

Выручаем

Руководство
по использованию
фирменного стиля



Руководство создано в цветовом профиле RGB. Информация о других цветовых профилях находится в разделе «Фирменная палитра»

Логотип	4
Фирменная палитра	15
Фирменный шрифт	17
Фирменная плашка	23
Иконки	27
Векторные иллюстрации	31
Растровые иллюстрации	34
Градиенты	45
Брендблок	50
Фотостиль	55
Макетирование	72
Носители для онлайн среды	75
Носители для офлайн среды	78
Презентация	92
Примеры использования айдентики	107

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Выручаем 

Логотип

Инверсия

Версия логотипа с инверсией
на фирменном зеленом фоне.

Выручаем 

Логотип

Охранное поле

Минимальный отступ охранного поля равен высоте графического знака логотипа.

Рекомендованный отступ равен двум высотам графического знака.



Минимальный отступ

Рекомендованный отступ



Логотип

Логотип
с дескриптором

Логотип с дескриптором имеет
вертикальную и горизонтальную композицию.

Горизонтальная композиция



Вертикальная композиция



Логотип

Сокращенная версия логотипа

Сокращенная версия логотипа состоит из буквы «В»
шрифтового начертания и «листочка». Используется
для иконок, фавиконов и аватарок.



Охранное поле сокращенной
версии логотипа. В иконках,
фавиконах и аватарках охранное
поле не соблюдается

Выручаем 

25 мм / 100 px

Выручаем  Продуктовая
помощь

35 мм / 160 px

Выручаем 
Продуктовая
помощь

25 мм / 100 px



6 мм / 20 px



Искажение пропорций логотипа



Изменение частей логотипа



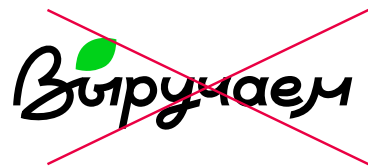
Применение эффектов, затрудняющих прочтение



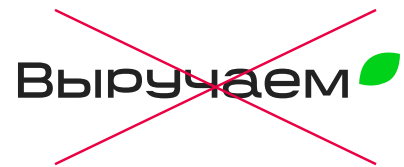
Изменение цветов логотипа



Не размещайте логотип на пестром, детализированном фоне



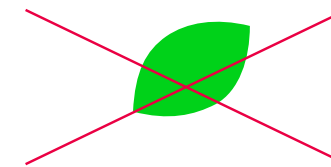
Изменение композиции



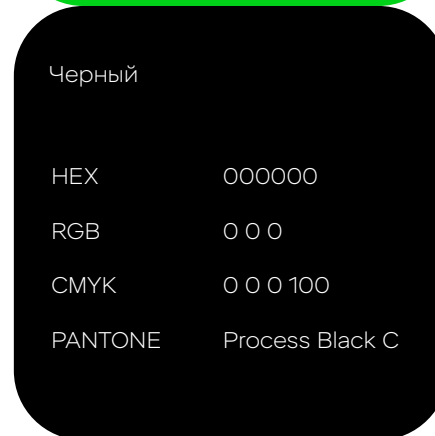
Использование других шрифтов



Поворот логотипа на произвольный угол



Не используйте элемент «листочек» в отрыве от шрифтовой части



Логотип

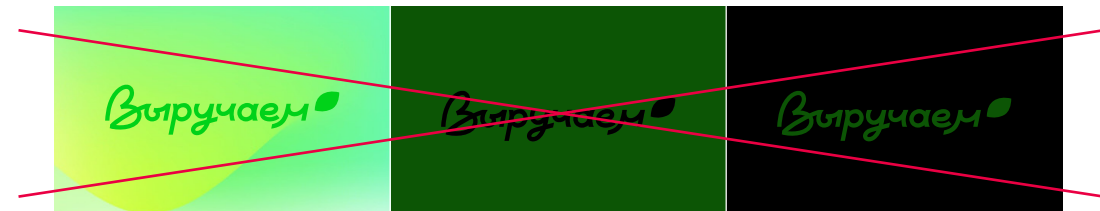
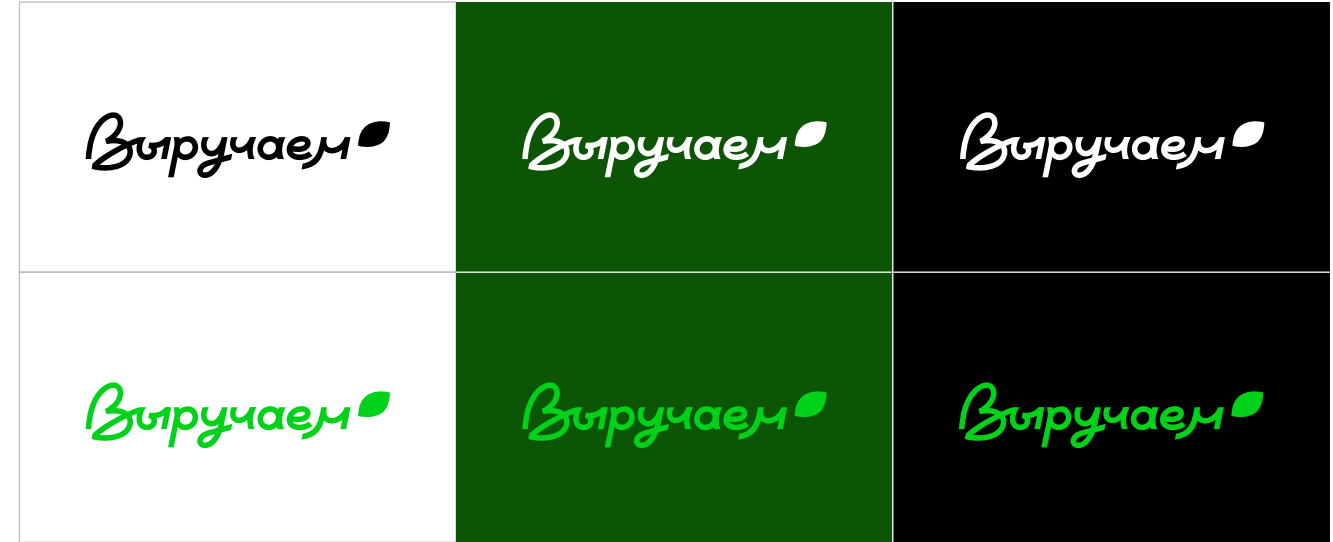
Основные цветовые схемы

Главное правило – размещайте логотип на максимально контрастном фоне.

Двухцветное начертание



Одноцветное начертание



Избегайте спорных ситуаций с размещением логотипа на неконтрастных фонах

Логотип

Размещение логотипа на изображениях

Главное правило – размещайте логотип на максимально контрастном фоне.



Одноцветное светлое начертание используется на темных изображениях



Не размещайте логотип на важных частях изображения (лицо героя и важные части тела в сюжете фотографии, например, руки, держащие пакет с продуктами)

Не размещайте логотип на пестром, детализированном фоне

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Фирменная палитра

Направление «Продуктовая помощь»

Зеленый	Основной	Неоновый	
HEX	0C5505	HEX	00D119
RGB	12 85 5	RGB	0 209 25
CMYK	80 0 100 40	CMYK	70 0 100 0
PANTONE	356 C	PANTONE	802 C

Лаймовый	
HEX	D7FF5A
RGB	215 255 90
CMYK	20 0 80 0
PANTONE	372 C

Направление «Комфортная и безопасная среда»

Кремовый	Основной	Оранжевый	
HEX	FFEOC7	HEX	FD9A68
RGB	255 224 199	RGB	253 154 104
CMYK	0 10 20 0	CMYK	0 50 60 0
PANTONE	691 C	PANTONE	163 C

Коралловый	
HEX	FFB5AB
RGB	255 181 171
CMYK	0 35 20 0
PANTONE	176 C

Направление «Здоровье и правильное питание»

Аквамарин	Основной	Лавандовый	
HEX	5277FF	HEX	AEBBFF
RGB	82 119 255	RGB	174 287 255
CMYK	70 60 0 0	CMYK	30 25 0 0
PANTONE	2727 C	PANTONE	270 C

Небесный	
HEX	C5F1FF
RGB	197 241 255
CMYK	20 0 0 0
PANTONE	290 C

Направление «Корпоративное волонтерство»

Пурпурный	Основной	Сиреневый	
HEX	A35CFF	HEX	CD9BF5
RGB	163 92 255	RGB	205 155 245
CMYK	50 70 0 0	CMYK	20 40 0 0
PANTONE	265 C	PANTONE	264 C

Пастельный	
HEX	FFCCF1
RGB	255 204 241
CMYK	0 25 0 0
PANTONE	243 C

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

X5 Sans

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч
Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Рекомендуемые параметры
текста, которые могут
меняться в зависимости
от макета

Заголовок Bold,
интерлиньяж 80-100%

Подзаголовок Medium,
интерлиньяж 100-110%

Наборный текст Regular,
интерлиньяж 120-140%

Сноски Light,
интерлиньяж 100-100%

Продуктовая ПОМОЩЬ

Пожертвуйте продукты нуждающимся

Купите товары из списка и оставьте
их в «Корзине доброты» при выходе
из магазина. Мы сформируем наборы
и добавим недостающие продукты.

Подробности на сайте.

Цифры Regular,
интерлиньяж 100%

300

тонн продуктов

Arial

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч
Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

TT Gentlemen

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
_Mm Ww Bb Gg Gg Hh Ii Jj

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Выбор
продуктов

Делаем еду
доступной
каждому

Празднуем
день защиты детей

Можно дополнительно выделять
акцидентный шрифт цветом

~~Делаем еду
доступной каждому~~

Не набирайте весь текстовый
блок акцидентным шрифтом

~~Празднуем
день защиты детей~~

В паре с акцидентным шрифтом
выделяйте цветом только его

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

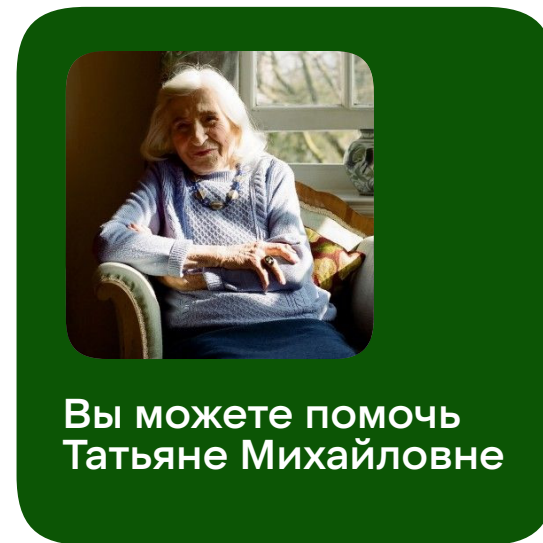
Презентация

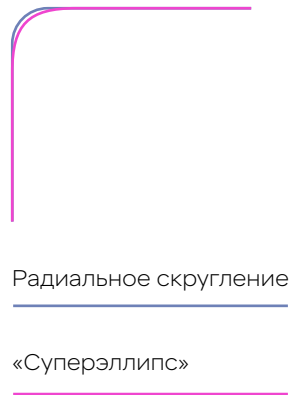
Примеры использования айдентики

Фирменная плашка

Использование плашек

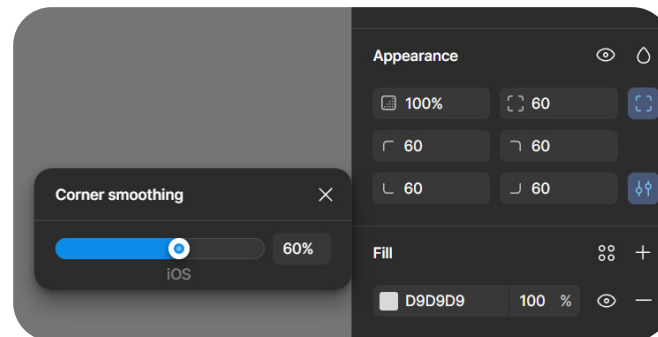
Для выделения текстов, изображений и фирменных элементов используется фирменная плашка со скругленными углами.





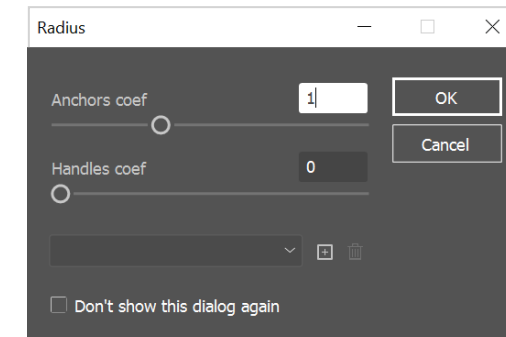
Скругления «суперэллипс» в Figma

- 1 Выделите прямоугольник со скругленными углами
- 2 Примените «Corner smooting» через панель «Appearance»

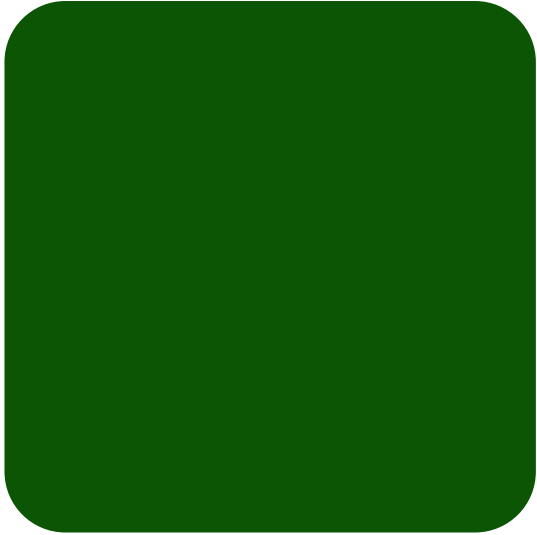


Скругления «суперэллипс» в Illustrator

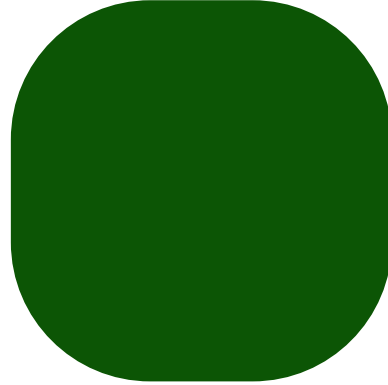
- 1 Выделите прямоугольник со скругленными углами
- 2 Примените плагин «radius»



Фирменная плашка



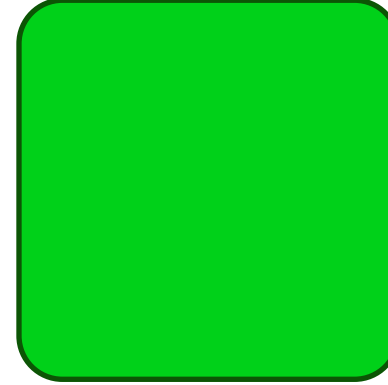
Недопустимое использование плашек



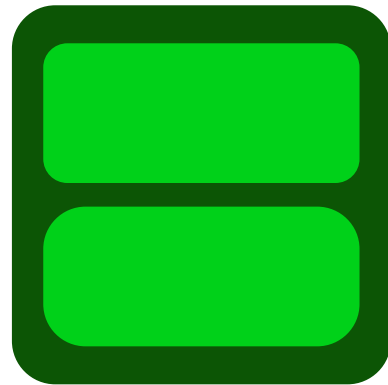
Скругления слишком округлые, приближенные к кругу



Скругления слишком маленькие, почти незаметные



Плашка с обводкой



На макете разные скругления у плашек

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

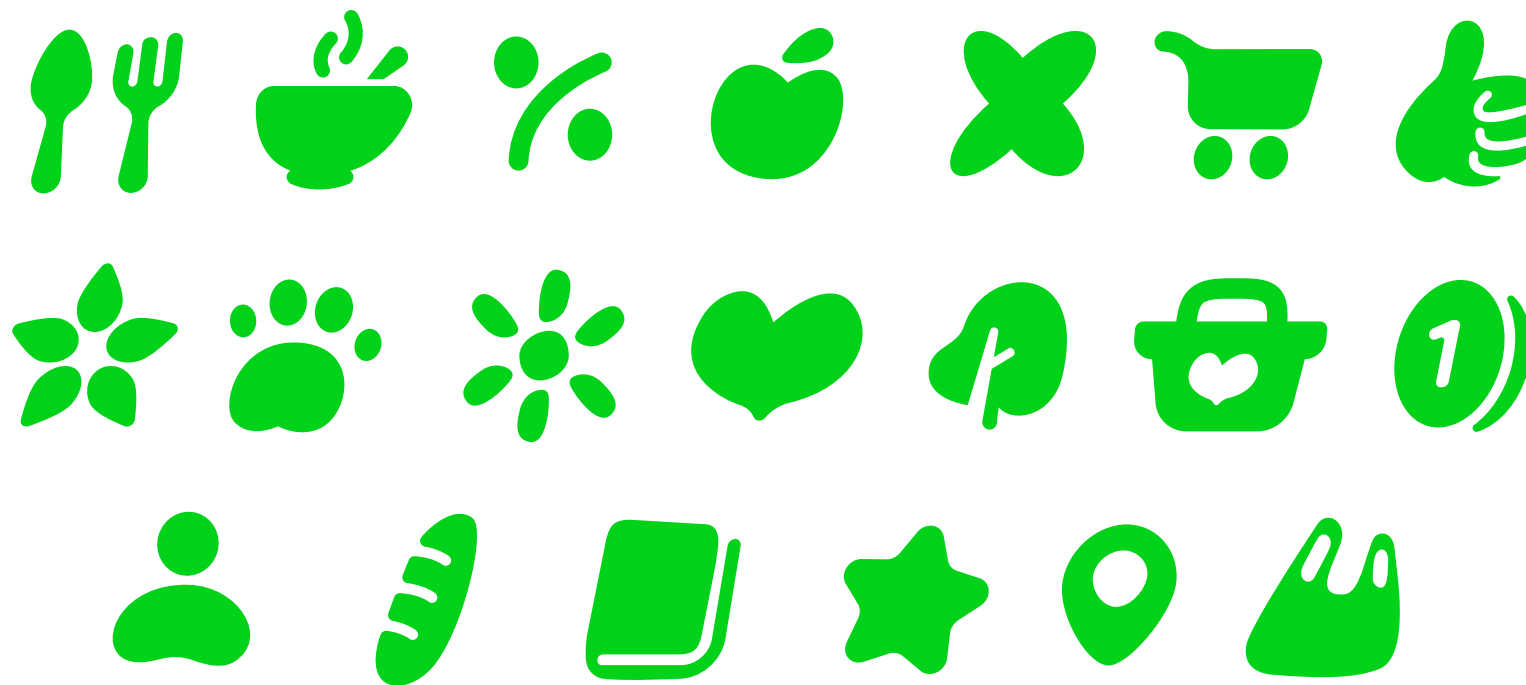
Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Все «иконки» выполнены в единой стилистике: плавные края контура, с заливкой и наклоном вправо.

Сет «иконок» может дополняться новыми символами на усмотрение дизайнера с сохранением стилистики.

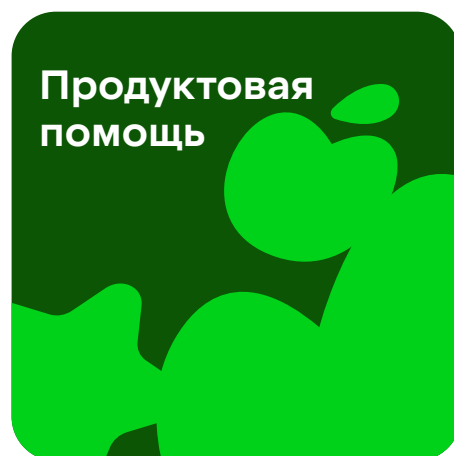


«Иконки» могут использоваться в качестве самих иконок, дополняя информацию на макете, а могут соединяться и становиться фоновым элементом.

Также с помощью иконок могут создаваться «клеймы».



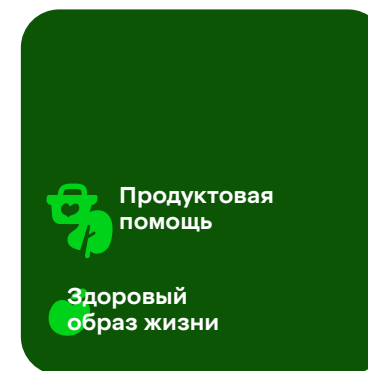
Иконки как иконки



Иконки как фоновый элемент



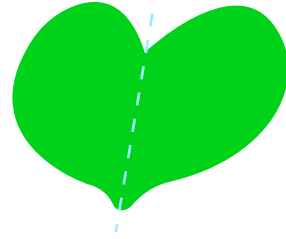
Иконки как клеймы



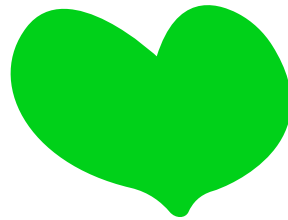
Следите, чтобы на иконку не находили другие элементы макета



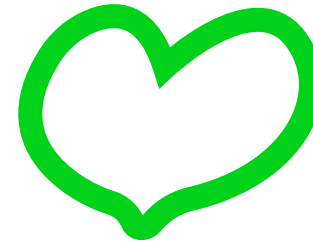
Элементы не должны соединяться в бесформенное пятно



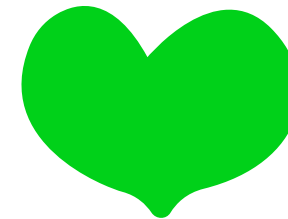
Рекомендованный угол наклона 10°



Отрицательный наклон иконки



Иконка с контуром без заливки



Иконка без наклона



Не скругленные углы

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

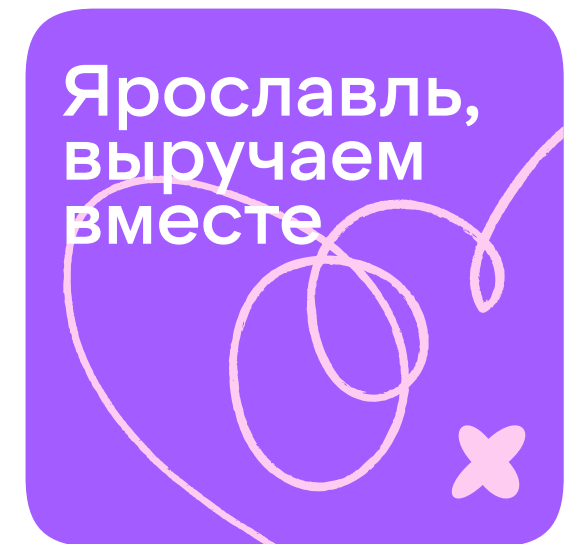
Примеры использования айдентики

Векторные иллюстрации

Векторные иллюстрации выполнены в едином стиле, сочетающем линейность и шероховатую текстуру. Используется кисть «Charcoal 05».

Иллюстрации могут как дополнять текст, например, подчеркивая фразы внутри него, так и быть самостоятельным элементом на макете.

Для создания векторных иллюстраций используйте цвета из фирменной палитры (см. раздел «Фирменная палитра», сл. 14).





Много графики, которая занимает более 50% макета

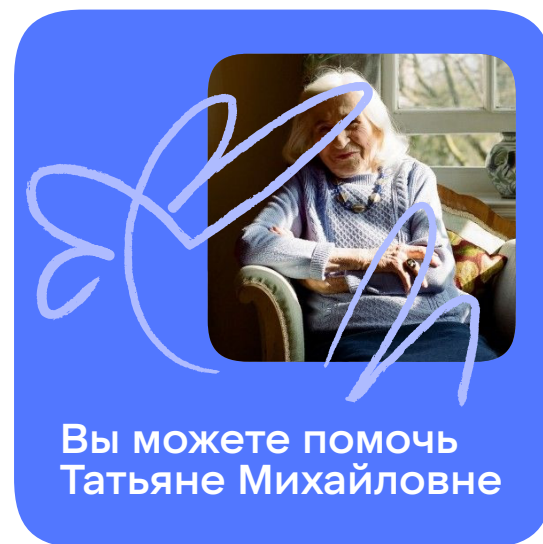
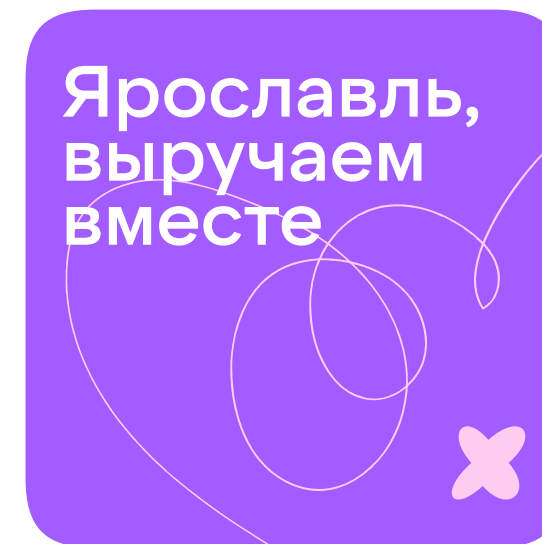


Иллюстрация находит на важные части изображения (лицо и тело героя)



Толстая линия



Тонкая, волосаяная линия

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Стилистика иллюстраций – человеческая, рукотворная, с живыми линиями и пятнами, имитирующими рисунок маркерами.

Ключевая особенность – наклон всех элементов вправо.



Растровые иллюстрации

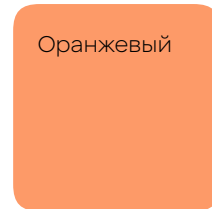
Рекомендуемые цвета фона из фир.палитры



Кодировки цветов см. в разделе «Фирменная палитра», сл. 14

Цвета иллюстраций

Цвет кожи из фир.палитры



Рекомендуем использовать в иллюстрациях фирменную палитру и близкие к ней оттенки. Допустимо использование цветов не из палитры на усмотрение иллюстратора, например, акцентное красное яблоко.



Растровые
иллюстрации

Цвета
иллюстраций

Близкие к фирменной палитре цвета, рекомендуемые для иллюстраций. Цвета могут меняться в зависимости от иллюстрации.



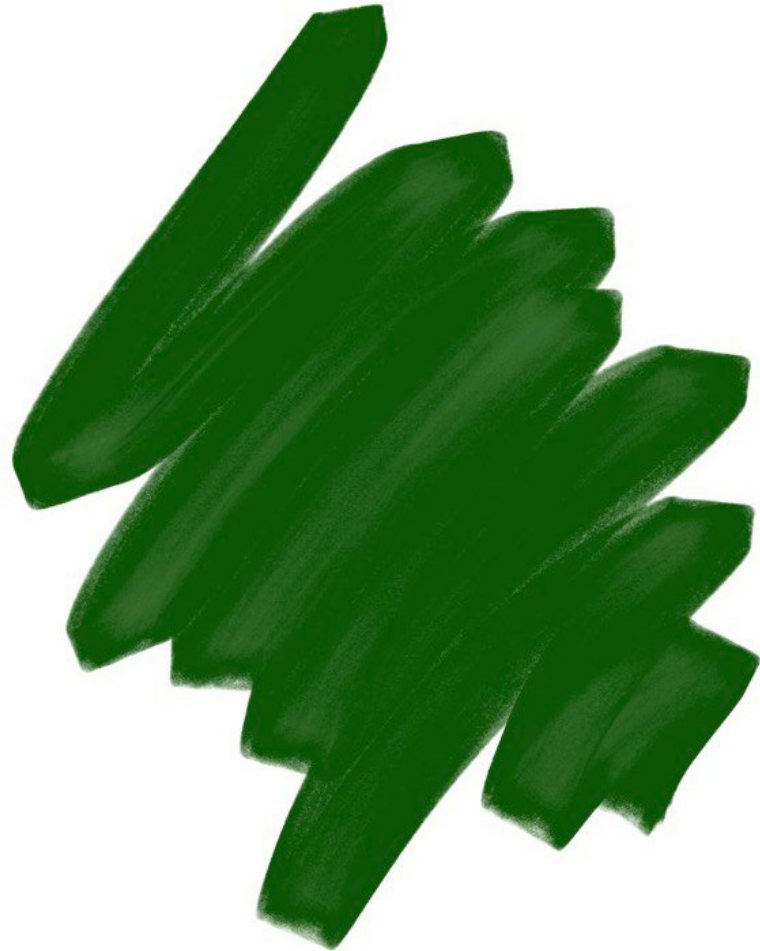
Растровые
иллюстрации

Текстура
иллюстраций

Для создания иллюстраций используется
кисть с эффектом маркера.

Пример – кисть с эффектом
маркера Flynn из Procreate

Пример – набор
LP Dry из Photoshop



Растровые иллюстрации

Упрощенная иллюстрация



Виды иллюстраций

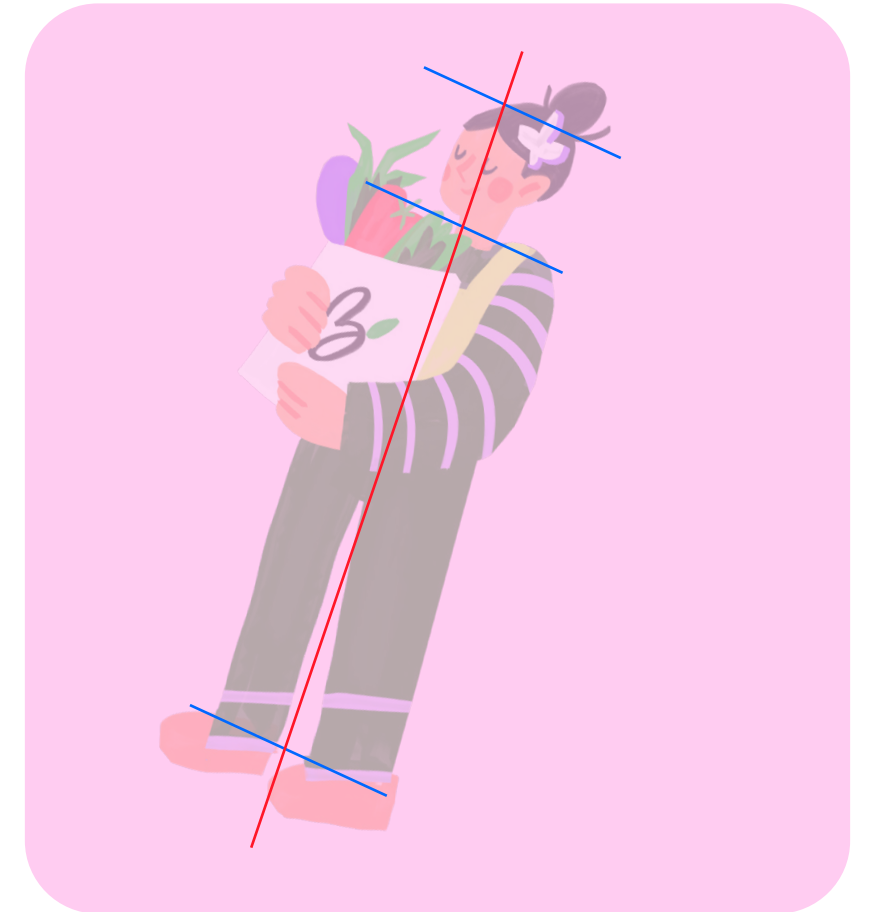
Иллюстрация в полный рост



Иллюстрации могут быть как упрощенные (без нижней части тела), так и в полный рост.

Рекомендуем использовать упрощенные иллюстрации для адаптации под различные форматы.

Следите, чтобы все части тела были наклонены,
в особенности наклон должен быть заметен в плечах,
иначе создается ощущение падающих людей.



При рисовании отдельных объектов, а также еды появляется небольшая детализация: блики, тени и т.д.

Рекомендуем использовать в иллюстрациях фирменную палитру и близкие к ней оттенки. Остальные цветовые сочетания на усмотрение иллюстратора.



Растровые иллюстрации

Паттерны

В паттернах можно рисовать упрощенные овощи и фрукты.

Рекомендованные цвета фона см. в разделе «Цвета иллюстраций».

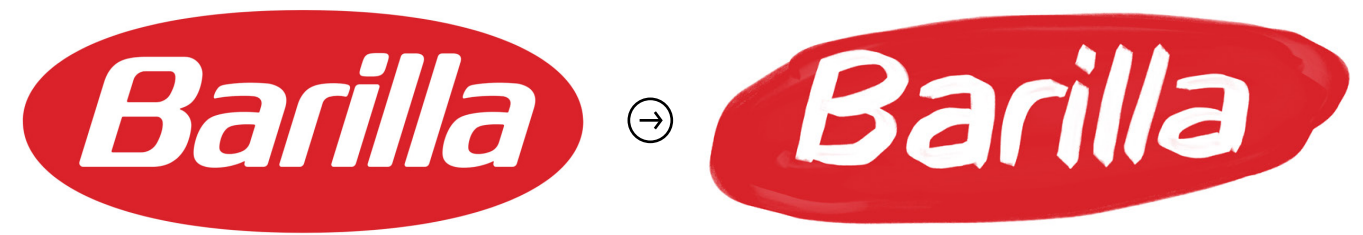
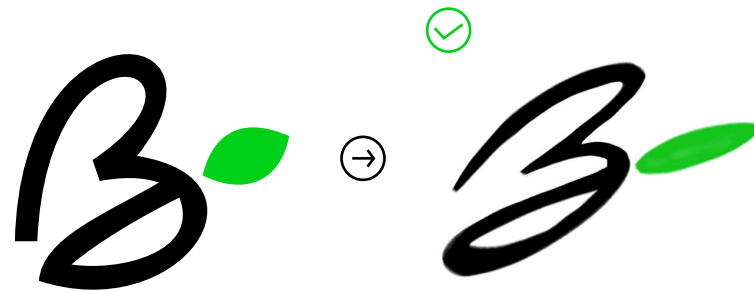


Не кадрируйте паттерн слишком сильно, так не распознается объект

Растровые
иллюстрации

Логотипы
в иллюстрациях

Если в иллюстрации используются логотипы,
то они отрисовываются в общей стилистике,
цвета логотипа при этом сохраняются.



Растровые иллюстрации

①

Напишите промт в нейросети. Схема промта для генерации иллюстраций: «[ваш сюжет] Flat illustration in a playful naive style, bold simplistic shapes, hand-painted gouache texture, bright pastel colors, minimal shading, soft rounded characters».

A girl holds a basket of groceries in her hands. Grandma is standing next to her and smiling. simple art illustration Flat illustration in a playful naive style, bold simplistic shapes, hand-painted gouache texture, bright pastel colors, minimal shading, soft rounded characters

Использование нейросетей

②

При генерации иллюстраций добавляйте Image prompt, который наиболее близок к генерируемому сюжету. Также можно обучить нейросеть на стилистике иллюстраций и добавлять созданный стиль к генерации.

A girl holds a basket of groceries in her hands. Grandma is standing next to her and smiling. simple art illustration Flat illustration in a playful naive style, bold simplistic shapes, hand-painted gouache texture, bright pastel colors, minimal shading, soft rounded characters



Krea 1

Пример создания иллюстрации в нейросети Krea.

③

Нейросеть не может воспроизвести все особенности иллюстрации, поэтому при необходимости вы можете добавить наклон иллюстрации в графическом редакторе.



Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

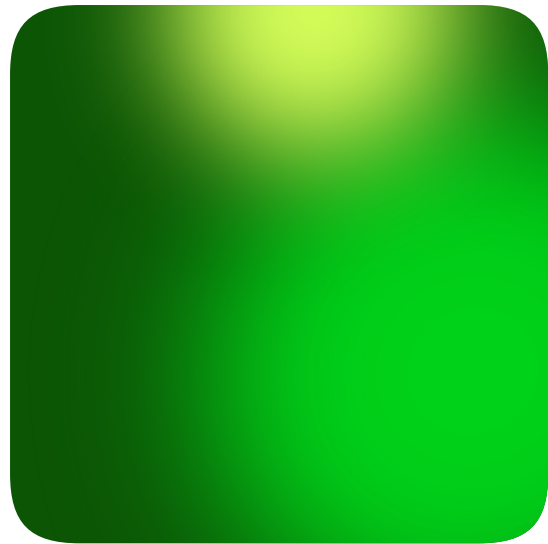
Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики



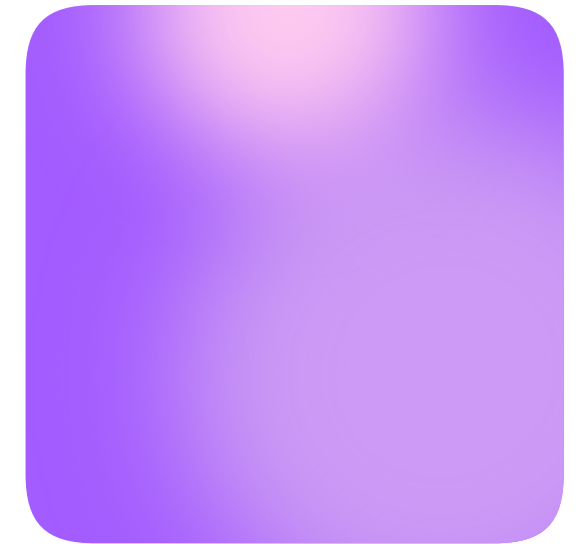
Фирменная палитра
«Продуктовая помощь»



Фирменная палитра
«Здоровье и правильное питание»



Фирменная палитра
«Комфортная и безопасная среда»



Фирменная палитра
«Корпоративное волонтерство»



Фирменная палитра
«Продуктовая помощь»



Фирменная палитра
«Здоровье и правильное питание»



Фирменная палитра
«Комфортная и безопасная среда»



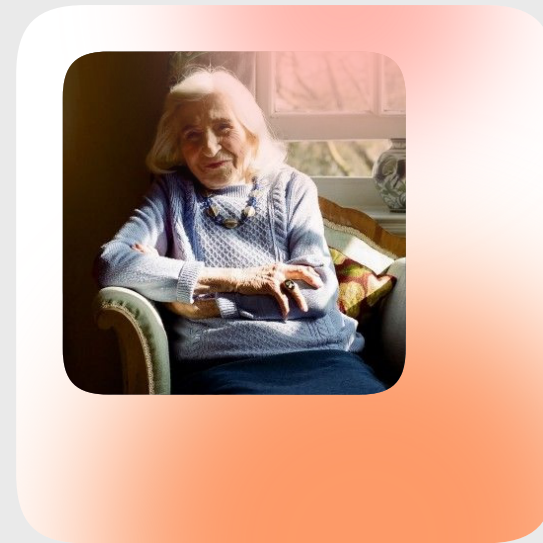
Фирменная палитра
«Корпоративное волонтерство»



Градиенты встраиваются в фон и становятся однородной композицией с фирменными элементами



Градиенты выделяют другие фирменные элементы



Градиенты находят на изображения



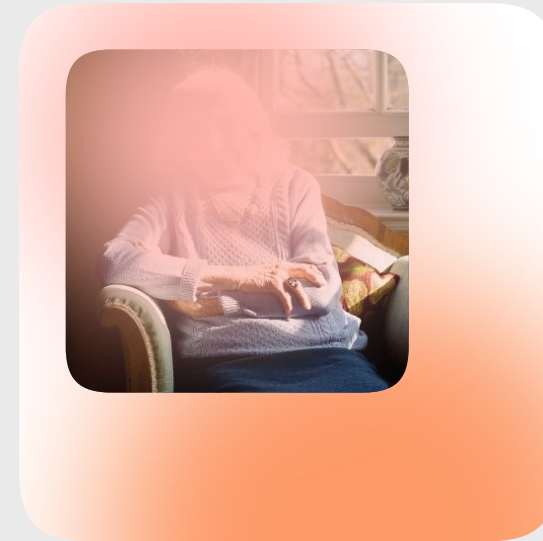
Градиенты находят на иллюстрации



Градиенты смешивают все элементы
в неоднородный объект



Более трех градиентов на одном макете



Градиенты находят на важные
части изображения (лицо героя и важные
части тела в сюжете фотографии, например,
руки, держащие пакет с продуктами)



Градиенты перекрывают
более 30% иллюстрации

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Брендблок

Логотип
и фирменная плашка

Логотип на макете может встраиваться в фирменную плашку со скругленными углами. Рекомендуемое расстояние от краев плашки до логотипа равно двум высотам графического знака «листочек».

Радиус скругления 25 px, скругление «суперэллипс». Используйте данную электронную версию брендблока.



К логотипу в скругленной плашке могут присоединяться другие логотипы в плашках. Все плашки располагаются внахлест в 1px. Внутри плашек логотипы выравниваются по центру.

Плашки могут быть разные по ширине, но одинаковые по высоте, выравниваются по горизонтальной оси.





Плашки не внахлест друг к другу



Плашки слишком близко друг к другу



У плашек не скругленные края



Плашка любого цвета, кроме белого



Плашки разные по высоте

Брендблок

Брендблок
на макете

На макете логотип «Выручаем» может располагаться как в фирменной плашке, так и без неё, когда есть необходимость сделать акцент на бренд.



Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

«Репортажная» съемка людей, теплый цветокор,
освещение естественное.

Основой фотостиля является акцент на героях через работу со светом: мы подсвечиваем людей так, чтобы именно они становились центром внимания в кадре. Мягкое теплое освещение выделяет их из фона и создает ощущение заботы. Так мы показываем, что каждый человек, которому помогает фонд, – главный герой своей истории.



Благополучатели.
Один человек

Естественные эмоции, теплый цветокор, размытый фон, акцент на человеке, свет падает на него (посадить героев у окна). Можно давать героям предметы в руки, чтобы съемка казалась более живой.

Фон однородный. Если слишком детализированный, то с размытием.

Ракурс прямой, линия горизонта ниже плеч и выше пояса героя. Не используйте крупный план и старайтесь снимать в антураже.

Используйте теплые оттенки в цветокоре.



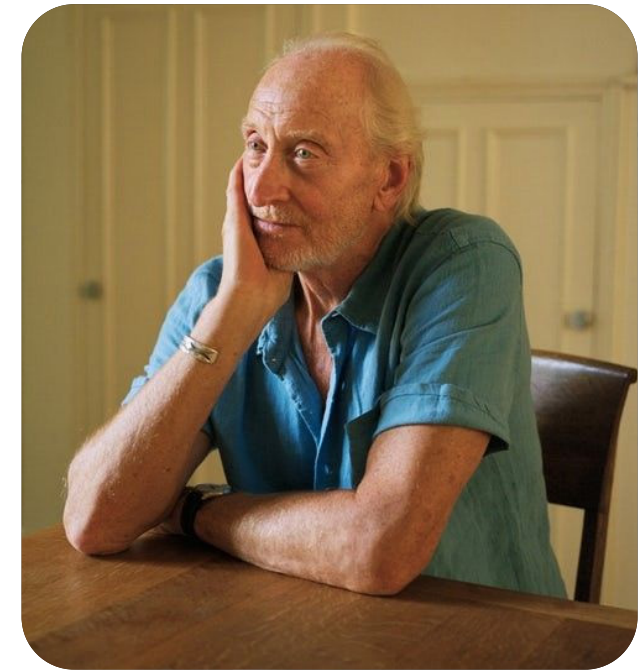
Композиционно создавать разноплановость кадра



Лучше всего фотографировать благополучателей в сидячем положении. Не заваливайте горизонт



В руки благополучателям можно давать какие-то предметы для создания истории. Теплые оттенки в цветокоре



Взгляд благополучателя может быть не направлен в камеру. Съемка на уровне глаз.



Холодные оттенки, портретная съемка



Заваленный горизонт, плоское освещение
(можно было поставить героя боком),
неправильное кадрирование



Съемка сверху, неоднотонный фон, нет
акцента на человеке, холодная гамма



Съемка сверху, неоднотонный фон, нет
акцента на человеке, холодная гамма

Естественные эмоции, теплый цветокор, размытие фона, акцент на людях, свет падает на группу (герои у окна).

Когда идет съемка группы людей, в особенности семьи, можно добавить людям взаимодействия, сделать акцент на «моменте». Более свободные движения, улыбки, «игра».



Герои у окна, создается объем



Взаимодействие друг с другом: «игра», объятия



Ракурс съемки прямой



Ракурс сверху, «плоское освещение»



Герои не взаимодействуют друг с другом



Пакет продуктов в руке



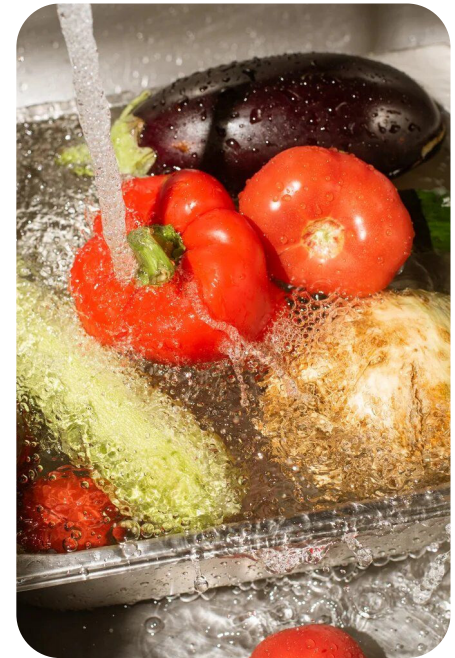
Пакет стоит на столе, на переднем плане



Передний план вместе с пакетом продуктов
может быть в легком расфокусе

Насыщенные цвета у продуктов. Фото рецептов можно разбавлять участием человека: передает тарелку, солит еду. Еда может быть подчеркнута светом. Акцент на продуктах.

Акцент на продукте, теплый цветоток снимков





Нет акцента на одном продукте / блюде



Холодный цветокор

«Репортажная» съемка. Естественные позы и эмоции. Крупные кадры еды и общие планы с фоном из большого количества продуктов. Теплый цветокор, насыщенные цвета. Акцент на чем-то одном.



Естественные эмоции



Глубина кадра, разноплановость



Теплый цветокор



Акцент на герое



Неестественные эмоции



Нет акцента, холодный цветокор, нет глубины кадра

Съемка в домашней обстановке или на фоне офиса с какими-то атрибутами в руках для живости кадра.

Чтобы подчеркнуть искренность фонда, можно делать селфи нескольких сотрудников: следите, чтобы камера охватывала пространство вокруг для глубины кадра.



Естественные эмоции



Виден интерьер



Предметы в руках



Глубина кадра, разноплановость



Безликий интерьер



Неестественные эмоции

«Репортажная», UGC съемка. Акцент на одном человеке и предметах в его руках. В групповых фото – увеличение количества взаимодействия между людьми, рекомендуем разделить на группы.



Акцент на герое



Взаимодействия между людьми: объятия, взгляд направлен на друг друга, выраженные эмоции



Акцент на герое



Акцент на герое



Почти нет взаимодействия между людьми



Нет акцента ни на чем

①

Пример промта:

An elderly man (women) is sitting in an old Soviet-era apartment. Soft light from the window gently illuminates his (her) face, creating a warm and cozy atmosphere. The background is slightly blurred, evoking a sense of comfort and tranquility. The man (women) is smiling, his face softly lit by daylight, creating a warm and kind expression. The room features elements of Soviet-era decor: bookshelves, an old patterned sofa, simple fabrics, and furniture. The lighting is natural, with no harsh shadows, and the color tone is warm. The photo is taken with a 50mm lens at f/2.0 aperture, with soft focus on the man's face and a blurred background.

②

Примеры негативных промтов, если требуются:

low quality, blurry, pixelated, jpeg artifacts, noise, overprocessed
deformed face, bad anatomy, asymmetrical face, extra fingers, malformed hands
cartoon, illustration, anime, 3d render, cgi, doll-like, glossy skin
young person, child, teenager, middle-aged, creepy smile, angry, sad
wide angle, fisheye, studio lighting, neon light, modern apartment, text, watermark

③

Примеры готовых генераций



①

Пример промта:

A photo of a mother and grandmother in a grocery store, selecting products with a shopping cart. The lighting is soft and diffused, with gentle natural daylight coming through the windows, creating a calm and even illumination across their faces and bodies. The light is not harsh, avoiding strong highlights or shadows, and gently falls on them to create a relaxed and cozy atmosphere. The background is slightly blurred, with a shallow depth of field (around f/2.8), keeping the focus on the mother and grandmother as they interact with the shelves. The mother holds the cart handle, while the grandmother picks products, creating a warm and natural moment between them. They are not looking at the camera, adding a candid, intimate vibe to the scene. The exposure is soft and balanced, with no overexposed areas, evoking a natural, everyday warmth.

②

Примеры негативных промтов, если требуются:

low quality, blurry, pixelated, jpeg artifacts, noise, overprocessed
deformed face, bad anatomy, asymmetrical face, extra fingers, malformed hands
cartoon, illustration, anime, painting, 3d render, cgi, doll-like, glossy skin
posed, looking at camera, staring, fake smile, exaggerated expression
harsh lighting, studio lighting, neon light, high contrast, overexposed, underexposed, text, watermark, logo

③

Примеры готовых генераций



Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

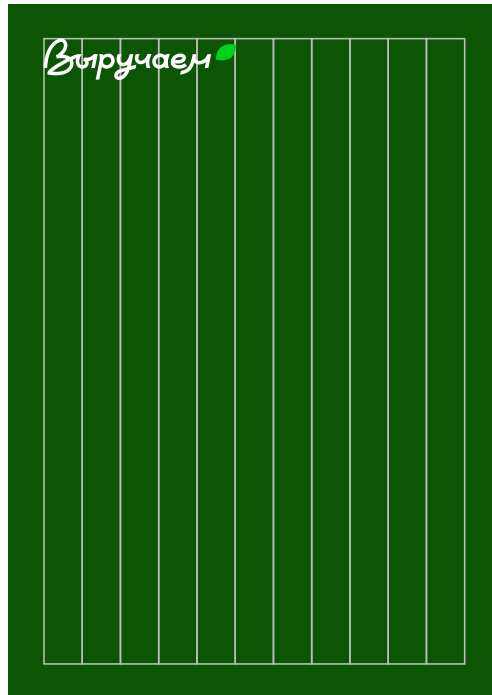
Носители для офлайн среды

Презентация

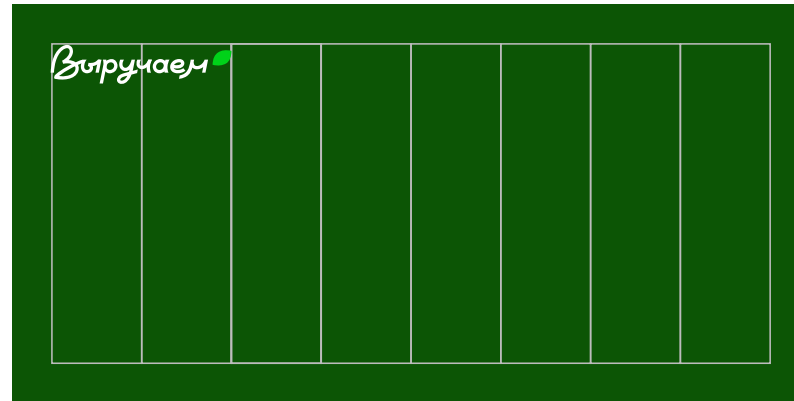
Примеры использования айдентики

Сетки и отступы могут изменяться в зависимости от макета и технических требований.

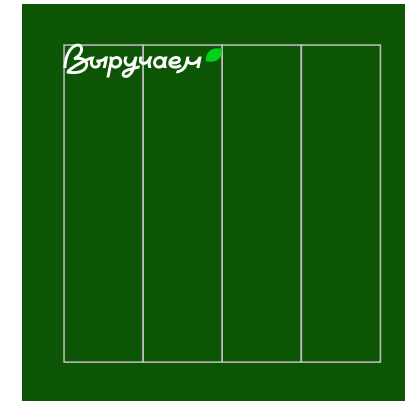
Вертикальный макет



Горизонтальный макет

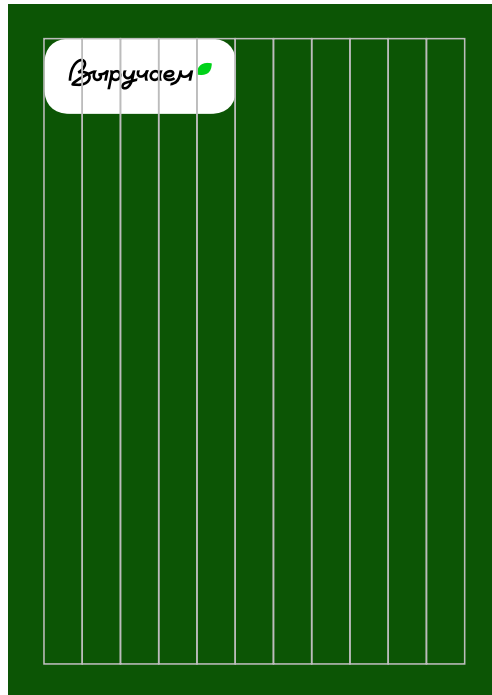


Квадратный макет

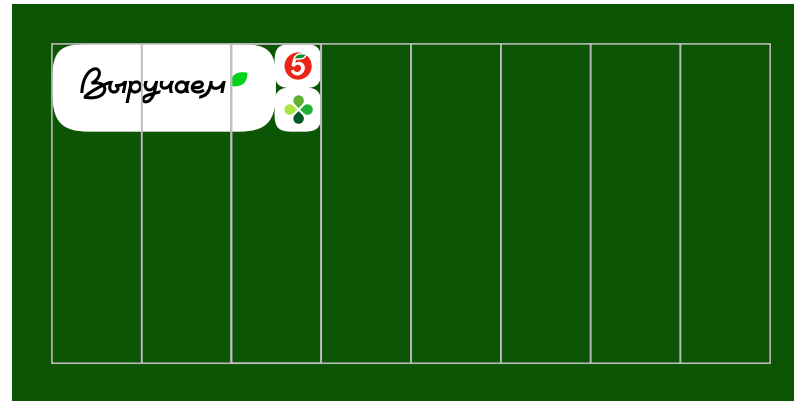


Сетки и отступы могут изменяться в зависимости от макета и технических требований.

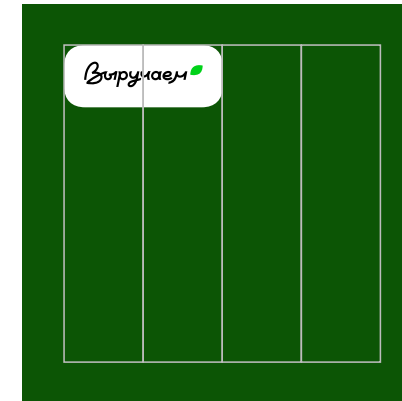
Вертикальный макет



Горизонтальный макет



Квадратный макет



Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

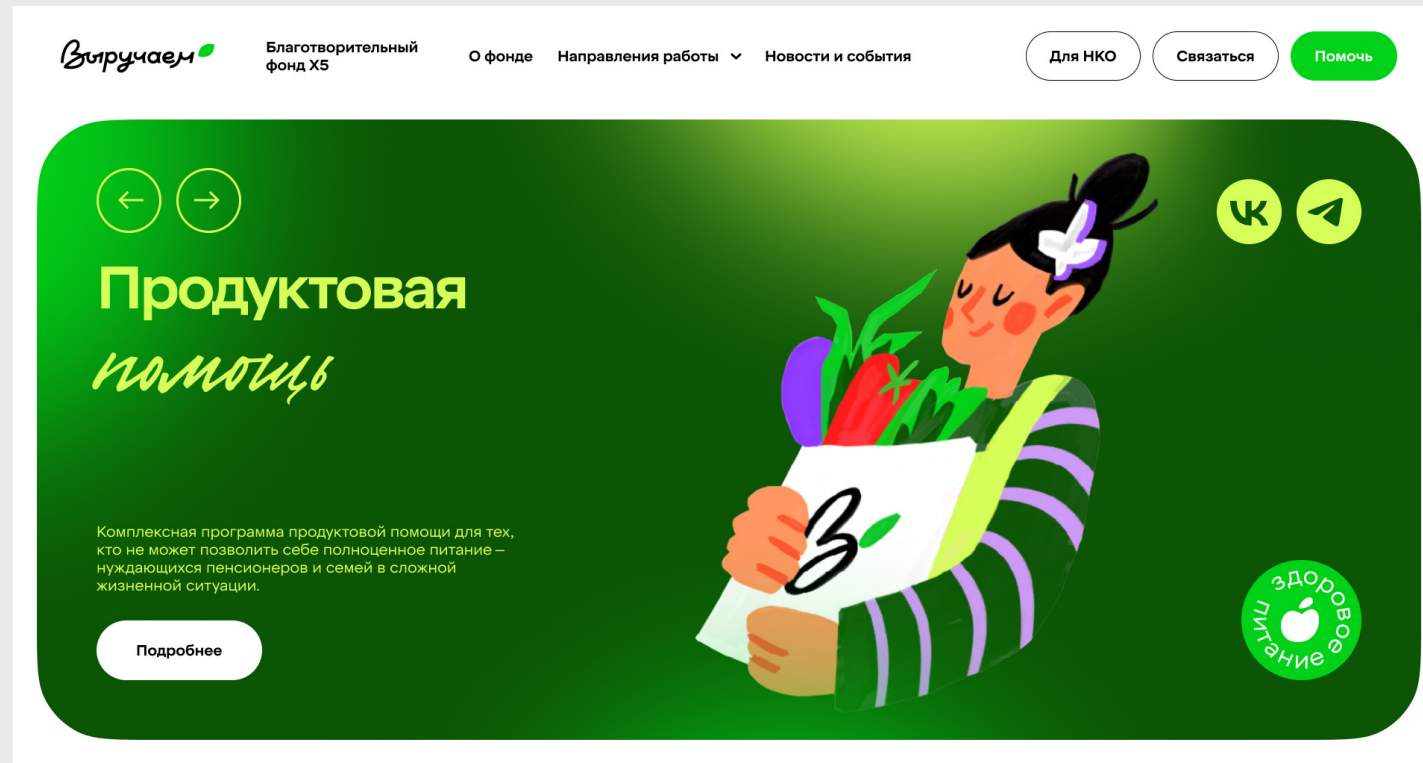
Презентация

Примеры использования айдентики

Используйте готовые шаблоны баннеров,
созданные в Figma.



Используйте готовый шаблон сайта,
созданный в Figma.



Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики



Выручаем

БАНК ЕДЫ
РУСЬ

«Корзина доброты»

Сбор гуманитарной
ПОМОЩИ

Чай

Крупы

Консервы (горошек, кукуруза)

Консервы (мясо, рыба)

Сахар

Макароны

Сухофрукты

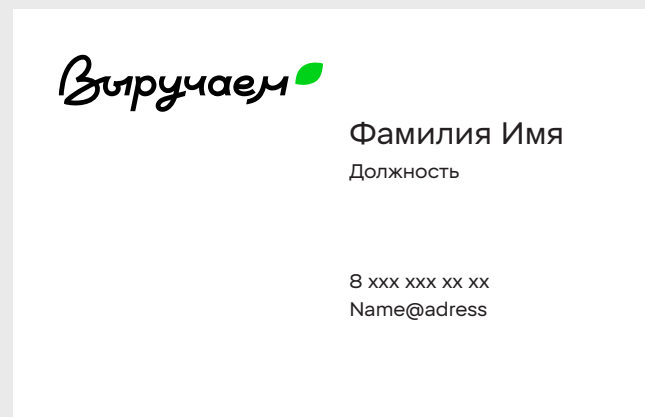
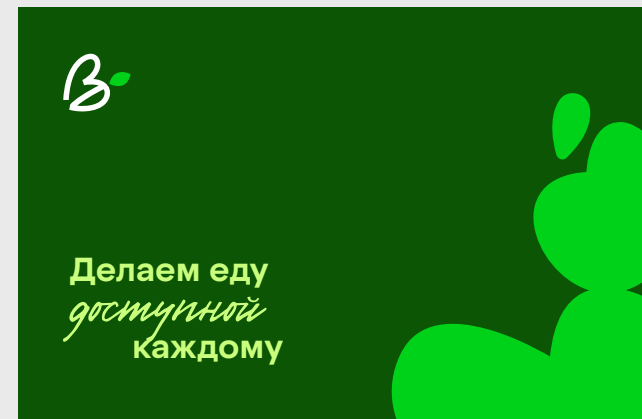
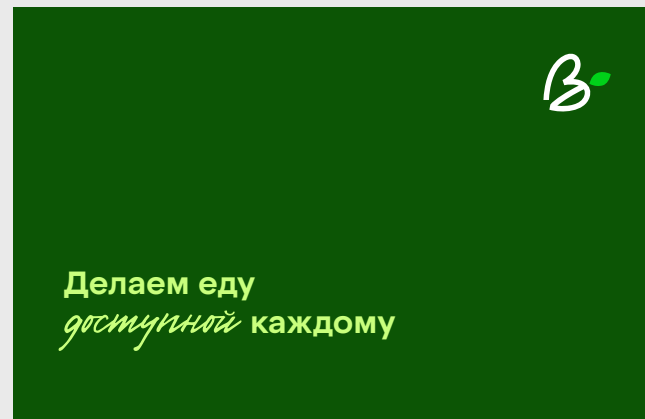
Печенье

Растительное масло

подробнее на корзинадоброты.рф

горячая линия фонда
8 800 555 24 29 foodbankrus.ru

Сбор осуществляется в рамках направления «Продовольственные и непродовольственные марафоны». Цель сбора: благотворительная пожертвований – продовольственная помощь социально незащищенным категориям населения. Контактная информация: БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД «БАНК ЕДЫ «РУСЬ», +7 (495) 212 14 92, Банкетная рд. Юридический, почтовый и фактический адрес: 119520, г. Москва, ул. Богданова, д. 50, помещение 1. ИНН: 7708240852 Расчетный счет: 407038103000000008448.





Письмо от _____ № _____
В ответ на письмо от _____ № _____

Шапка документа
в одну или несколько строк.

Заголовок

Формат работы: B2B2C (Бизнес – Бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся. Формат работы: B2B2C (Бизнес – Бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся

Формат работы: B2B2C (Бизнес – Бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся

Должность А. В. Петров _____

Адрес	Телефон	Почта	Сайт
Россия, 109029, Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4.	8 800 555 24 29	bf@x5.ru	выручаем.рф

Выручаем 

**Собираем
продукты ко дню
защиты детей**

1-2 июня «Пятёрочка» и «Перекрёсток» совместно с банком еды «Русь» будут принимать продукты для детей и семей в тяжелом состоянии




Выручаем 

**Собираем
продукты ко дню
защиты детей**


1-2 июня «Пятёрочка» и «Перекрёсток» совместно с банком еды «Русь» будут принимать продукты для детей и семей в тяжелом состоянии



Выручаем 

Наполните «Корзину доброты»

Фонд «Выручаем» приглашает
принять участие в акции

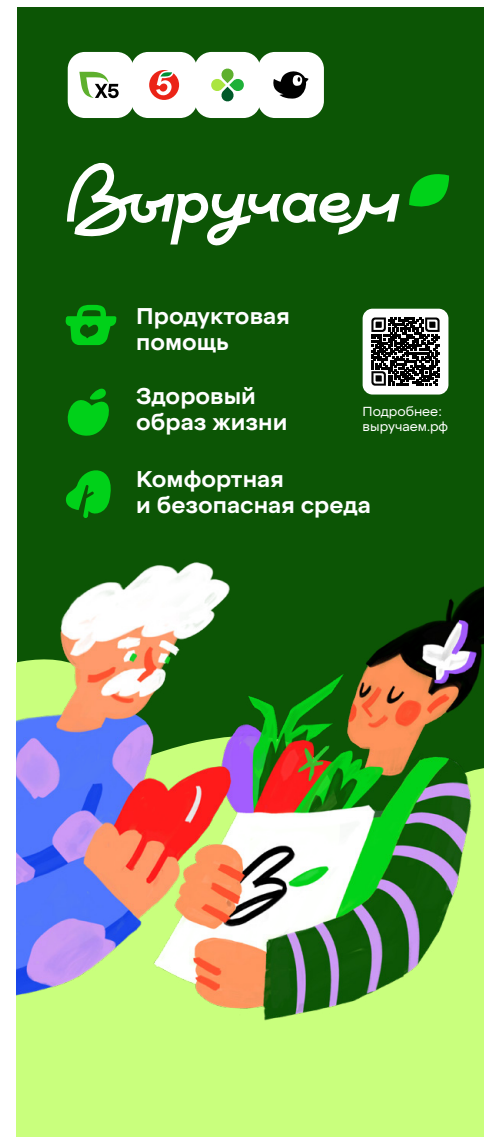


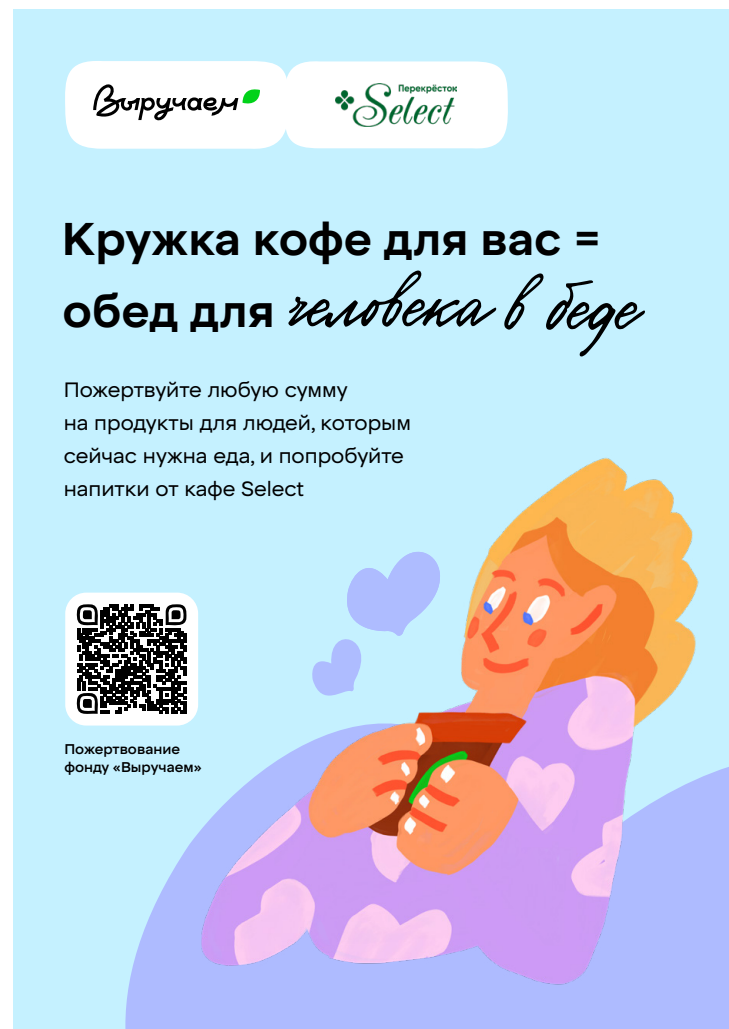
Выручаем 
Продуктовая
помощь

Наполните «Корзину доброты»



Фонд «Выручаем» приглашает
принять участие в акции








Выручаем Продуктовая помощь



5  

Пожертвуйте продукты нуждающимся!

Сегодня вы можете помочь людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию, добавив товары в «Корзину доброты»



Выручаем Продуктовая помощь

5  

Купите товары из списка и оставьте их в «Корзине доброты» при выходе из магазина. Мы сформируем наборы и добавим недостающие продукты.

Нуждающиеся семьи с детьми и одинокие пожилые получают вашу помощь в ближайшее время.

Чай Крупы Консервы (горошек, кукуруза)

Консервы (мясо, рыба) Сахар Макароны

Сухофрукты Печенье Растительное масло

Подробнее на корзинадоброты.рф и банкеды.рф



Носители
для офлайн среды

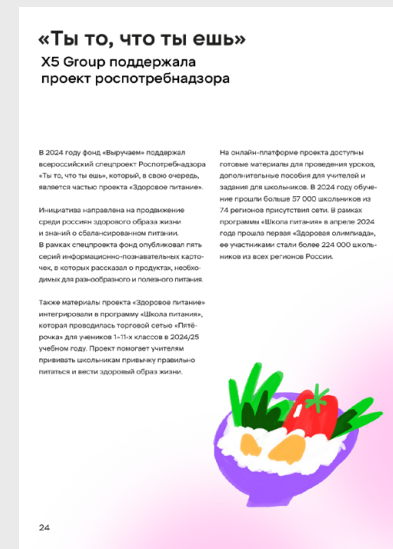
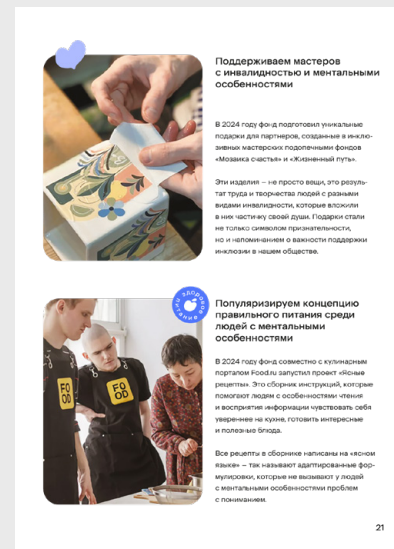
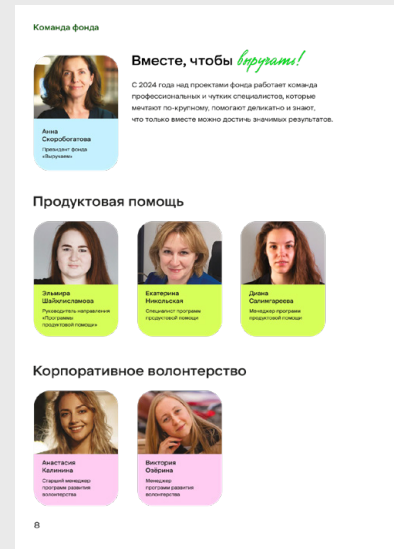
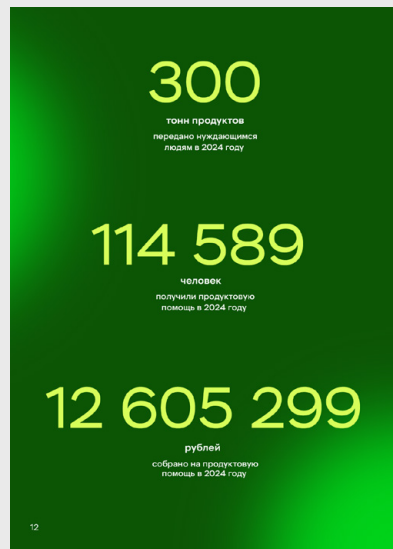
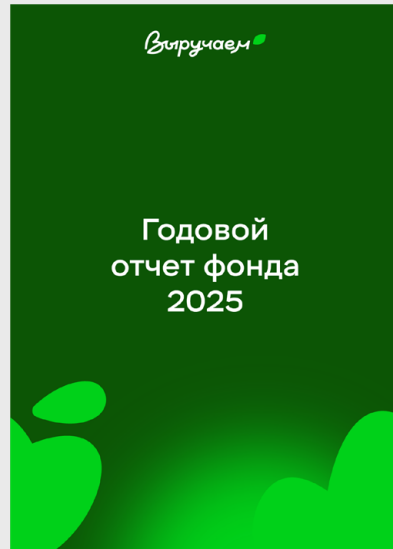
Пакет крафтовый



Носители
для офлайн среды

Пакет крафтовый





Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

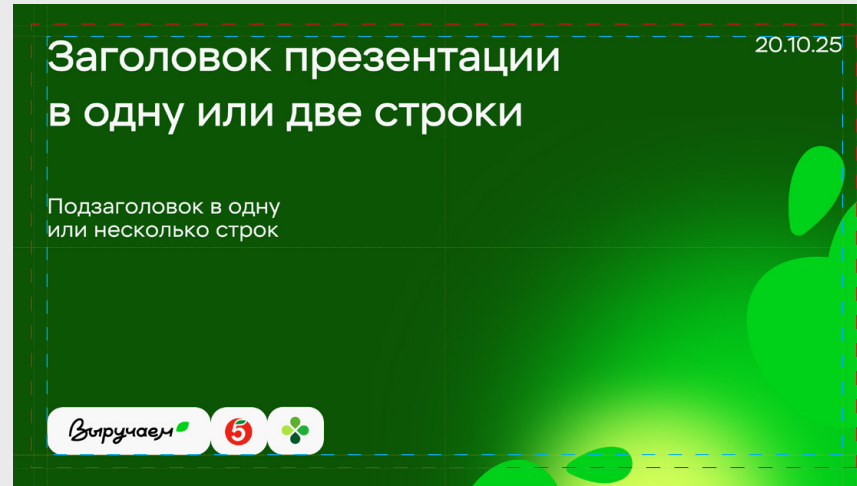
Носители для офлайн среды

Презентация

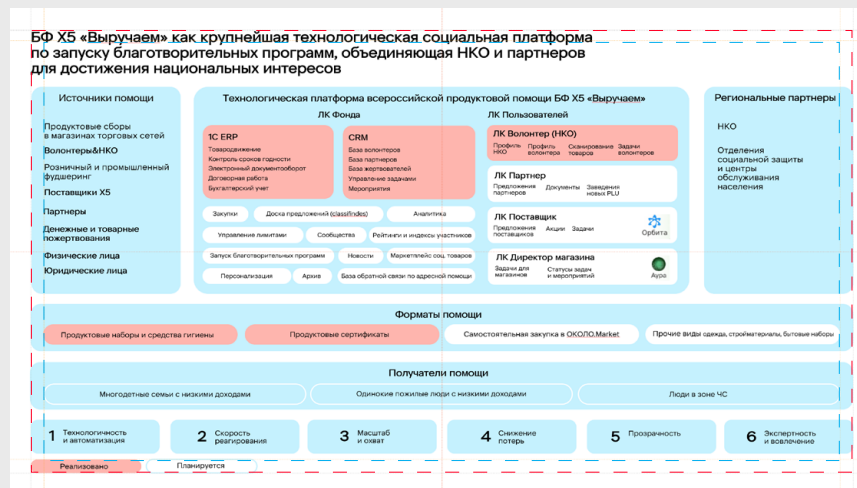
Примеры использования айдентики

Используйте готовый шаблон презентации, созданный в PowerPoint.

Базовая граница слайда используется во всей презентации, расширенная используется, когда объем информации на слайде большой.



Базовая граница



Расширенная граница

В презентации используется шрифт X5 Sans, если нет возможности использовать фирменный шрифт, то используйте Arial.

Размеры кеглей для типовых слайдов, в зависимости от информации на макете кегли могут меняться.

55 Цитата

35-45 цифры

35 Заголовок
презентации/раздела

25 Заголовок
типового слайда

18 Описание презентации
или небольшой текстовый блок

12-14 Подзаголовок

12 Наборный текст

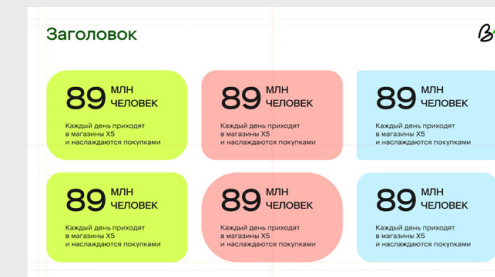
10 Сноска



Скругленные края у изображений



Скругленные края у плашек

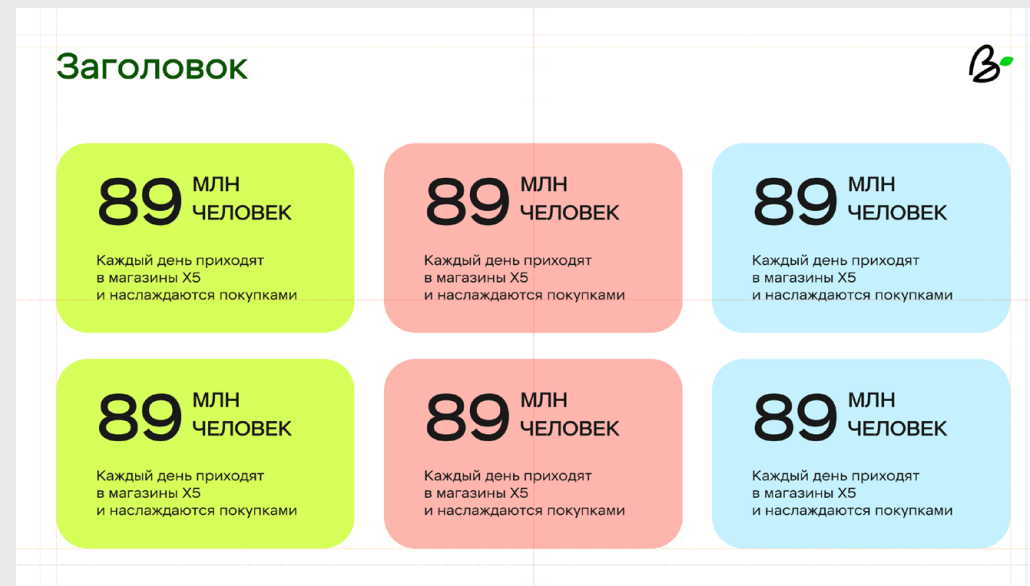


На одном слайде скругление углов должно быть одинаковыми

Рекомендуемые
цвета фона из фир.палитры



Рекомендуемые
цвета плашек из фир.палитры



Используйте на слайде максимум 5 цветов. Рекомендуемое количество – 3 цвета

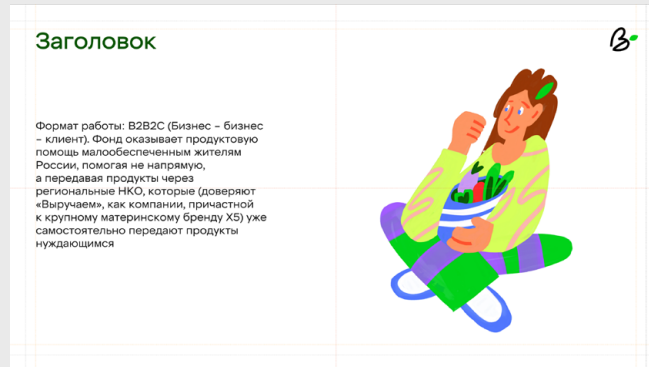


Иллюстрация на белом фоне

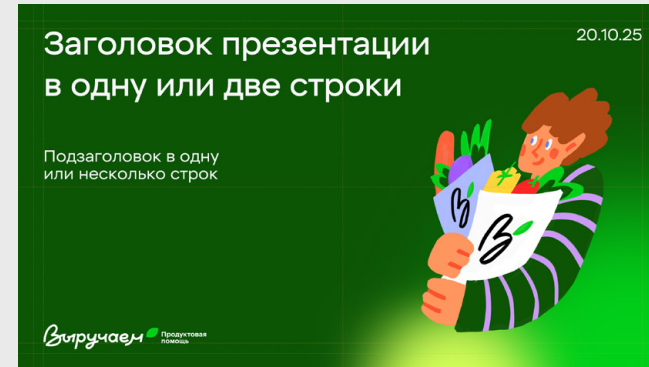
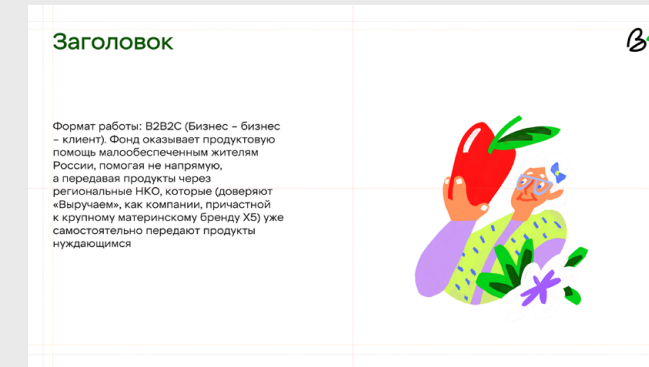


Иллюстрация на цветном фоне



Не используйте иллюстрацию на неконтрастном к ней фоне

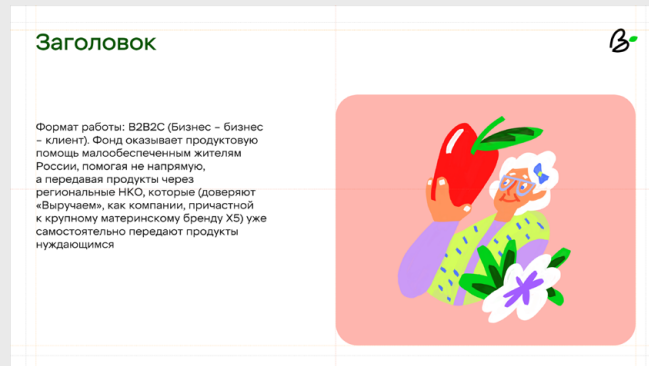


Иллюстрация на цветной плашке.

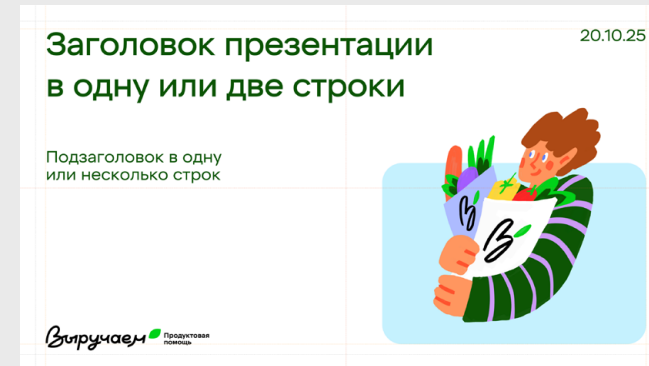
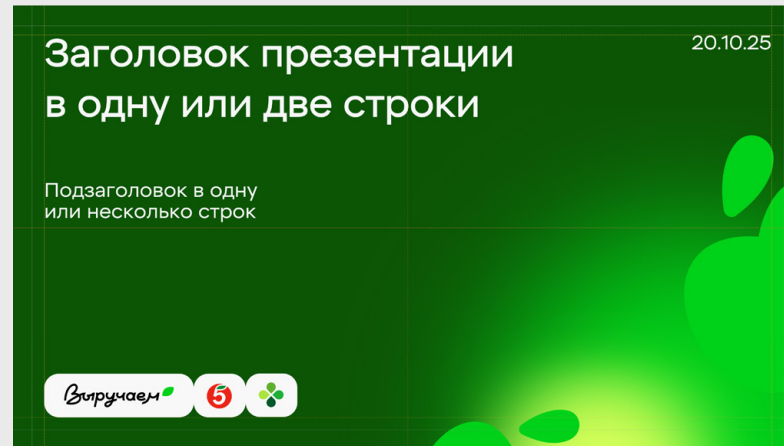



Иллюстрация может находиться внутри плашки, а может «выходить» за неё

20.10.25

Заголовок презентации в одну или две строки

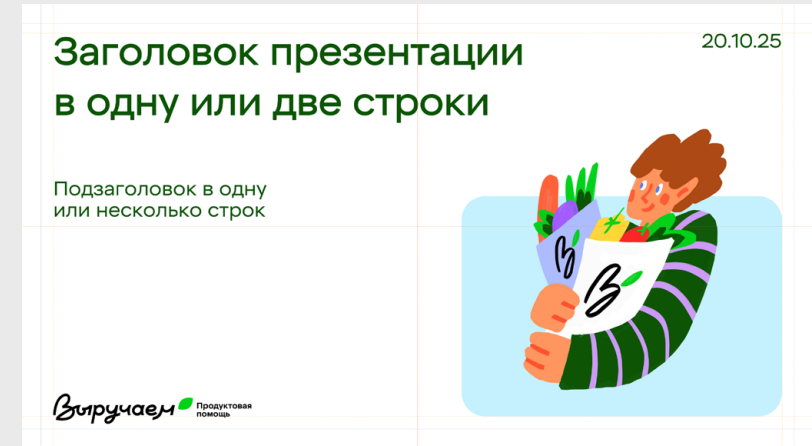

Подзаголовок в одну
или несколько строк



20.10.25

Заголовок презентации в одну или две строки

Подзаголовок в одну
или несколько строк

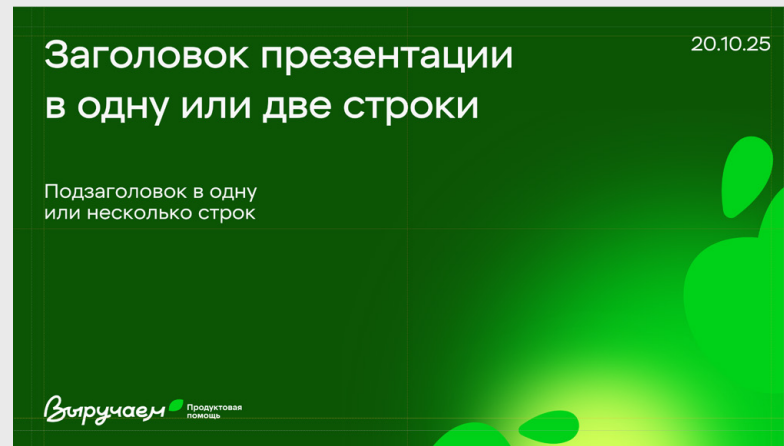



Вспручаем Продуктовая
помощь

20.10.25

Заголовок презентации в одну или две строки

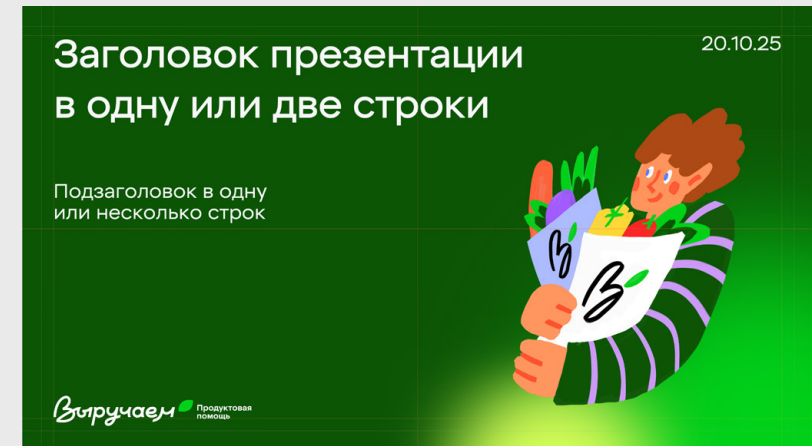
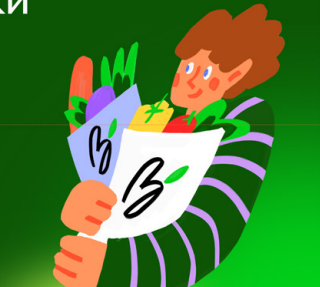
Подзаголовок в одну
или несколько строк



20.10.25

Заголовок презентации в одну или две строки

Подзаголовок в одну
или несколько строк




Вспручаем Продуктовая
помощь

Название раздела	1

Наша миссия –
объединять
семьи, соседей
и общество


В

Заголовок 

Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся

Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся


Маленькая сноски

Заголовок 

Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся

Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся


Маленькая сноски

Заголовок 

Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся.

Работа Фонда ведется в трех направлениях:

- Продуктовая помощь
- Здоровое и правильное питание
- Комфортная и безопасная среда


Заголовок 

Подзаголовок **Подзаголовок** **Подзаголовок**

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.


Заголовок 

1 **2** **3**

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

Заголовок 

100% **100%** **100%**

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

Заголовок



Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые (доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся



Заголовок



«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.

«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего продовольственного ритейлера России компании X5. При этом Фонд выступает в качестве независимого самостоятельного бренда.



Заголовок



Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые (доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся



Заголовок



Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые (доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся



Заголовок



Формат работы: B2B2C (Бизнес – бизнес – клиент). Фонд оказывает продуктовую помощь малообеспеченным жителям России, помогая не напрямую, а передавая продукты через региональные НКО, которые (доверяют «Выручаем», как компании, причастной к крупному материнскому бренду X5) уже самостоятельно передают продукты нуждающимся

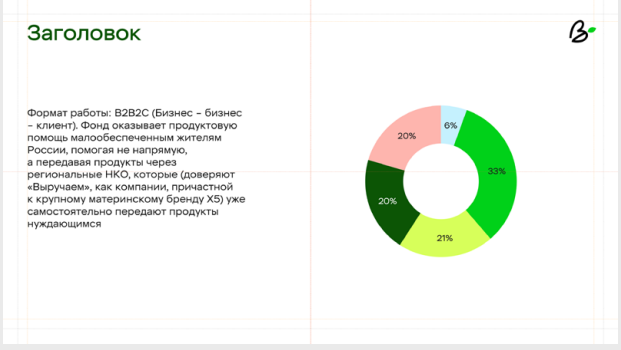
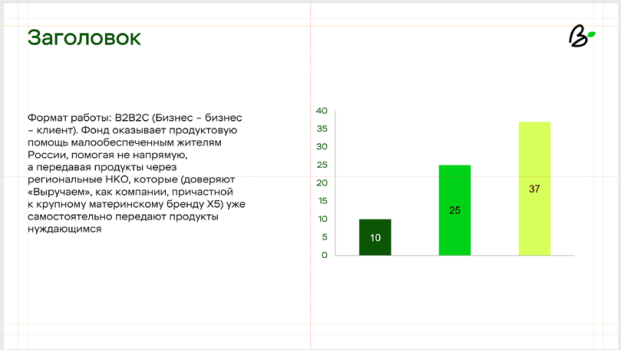


Заголовок 

 <p>«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего ритейлера России компании X5.</p>	 <p>«Выручаем» – собственный благотворительный фонд крупнейшего ритейлера России компании X5.</p>
---	--

Заголовок 

<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>	<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>	<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>
<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>	<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>	<p>89 МЛН ЧЕЛОВЕК</p> <p>Каждый день приходит в магазины X5 и наслаждается покупками</p>



Презентация

01 Фонд создает платформу продовольственной безопасности и внедряет различные сценарии оказания помощи (3/3)

Платформа становится ключевым инструментом построения экосистемы взаимопомощи и взаимодействия между ХБ, «Выручаем», НКО, поставщиками и волонтерами по всей России

Образ и позиционирование	Видение	Ценности
<p>Единое цифровое пространство для кооперации всех участников благотворительных инициатив: НКО, поставщиков, волонтеров, магазинов, логистических центров ХБ и миллионов покупателей.</p> <p>Инфраструктурное ядро социального и продуктового обмена, использующее масштаб, технологические ресурсы и розничный потенциал ХБ для системной поддержки уязвимых групп и устойчивого развития сообществ</p>	<p>Способствовать сокращению уровня бедности и повышению качества жизни людей с низкими доходами.</p> <p>Объединить на одной платформе миллионы покупателей, тысячи поставщиков, партнеров и сотрудников ХБ для профессиональной, технологической и прозрачной помощи нуждающимся по всей стране.</p> <p>Стать современным драйвером развития культуры благотворительности, волонтерства и ответственного отношения к излишкам в бизнесе и обществе.</p>	<p>Открытость – прозрачность всех процессов оказания помощи и организации сборов.</p> <p>Доверие – гарантировано точная и быстрая доставка помощи конечному получателю через верифицированные НКО и партнеров.</p> <p>Ответственность – эффективная борьба с пищевыми потерями, поддержка устойчивого развития, забота о благополучии людей и окружающей среде.</p> <p>Партнерство – поддержка роста и развития НКО, локальных производителей и фермерских хозяйств.</p>

1 Укрепление социальной миссии

2 Лояльность клиентов

3 Достижение ESG-целей

4 Лидерство в ответственном бизнесе



Слайды с большим объемом информации

1 Фонд создает платформу продовольственной безопасности и внедряет различные сценарии оказания помощи (3/3)

Платформа становится ключевым инструментом построения экосистемы взаимопомощи и взаимодействия между ХБ, «Выручаем», НКО, поставщиками и волонтерами по всей России

1 Укрепление социальной миссии

2 Лояльность клиентов

3 Достижение ESG-целей

4 Лидерство в ответственном бизнесе

1

Образ и позиционирование	Видение	Ценности
<p>Единое цифровое пространство для кооперации всех участников благотворительных инициатив: НКО, поставщиков, волонтеров, магазинов, логистических центров ХБ и миллионов покупателей.</p> <p>Инфраструктурное ядро социального и продуктового обмена, использующее масштаб, технологические ресурсы и розничный потенциал ХБ для системной поддержки уязвимых групп и устойчивого развития сообществ</p>	<p>Способствовать сокращению уровня бедности и повышению качества жизни людей с низкими доходами.</p> <p>Объединить на одной платформе миллионы покупателей, тысячи поставщиков, партнеров и сотрудников ХБ для профессиональной, технологической и прозрачной помощи нуждающимся по всей стране.</p> <p>Стать современным драйвером развития культуры благотворительности, волонтерства и ответственного отношения к излишкам в бизнесе и обществе.</p>	<p>Открытость – прозрачность всех процессов оказания помощи и организации сборов.</p> <p>Доверие – гарантировано точная и быстрая доставка помощи конечному получателю через верифицированные НКО и партнеров.</p> <p>Ответственность – эффективная борьба с пищевыми потерями, поддержка устойчивого развития, забота о благополучии людей и окружающей среде.</p> <p>Партнерство – поддержка роста и развития НКО, локальных производителей и фермерских хозяйств.</p>

Информация разбита на 2 слайда

Рекомендуем слайды с большим объемом информации разбивать на несколько слайдов.

БФ ХБ «Выручаем» как крупнейшая технологическая социальная платформа по запуску благотворительных программ, объединяющая НКО и партнеров для достижения национальных интересов

The infographic illustrates the ecosystem of the 'Vyruчаем' foundation. It is divided into several main sections:

- Источники помощи (Sources of help):** Includes 'ХБ ERP' (Retail ERP), 'Розничная и промышленная благотворительность' (Retail and industrial philanthropy), and 'Поставщики ХБ' (Retail suppliers).
- Технологическая платформа (Technology platform):** Lists 'ХС ERP' (Retail CRM), 'СRM' (CRM), 'ЛК Пользователей' (User profiles), 'ЛК Волонтер (РКО)' (Volunteer profiles), 'ЛК Партнер' (Partner profiles), and 'ЛК Поставщик' (Supplier profiles).
- Партнеры (Partners):** Includes 'Доноры' (Donors), 'Субъекты' (Subjects), 'Масштабный оуп, тысячи' (Large scale, thousands), and 'Базы данных' (Databases).
- Региональные партнеры (Regional partners):** Lists 'НКО' (NGOs), 'Организация социальной защиты и центры обслуживания населения' (Social protection organizations and community service centers), and 'ЛК Директор магазина' (Store director profiles).
- Форматы помощи (Help formats):** Includes 'Продукты набора и сырьевые ингредиенты' (Product kits and raw ingredients), 'Продуктовые сертификаты' (Product certificates), 'Самостоятельная закупка в OCSO.Market' (Self-purchase in OCSO.Market), and 'Прочие виды помощи' (Other types of help).
- Получатели помощи (Beneficiaries):** Includes 'Миллионы семей с низкими доходами' (Millions of low-income families), 'Освоение социальных инициатив с низкими доходами' (Social initiatives with low income), and 'Люди в зоне ЧС' (People in disaster zones).
- Цели (Goals):** A list of six goals: 1. Минимизация и дедупликация, 2. Скорость реагирования, 3. Масштаб и охват, 4. Снижение потерь, 5. Прозрачность, 6. Доступность и вовлеченность.

Слайд с большим объемом информации, пример 2

Логотип

Фирменная палитра

Фирменный шрифт

Фирменная плашка

Иконки

Векторные иллюстрации

Растровые иллюстрации

Градиенты

Брендблок

Фотостиль

Макетирование

Носители для онлайн среды

Носители для офлайн среды

Презентация

Примеры использования айдентики

Выручаем

Продуктовая
помощь



Наполните «Корзину доброты»

Фонд «Выручаем» приглашает
принять участие в акции



Корзина доброты



Выручаем



Центры местного сообщества

Это пространства, где жители района могут обмениваться идеями и проводить мероприятия

Выручаем
Продуктовая помощь



Выбор продуктов



Каждый желающий сможет приобрести продукты из списка и оставить их в специальной корзине.



Выручаем

Продуктовая помощь



Корпоративное волонтерство

Интенсив «Про развитие городов и сообществ» от торговой сети «Пятерочка»

Выручаем



Наполните «Корзину доброты»

Фонд «Выручаем»
приглашает
принять участие
в акции



Выручаем



10
млн руб

сумма собранных
денежных
пожертвований



Выбор
продуктов

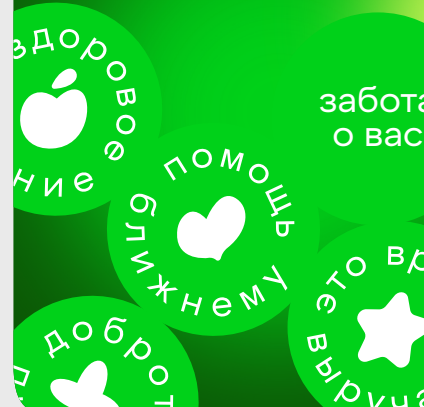


Нина
Степановна
88 лет

Самое
время
выручать!

здоровое
помощь
забота
о вас

Доброт
ближнему
это вр
выруча

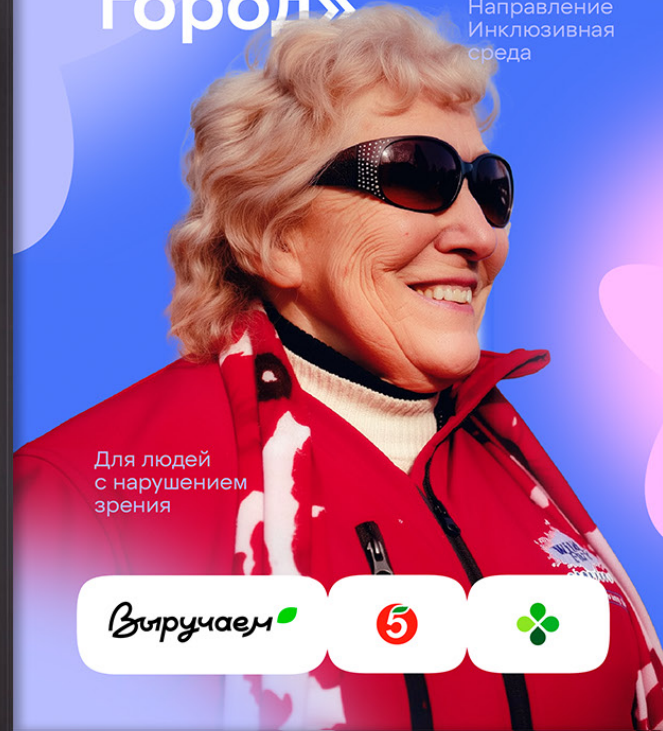


В Наши
коллеги



Система «Говорящий город»

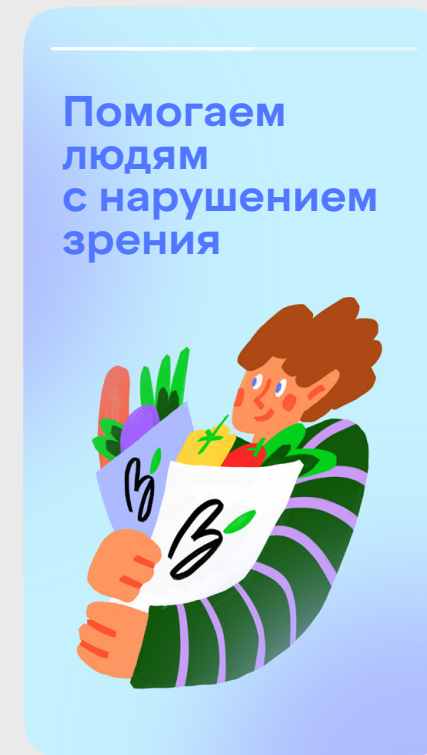
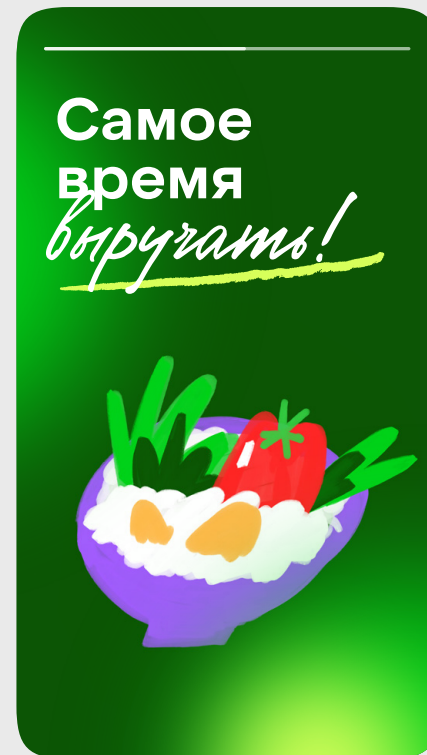
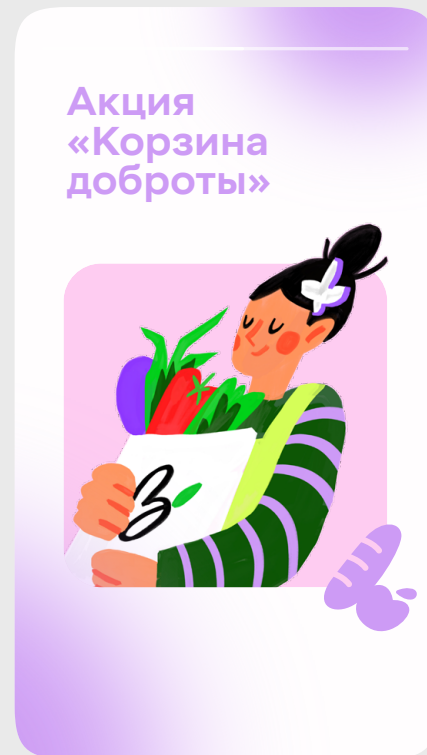
Направление
Инклюзивная
среда



Для людей
с нарушением
зрения

Взрачаем







11.06 мастер класс
вторая жизнь старой вещи

ИТОГИ
акции

ПОМОЩЬ
БЛИЗКОМУ



Вы можете помочь Михаилу Сергеевичу

ИТОГИ
акции

ПОМОЩЬ
БЛИЗКОМУ

Вы можете помочь Татьяне Михайловне

Ярославль,
выручаем вместе



вместе
вместе



СКАНЕР

Касса для оплаты с использованием сканера самообслуживания

Выручаем

Поможем вместе

Сейчас вы можете оплатить продукты для нуждающихся семей с детьми и пенсионеров



50 ₺

100 ₺

250 ₺

500 ₺

СКАНИРУЙТЕ САМИ СКАНЕР







voskhod.agency