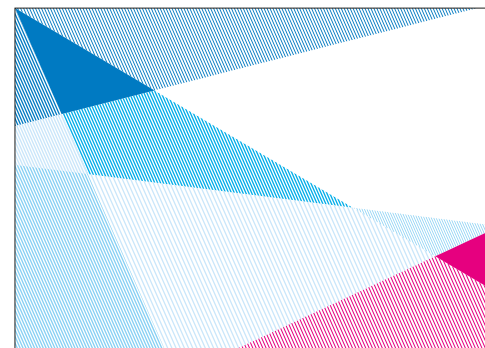
вариант 1 / графика 100%



вариант 2 / графика 80%, белое поле 20%



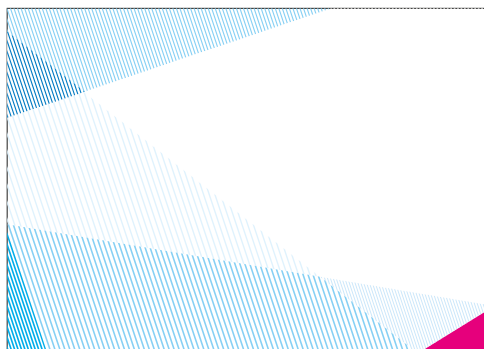
вариант 3 / графика 75%, белое поле 25%



вариант 4 / графика 65%, белое поле 35%



вариант 5 / графика 50%, белое поле 50%



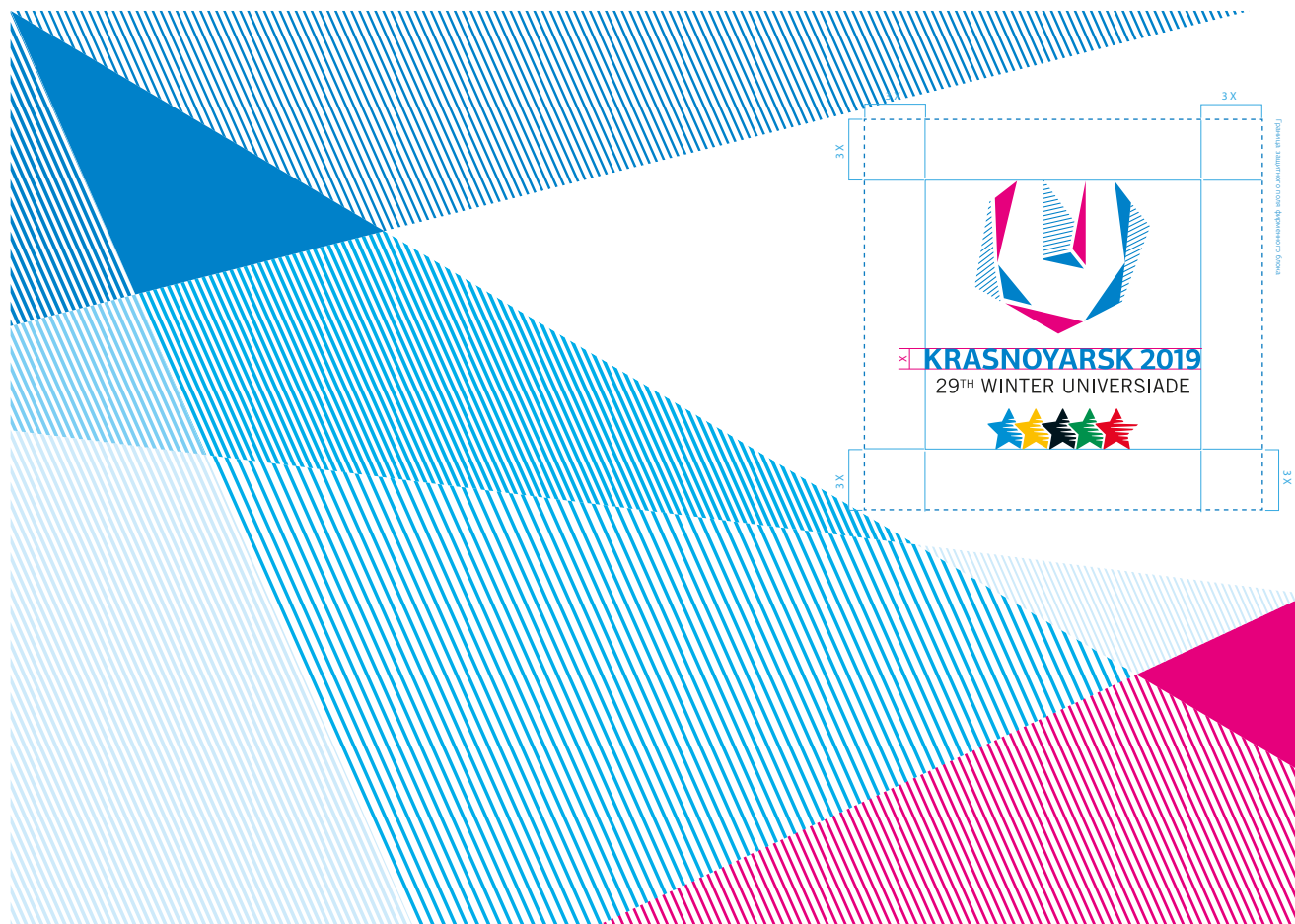
вариант 6 / графика 25%, белое поле 75%



При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны Оригинальной графики, представленные в этом руководстве.

5.7 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ И СИМВОЛИКИ

Пример совместного использования символики и Оригинальной графики.



При совместном использовании символики и оригинальной графики необходимо соблюдать правила:

1. Символика воспроизводится всегда только на белом фоне.
2. Символика воспроизводится всегда с учетом защитного поля символики.
3. Размер символики и оригинальной графики зависит от выбранного формата.
4. Соотношение площади, занятой графикой и символикой, зависит от формата макета и конкретной задачи.

При создании макетов всегда необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны Оригинальной графики, представленные в этом руководстве.

5.8 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ И СИМВОЛИКИ

Пример совместного использования символики и Оригинальной графики:



При совместном использовании символики и Оригинальной графики необходимо соблюдать правила:

1. Символика воспроизводится всегда только на белом фоне.
2. Символика воспроизводится всегда с учетом защитного поля символики.
3. Размер символики и оригинальной графики зависит от выбранного формата.
4. Соотношение площади, занятой графикой и символикой, зависит от формата макета и конкретной задачи.
5. Слоган всегда располагается на белом фоне или на фоне графики.

При создании макетов всегда необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны Оригинальной графики, представленные в этом руководстве.

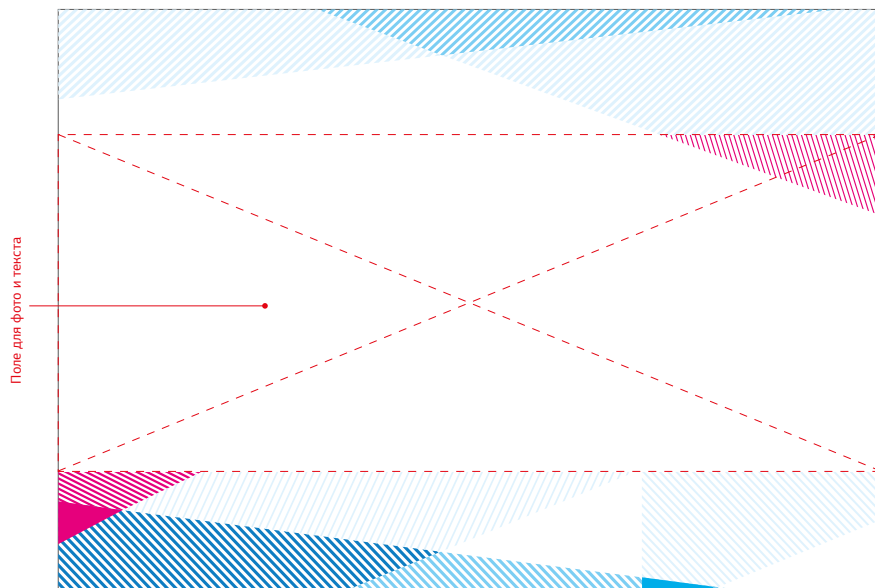
5.9 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР В ПРЕЗЕНТАЦИЯХ

Использование графики в оформлении листов презентаций.

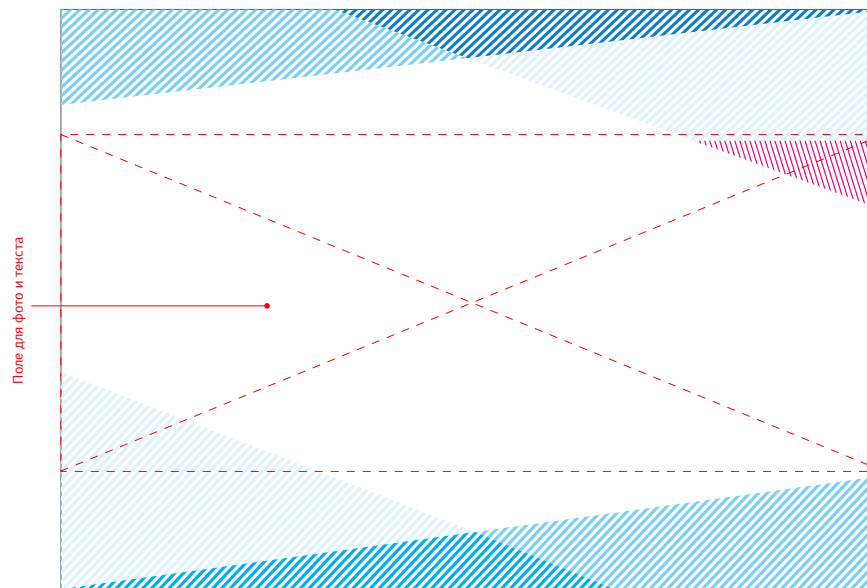
Правила оформления презентаций:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

вариант графики 1



вариант графики 2



5.10 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРИГИНАЛЬНОЙ ГРАФИКИ ОБРАЗА ИГР В ПРЕЗЕНТАЦИЯХ

Использование графики вместе с символикой.

Правила оформления презентаций:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

вариант 1



вариант 2



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 5. ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР

5.11 ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ / ЛИСТЫ 1-4

На примерах 1-4 показаны принципы оформления листов презентации в последовательности.

1.



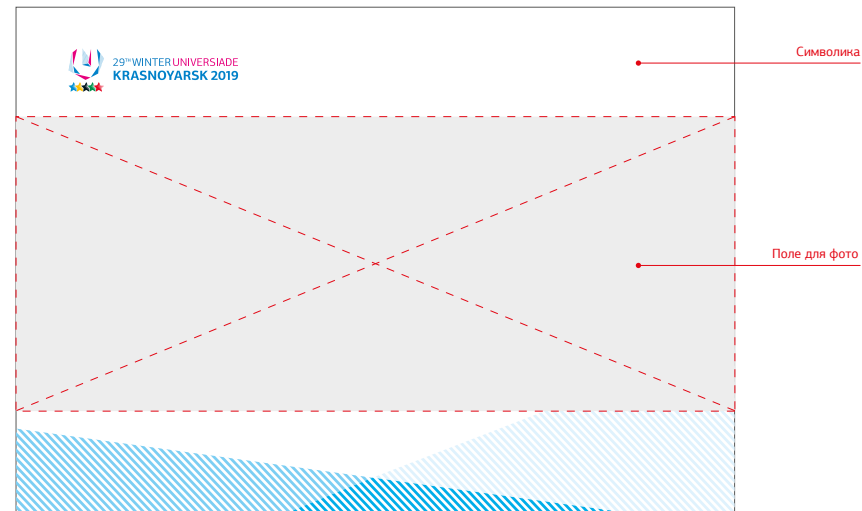
2.



3.



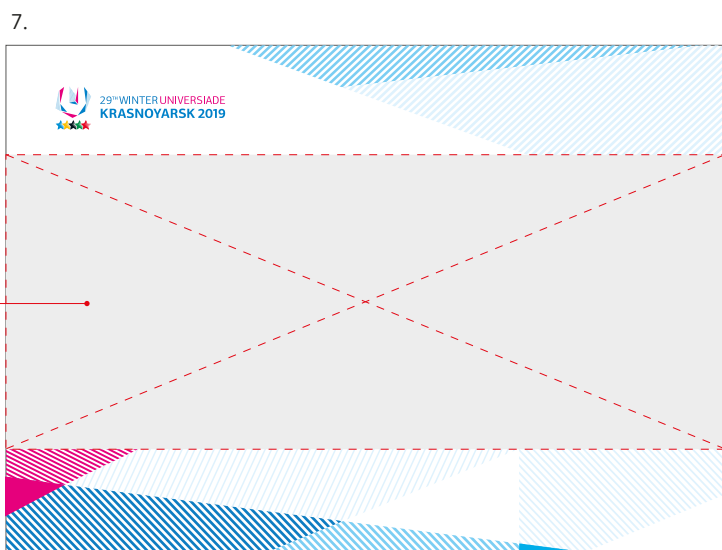
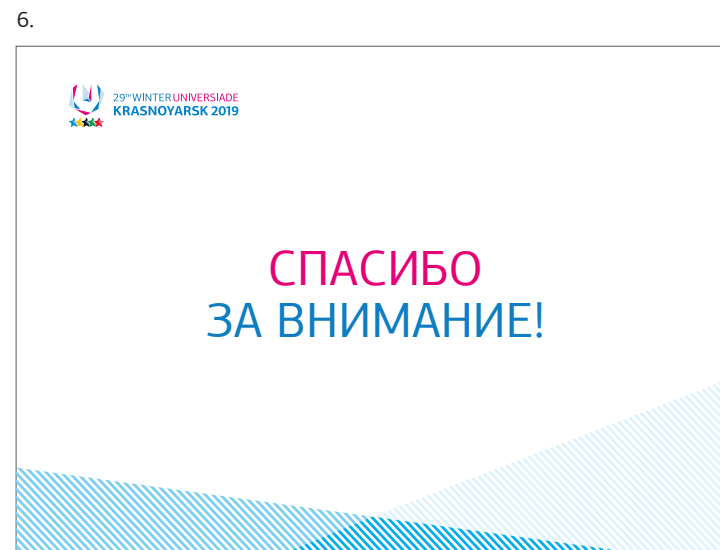
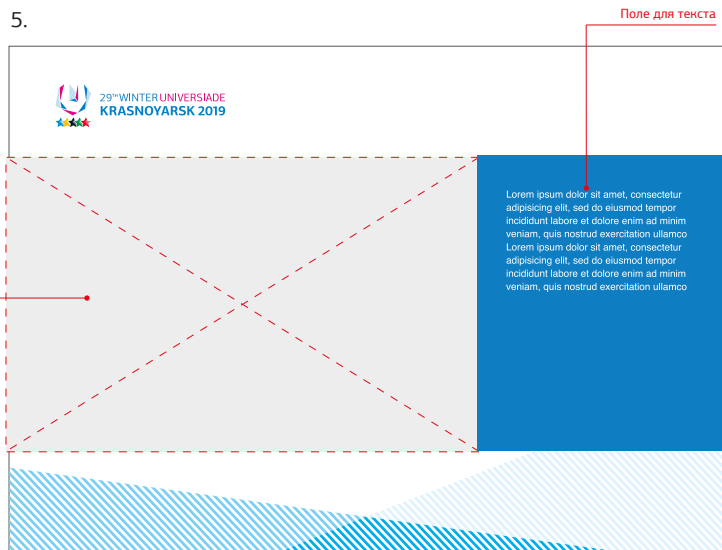
4.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 5. ОРИГИНАЛЬНАЯ ГРАФИКА ОБРАЗА ИГР

5.12 ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ / ЛИСТЫ 5-8

На примерах 5-8 показаны принципы оформления листов презентации в последовательности.



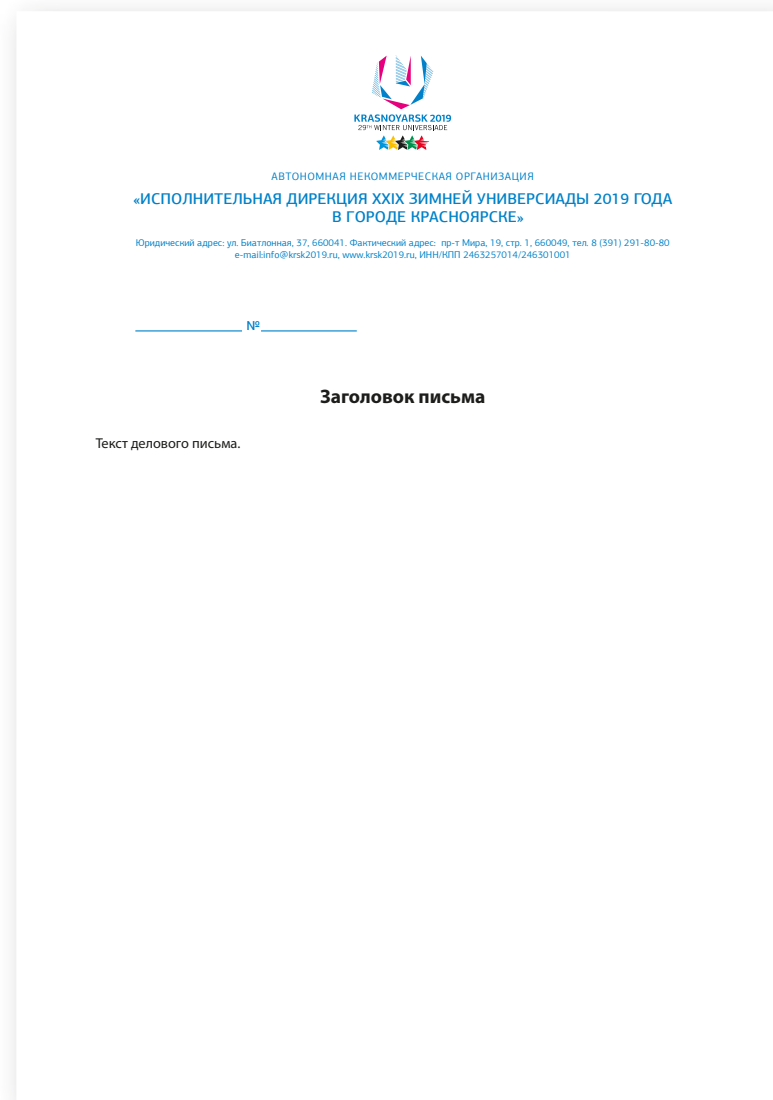
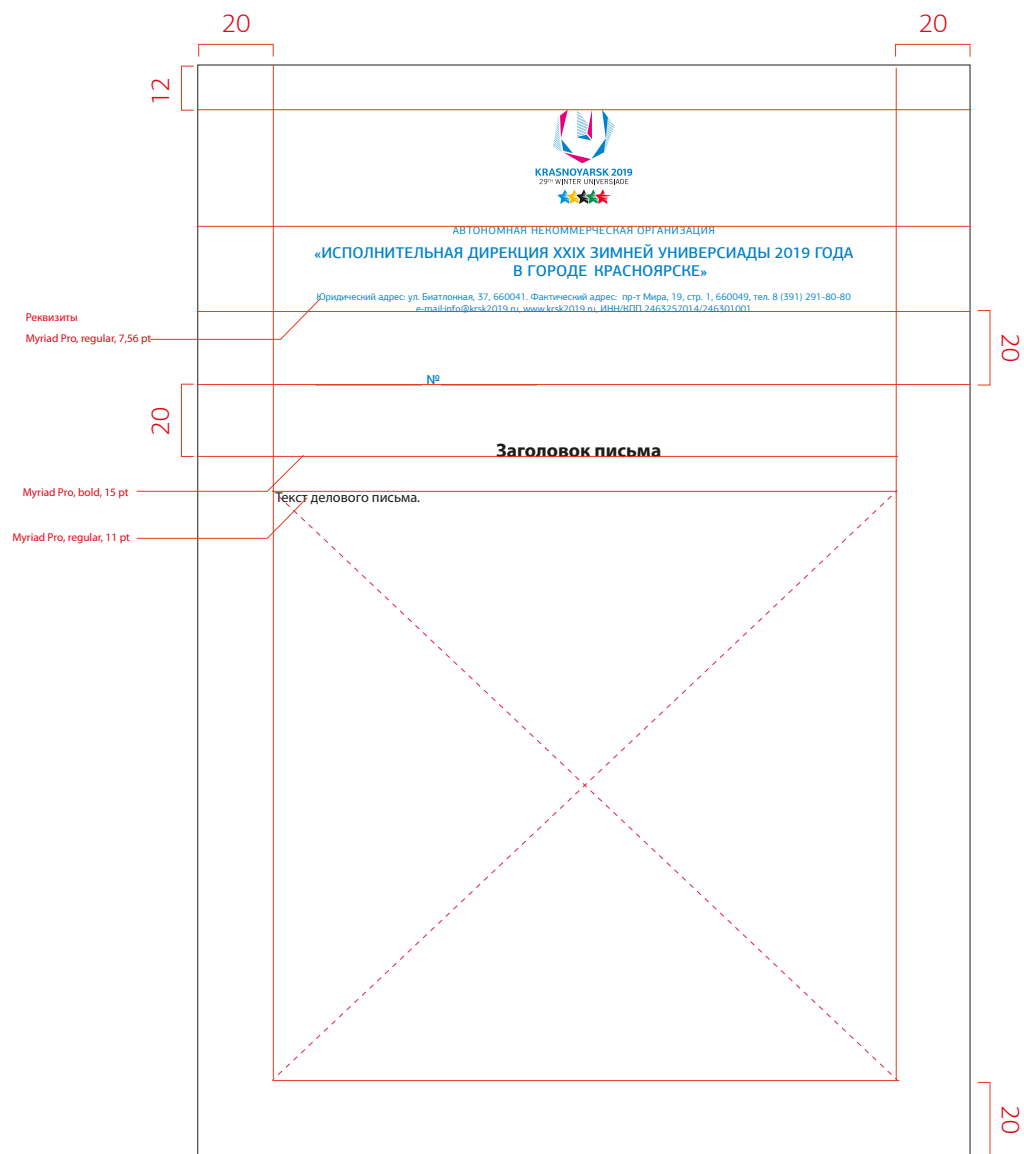
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

6. ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СИМВОЛИКИ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- 6.1 БЛАНК ДЕЛОВОГО ПИСЬМА
- 6.2 БЛАНК
- 6.3 БЛАНК ПРЕСС-РЕЛИЗА
- 6.4 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА
- 6.5 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ
- 6.6 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ
- 6.7 ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ
- 6.8 БЕЙДЖ
- 6.9 ДИПЛОМ
- 6.10 БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

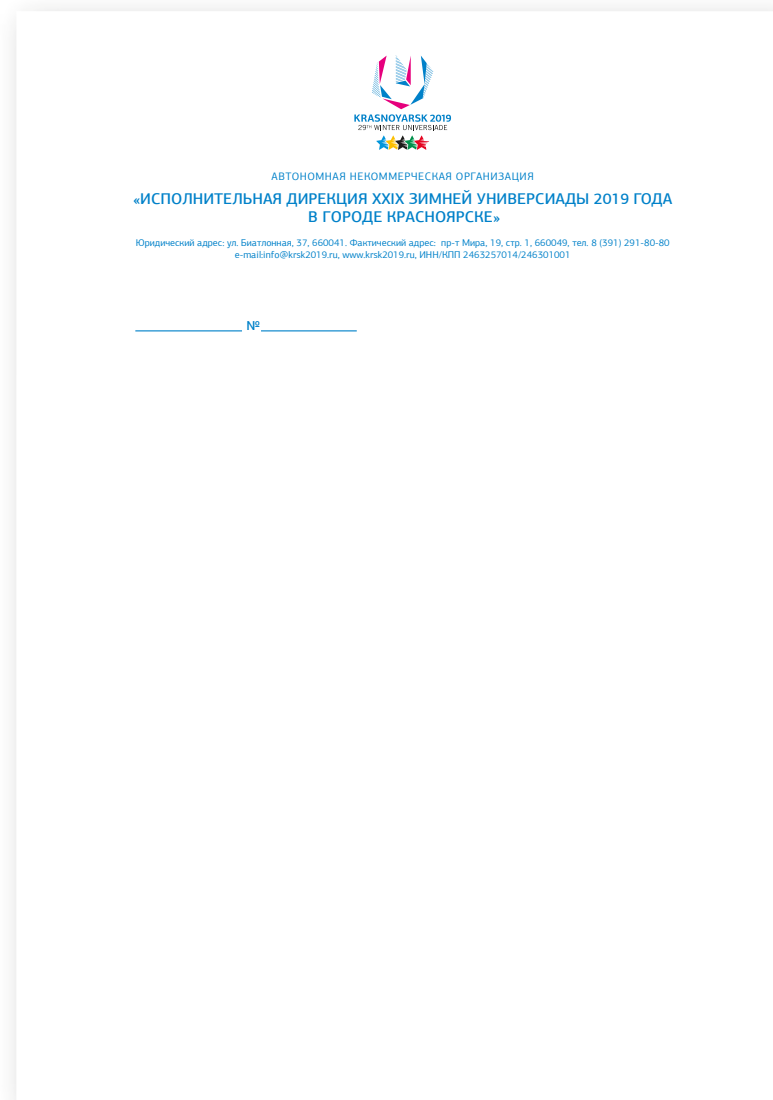
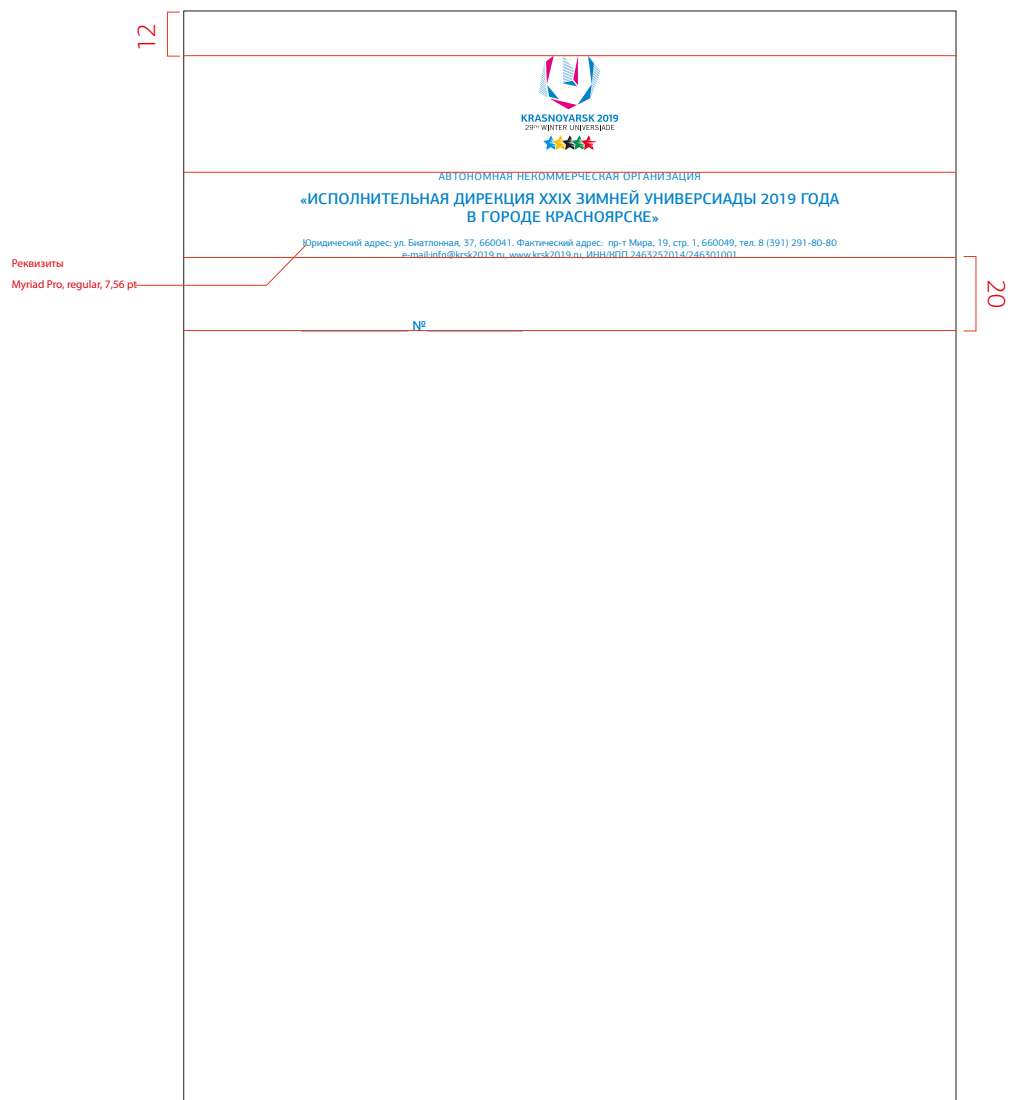
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.1 БЛАНК ДЕЛОВОГО ПИСЬМА Размер: 210x297 мм



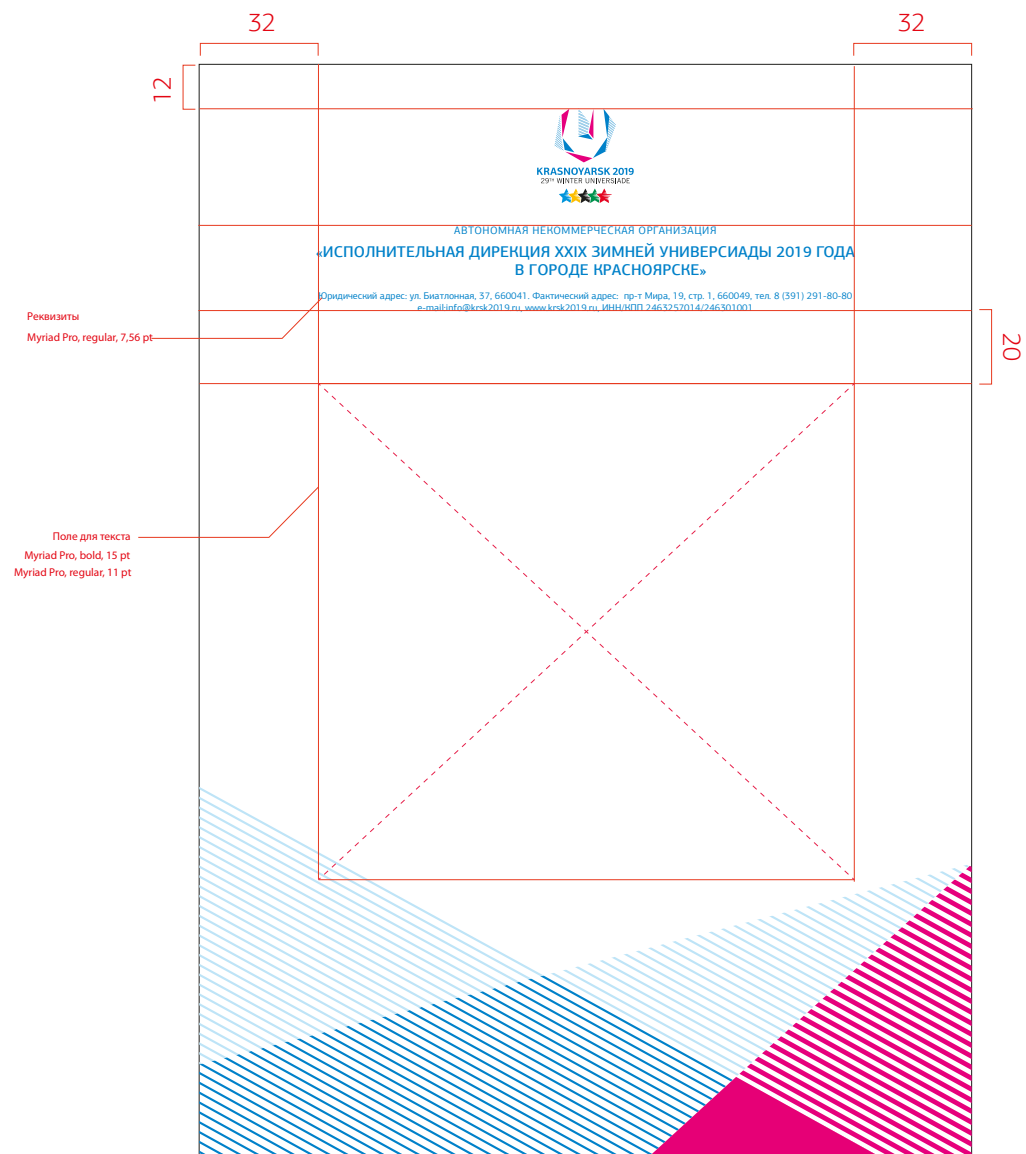
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.2 БЛАНК Размер: 210x297 мм



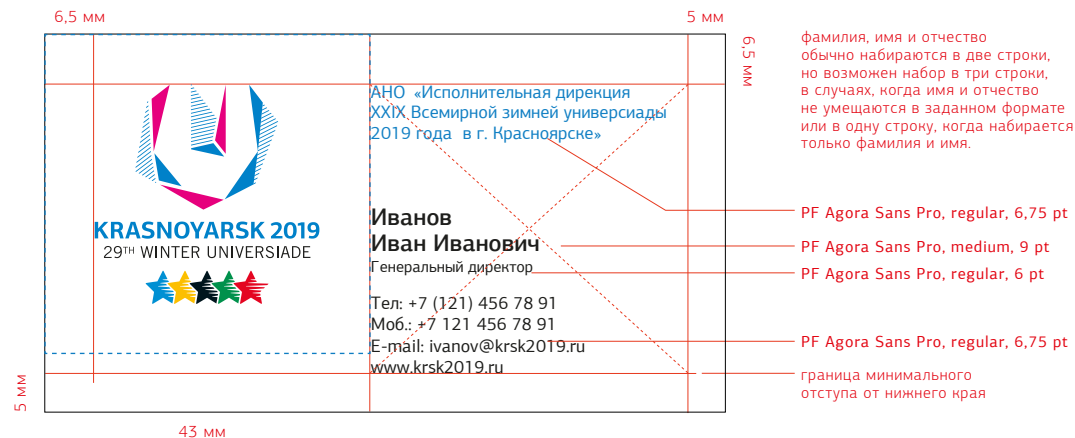
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.3 БЛАНК ПРЕСС-РЕЛИЗА Размер: 210x297 мм



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.4 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



Визитная карточка белая, двухсторонняя, 50 X 90.
Бумага: высоко-белая бумага, Splendorgel.
Способ печати: принтер, офсет или шелкография.

сторона А



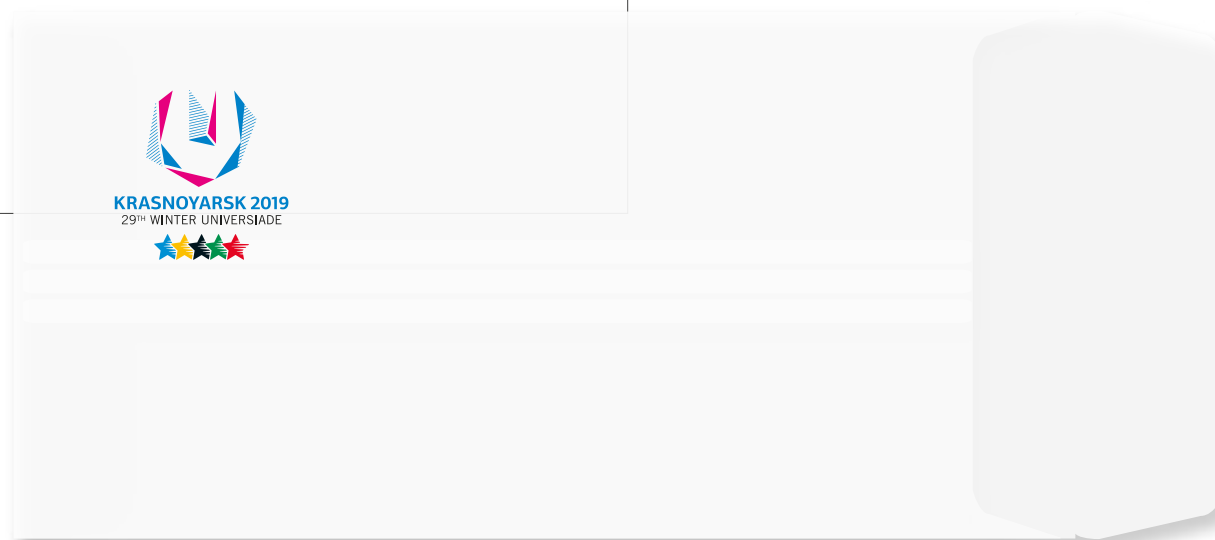
сторона Б



6.5 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ

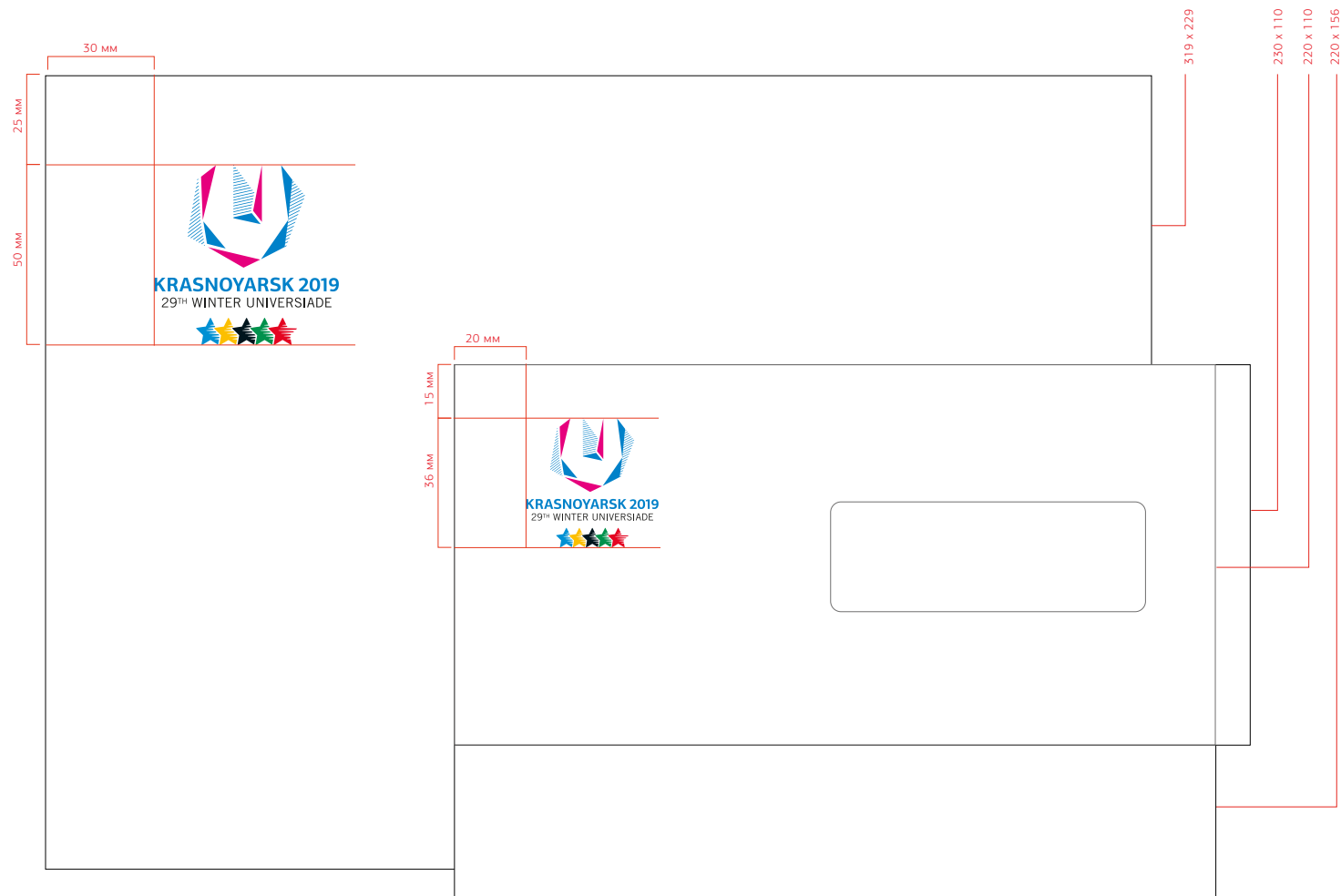
Формат “Евростандарт”

110 мм x 220 мм

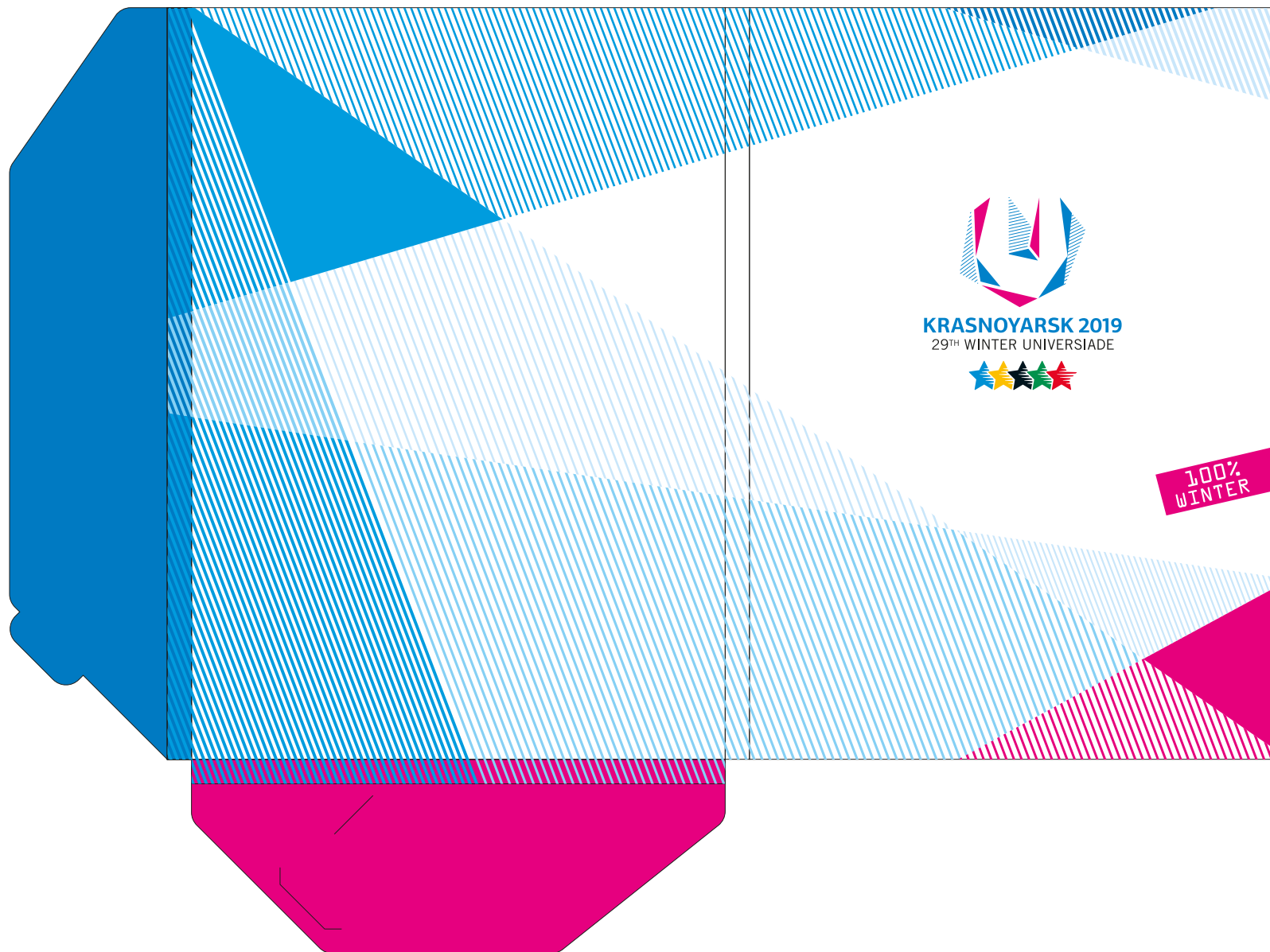


6.6 ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ

Расположение фирменного блока и его размер на различных форматах конвертов.



6.7 ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.8 БЕЙДЖ

Бейдж 102x160, вкладыш 95x150 мм
 Цифровая печать с 2-х сторон
 Ширина ленты: 20 мм



6.9 ДИПЛОМ

Представленные варианты являются шаблонами.

Диплом, формат А4 (без текста):



Диплом, формат А4 (с текстом)



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 6. ПРИМЕРЫ: ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

6.10 БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Представленные варианты являются шаблонами.
Благодарственное письмо, формат А4.



Общий вид благодарственного письма в рамке
(рамка металллик серебро).



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

7. ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СИМВОЛИКИ: ПРОМО- СУВЕНИРЫ

7.1-7.4 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ

7.5 ПРОМО-НАБОР

ЧАСЫ

КРУЖКА

ФЛЕШ-КАРТА

РУЧКА

БЛОКНОТ

7.6 ПОДАРОЧНЫЕ ПАКЕТЫ

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 7. ПРОМО-СУВЕНИРЫ

7.1 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ

Использование символики на одежде

Печать на ткани:

Основной цвет фирменной одежды – белый.

На белой ткани рекомендуется всегда использовать цветной вариант символики.

1. Символика на груди
2. Символика на спине



1.



2.

Шевроны, нашивки:

Шевроны могут использоваться как на белой, так и на цветной ткани (фирменных цветов).

Шевроны используются на одежде, сумках, рюкзаках, и т.п.



7.2 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ

Использование символики на одежде

Шевроны, нашивки:

Шеврон-эмблема может использоваться как на белой, так и на цветной ткани (фирменных цветов).

Шевроны используются на одежде, сумках, рюкзаках, и т.п.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 7. ПРОМО-СУВЕНИРЫ

7.3 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ

Пластиковая поверхность:

На белой поверхности рекомендуется использование полноцветного варианта символики. Логотип может наноситься методом полноцветной печати, тампопечати, шелкографии.

На пластиковую цветную поверхность символика наносится белым цветом.



Металлизированные поверхности:

На металлизированных поверхностях всегда применяется монохромный вариант символики, печать в серебряном цвете. На металлическую поверхность символика наносится методом гравировки.



Кожа, тиснение:

На кожаную продукцию категории «бизнес-сувениры» логотип наносится только методом тиснения.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 7. ПРОМО-СУВЕНИРЫ

7.4 ПРАВИЛА ДЛЯ ВИДОВ НАНЕСЕНИЯ

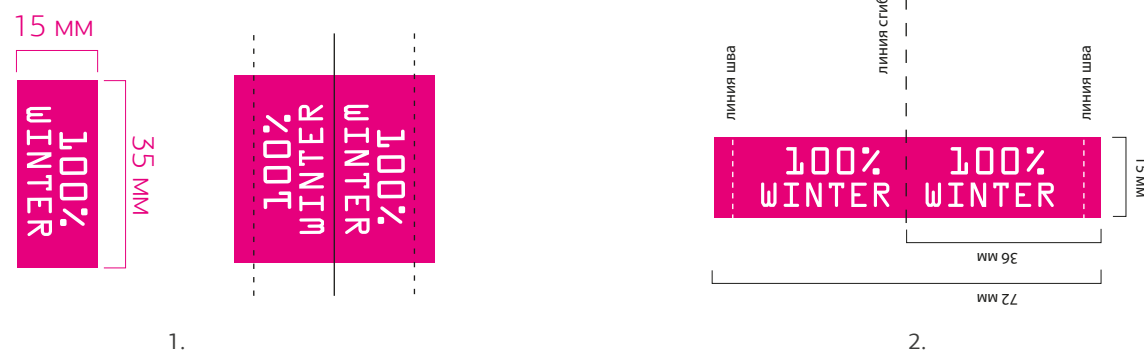
Использование символики на одежде

Фирменный шильдик 100% WINTER

Способы нанесения: печать или жаккардовое плетение.

Шильдик применяется для маркировки фирменной одежды, а также всех промо-сувениров (сумки, рюкзаки, головные уборы, сувенирная игрушка-талисман).

1. Вертикальный вариант
2. Горизонтальный вариант



Дополнительные варианты нашивок и шевронов

Способы изготовления нашивок и шевронов могут быть разными.

Главное условие – соблюдение правил использования символики, данных в этом руководстве.

Pantone 226 C
C 0 M 100 Y 0 K 0
R 207 G 0 B 114

Pantone 3005 C
C 100 M 34 Y 0 K 2
R 0 G 122 B 194



7.5 ПРОМО-НАБОР



7.6 ПОДАРОЧНЫЙ ПАКЕТ



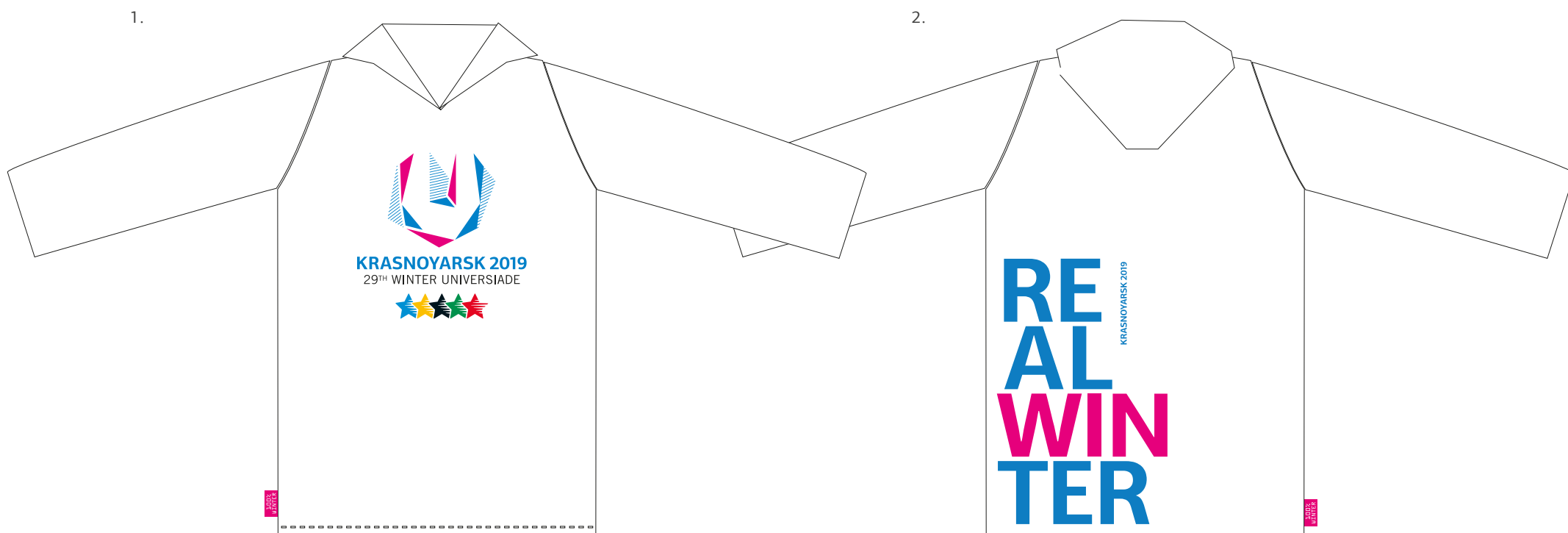
II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

8. ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СИМВОЛИКИ: ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ

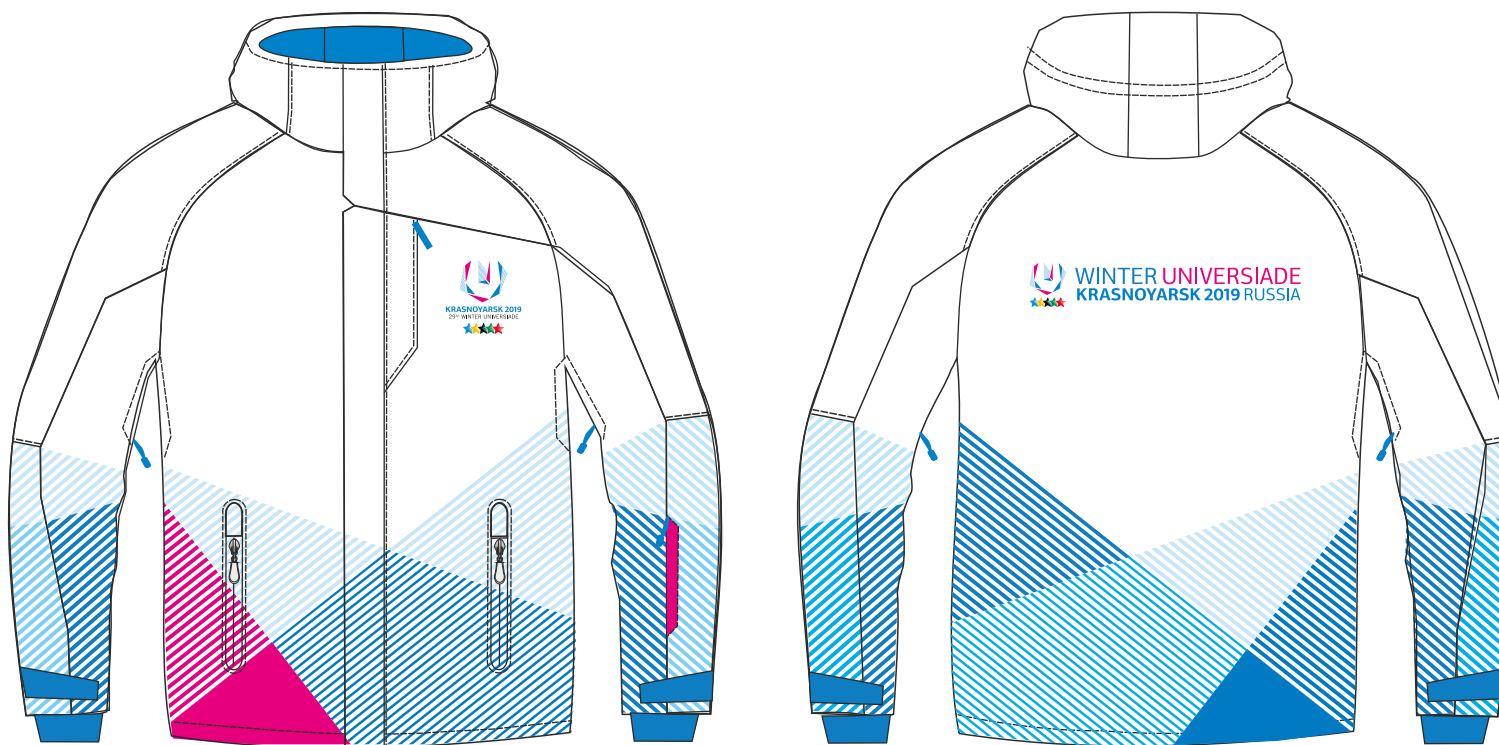
- 8.1. ТОЛСТОВКА БЕЛАЯ С КАПЮШОНОМ
- 8.2. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, КУРТКА
- 8.3. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, БРЮКИ
- 8.4. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, КУРТКА
- 8.5. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, БРЮКИ
- 8.6. ЖИЛЕТ
- 8.7. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, ЖЕНСКИЙ
- 8.8. ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, МУЖСКОЙ
- 8.9. НАНЕСЕНИЕ СИМВОЛИКИ НА ОДЕЖДУ
- 8.10. АКСЕССУАРЫ, ПЛАТОК ШЕЙНЫЙ

8.1 ТОЛСТОВКА БЕЛАЯ, С КАПЮШОНОМ

1. Вид спереди.
2. Вид со спины.












8.2 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, КУРТКА

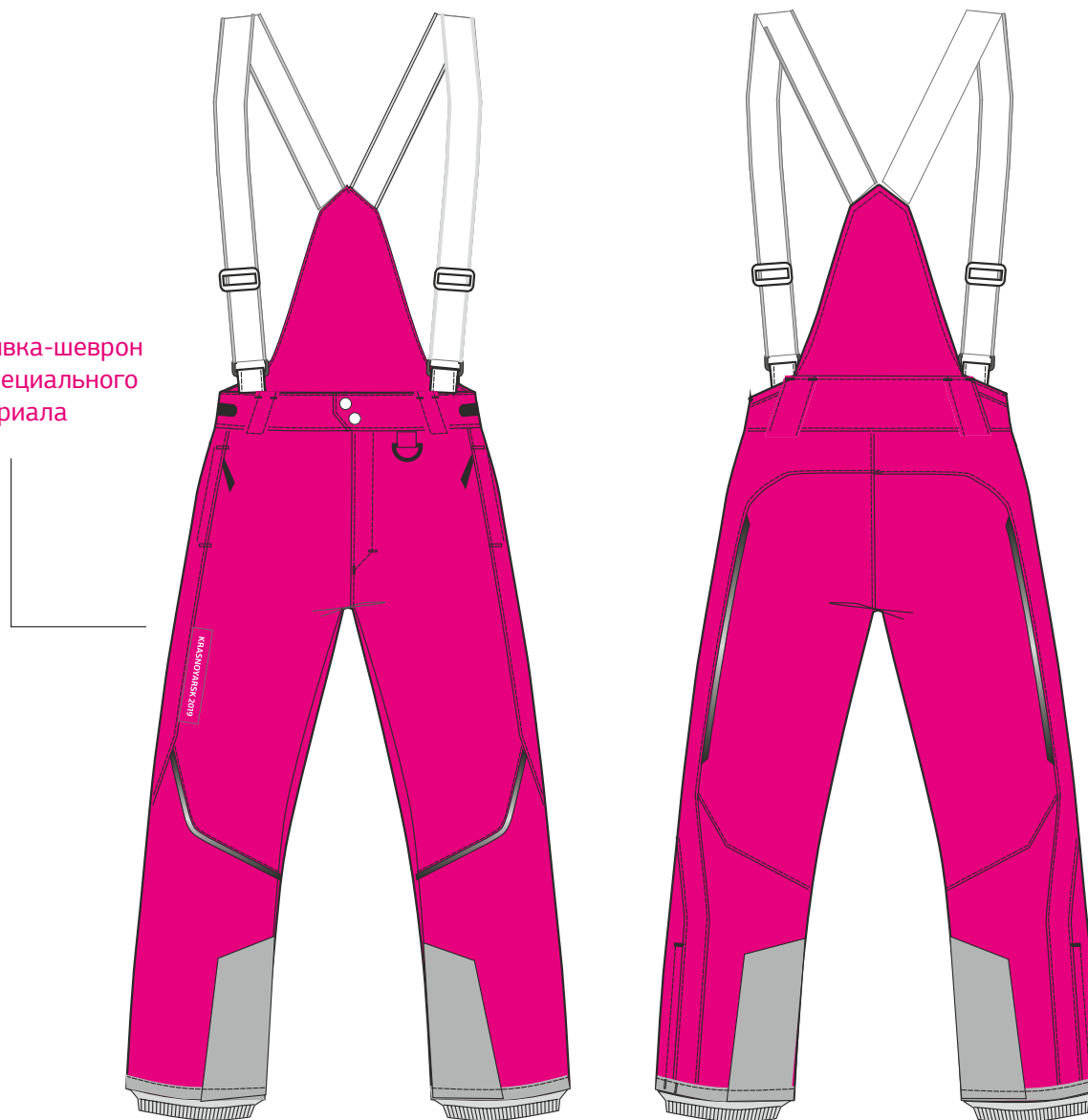


8.3 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ЖЕНСКИЙ, БРЮКИ

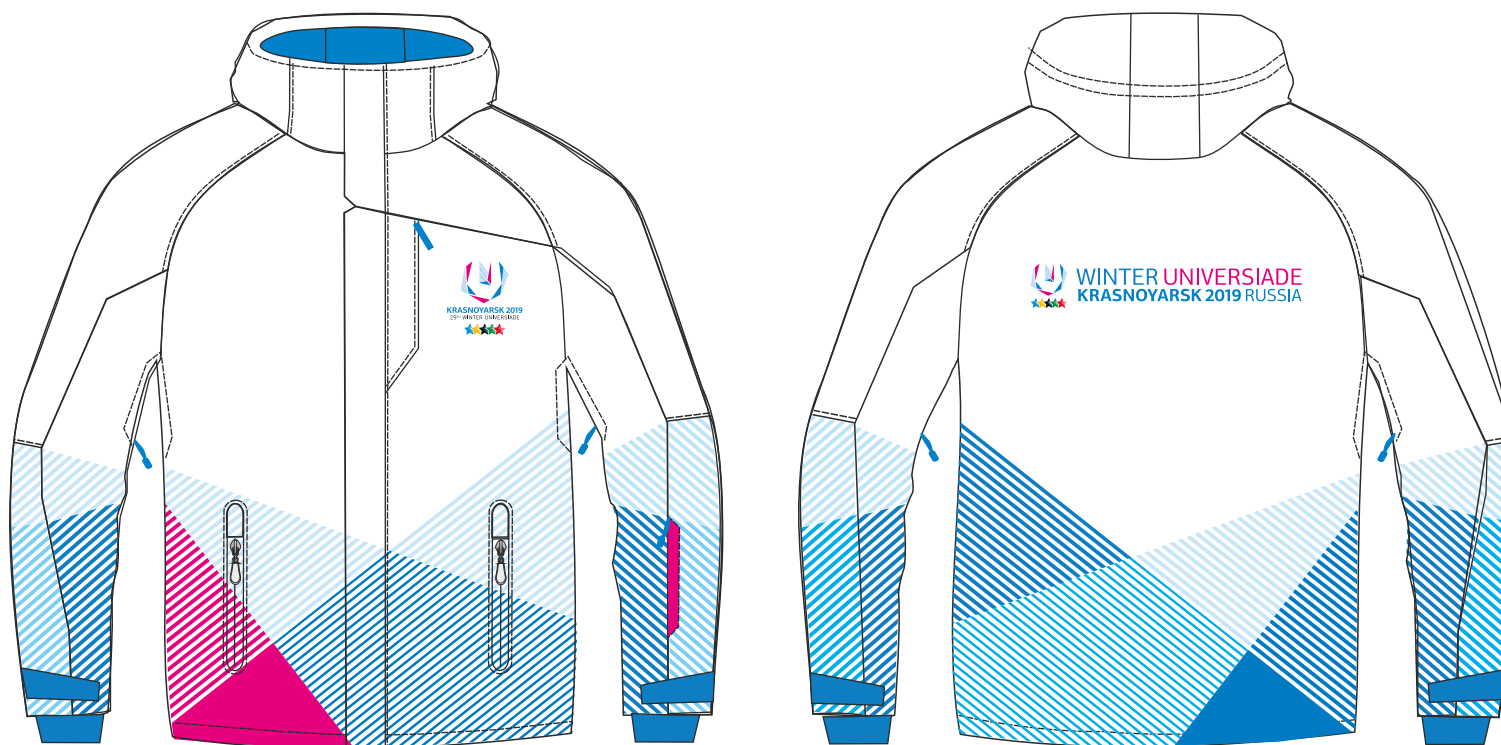
Материал: ветрозащитная (Дюспо тонкая) ткань.
 Подкладка: сетка трикотажная подкладочная.
 Шеврон: жаккардовое плетение.
 Нанесение: сублимация.

Цвета печати:	 PANTONE Process Blue M
 PANTONE 312 M	 PANTONE 109 M
 PANTONE 233 M	 25_25_25_100
 PANTONE 290 M	 PANTONE 355 M
 PANTONE 297 M	 PANTONE 1795 M

нашивка-шеvron
из специального
материала












8.4 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, КУРТКА

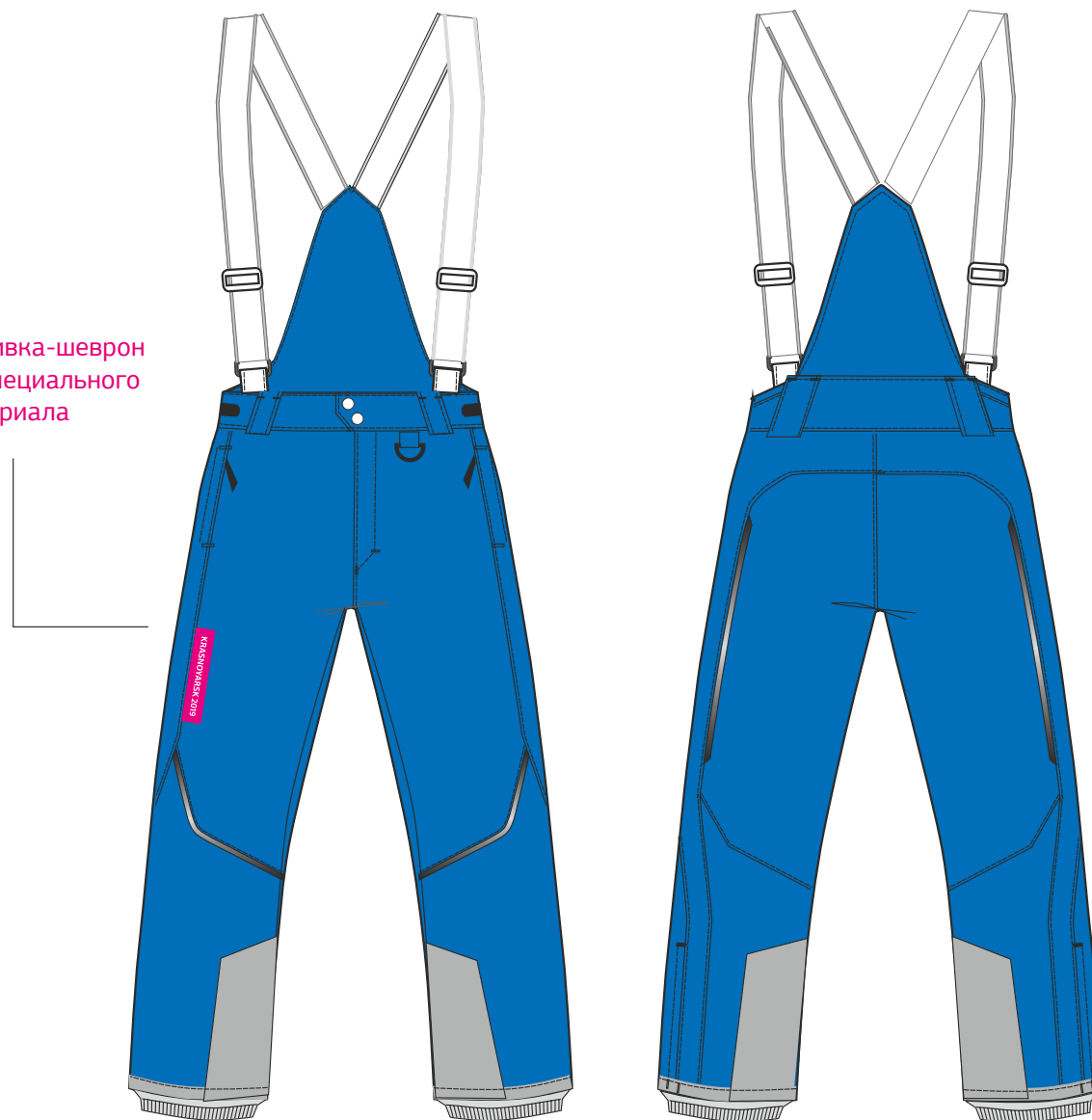


8.5 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ МУЖСКОЙ, БРЮКИ

Материал: ветрозащитная (Дюспо тонкая) ткань.
 Подкладка: сетка трикотажная подкладочная.
 Шеврон: жаккардовое плетение.
 Нанесение: сублимация.

Цвета печати:	 PANTONE Process Blue M
 PANTONE 312 M	 PANTONE 109 M
 PANTONE 233 M	 25_25_25_100
 PANTONE 290 M	 PANTONE 355 M
 PANTONE 297 M	 PANTONE 1795 M

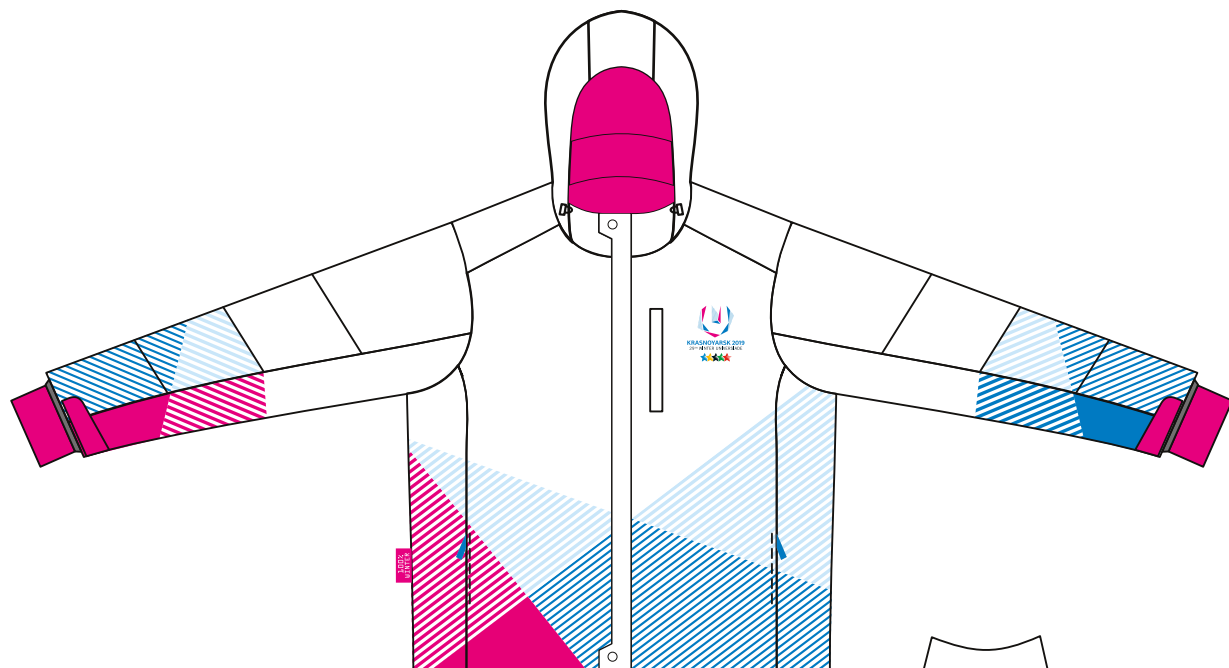
нашивка-шеvron
из специального
материала



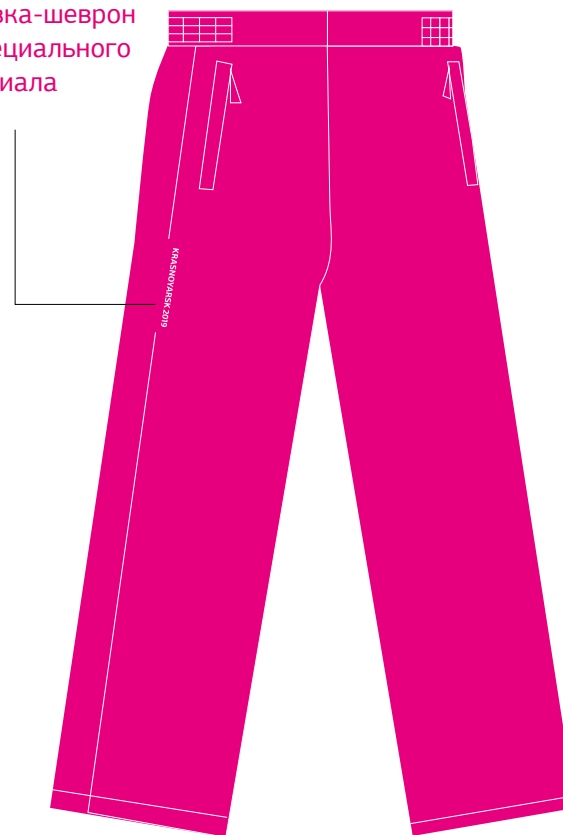
8.6 ЖИЛЕТ, НАНЕСЕНИЕ СИМВОЛИКИ



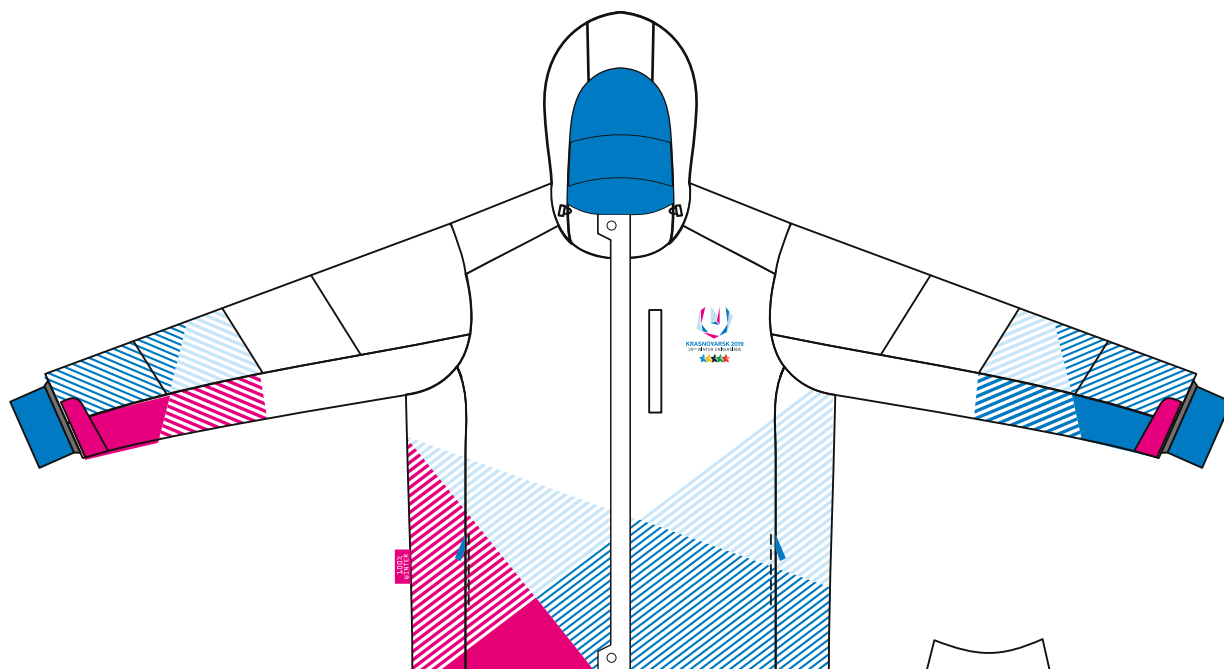
8.7 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, ЖЕНСКИЙ



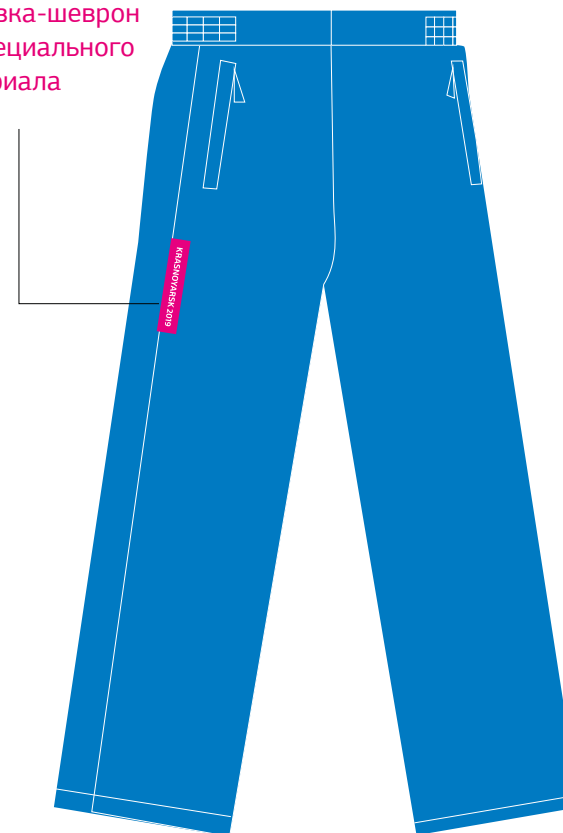
нашивка-шеvron
из специального
материала



8.8 ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ, МУЖСКОЙ



нашивка-шеvron
из специального
материала

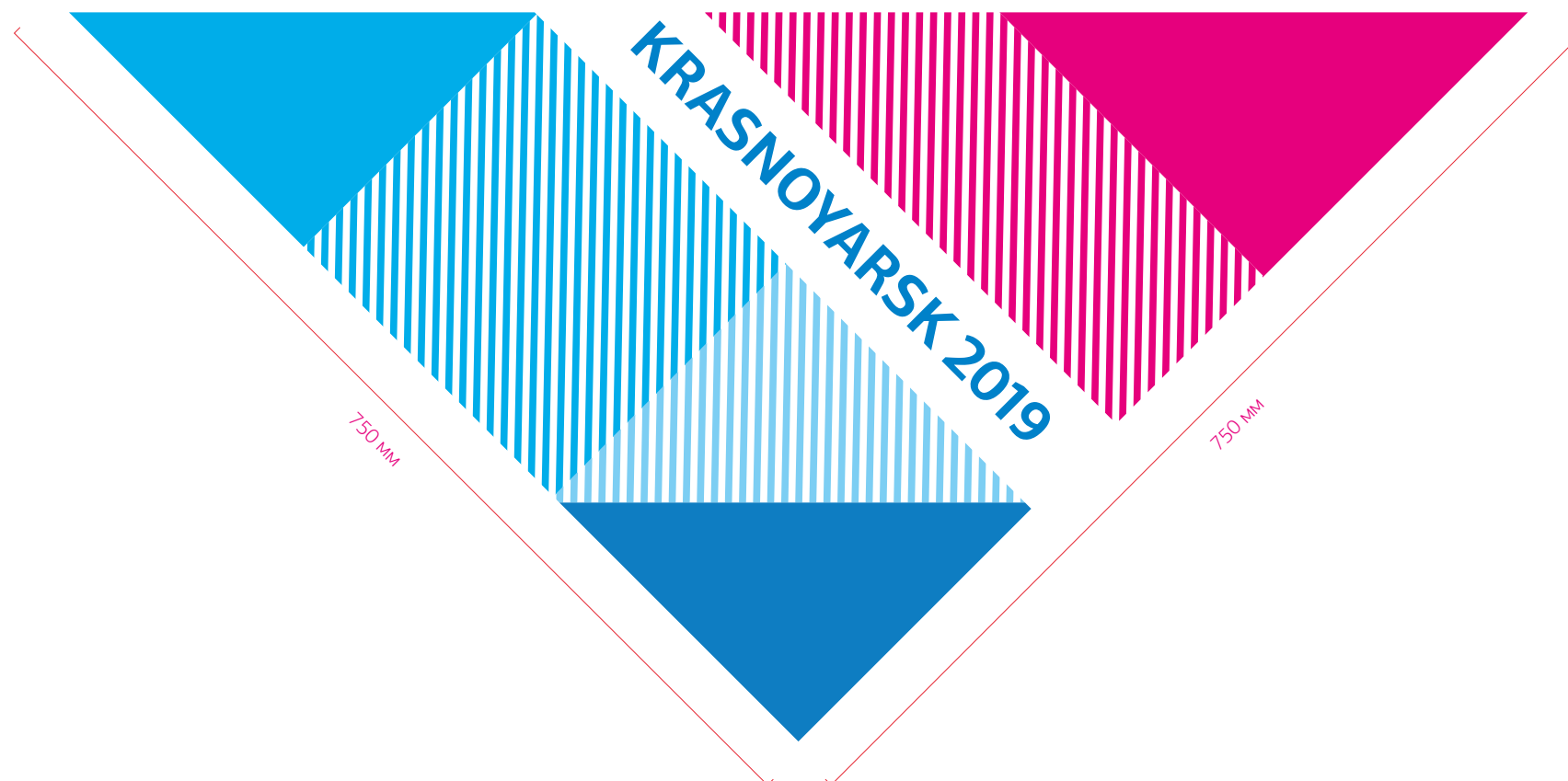


8.9 НАНЕСЕНИЕ СИМВОЛИКИ НА ОДЕЖДУ

Нанесение символики производится методом сублимации, также используются нашивки-шеvronы из специального материала.



8.10 АКСЕССУАРЫ, ПЛАТОК ШЕЙНЫЙ



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

9. ПРИМЕРЫ РАЗМЕЩЕНИЯ СИМВОЛИКИ: ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

9.1-5 ФИРМЕННЫЕ ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

9.6-7 РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ 6x3, ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ

9.8-9 ТИПОВОЙ БАННЕР ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ

9.10 ТИПОВОЙ БАННЕР ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

9.11 ТИПОВОЙ БАННЕР 2000x3000

9.12-14 БАННЕР «ВИДЫ СПОРТА»

9.15 ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БАННЕР В АЭРОПОРТУ

9.16 СИТИ ФОРМАТ. ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ

9.17 ЛАНДШАФТНЫЕ КОМПОЗИЦИИ

9.18 ЛЕДОВЫЕ КОМПОЗИЦИИ

9.19 ШАТРЫ

9.20 ОФОРМЛЕНИЕ АВТОБУСА

9.21 ОФОРМЛЕНИЕ АВТОМОБИЛЯ

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 9. ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

9.1 ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

Флаги горизонтальные 1300 x 900 мм,
карман под флагшток 20 мм слева.



При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в данном руководстве.

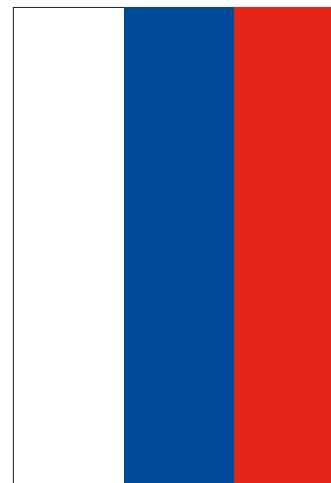
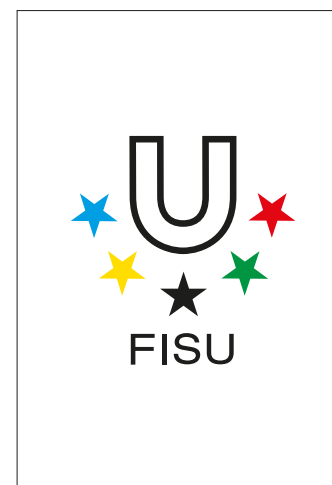


9.2 ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

Флаги вертикальные 900 x 1300 мм.



При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в данном руководстве.



9.3 ФИРМЕННЫЕ ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

Флаги 4500 x 1000, два вида (чередуются через один).

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в данном руководстве.



9.4 ФИРМЕННЫЕ ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

Флаги мобильные 3,6 м (белые).

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в данном руководстве.



9.5 ФИРМЕННЫЕ ФЛАГИ УНИВЕРСИАДЫ

Флаги мобильные 5,0 м (цветные).

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в данном руководстве.

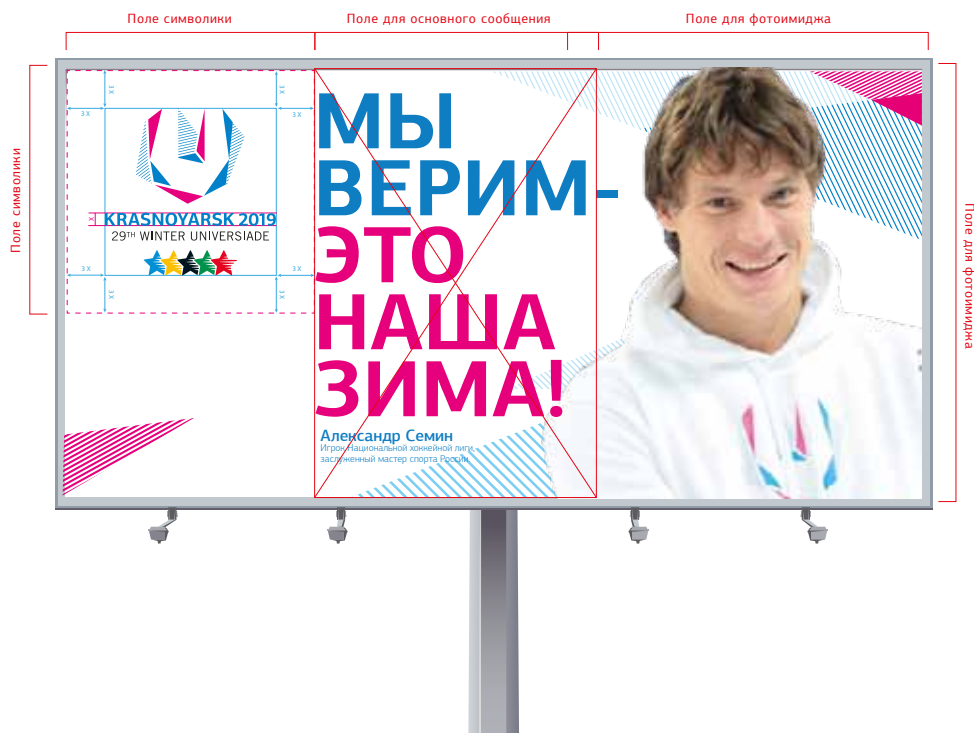


9.6 РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ 6x3, ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ

Приведены примеры использования типового формата 6 м x 3 м.

Представленные варианты являются шаблонами.

Все фотоимиджи имеют контурную обтравку и располагаются всегда на фирменном фоне.



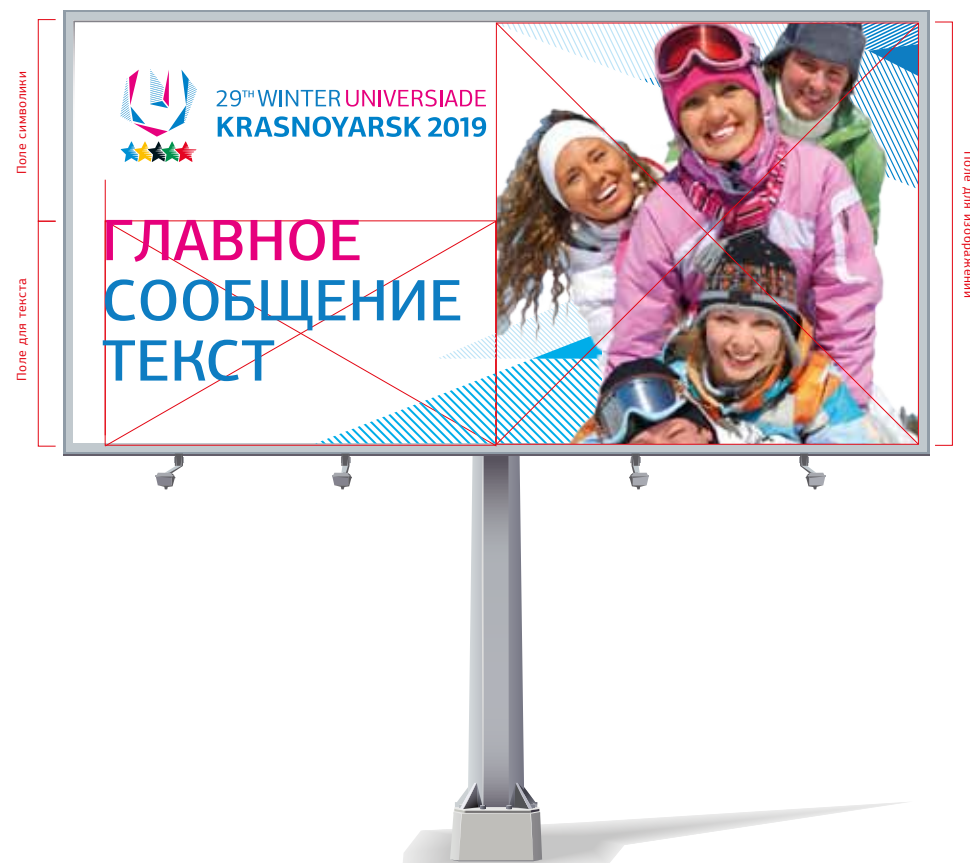
9.7 РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ 6x3, ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ

Приведены примеры использования типового формата 6 м x 3 м.

Представленные варианты являются шаблонами.

Расположение фирменной символики: фирменная символика всегда располагается в левом верхнем углу макета.

Все фотоизджди имеют контурную обтравку и располагаются всегда на фирменном фоне.



9.8 ТИПОВОЙ БАННЕР ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ

Типовой баннер горизонтальный, соотношение высоты и длины баннера 1 : 7.

баннер тип 1 / официальный блок.



баннер тип 2 / горизонтальный блок.



Представленные варианты являются шаблонами и могут быть использованы.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

9.9 ТИПОВОЙ БАННЕР ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ

Типовой баннер с официальным блоком, горизонтальный, соотношение высоты и длины баннера 1 : 2.

Два варианта фирменного фона.

1.



2.



Представленные варианты являются шаблонами и могут быть использованы.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

9.10 ТИПОВОЙ БАННЕР ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

1. Типовой баннер с официальным блоком, вертикальный, соотношение высоты и длины баннера 1 : 2.
2. Типовой баннер со слоганом, вертикальный, соотношение высоты и длины баннера 1 : 2.

1.



2.



Представленные варианты являются шаблонами и могут быть использованы.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы. Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

9.11 ТИПОВОЙ БАННЕР 2000x3000

1. Типовой баннер с официальным блоком, горизонтальный, 2000 x 3000.
2. Типовой баннер с официальным блоком, вертикальный, 3000 x 2000.

1.



Представленные варианты являются шаблонами и могут быть использованы.

Допускается использование только тех вариантов фирменной символики, которые представлены в данном руководстве, все остальные варианты недопустимы.

Не допускается искажение формы знака или его отдельных элементов, нарушение взаиморасположения элементов знака и фирменных блоков, изменение цвета.

2.



9.12 ТИПОВОЙ БАННЕР «ВИДЫ СПОРТА»

Типовой баннер с фирменными графическими изображениями видов спорта, соотношение высоты и длины баннера 1 : 1.
 Вариант с расположением фирменной символики в нижней части изображения.

1.



2.



9.13 ТИПОВОЙ БАННЕР «ВИДЫ СПОРТА»

Типовой баннер с фирменными графическими изображениями видов спорта, соотношение высоты и длины баннера 1 : 1.
 Вариант с расположением фирменной символики в верхней части изображения.

1.



2.



9.14 ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БАННЕР «ВИДЫ СПОРТА»

Баннер с фирменными графическими изображениями видов спорта, соотношение высоты и длины баннера 1 : 5.
Вариант использования нестандартных вытянутых поверхностей.



9.15 ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ БАННЕР В АЭРОПОРТУ

Баннер с символикой и фотоимиджами,
длина 68 м, высота 2,5 м.
Вариант использования нестандартных вытянутых поверхностей.

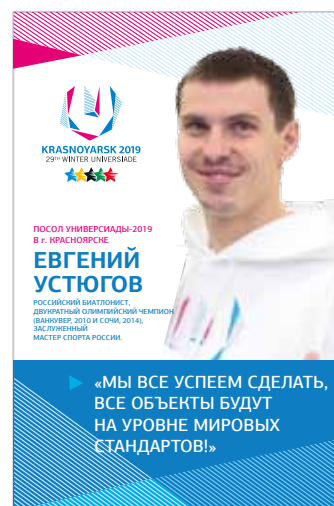


II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 9. ПРИМЕРЫ: ЭЛЕМЕНТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

9.16 СИТИ-ФОРМАТ, ПРИМЕРЫ КОМПОНОВКИ

Приведены примеры использования типового формата 1200 мм x 1800 мм.

Все фотоимиджи имеют контурную обтравку и располагаются всегда на фирменном фоне.



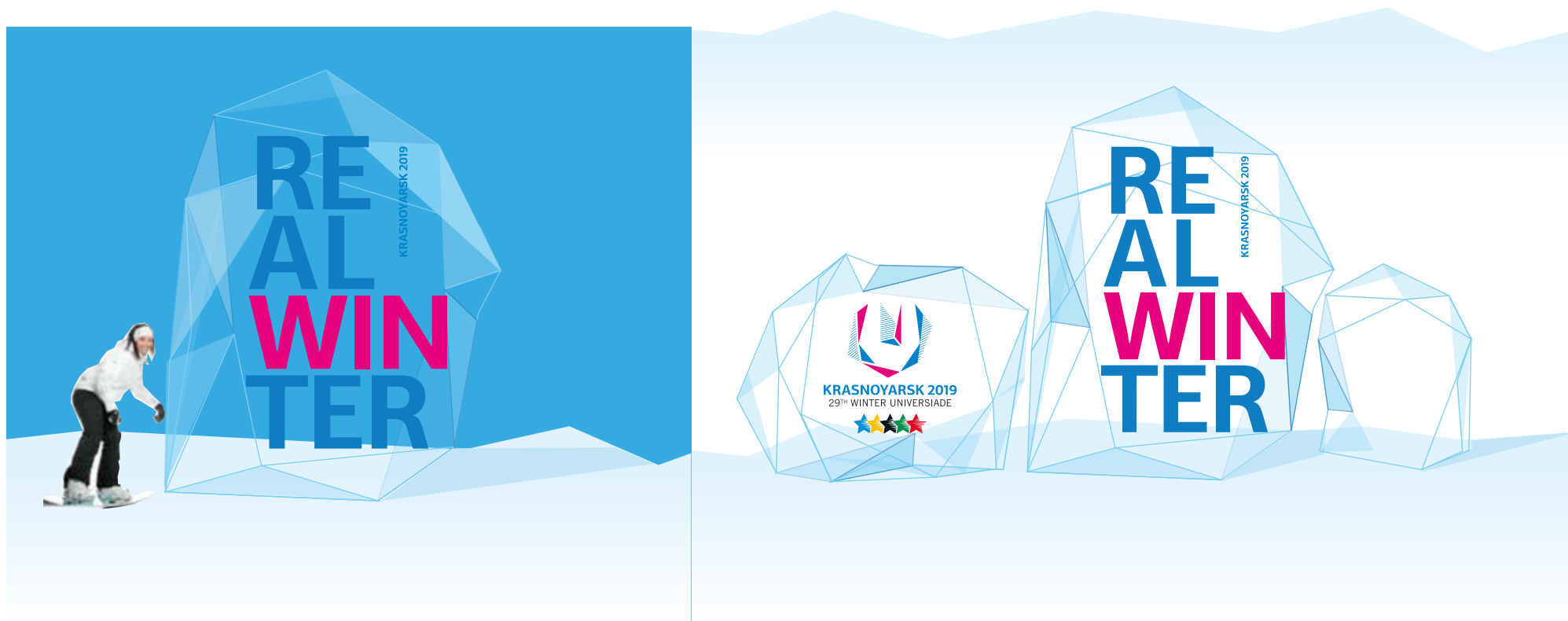
9.17 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИМВОЛИКИ В ЛЕДОВЫХ И ЛАНДШАФТНЫХ КОМПОЗИЦИЯХ

Объемные композиции – хэштеги Универсиады 2019.



9.18 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИМВОЛИКИ В ЛЕДОВЫХ И ЛАНДШАФТНЫХ КОМПОЗИЦИЯХ

Ландшафтные композиции – ледовые кристаллы.



9.19 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИМВОЛИКИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ И ЛАНДШАФТНЫХ КОМПОЗИЦИЯХ

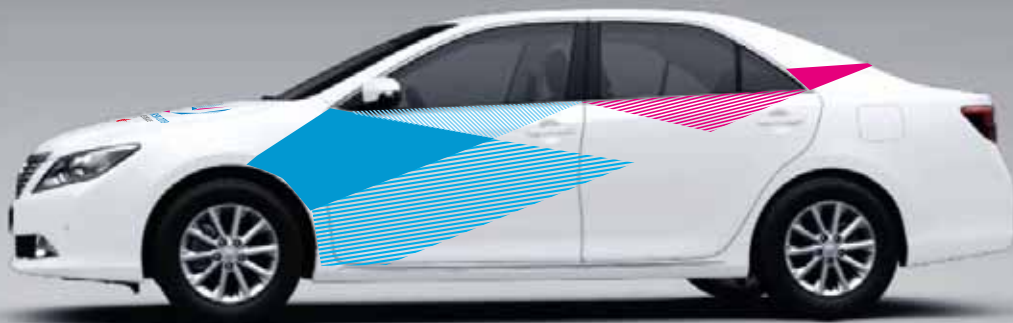
Типовой фирменный шатер Зимней универсиады 2019.



9.20 ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТА. АВТОБУС



9.21 ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТА. АВТОМОБИЛЬ



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

10. РЕКЛАМА, ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ:

ОФОРМЛЕНИЕ

- 10.1-3 ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА
- 10.4-6 ОФОРМЛЕНИЕ ДВОРОВЫХ СПОРТ-ПЛОЩАДОК
- 10.7 БАННЕР БОРТ
- 10.8-9 КОРАЛСЫ
- 10.10 ОГРАЖДЕНИЯ
- 10.11 РОЛЛСТЕНД
- 10.12 ИНФОСТЕНД
- 10.13 БАННЕР-ИМИДЖ, МОБИЛЬНЫЙ СТЕНД
- 10.14 БОКС-Трибуна для мобильного стенда
- 10.15 ТИПОВОЙ БАННЕР С СИМВОЛИКОЙ
- 10.16-17 БАННЕР С ВИДАМИ СПОРТА ВНУТРИ
- 10.18-20 ОФОРМЛЕНИЕ БАННЕРАМИ СНАРУЖИ

НАВИГАЦИЯ

- 10.21 ПИКТОГРАММЫ FISU
- 10.22 МОДУЛЬНАЯ СЕТКА НАВИГАЦИОННОГО УКАЗАТЕЛЯ
В СПОРТИВНОМ ОБЪЕКТЕ (ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ, ВЕРТИКАЛЬНАЯ)
- 10.23-26 СИСТЕМА НАВИГАЦИОННЫХ ТАБЛИЧЕК И УКАЗАТЕЛЕЙ
- 10.27 ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПИЛОН УЛИЧНЫЙ
- 10.28 УКАЗАТЕЛИ УЛИЧНЫЕ ДЛЯ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ

CO-BRANDING

- 10.29-35 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЗВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

- 10.26 ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

10.1 ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА

Табличка дирекции Универсиады, размер 450 x 600

Изготовление:
акриловое
стекло «сатин матовый»,
прямая печать,
крепление – дистанционные
держатели.



10.2 ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА



10.3 ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА



10.4 СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ СПОРТ-ПЛОЩАДОК

1. Хоккейные площадки

Типовой баннер горизонтальный 1200 x 10000.

Высота бортиков хоккейных коробок - 1,2 м.

баннер 1 / фирменный блок на английском



баннер 2 / фирменный блок на русском



баннер 3 / фирменная графика



10.5 СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ СПОРТ-ПЛОЩАДОК

2. Баскетбольные площадки

Типовой баннер горизонтальный 1200 x 10000.

баннер 1 / фирменный блок на английском



баннер 2 / фирменный блок на русском

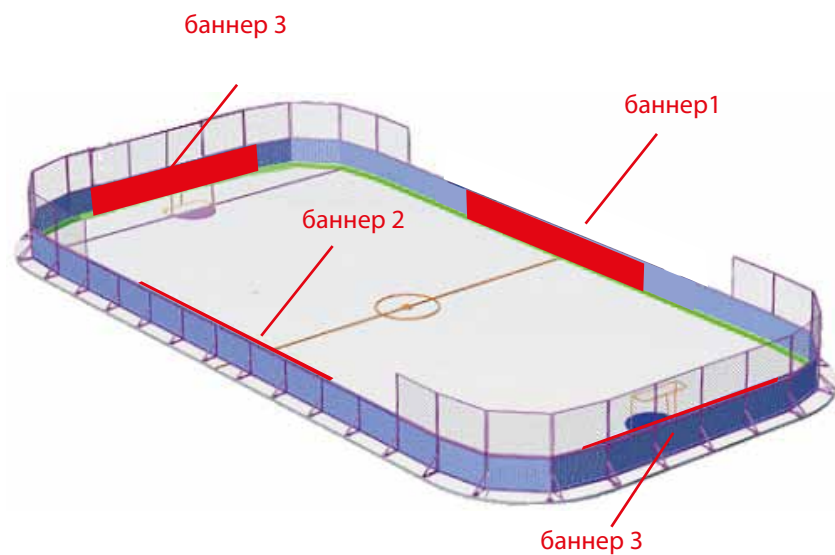


баннер 4 / эмблема



10.6 СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ СПОРТ-ПЛОЩАДОК

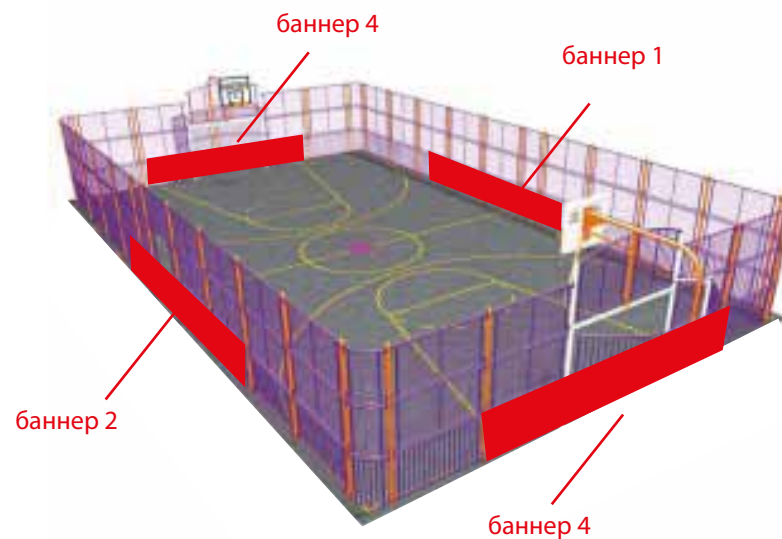
3. Правила размещения типовых баннеров на площадках



Хоккейные коробки:

4 баннера размещаются на внутреннюю часть бортика на противоположные борта площадки, по центру. Высота баннера равна высоте бортика.

Баннер 1 и 2: русскоязычный и англоязычный баннеры размещаются напротив друг друга.



Баскетбольные коробки:

4 баннера размещаются на внутреннюю, возможно и на внешнюю сторону сетки, в нижней её части, на противоположные борта площадки.

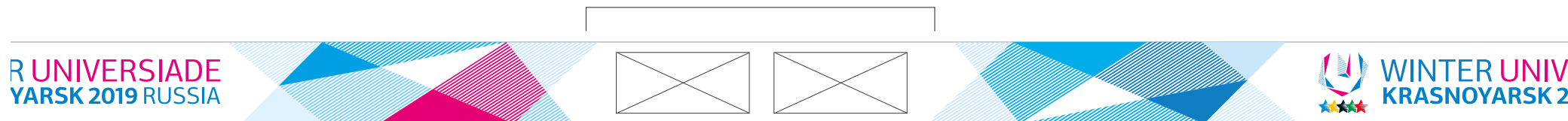
Баннер 1 и 2: русскоязычный и англоязычный баннеры размещаются напротив друг друга.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 10. ОФОРМЛЕНИЕ

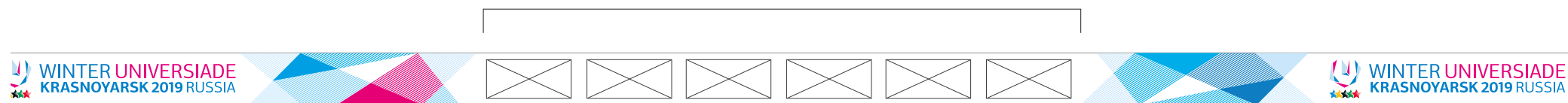
10.7 БАННЕР-БОРТ

Модульная система позволяет делать баннер-борты любой длины.

зона для размещения логотипов спонсоров



зона для размещения логотипов спонсоров



зона для размещения символики



10.8 КОРАЛСЫ



10.9 КОРАЛСЫ



10.10 ОГРАЖДЕНИЯ



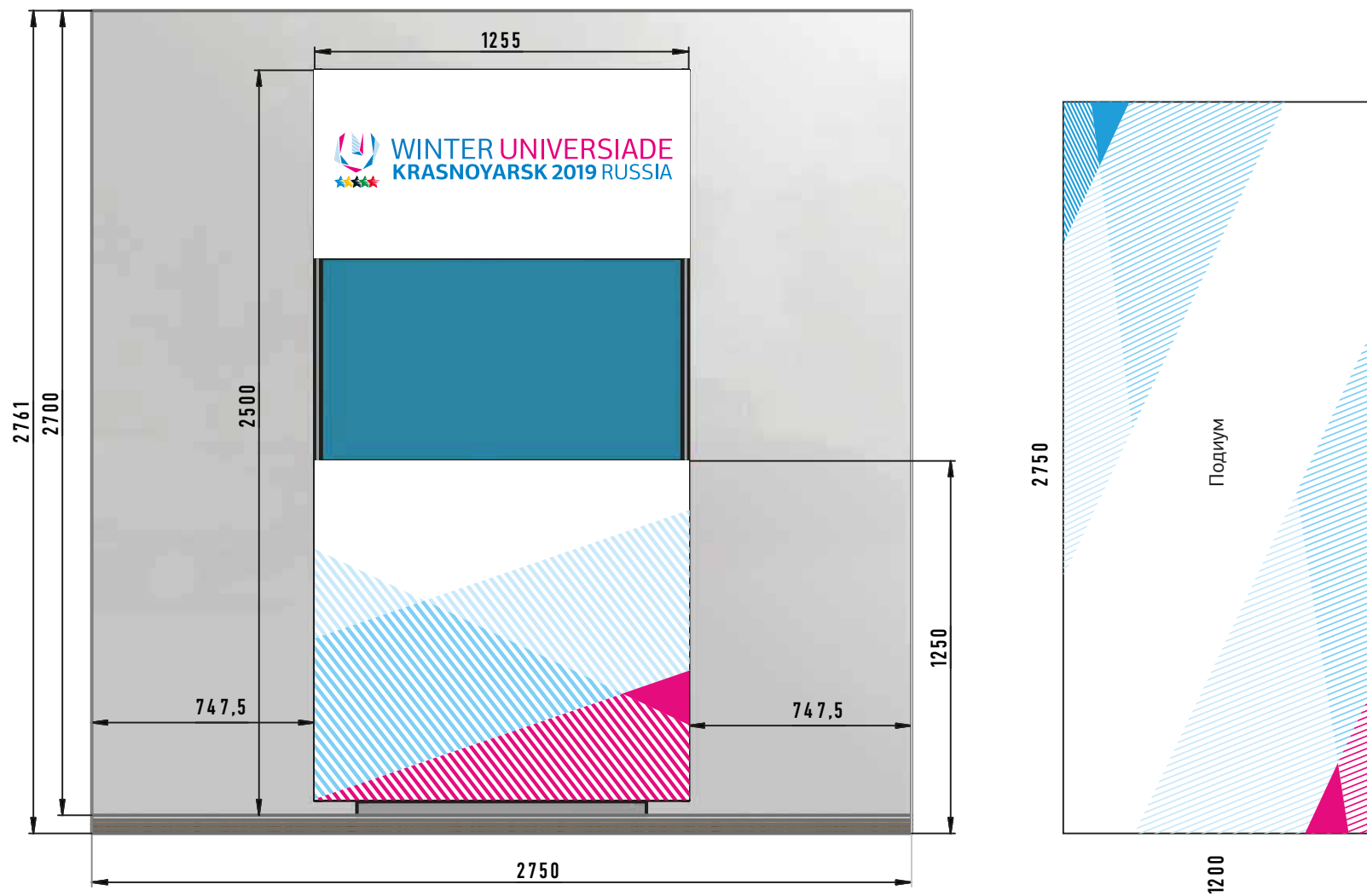
10.11 РОЛЛАП

Роллап 1000 x 2000 мм



10.12 ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПИЛОН В ПОМЕЩЕНИИ

Типовой пилон 1255 x 2500 мм, подиум 2750x1200 мм.



10.13 ИМИДЖЕВЫЙ МОБИЛЬНЫЙ СТЕНД



670*2310

700*2310

700*2310

700*2310

700*2310

670*2310

10.14 БОКС-Трибуна для мобильного стенда

Печать на самоклеящейся пленке, 1900*795 мм в развороте.



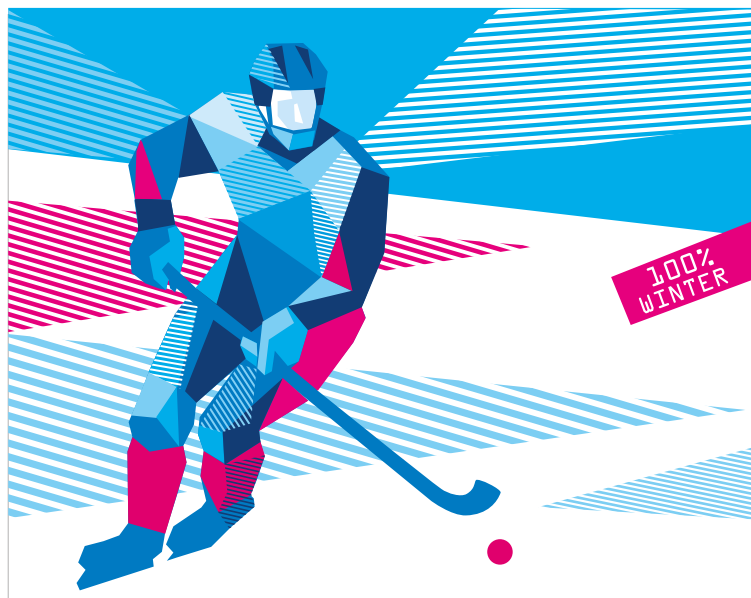
10.15 ТИПОВОЙ БАННЕР С СИМВОЛИКОЙ



10.16 ВНУТРЕННЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ

1. Баннер с видами спорта
2. Баннер с символикой

1.



2.



10.17 ВНУТРЕННЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ

1. Баннер с видами спорта
2. Баннер с символикой

1.



2.



10.18 ВНЕШНЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ

Баннер с видами спорта



10.19 ВНЕШНЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ

Баннеры с видами спорта



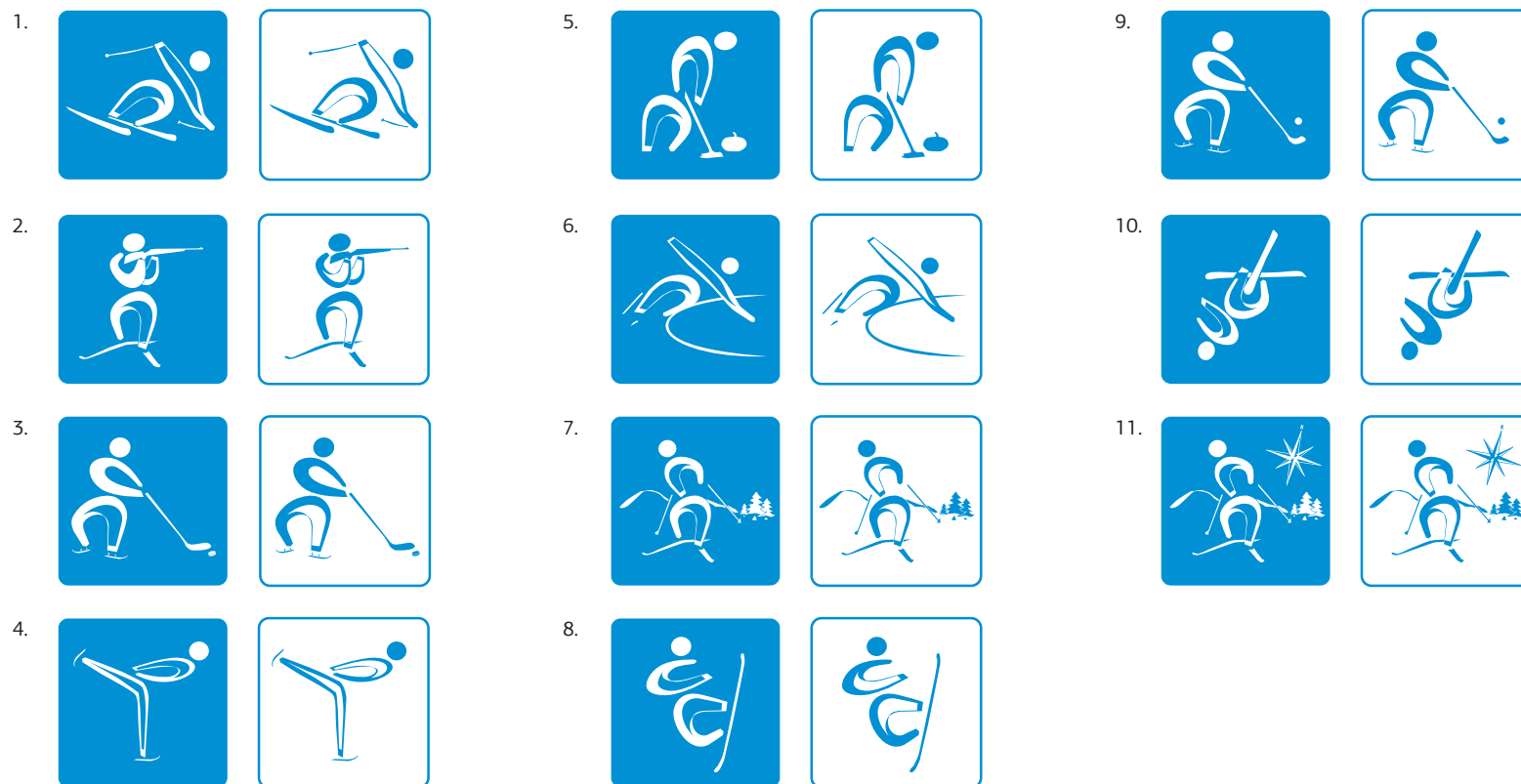
10.20 ПЕРЕТЯЖКА 20м x 1,5м



10.21 ПИКТОГРАММЫ FISU

Пиктограммы, разработанные FISU, для зимних видов спорта.

■ FISU Winter Universiade CMYK color chart : C=100% ; M=10% ; Y=0% ; K=5% // RGB color chart : R=1 ; V=137 ; B=181



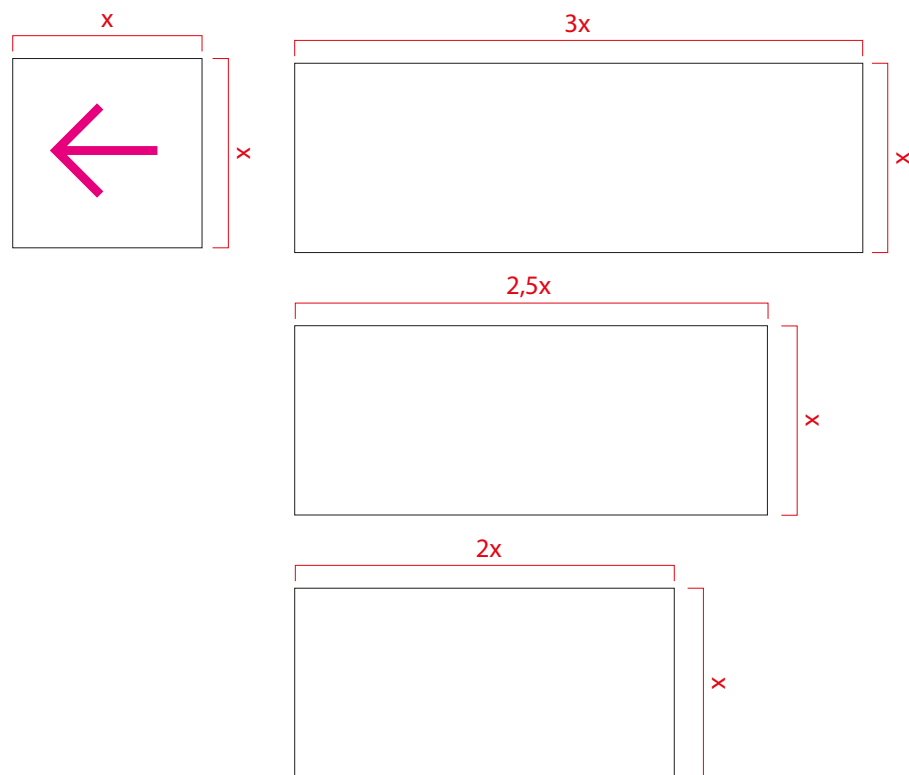
1. Горнолыжный спорт
2. Биатлон
3. Хоккей с шайбой
4. Фигурное катание

5. Керлинг
6. Шорт-трек
7. Лыжные гонки
8. Сноуборд

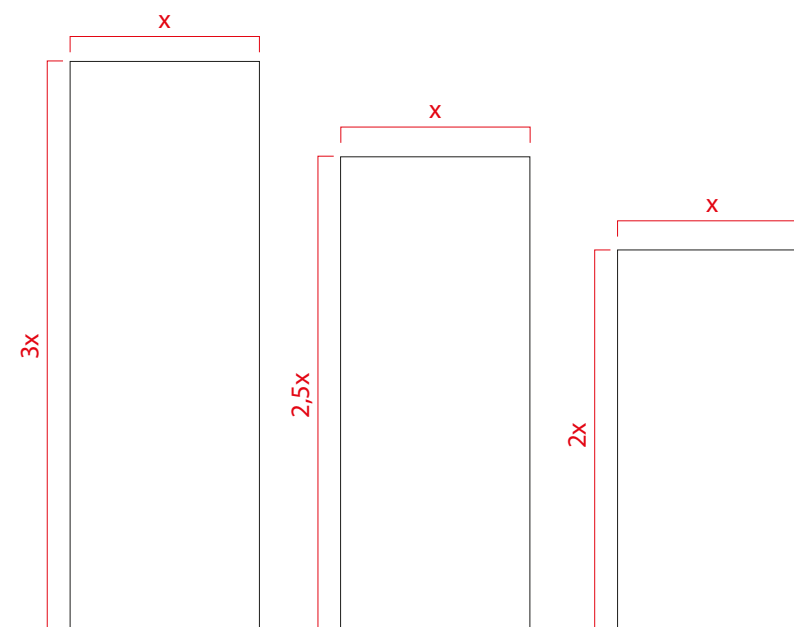
9. Хоккей с мячом
10. Фристайл
11. Лыжное ориентирование

10.22 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ

Система навигационных указателей. Указатели могут быть разного размера. Размер задается модулем x и определяется в зависимости от конкретной ситуации.



Горизонтальные указатели и таблички



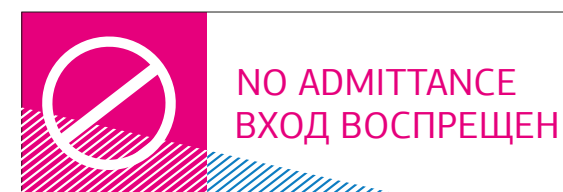
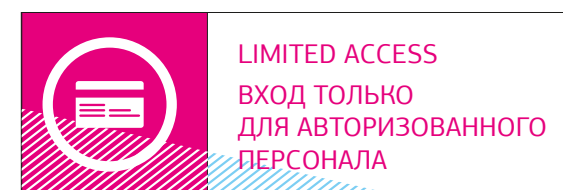
Вертикальные указатели и таблички

10.23 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ

Указатели могут быть разного размера.

Размер задается модулем x и определяется в зависимости от конкретной ситуации.

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в этом руководстве.

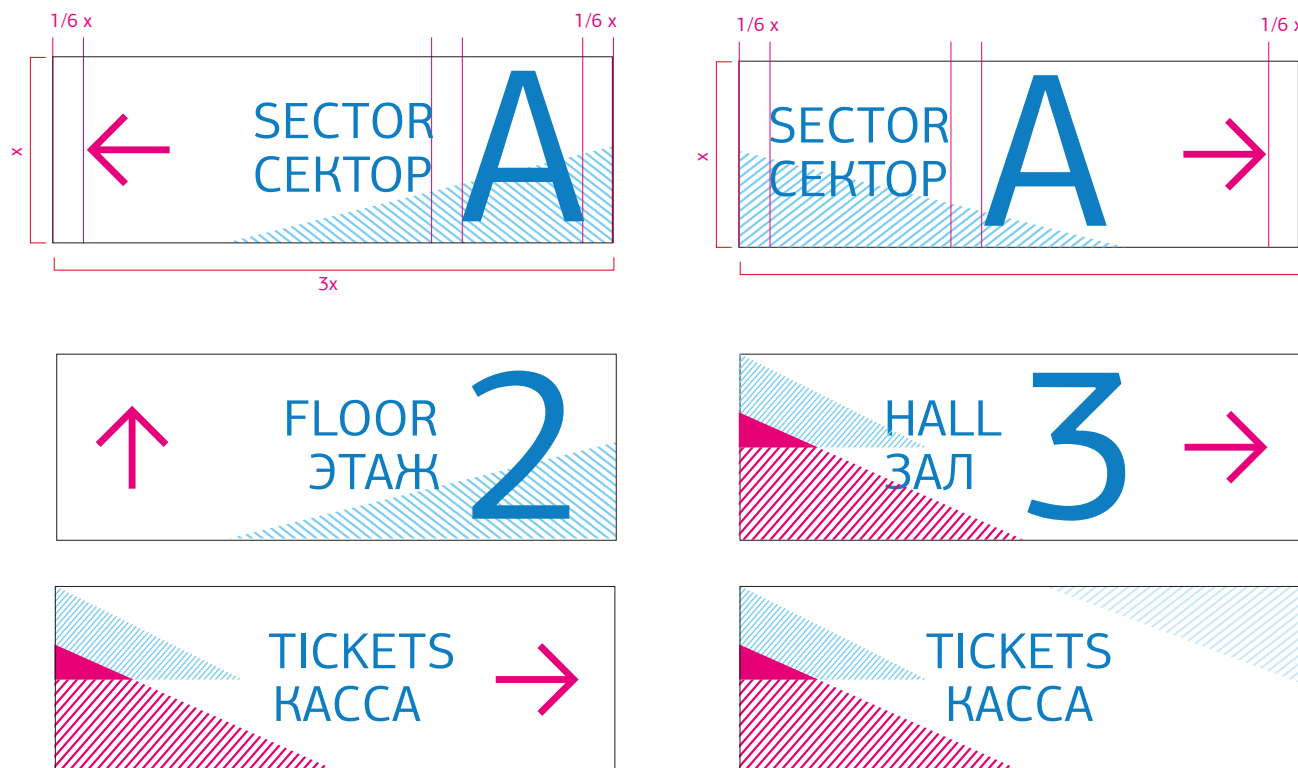


10.24 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ

Указатели могут быть разного размера.

Размер задается модулем x и определяется в зависимости от конкретной ситуации.

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в этом руководстве.

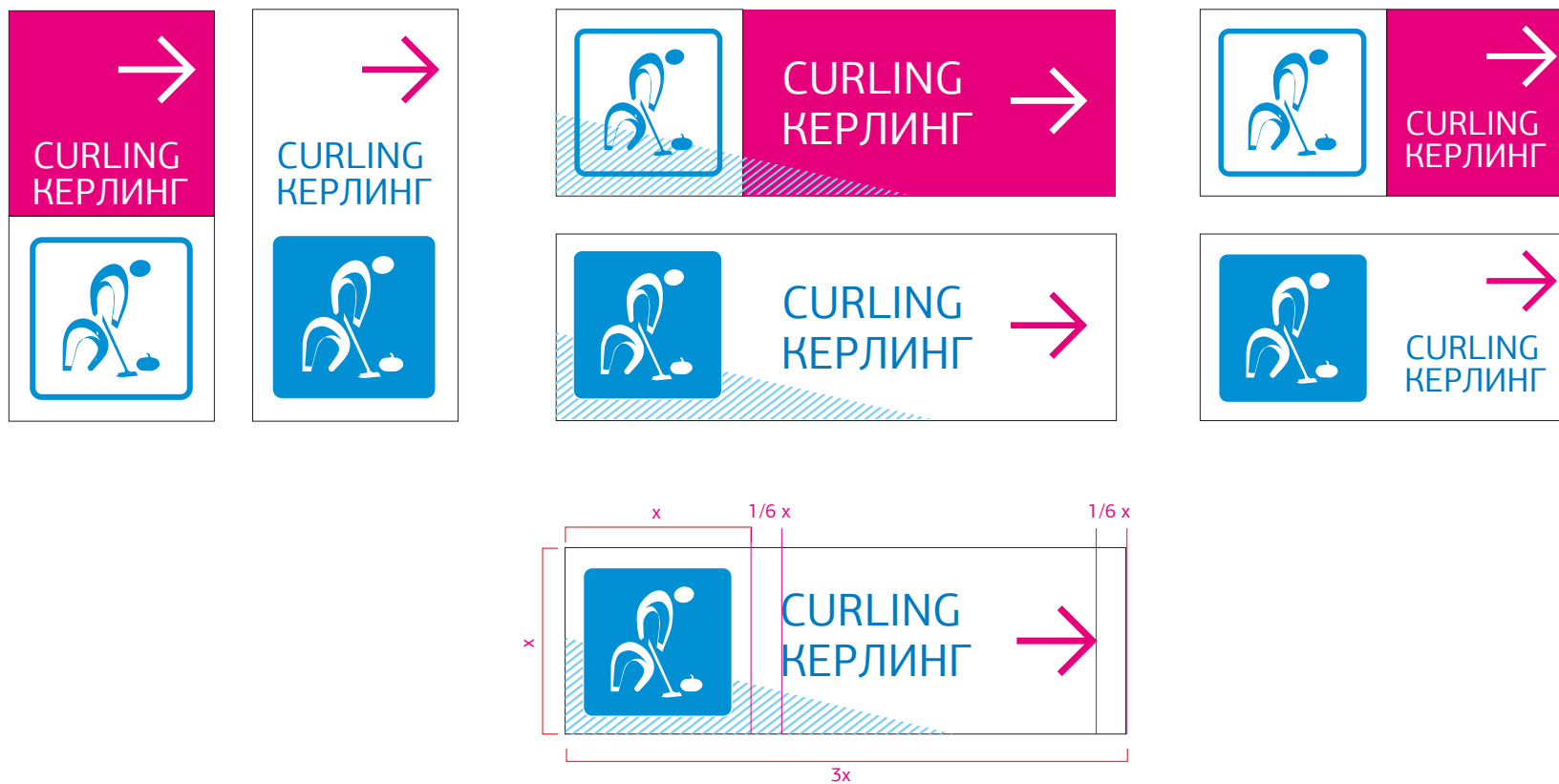


10.25 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ

Указатели могут быть разного размера.

Размер задается модулем x и определяется в зависимости от конкретной ситуации.

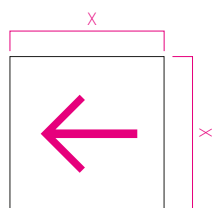
При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в этом руководстве.



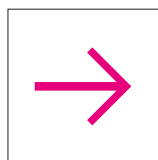
10.26 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ В СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЯХ

Служебные таблички-пиктограммы:

(способ изготовления — сатин, прямая печать)



стрелка-указатель:



лестницы:



лестницы/ подъем:



лестницы/ спуск:



для инвалидов:



внимание!:



вход воспрещен:



туалеты:



кафе:



раздевалки:



душевые:



авторизация:



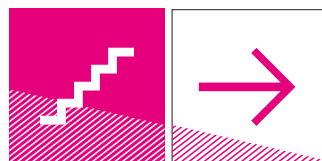
Указатели могут быть разного размера.

Размер задается модулем x и определяется в зависимости от конкретной ситуации.

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в этом руководстве.

Пиктограмма используется одна или в сочетании со стрелкой-указателем:

лестницы:



кафе:



туалет:



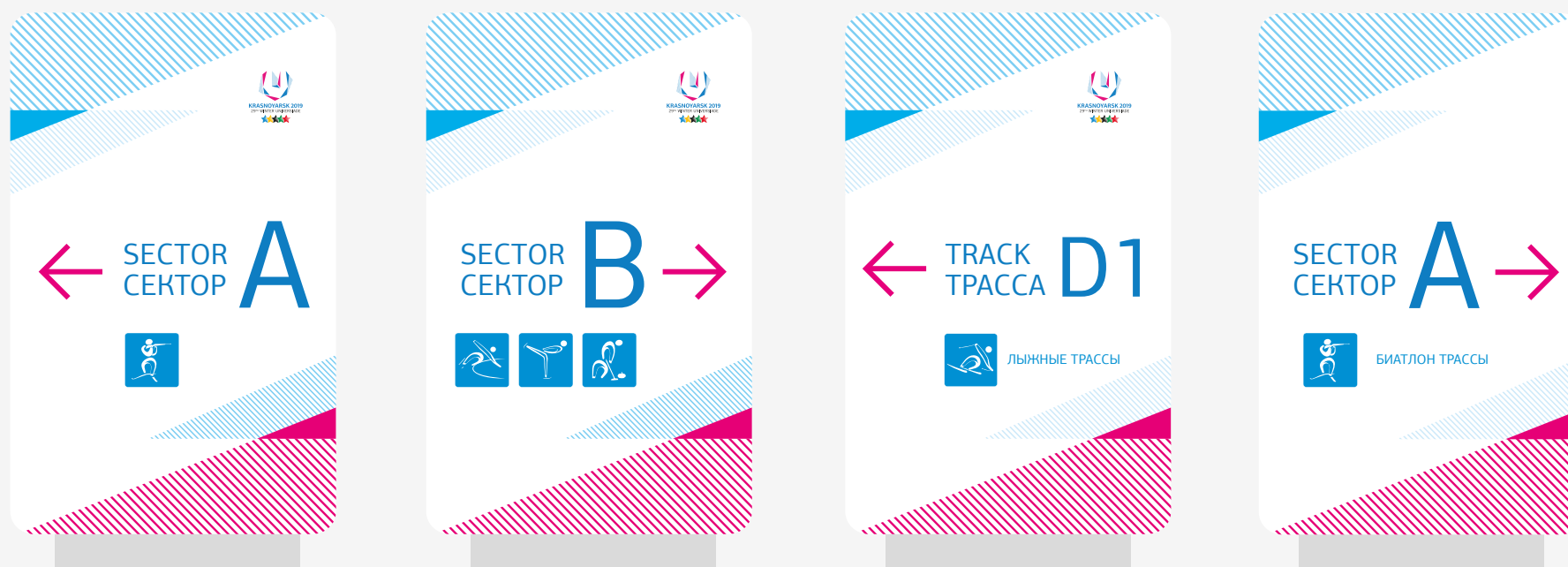
10.27 ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПИЛОН



10.28 ИНФОРМАЦИЯ И НАВИГАЦИЯ НА СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТАХ

Примеры уличных указателей

При создании макетов необходимо использовать только готовые стандартные шаблоны, представленные в этом руководстве.



10.29 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Горизонтальный блок 1 (размещение рядом), лого партнера и надпись GENERAL PARTNER на английском языке.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

10.30 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Горизонтальный блок 2 (размещение рядом), лого партнера и надпись GENERAL PARTNER на английском языке.



1.



2.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

3.



Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

10.31 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Вертикальный блок (размещение один под другим), лого партнера и надпись GENERAL PARTNER на английском языке.



GENERAL PARTNER

1.



2.



3.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

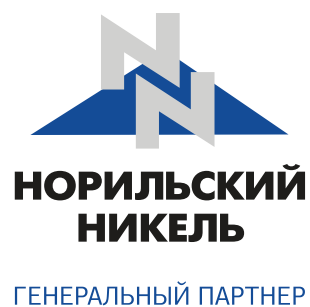
Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

10.32 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Горизонтальный блок 1 (размещение рядом), лого партнера и надпись ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР на русском языке.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.



10.33 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Горизонтальный блок 2 (размещение рядом), лого партнера и надпись ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР на русском языке.



29TH WINTER UNIVERSIADE
KRASNOYARSK 2019



НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

1.



2.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

3.



10.34 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле двух брендов.

Вертикальный блок (размещение один под другим), лого партнера и надпись **ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР** на русском языке.



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

1.



2.



3.



1. Минимальная площадь фона блока
2. Воспроизведение блока в один цвет (белый фон)
3. Воспроизведение блока в один цвет (цветной фон)

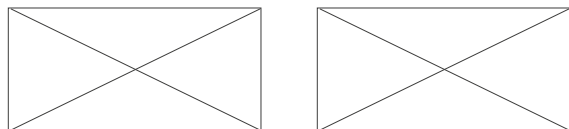
Представленные варианты являются шаблонами.

При воспроизведении фирменного блока всегда необходимо пользоваться шаблонами, представленными в электронной версии руководства.

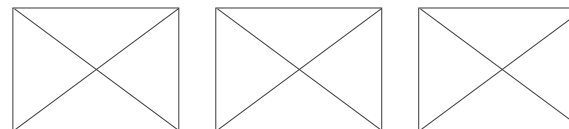
10.35 СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ (CO-BRANDING)

Примеры размещения в рекламном поле нескольких брендов.
Размещение нескольких брендов.

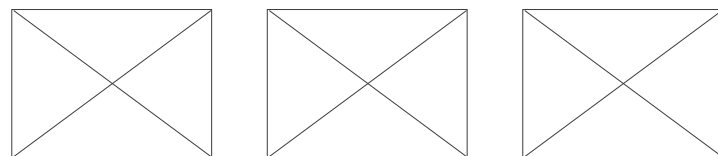
1.



2.



3.



1. Вертикальный блок: символика Универсиады + 2 лого
2. Вертикальный блок: символика Универсиады + 3 лого
3. Горизонтальный блок: символика Универсиады + 2-3 и больше лого

10.36 ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЗВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

Полное название мероприятия на русском языке

«XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске»

Полное название мероприятия на английском языке

«29th Winter Universiade Krasnoyarsk 2019»

Сокращенное название мероприятия на русском языке

«Зимняя Универсиада 2019»

Сокращенное название мероприятия на английском языке

«Winter Universiade Krasnoyarsk 2019»,

в отдельных случаях

«Krasnoyarsk 2019»

Другие формы названия мероприятия не разрешено использовать в официальных документах, публикациях и информационных ресурсах.

II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ

11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

11.1 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.2 ЛОГОТИП, ГРАФИКА, ЦВЕТ, ШРИФТ

ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.3-4 ТИТР-ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

11.5-6 СИМВОЛИКА И ТИТРЫ В КАДРЕ

11.7-8 ПЭКШОТ – ФИНАЛЬНАЯ ЗАСТАВКА

11.1 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Информация, представляемая в видеоматериалах, имеет важное значение для визуального восприятия бренда «Зимней Универсиады 2019», которое должно быть идентичным во всех видах коммуникации. Видео продукция может быть направлена на выполнение различных тактических и стратегических задач: информировать о строительстве объектов Универсиады, знакомить аудиторию с брендом, формировать лояльность, стимулировать продажи билетов и т.д, но очень важно, чтобы вне зависимости от задач, образы, возникающие у потребителя при просмотре видеоматериалов, вызывали положительные эмоции и соответствовали ценностям и характеру бренда.

Язык бренда должен быть искренним, открытым.

Имиджевые ролики должны раскрывать позиционирование бренда.

В продуктовых и промо-коммуникациях рассказывается о возможностях, которые предоставляет бренд.

Не допустима агрессивность, грубость, негатив, высмеивание пола, национальности, политических взглядов.

Видео продукция должна соответствовать требованиям Федерального закона о рекламе.

В данном разделе описаны основные правила использования базовых элементов фирменного стиля для основных форматов присутствия бренда «XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске».

11.2 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Типы видеоматериалов

Видеоматериалы условно можно условно разделить на следующие типы:

- 1) Информационный фильм и видео сюжет
- 2) Презентационный или учебный фильм
- 3) Рекламный ролик

Логотип

В данном руководстве показаны версии логотипа, которые могут быть использованы в оформлении видеоматериалов:

Логотип 1.1 Основной вертикальный

Логотип 1.7 Основной горизонтальный

Логотип 1.10 Дополнительный горизонтальный

Охранное поле и минимальный размер

Для обеспечения оптимальной считываемости логотип всегда окружается охранным полем.

Никакие графические элементы, изображения или текст не могут помещаться в это пространство.

Размер логотипа в оформлении видеоматериалов должен соответствовать правилам использования логотипа (см. п.)

Оригинальная графика образа игр

Для обеспечения максимальной запоминаемости бренда рекомендуется использовать оригинальную графику Образа Игр (описание раздел 5.1 данного руководства)

Цвета

Для наиболее точной цветопередачи необходимо во всех видеоматериалах за исключением иллюстративных (рисунков, фотографий и проч.) использовать только приведенные в разделе 5.2 (см. 5.2 Фирменный цвет. Цветовая палитра и соотношение цветов)

Следует учитывать, что белый цвет преимущественно является основным компонентом (фон)

Дополнительные цвета могут быть использованы в графических элементах для выделения информации, но не должны при этом доминировать.

Необходимо помнить о том, что на различных экранах цвета могут выглядеть по-разному.

Цвета должны учитывать специфику вещания и максимально соответствовать прописанным цветам.

Шрифты

Шрифтом визуальных коммуникаций «Зимней Универсиады 2019» является гарнитура Agora Sans Pro.(Раздел 4.1 данного руководства).

Данный шрифт рекомендуется для использования во всех видеоматериалах для заголовков и небольших блоков текста.

11.3 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Титр-представление.

Элемент, который размещается в начале рекламного ролика.

Рекомендуется размещать логотип и оригинальную графику Образа Игр.

Правила оформления видео продукции:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

4:3 (720x576)



16:9 (1280x720)



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.4 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Титр-представление.

Элемент, который размещается в начале рекламного ролика.

Рекомендуется размещать логотип и оригинальную графику Образа Игр.

Правила оформления видео продукции:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

4:3 (720x576)



16:9 (1280x720)



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.5 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Пример размещения символики и титров в кадре.

Для усиления эффекта запоминаемости рекомендуется использовать размещение логотипов правом верхнем углу.

Правила оформления видео продукции:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

4:3 (720x576)



16:9 (1280x720)

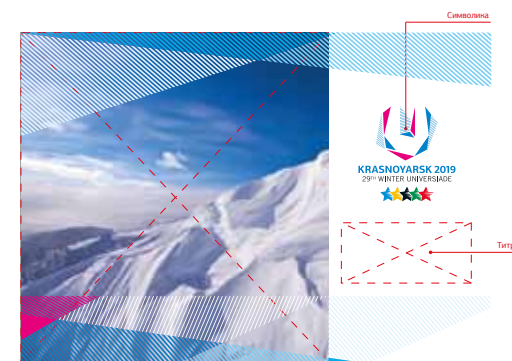


II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.6 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Пример размещения символики и титров в кадре.

Для усиления эффекта запоминаемости рекомендуется использовать размещение логотипов правом верхнем углу.



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.7 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

Пэкшот – финальная заставка.

Рекомендуется размещать слоган и логотип. Для усиления эффекта запоминаемости рекомендуется использовать размещение логотипа в правом верхнем углу.

Правила оформления видео продукции:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

4:3 (720x576)



16:9 (1280x720)



II. ПАСПОРТ СТАНДАРТОВ / 11. ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

11.8 ОФОРМЛЕНИЕ ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

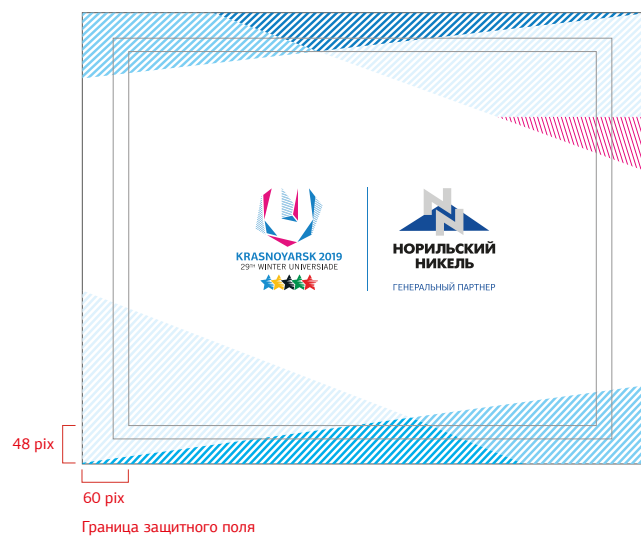
Пэкшот – финальная заставка с логотипом партнера.

Рекомендации по совместному использованию логотипов описаны в разделе «co-branding».

Правила оформления видео продукции:

1. Соблюдение принципа использования графики Образа Игр.
2. Соблюдение принципа размещения и защитных полей символики.
3. Соблюдение принципа размещения фотоизображений и текста.
4. Использование шаблонов, представленных в руководстве.

4:3 (720x576)



16:9 (1280x720)



III. ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПРАВА

Автономной некоммерческой организации

«Исполнительная дирекция XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске» принадлежит исключительное право использования следующих товарных знаков любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак):

Наименование спортивного мероприятия: «Всемирная зимняя универсиада 2019 года в г. Красноярске» и производные от него сокращения: «Зимняя универсиада», «Зимняя универсиада 2019 года», «Универсиада 2019» и иные;

Эмблемы «XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске»;

Слоганы «XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске»;

Талисман «XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске»;

Оригинальная графика Образа Игр «XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске».

Исключительным правом на товарный знак может распоряжаться только законный Правообладатель — Автономная некоммерческая организация «Исполнительная дирекция XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске».

Исключительное право на товарные знаки делает товары, работы или услуги, в отношении которых товарные знаки зарегистрированы, индивидуальными, в частности, путем размещения товарного знака:

На товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

При выполнении работ, оказании услуг;

На документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

В предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

В сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Без разрешения Правообладателя не допускается использовать вышеуказанные объекты интеллектуальной собственности, а также сходные с товарными знаками Правообладателя обозначения в отношении товаров, если в результате такого использования возникает вероятность смешения.

© Исполнительная дирекция XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в г. Красноярске

© дизайн-агентство Artstyle, 2016