АЙДЕНТИКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ КОНКУРСОВ

UP GREAT

Руководство по фирменному стилю
технологических конкурсов Up Great

© Studio DEZA, 2018

01 UP GREAT

3 ЧТО ТАКОЕ UP GREAT

11 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
- основной логотип
- построение и охранное поле
- варианты с дескриптором
- все варианты логотипа
- логотипы на английском языке
- фирменные цвета
- дополнительные цвета
- черно-белая версия
- недопустимое использование
- наборный шрифт
- акцидентный шрифт
- основной идентификатор
- дополнительная графика
- стиль фотоимиджей

27 ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ
- фирменные бланки
- персональные визитки
- фирменный конверт
- фирменная ручка

33 ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ
- фирменные бейджи
- фирменный роллапы
- фирменные значки
- фирменные толстовки
- пресс-волл
- фирменные наклейки

02 FIRST ELEMENT

41 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
- построение английской версии
- английские версии логотипа
- построение русской версии
- русские версии логотипа
- фирменные цвета и черно-белая версия логотипа

47 ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА
- принцип построения фирменного паттерна
- примеры использования
- фирменная айдентика и фотостиль

53 ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ
- фирменная футболка
- фирменный диплом
- внешний аккумулятор
- фирменные рюкзаки
- фирменная ветровка

03 WINTER CITY

60 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
- построение логотипа
- английская версия
- русская версия
- фирменные цвета и черно-белая версия логотипа

65 ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА
- принцип построения фирменного паттерна
- примеры использования
- фирменная айдентика и фотостиль

71 ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ
- баннер на сайт
- фирменные термостаканы
- сумка для ноутбука
- фирменные наклейки
- фирменные значки

04 ICE VISION

76 ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
- принцип построения логотипов саттелитов
- основной логотип

79 ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ
- зимний комплект

Суть бренда

Современный эффективный инструмент для разработки прорывных технологий, направленных на преодоление глобальных научных и технологических барьеров, создание инновационных продуктов для рынков будущего.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ UP GREAT

ЧТО ТАКОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ UP GREAT

Технологические конкурсы представляют собой конкурсы (соревнования) технологий и продуктов (в том числе прорывных технологических решений сложных научных и технологических задач), проводимые в целях преодоления технологических барьеров для создания новых технологий и инновационных продуктов, обеспечения конкурентоспособности Российской Федерации на высокотехнологичных рынках.

ЗАДАЧИ КОНКУРСОВ

1. Решение технологических задач, являющихся критически важными для создания и развития новых технологий, продуктов, рынков, коммерциализации созданных технологий и продуктов, способствующих достижению глобального технологического лидерства Российской Федерации.
2. Вовлечение участников конкурсов в реализацию планов мероприятий («дорожных карт») Национальной технологической инициативы, формирование новых научных и инженерных команд, привлечение их к разработке прорывных технологий и совершенствованию существующих технологий и продуктов.
3. Развитие системы профессиональных сообществ и популяризация НТИ, стимулирование развития научной, научно-технической и инновационной деятельности, повышение инновационной активности компаний.
4. Привлечение инвестиций в создание новых технологий и продуктов, конкурентоспособных на возникающих в сферах реализации «дорожных карт» новых рынках.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ КОНКУРСОВ

1. НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ СООБЩЕСТВО

Инженеры, научные деятели, сотрудники НИИ и университетов, инновационные компании и технологические стартапы.

2. БИЗНЕС-СООБЩЕСТВО

Корпорации в качестве основных потребителей и потенциальных заказчиков технологических разработок, потенциальных инвесторов технологических стартапов.

3. ГОСУДАРСТВО

В лице заинтересованных федеральных органов исполнительной власти и институтов развития.

4. ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

Широкий круг лиц, интересующихся наукой и техлогоиями.

ЧТО ТАКОЕ UP GREAT
· Суть бренда

СОВРЕМЕННЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОРЫВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПРЕОДОЛЕНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ НАУЧНЫХ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ, СОЗДАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ РЫНКОВ БУДУЩЕГО.

ЧТО ТАКОЕ UP GREAT
· Ценности бренда

НАМ ВАЖНО:

1. Способствовать созданию новых технологических продуктов для развития рынков будущего.
2. Решать назревшие технологические задачи, которые никто в мире пока не решил или еще не пробовал решать.
3. Обращать внимание бизнеса на ниши и новые рынки, в которых могут появиться прорывные технологии и инновационные продукты.
4. Фокусировать внимание научного и инженерного сообществ на важных для бизнеса и перспективных темах и направлениях.
5. Постоянно укреплять позиции России в международно научно-технологическом сообществе и на мировом рынке инновационных технологий.
6. Способствовать технологическим прорывам и глобальному научно-техническому прогрессу.

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ДЛЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЗНАЧИМЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ НАСТОЯЩЕГО, С ЦЕЛЬЮ СОЗДАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ БУДУЩЕГО.

ЧТО ТАКОЕ UP GREAT
· Позиционирование бренда

- **ФОРМАТ СОРЕВНОВАНИЙ ДЛЯ ПОИСКА ПРОРЫВНЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, СПОСОБНЫХ ПРОДВИНУТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСТВО НА НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ**

- **ТОЧКА ПРИТЯЖЕНИЯ ЛУЧШИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО И БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА**

- **ПЛОЩАДКА, НА КОТОРОЙ ВСТРЕЧАЮТСЯ ЛИЧНЫЕ АМБИЦИИ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И РЕАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ
ФОТОНИКА
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ
ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО
ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ИНЖЕНЕРИЯ
ПРИЗНАНИЕ
СТАРТАП
3D-ПЕЧАТЬ
ЦИФРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО
СЕНСОРИКА
НОВЫЕ ПРОДУКТЫ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ДОСТИЖЕНИЕ
РАЗВИТИЕ
НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ОТРАСЛИ
BIG DATA
БИОТЕХНОЛОГИИ
НАНОТЕХНОЛОГИИ
АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ЭНЕРГЕТИКА
БУДУЩЕЕ
ПРОРЫВ
ИННОВАЦИИ
AR
MACHINE LEARNING
ПРОГРЕСС
ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ
ПАРТНЕРСТВО
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ
КОМПЬЮТЕРНОЕ ЗРЕНИЕ
СООБЩЕСТВО
БЛОКЧЕЙН
ТЕХНОЛОГИИ
ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ
VR
АНАЛИЗ ДАННЫХ
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
ПРОТОТИП
БИЗНЕС
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ
НОВЕЙШИЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ
БИОХАКИНГ
ФИНАНСОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
НЕЙРОННАЯ СЕТЬ
СОРЕВНОВАНИЕ
БЕСПИЛОТНЫЙ ТРАНСПОРТ
РОБОТОТЕХНИКА
НОВЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ
КВАНТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИ
НАУЧНОЕ ТВОРЧЕСТВО
ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА
ЕДИНОМЫШЛЕННИКИ

ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Основной логотип

Логотипом технологических конкурсов является шрифтовой блок из двух частей – UP и GREAT, выполненный в двух основных цветах.

Вариант логотипа характерен прежде всего буквой G, перевернутой влево на 90 градусов и ставшей символичной кнопкой POWER.

Символика этого прозрачна: технологические конкурсы Up Great – точка старта, своеобразная кнопка запуска энергии новых значимых идей и значительных решений во имя глобального обновления.

ПОСТРОЕНИЕ И ОХРАННОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА

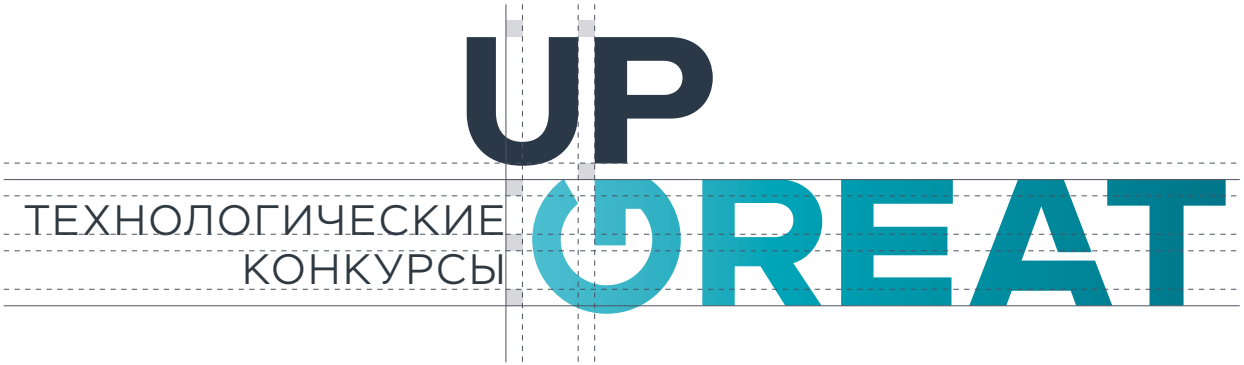
ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Построение и охранное поле логотипа

Охранным полем основного логотипа являются пропорции буквы R.

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 15 мм по ширине

ВАРИАНТЫ ДЕСКРИПТОРОВ



35 мм

Основной вариант дескриптора для логотипа – «Технологические конкурсы» – в горизонтальном варианте компоновки.

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 35 мм по ширине

ВАРИАНТЫ ДЕСКРИПТОРОВ

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
· Варианты дескрипторов

Также логотип может использоваться со слоганом в качестве дескриптора – «глобальное обновление», но в вертикальном варианте компоновки.

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 20 мм по ширине

ВСЕ ВАРИАНТЫ ОСНОВНОГО ЛОГОТИПА

UP GREAT

UP GREAT
ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ

UP GREAT
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ

Варианты логотипов выбираются в зависимости от задач носителя и его размеров.

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
· Логотипы на английском языке

UP GREAT
GLOBAL RENEWAL

UP GREAT
TECHNOLOGY CONTESTS

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
· Фирменные цвета

UP
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ
КОНКУРСЫ GREAT

PANTONE 319
СМУК: 65 / 0 / 20 / 0
RGB: 32 / 203 / 212
#20CBD4

PANTONE 7713
СМУК: 95 / 32 / 42 / 10
RGB: 0 / 123 / 135
#007B87

ФИРМЕННЫЙ
ГРАДИЕНТ

Location – 60%

PANTONE 428
СМУК: 24 / 17 / 16 / 0
RGB: 194 / 198 / 201
#C2C6C9

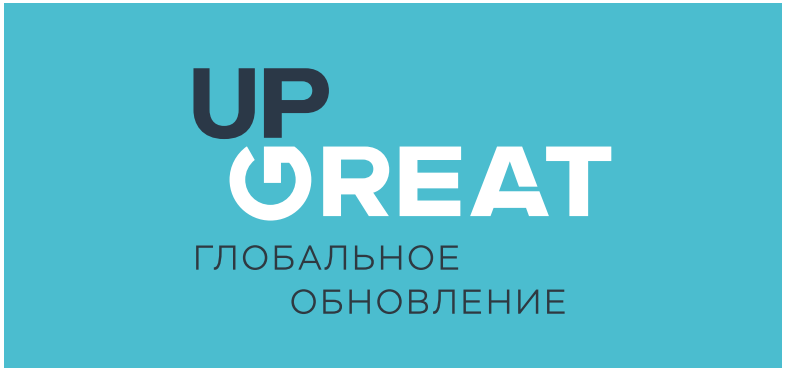
PANTONE 7546
СМУК: 86 / 69 / 50 / 46
RGB: 37 / 55 / 70
#253746

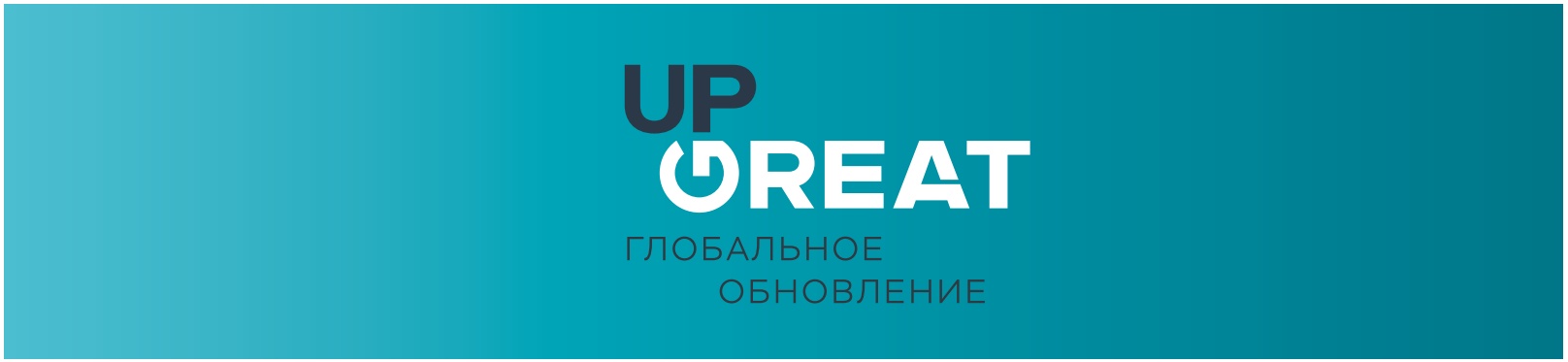
Основной фирменной гаммой Up Great считается сочетание светло-бирюзового (или градиента от светло-бирюзового к сине-зеленому) и темно-серого цвета (графитовый).

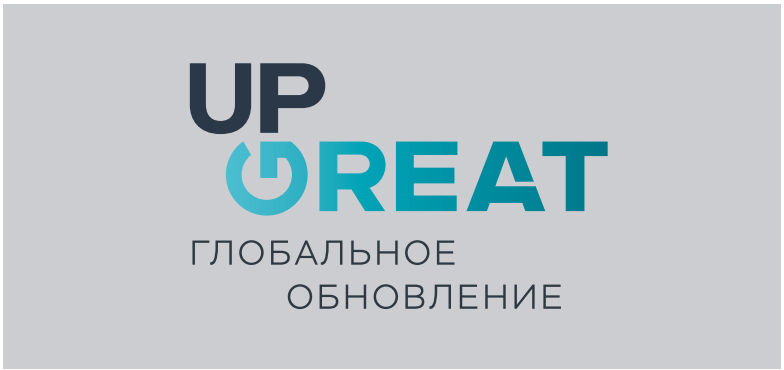
Обязательное условие: Up и Great всегда должны быть решены в разных цветах в зависимости от фона.

В данном случае Up – графитовый, Great – фирменный бирюзовый градиент.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА







Примеры изменения цвета логотипа в зависимсоти от использования на фирменных фонах.

Никогда логотип не должен окрашиваться в один цвет!

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

UP GREAT		
UP GREAT		
UP GREAT	WINTER CITY	FIRST ELEMENT
UP GREAT		

Дополнительные цвета подбираются

- по принципу гармонии относительно основных цветов
- по принципу смысловой нагрузки конкурса или сателлита

ЧЕРНО-БЕЛЫЙ ВАРИАНТ ЛОГОТИПОВ

UP GREAT

UP GREAT
ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ

UP GREAT
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ

Вне зависимости от технологий печати или нанесений принцип двойного окрашивания логотипа должен сохраняться.

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Построение логотипа

Не допускается!

- Окрашивать основной логотип в цвета не основной фирменной гаммы
- Менять компоновку блока, переставлять дескриптор в иные места, кроме основного
- Менять пропорции логотипа
- Переворачивать логотип и использовать его по вертикали
- Выравнивать две части логотипа
- Красить логотип в какой-то один фирменный цвет.

Tahoma Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии Йи 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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " № % : , . ; ( ) _ +

Tahoma Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии Йи 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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " № % : , . ; ( ) _ +

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
- Наборный шрифт

В качестве бесплатного наборного шрифта рекомендуется использовать системный шрифт Tahoma (официальная документация, большие объемы текстов).

Tracking (разрядка): +20

STEM LIGHT

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии Йи 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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " № % : , . ; ( ) _ +

STEM BOLD

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии Йи 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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " № % : , . ; ( ) _ +

ПРИНЦИП ВЕРСТКИ
Принцип верстки слоганов, заголовков и рекламных сообщений заключается в нерегулярной выключке строк для создания эффекта динамики.

→ ВКЛЮЧИ
ГЛОБАЛЬНОЕ ←
→ **ОБНОВЛЕНИЕ**

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
· Акцидентный шрифт

В качестве акцидентного шрифта (для заголовков, слоганов, основных рекламных сообщений) рекомендуется использовать шрифт STEM.

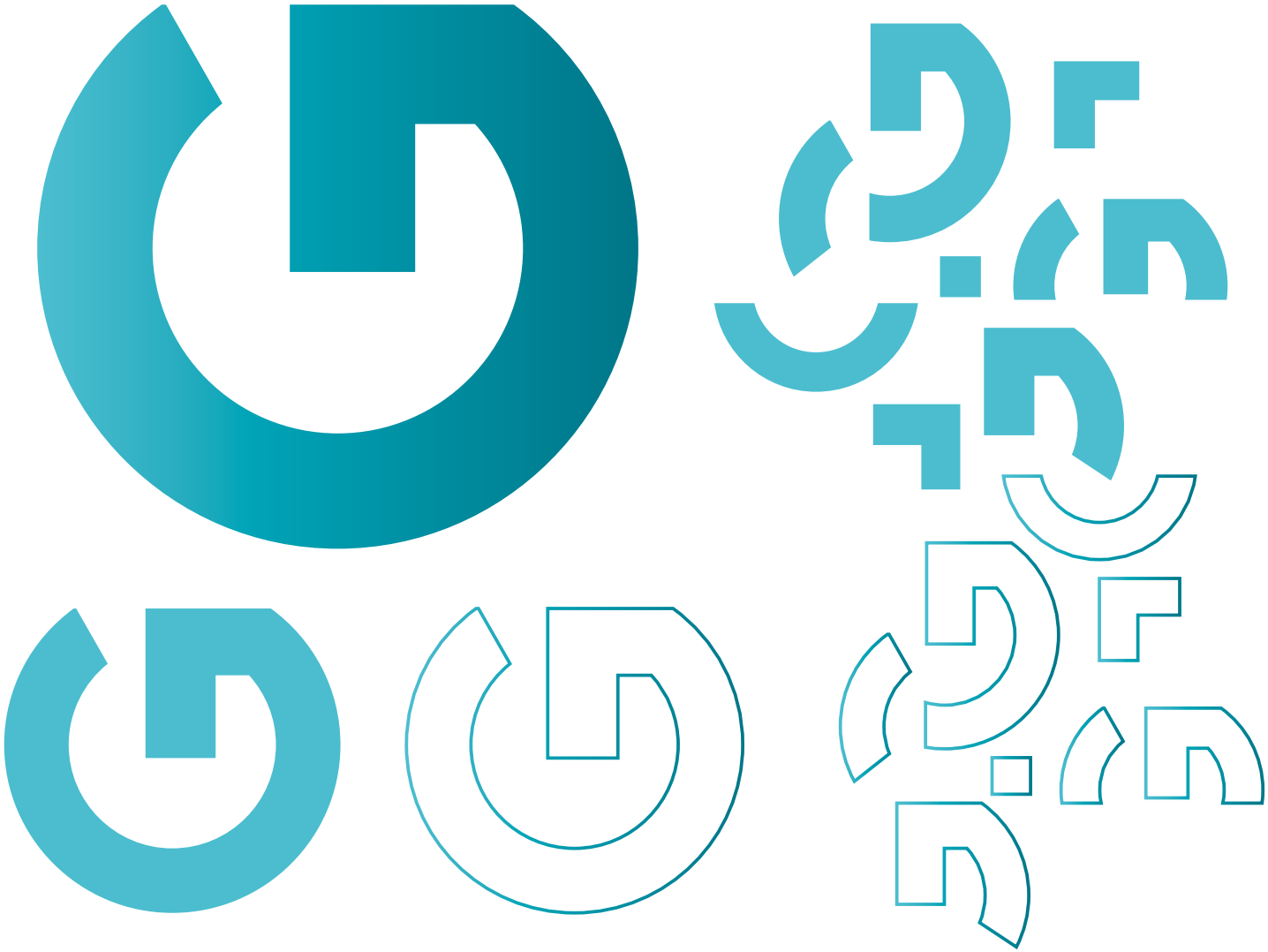
Правило равнозначно для всех конкурсов Up Great.

Шрифт используется с разрядкой от +20 (tracking).

Внимание!

ОФИЦИАЛЬНО ПРИОБРЕСТИ НЕОБХОДИМЫЕ НАЧЕРТАНИЯ МОЖНО ЗДЕСЬ

ОСНОВНОЙ ИДЕНТИФИКАТОР



Основным идентификатором конкурсов Up Great является перевернутая буква G, которая символизирует кнопку запуска, Power.

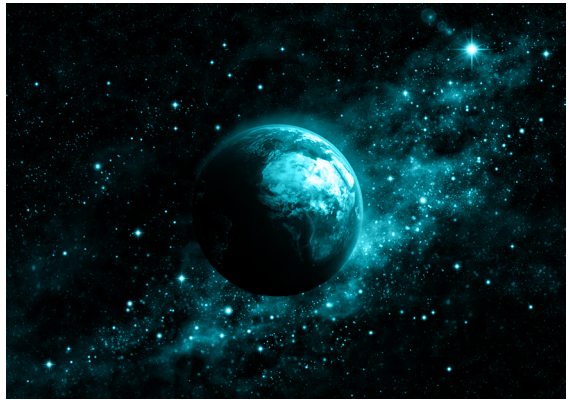
Символ может использоваться целиком на форматах или частично кадрироваться в зависимости от форматов.

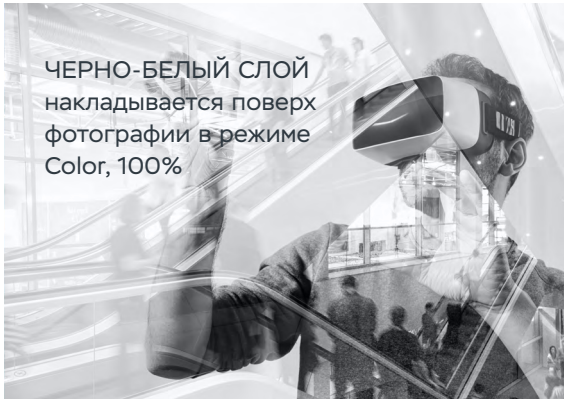
Символ может использоваться в фирменных цветах, также – контуром, залитым фирменным градиентом.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ГРАФИКА

В качестве элементов дополнительной графики для имиджевых носителей фирменного стиля можно использовать линии, повторяющие формы основного идентификатора – G, которые должны создавать ощущение пульсации вокруг него, подчеркивая смысл «запуска».

СТИЛЬ ФОТОИМИДЖЕЙ





ЧЕРНО-БЕЛЫЙ СЛОЙ
накладывается поверх
фотографии в режиме
Color, 100%

СЛОЙ ФИРМЕННОГО
ГРАДИЕНТА
накладывается поверх
фотографии в режиме
Color, 100%

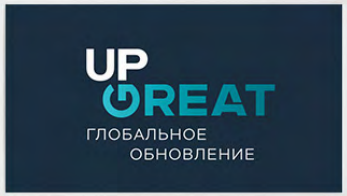
ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

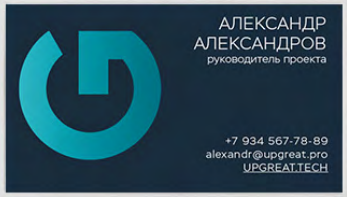
· Стиль фотоимиджей

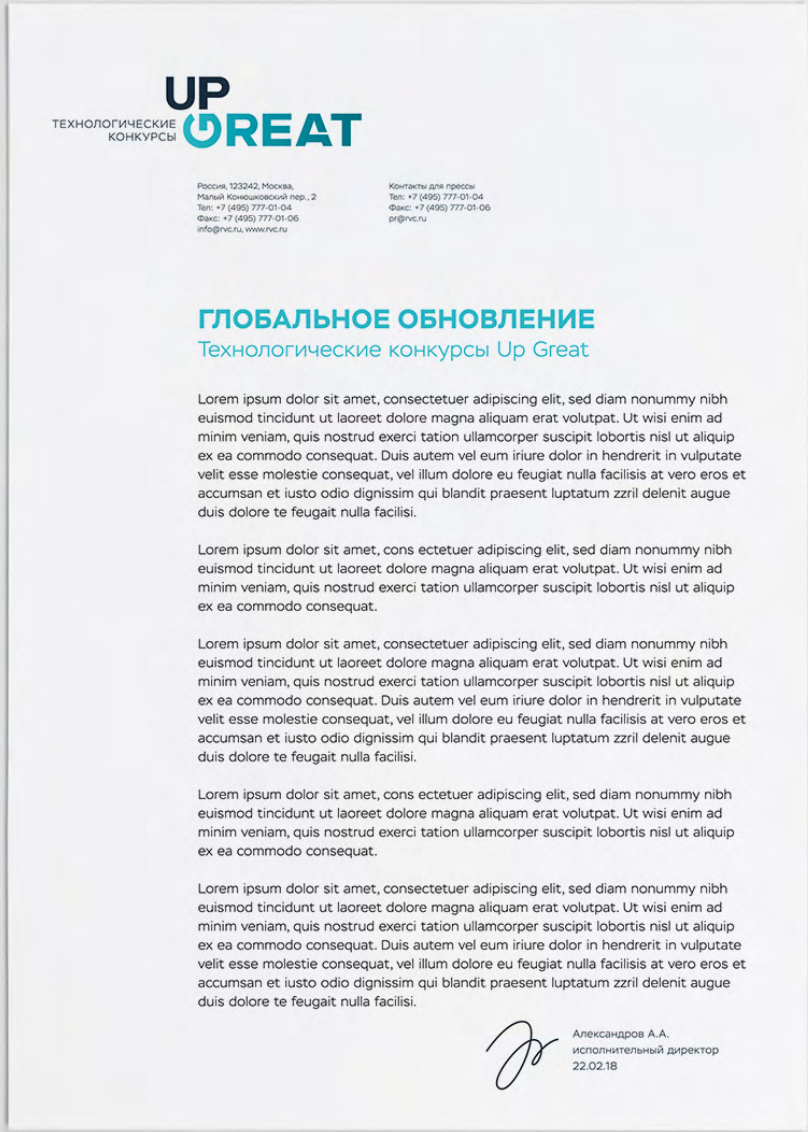
Чтобы все используемые фотоимиджи были выполнены в едином стилистическом ключе, необходимо следовать трем правилам.

- Подбор фотографий должен осуществляться согласно общей тематике технологических конкурсов или конкретных сателлитов (нанотехнологии, инновации, Bigdata, блокчейны, структура, технологии будущего и т.д.).
- Фотографии могут быть использованы либо черно-белые, либо в цветах фирменного градиента в зависимости от дизайна конкретного носителя (где преобладает фирменный градиент, лучше использовать черно-белые фотографии, и наоборот).
- Чтобы сделать фотографию фирменной, достаточно наложить на нее слой черного цвета или фирменного градиента в режиме Color.

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ







ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ UP GREAT

Россия, 123242, Москва,
Малый Конюшковский пер., 2
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
info@rvc.ru, www.rvc.ru

Контакты для прессы
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
pr@rvc.ru

ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ

Технологические конкурсы Up Great

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

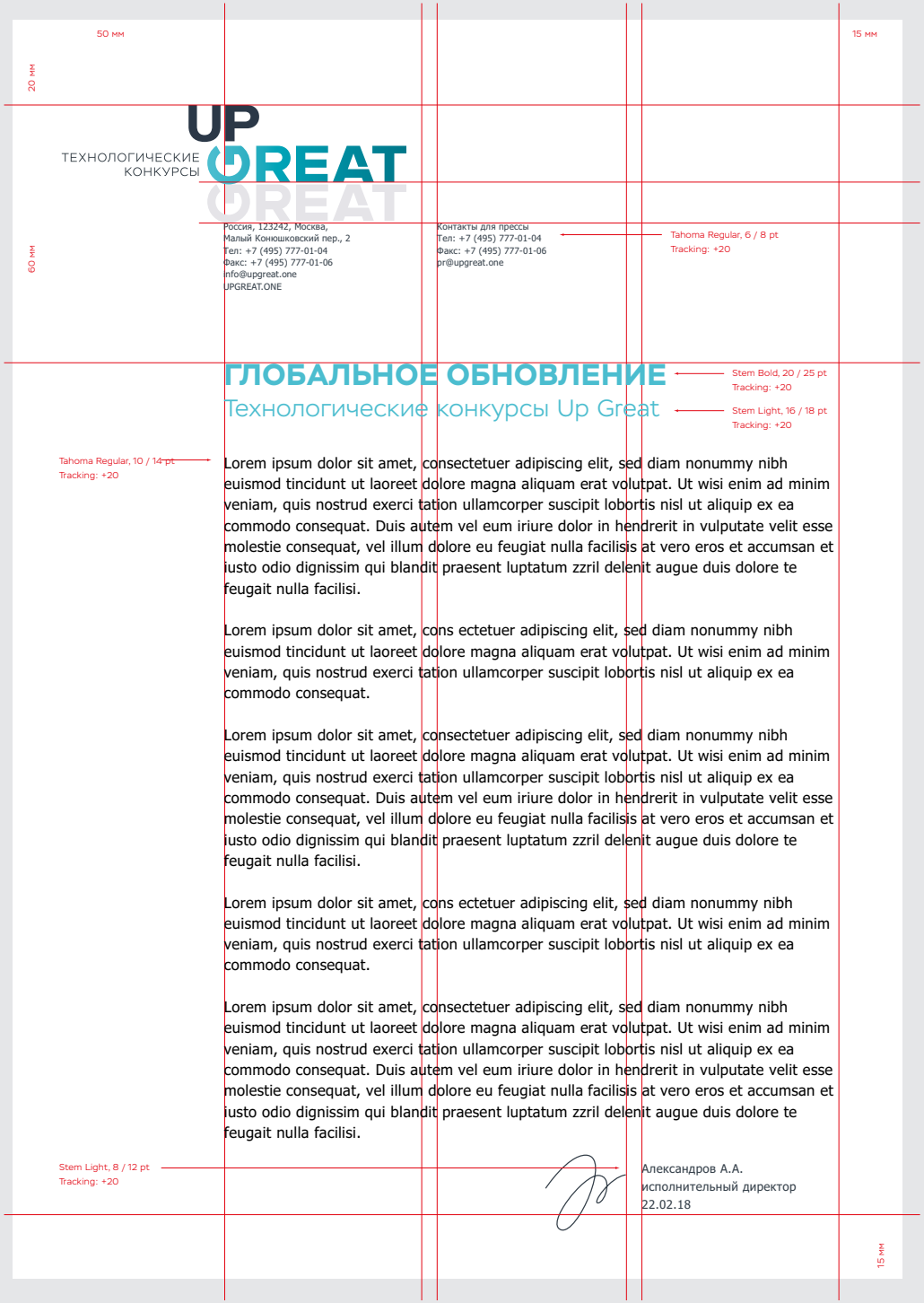
Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Александров А.А.
исполнительный директор
22.02.18

ФИРМЕННЫЙ БЛАНК

Для официальной деловой документации в качестве основного логотипа используется вариант с дескриптором «Технологические конкурсы».



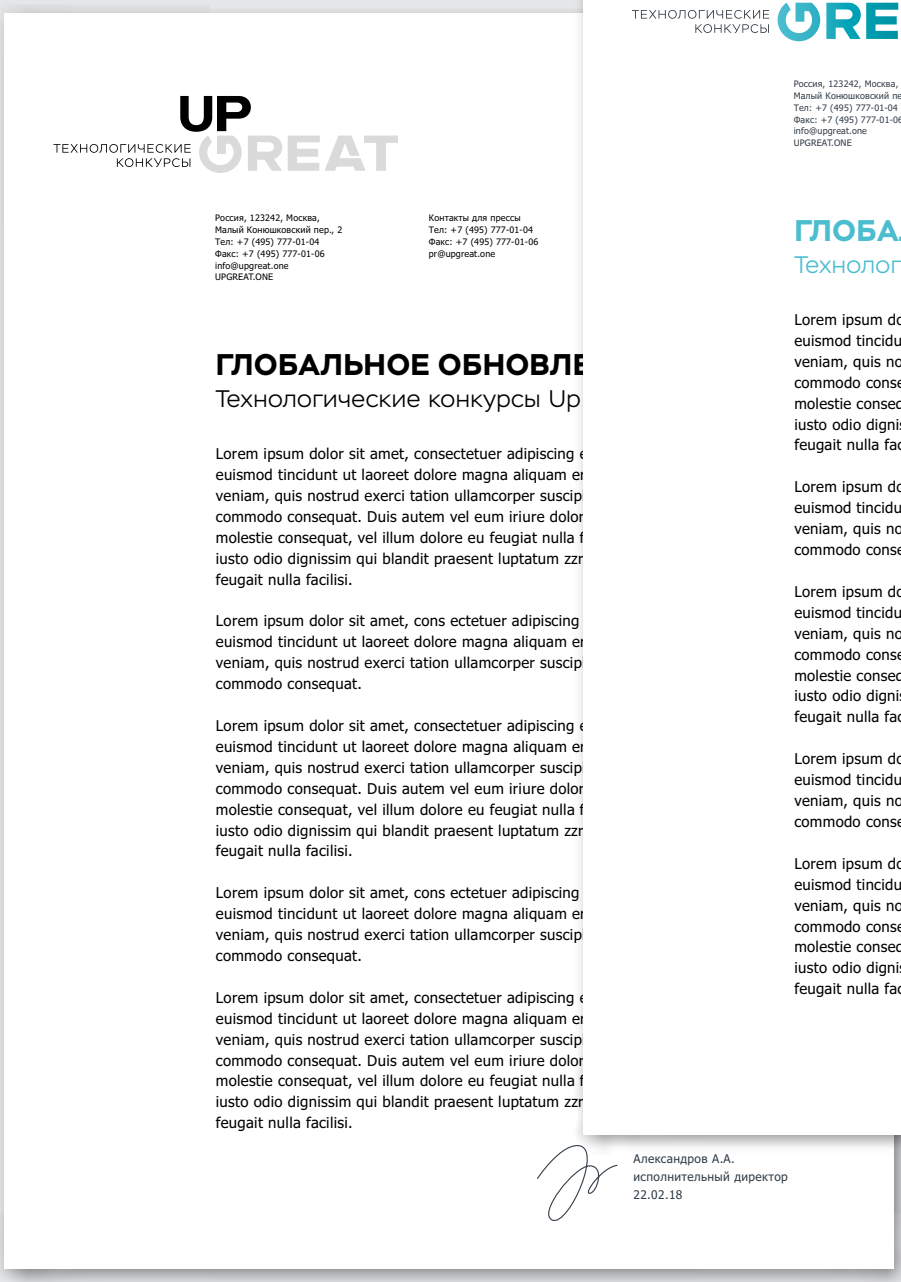
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- Фирменнывй бланк, построение

Для набора официальных писем и бланков можно использовать шрифт Tahoma (с. 22). Заголовки лучше набирать акцидентным шрифтом Stem (с. 23).

Основной текст в полноцветных бланках следует набирать не черным, а фирменным графитовым цветом (с. 17).

ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ UP GREAT

Россия, 123242, Москва,
Малый Конюшковский пер., 2
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
info@upgreat.one
UPGREAT.ONE

Контакты для прессы
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
pr@upgreat.one

ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕ
Технологические конкурсы Up

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing e
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam er
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscip
commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla f
iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzr
feugait nulla facilisi.

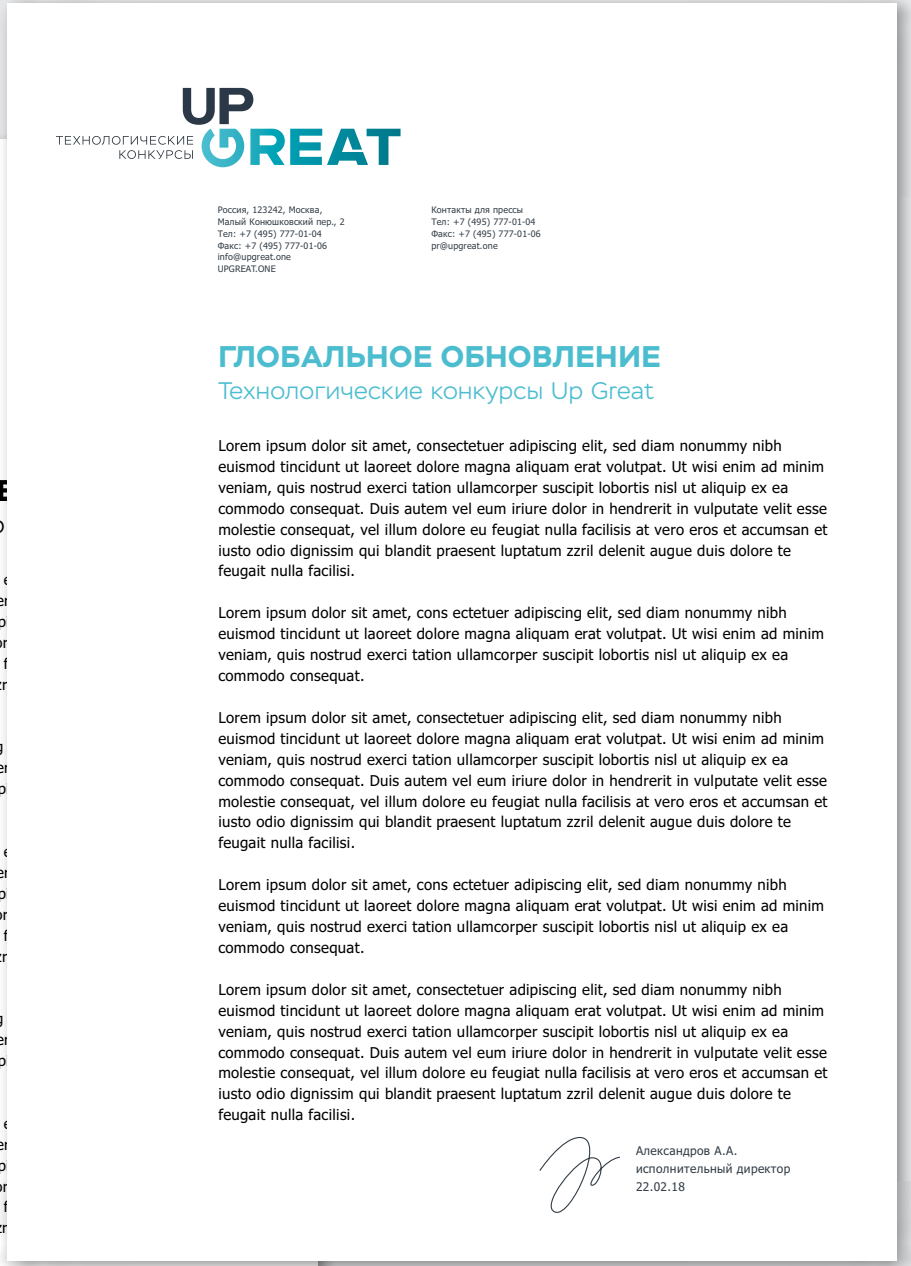
Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam er
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscip
commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing e
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam er
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscip
commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla f
iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzr
feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam er
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscip
commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing e
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam er
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscip
commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla f
iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzr
feugait nulla facilisi.

Александров А.А.
исполнительный директор
22.02.18



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОНКУРСЫ UP GREAT

Россия, 123242, Москва,
Малый Конюшковский пер., 2
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
info@upgreat.one
UPGREAT.ONE

Контакты для прессы
Тел: +7 (495) 777-01-04
Факс: +7 (495) 777-01-06
pr@upgreat.one

ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ
Технологические конкурсы Up Great

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

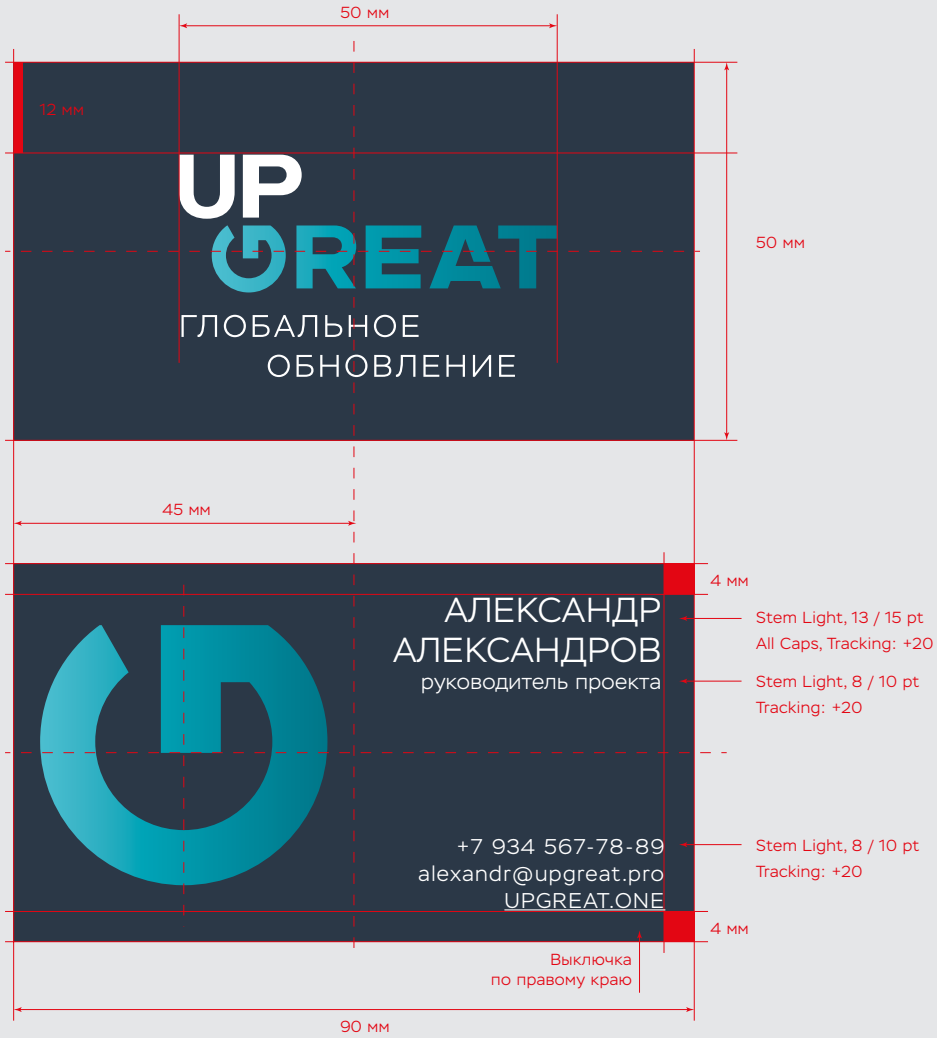
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

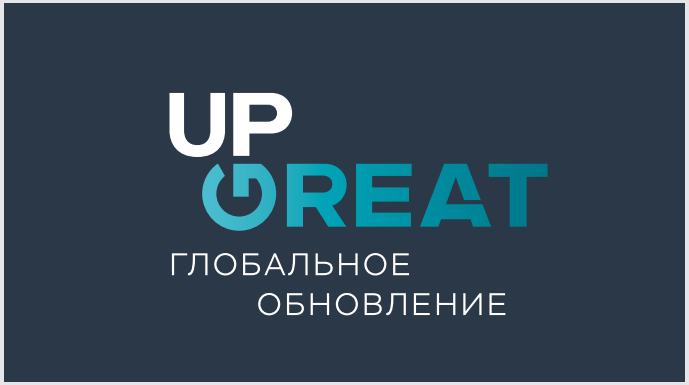
Александров А.А.
исполнительный директор
22.02.18

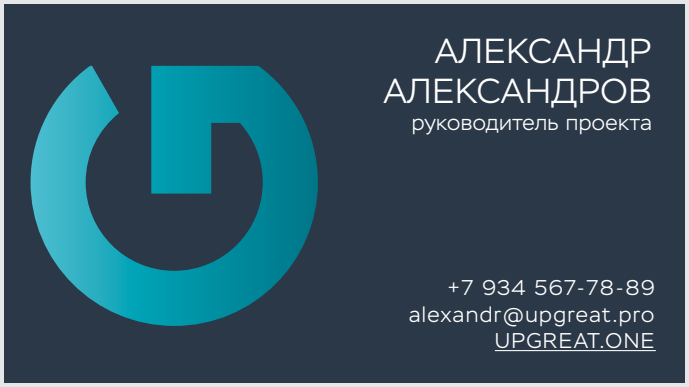
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- Фирменнывй бланк, полноцветный и черно-белый

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТКА







Графитовый

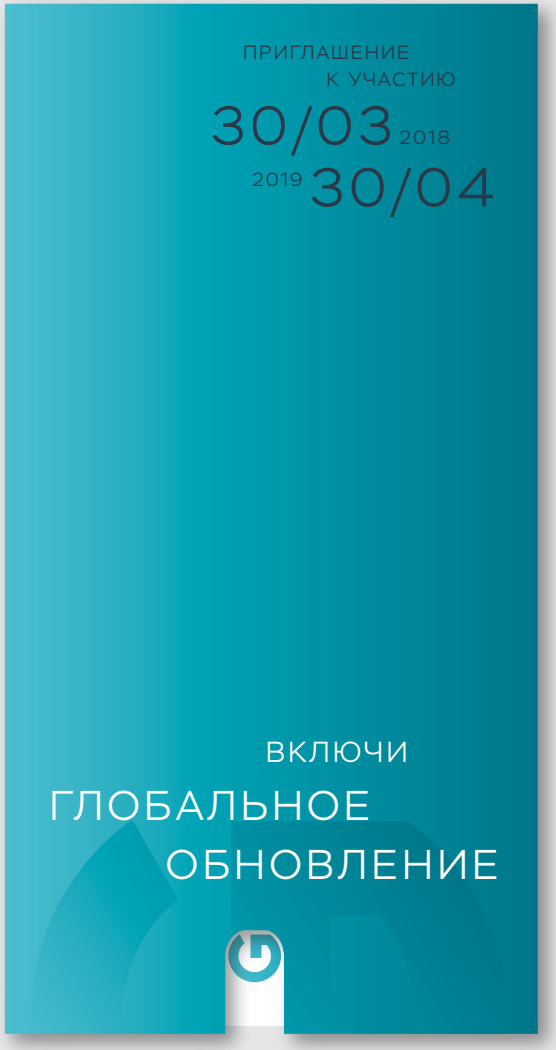
Фирменный градиент

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- Фирменная визитка, персональная

В качестве бумаги рекомендуются материалы с прорезиненным покрытием (touch, silk-touch).

ФИРМЕННЫЙ КОНВЕРТ



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

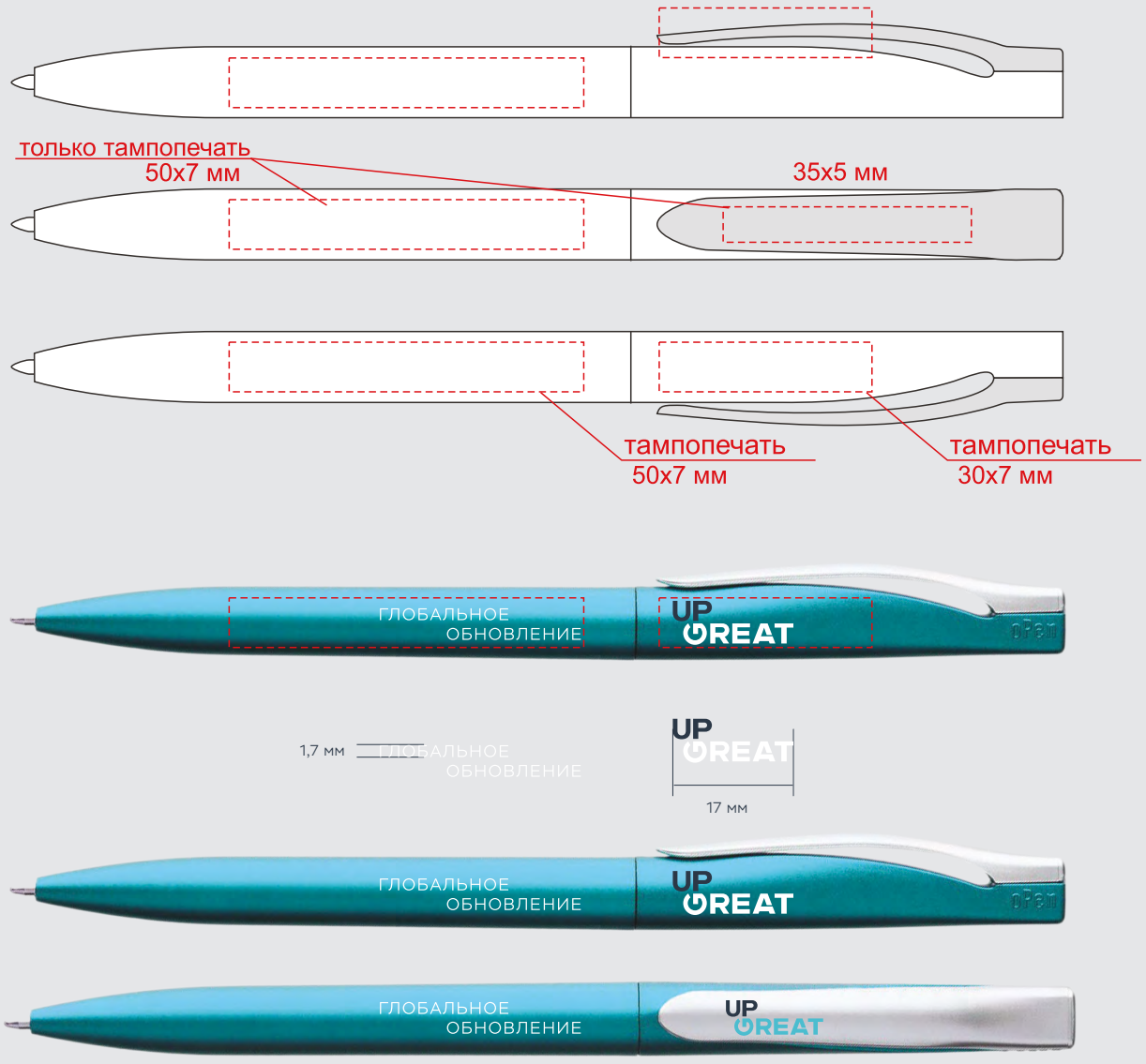
- Фирменный конверт, например, для приглашения к участию в конкурсе

Вырубка в конверте под палец обыгрывает кнопку запуска: тянем за вкладыш и включаем глобальное обновление.

ФИРМЕННАЯ РУЧКА

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- Фирменная ручка



Для реализации фирменных ручек рекомендуется использовать два места нанесения: одно под сам логотип, второе – под основной слоган «Глобальное обновление».

Ручка должна быть одного из фирменных цветов: либо бирюзовой, либо графитовой.

Вариант с вырубкой

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменный бейдж, вариант 1

Вариант индивидуальных вырубных бейджей под форму основного идентификационного элемента – кнопки.

Кнопка может быть просто напечатанной, дополнительно тисненной для объема или вырублена в бейдже.

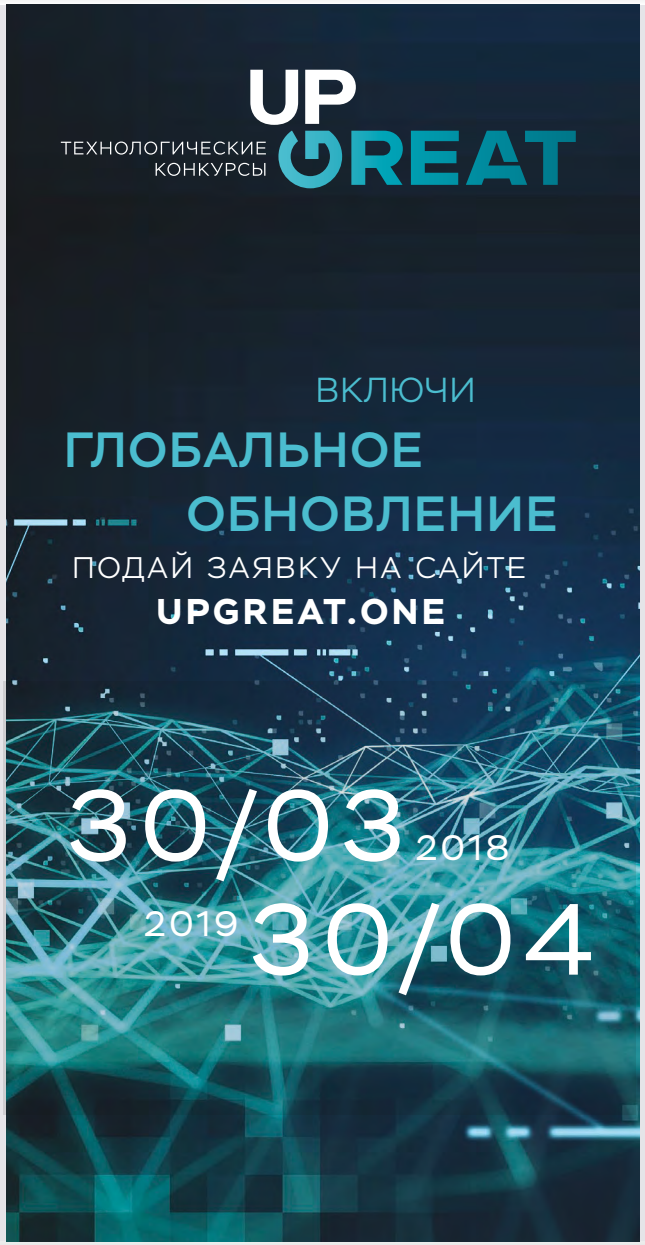
ФИРМЕННЫЙ БЕЙДЖ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменный бейдж, вариант 2

Вариант стандартных прямоугольных бейджей, дифференцирующихся по фирменным цветам.

ФИРМЕННЫЕ РОЛЛАПЫ



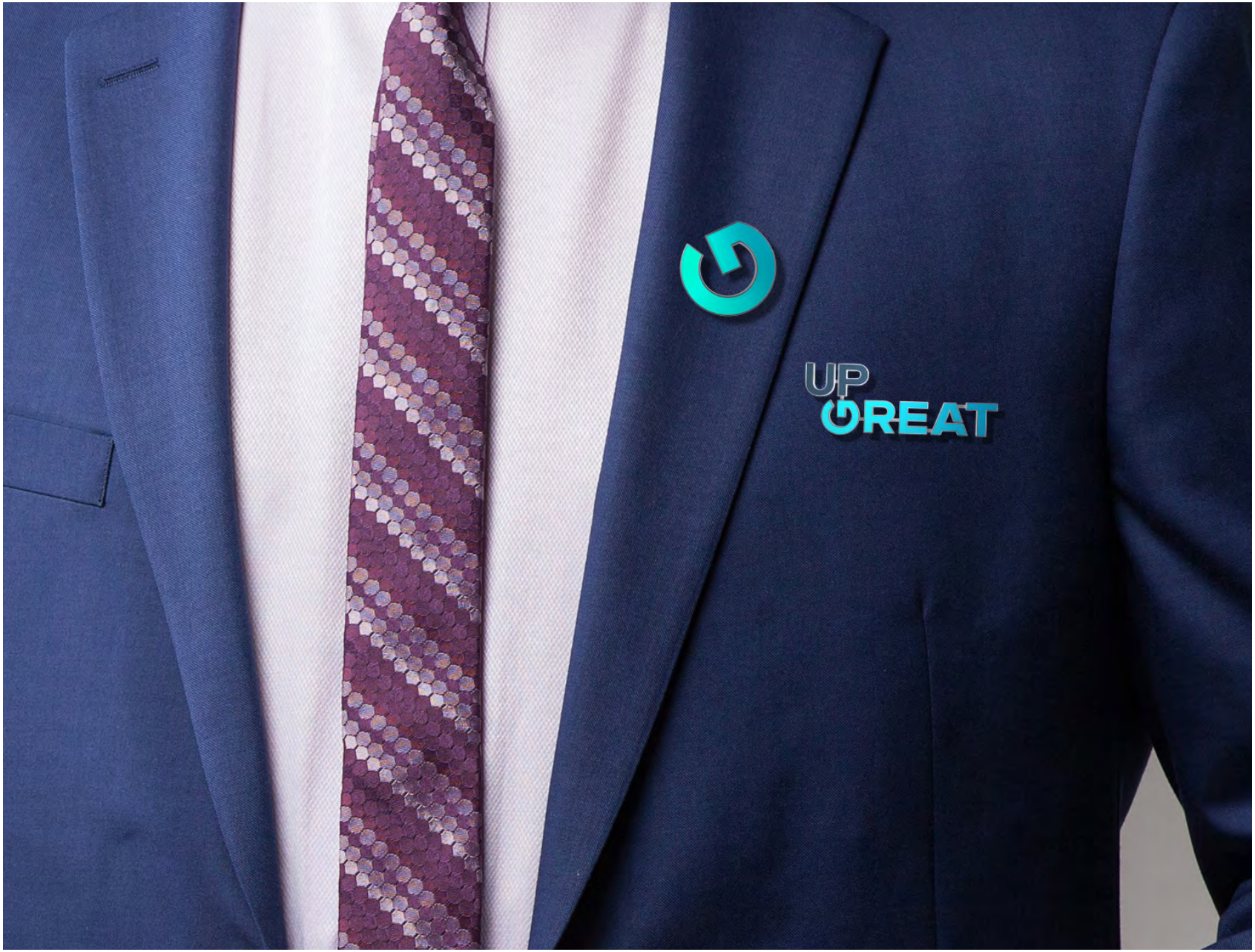
ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные роллапы

Для создания роллапов используются тематические фотографии, обработанные в фирменном стиле (с. 26) с использованием или без дополнительной графики (с. 25).

Текст основного сообщения верстается по принципам, описанным на с. 23.

ФИРМЕННЫЕ ЗНАЧКИ



ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные значки

ФИРМЕННЫЕ ТОЛСТОВКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные толстовки, вариант 1

ФИРМЕННЫЕ ТОЛСТОВКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные толстовки, вариант 1

ПРЕСС-ВОЛЛ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Пресс-волл

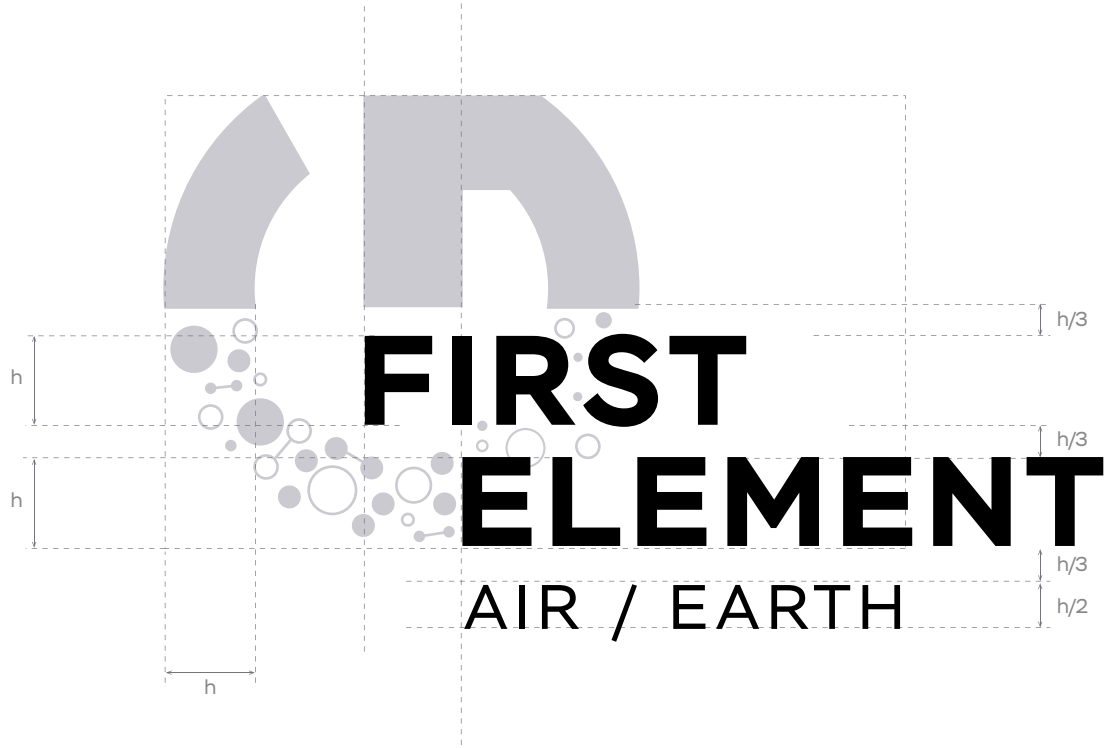
ФИРМЕННЫЕ НАКЛЕЙКИ

Суть конкурса

Преодоление глобальных технологических барьеров в перспективном сегменте водородной энергетики на топливных элементах российскими учеными, разработчиками и производителями энергетических установок.

КОНКУРС FIRST ELEMENT

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПА КОНКУРСА



ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Принцип построения логотипа конкурса

Логотипы всех конкурсов строятся по единому принципу:

- В основе знака остается часть идентификатора Up Great (G), с. 16.
- Нижняя половина идентификатора является фирменной графикой тематического конкурса.
- Название конкурса набрано фирменным шрифтом Stem, с. 14.
- Весь блок построен по строгой сетке, которая является единой для всех конкурсов и которую запрещено нарушать.

АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

20 мм

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Английская версия логотипа

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 20 мм по ширине.

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПА КОНКУРСА

Логотипы всех конкурсов строятся по единому принципу:

- В основе знака остается часть идентификатора Up Great (G), с. 16.
- Нижняя половина идентификатора является фирменной графикой тематического конкурса.
- Название конкурса набрано фирменным шрифтом Stem, с. 14.
- Весь блок построен по строгой сетке, которая является единой для всех конкурсов и которую запрещено нарушать.

РУССКАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

ПЕРВЫЙ
ЭЛЕМЕНТ
ВОЗДУХ

ПЕРВЫЙ
ЭЛЕМЕНТ
ЗЕМЛЯ

20 мм

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

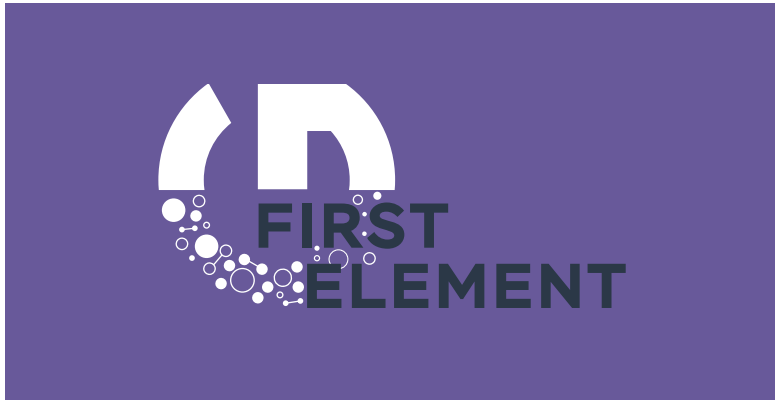
- Русская версия логотипа

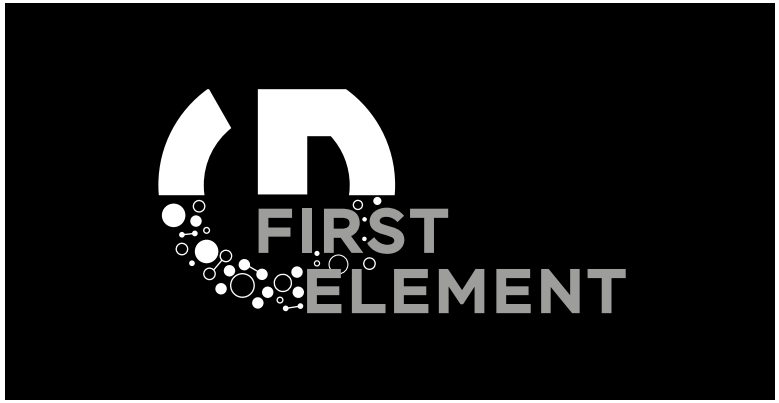
Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 20 мм по ширине.

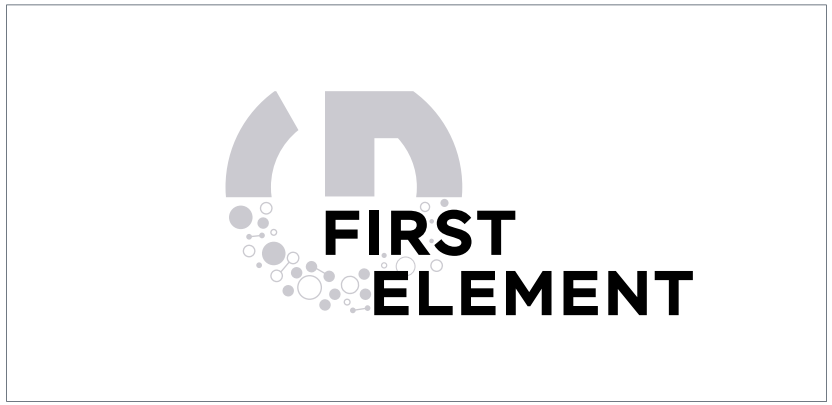
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА И ЧЕРНО-БЕЛАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

PANTONE 7670
СМУК: 78 / 78 / 10 / 0
RGB: 88 / 83 / 151
#585397

PANTONE 7546
СМУК: 86 / 69 / 50 / 46
RGB: 37 / 55 / 70
#253746







ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

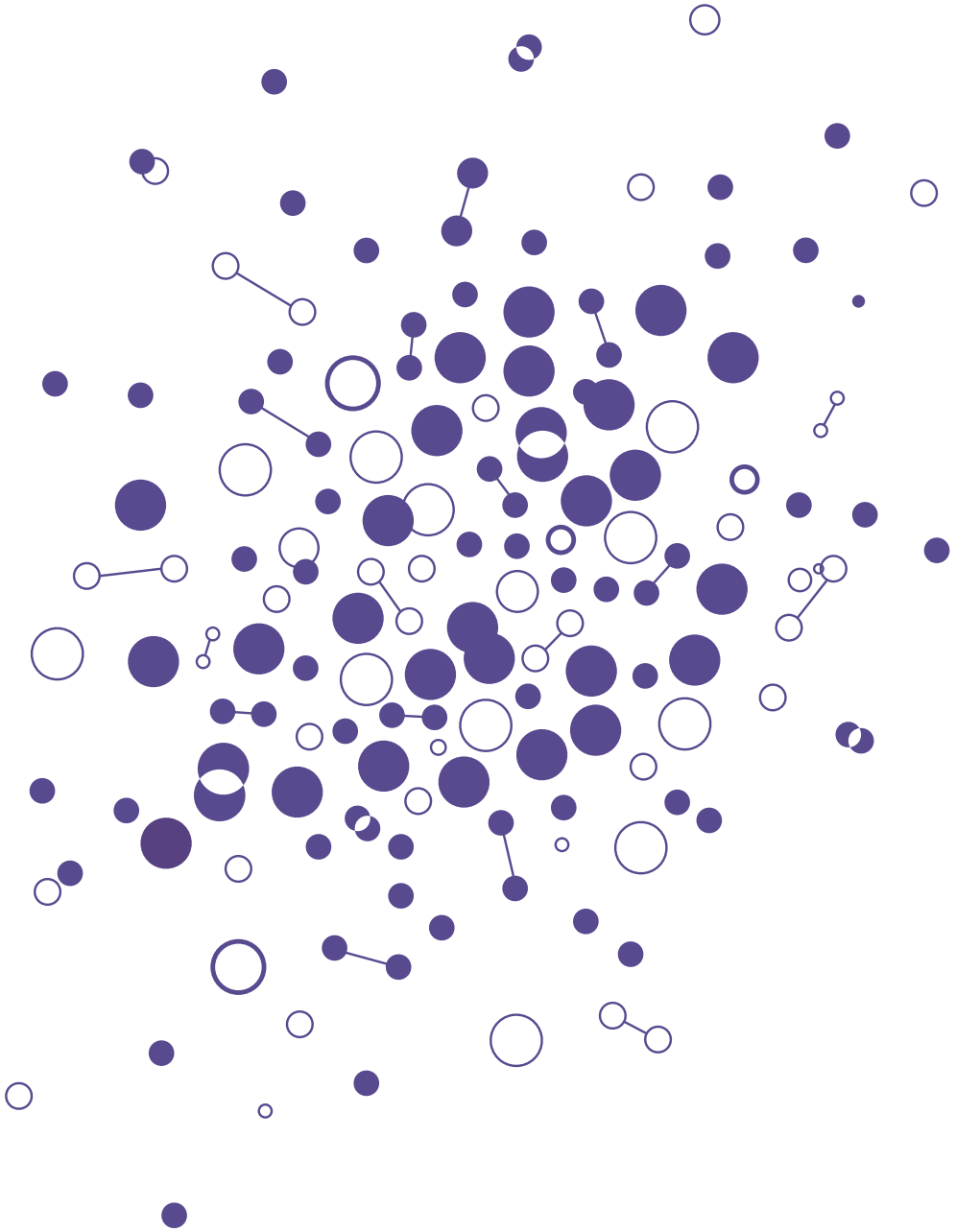
- Фирменные цвета и черно-белая версия логотипа

Основным цветом конкурса First Element является насыщенный фиолетовый.

Дополнительный – графитовый из основной гаммы Up Great.

Остается обязательным использование логотипа в двух основных цветах, в черно-белом варианте также используется двойное цветовое решение.

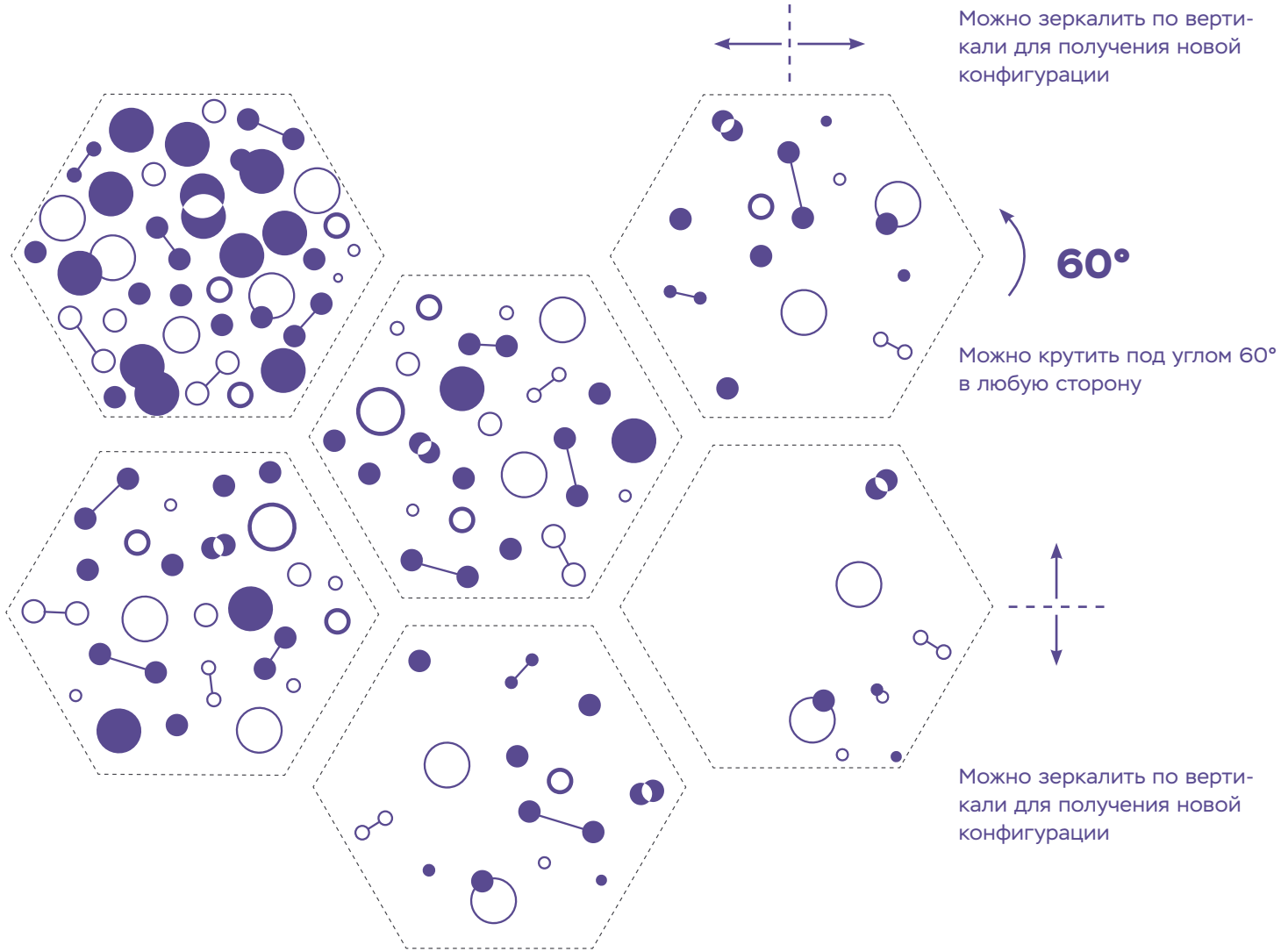
FIRST
ELEMENT



ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

Фирменной айдентикой конкурса First Element является паттерн, составленный из графики, берущей основу в графике знака.

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ



ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

- Принцип построения

Фирменный паттерн каждый раз может выглядеть по-новому в зависимости от задач и формата носителей, не теряя своей узнаваемости.

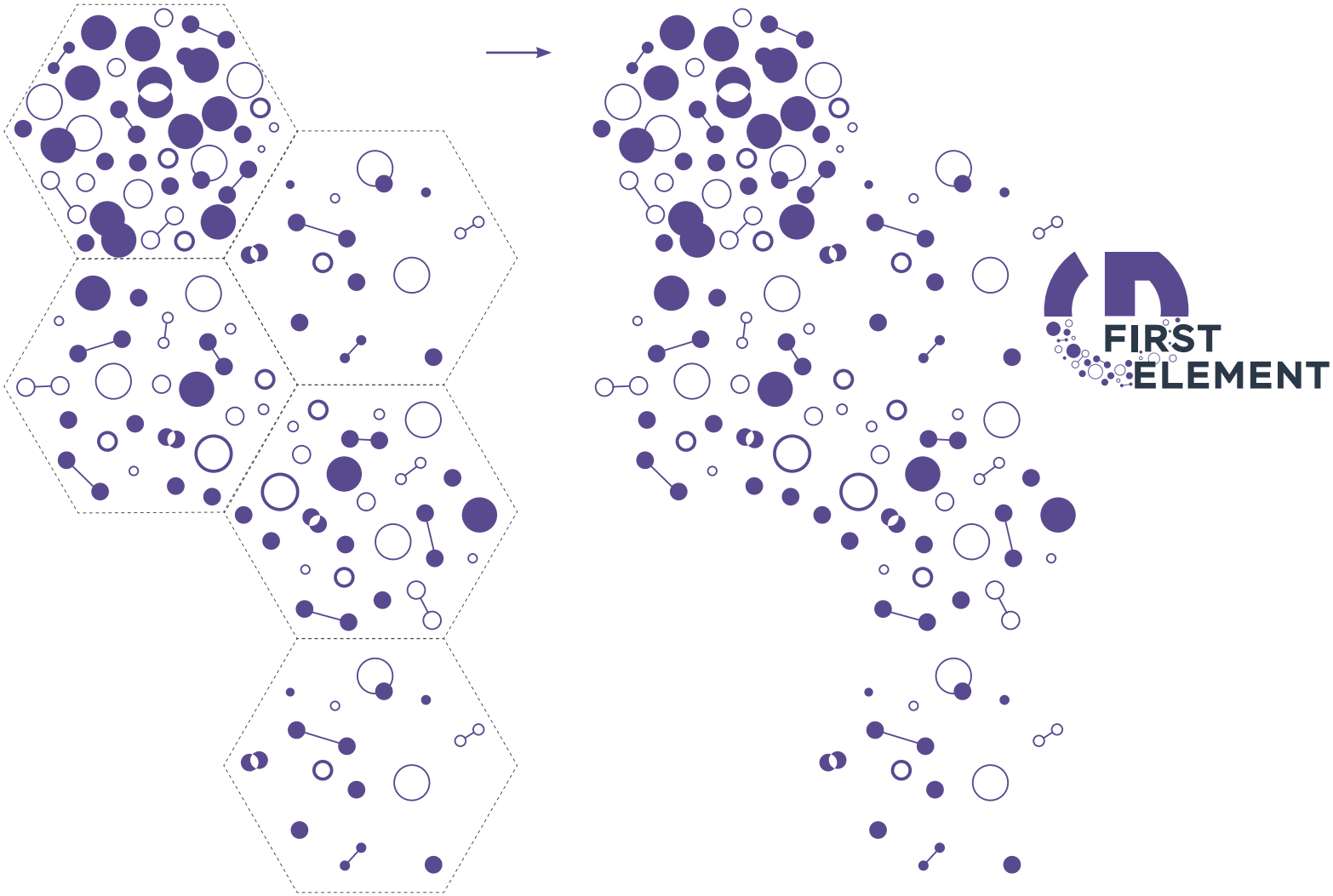
Для этого существует несколько модулей в виде шестигранников, в которые вписаны элементы рисунка.

Составляя эти шестигранники друг с другом в разных направлениях, можно получать новые рисунки.

Количество вариаций увеличивается, если

- крутить шестигранники с шагом в 60°
- зеркалить их по горизонтали и вертикали.

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ



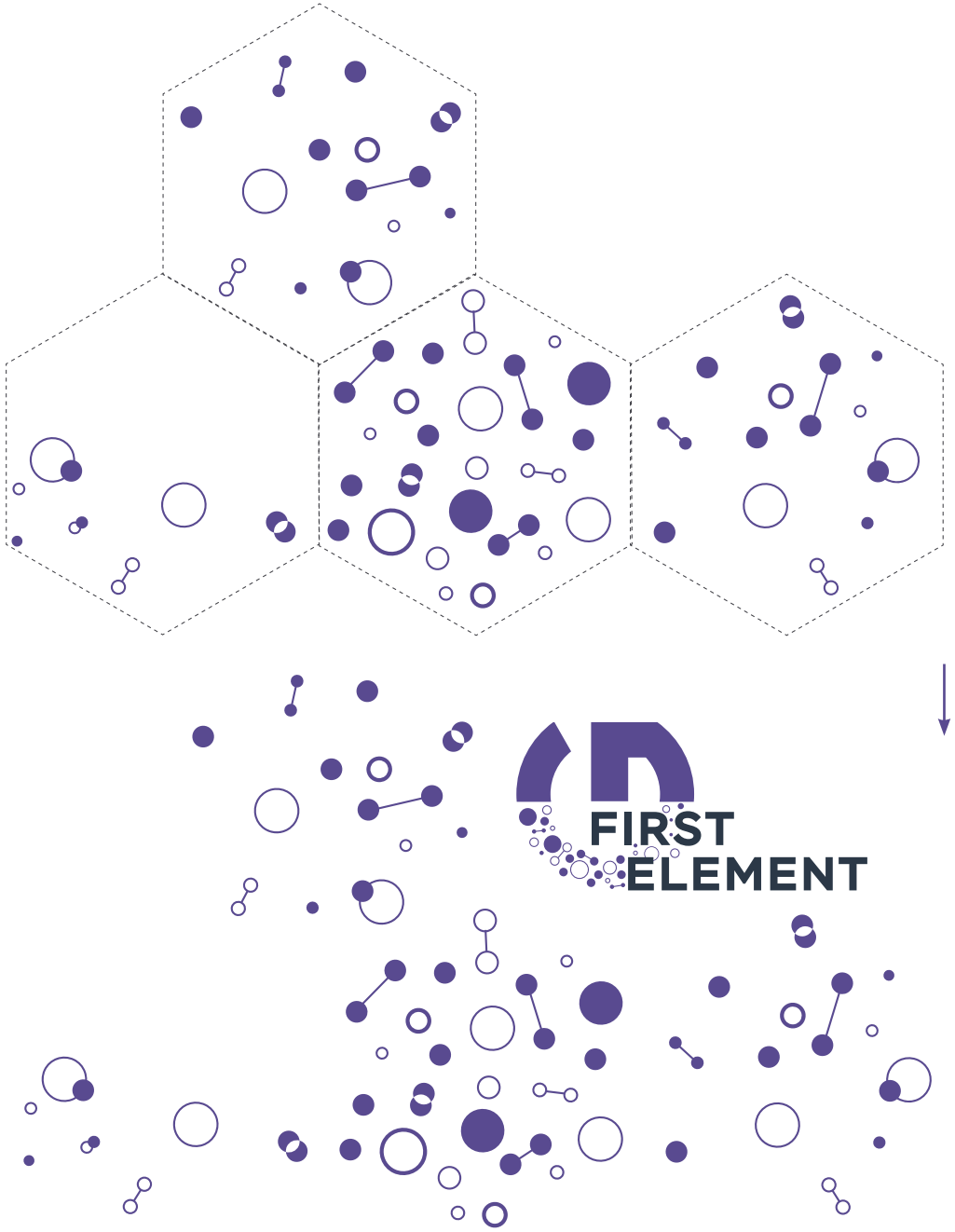
ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

- Принцип построения

При этом логотип может вставать с любой стороны от рисунка, но рядом с наименее насыщенной частью паттерна, чтобы логотип не терялся среди графических элементов.

Пример построения фирменного паттерна для вертикального носителя.

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ



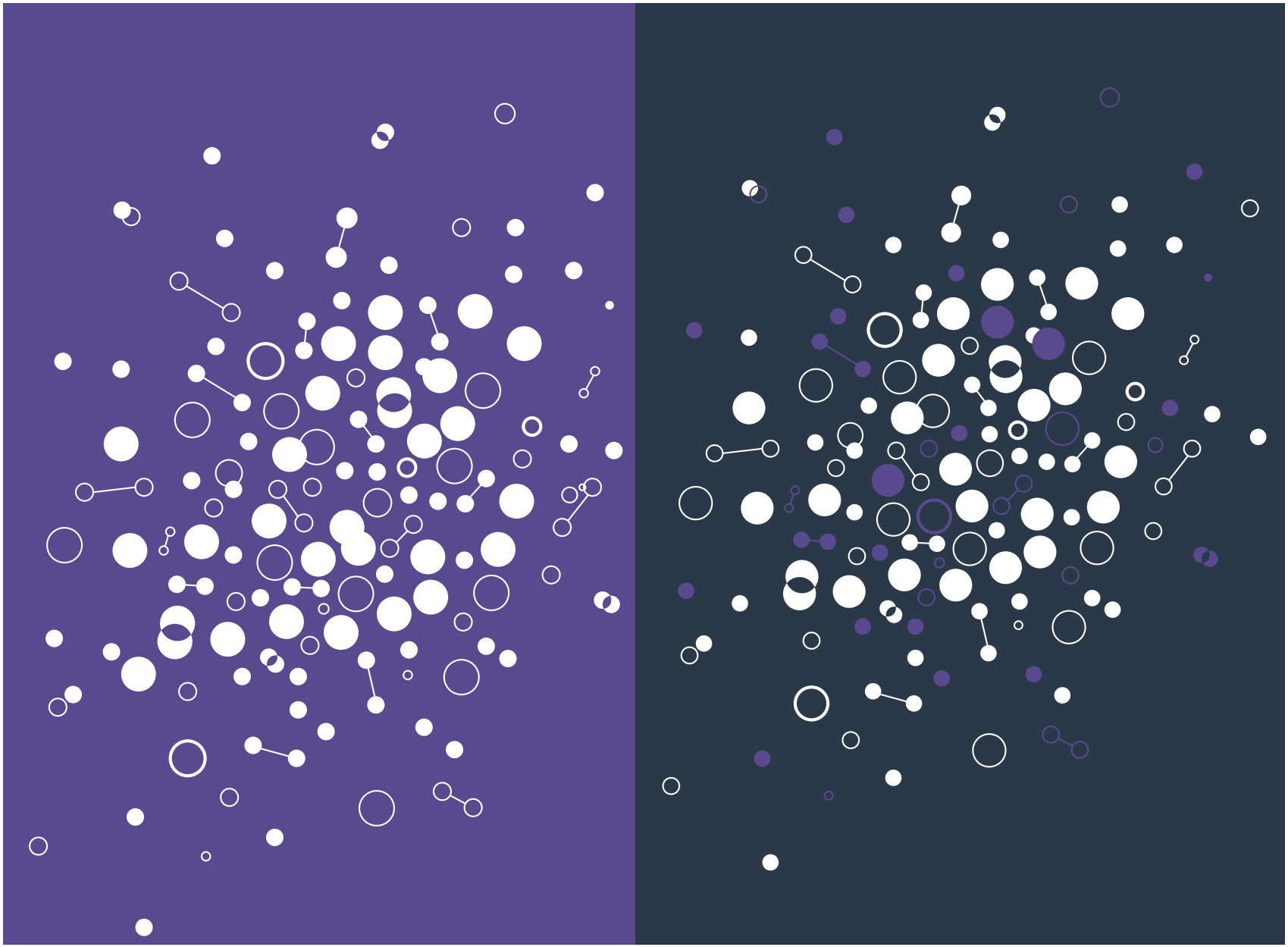
ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

- Принцип построения

Рисунок можно создавать как менее, так и более насыщенный. Это будет зависеть от используемых модулей.

Пример построения фирменного паттерна для горизонтального или квадратного носителя.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



Пример работы фирменной графики на фонах фирменного цвета.

Графика также может быть двухцветной.

ФИРМЕННАЯ
АЙДЕНТИКА

- Фирменная айдентика и фотостиль

Кроме того, графика может взаимодействовать с фотоимиджами, особенно подготовленными по правилам единого стилистического решения.

Так же как в общем стиле UpGreat, фирменными считаются тематические фотографии, обработанные либо в фирменном фиолетовом цвете First Element с помощью фильтра Color, либо в черно-белой гамме.

ФИРМЕННЫЕ ФУТБОЛКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные футболки

ФИРМЕННЫЙ ДИПЛОМ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменный диплом

ВНЕШНИЙ АККУМУЛЯТОР

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Внешний аккумулятор

ФИРМЕННЫЕ РЮКЗАКИ

ФИРМЕННЫЕ РЮКЗАКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные рюкзаки

Фирменные сумки, рюкзаки и прочий текстиль создаются по следующему принципу:

- основное место нанесения носителя используется под логотип конкурса и его фирменную айдентику,
- логотип основного бренда Up Great должен размещаться на отдельных нашивках.

ФИРМЕНЫЕ ВЕТРОВКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные ветровки

ФИРМЕНЫЕ ВЕТРОВКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные ветровки

Суть конкурса

Развитие технологий автоматического управления БПТС, адаптированных к использованию в российских климатических и дорожных условиях

КОНКУРС WINTER CITY

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПА КОНКУРСА

ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ

- Принцип построения логотипа конкурса

Логотипы всех конкурсов строятся по единому принципу:

- В основе знака остается часть идентификатора UpGreat (G), с. 16.
- Нижняя половина идентификатора является фирменной графикой тематического конкурса.
- Название конкурса набрано фирменным шрифтом Stem, с. 14.
- Весь блок построен по строгой сетке, которая является единой для всех конкурсов и которую запрещено нарушать.

АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 20 мм по ширине.

РУССКАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

20 мм

Минимальный размер логотипа в таком исполнении – 20 мм по ширине.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА
И ЧЕРНО-БЕЛАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

PANTONE 638
СМУК: 82 / 5 / 7 / 0
RGB: 0 / 175 / 221
#00AFDD

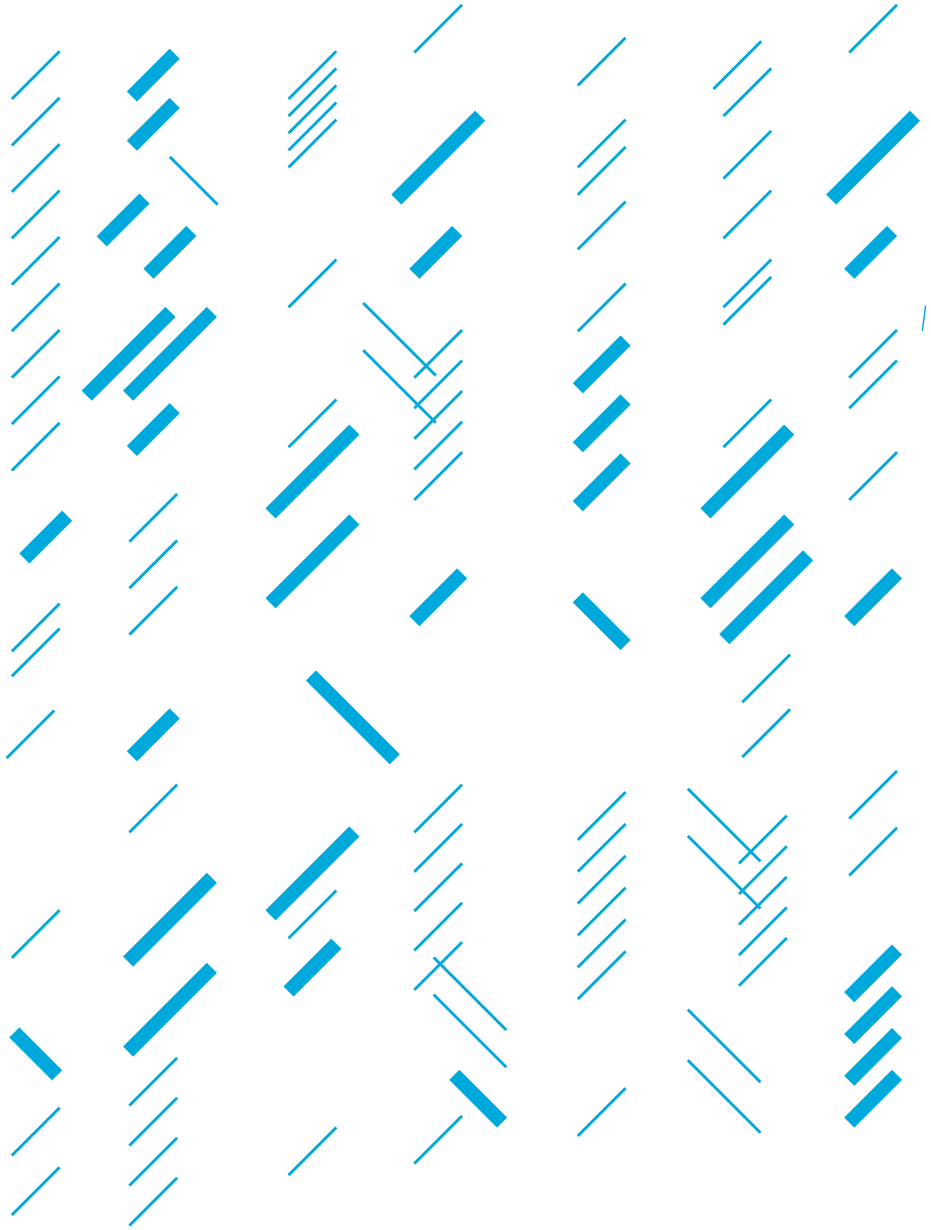
PANTONE 7546
СМУК: 86 / 69 / 50 / 46
RGB: 37 / 55 / 70
#253746

Основным цветом конкурса Winter City является насыщенный голубой.

Дополнительный – графитовый из основной гаммы Up Great.

Остается обязательным использование логотипа в двух основных цветах, в черно-белом варианте также используется двойное цветовое решение.

WINTER
CITY

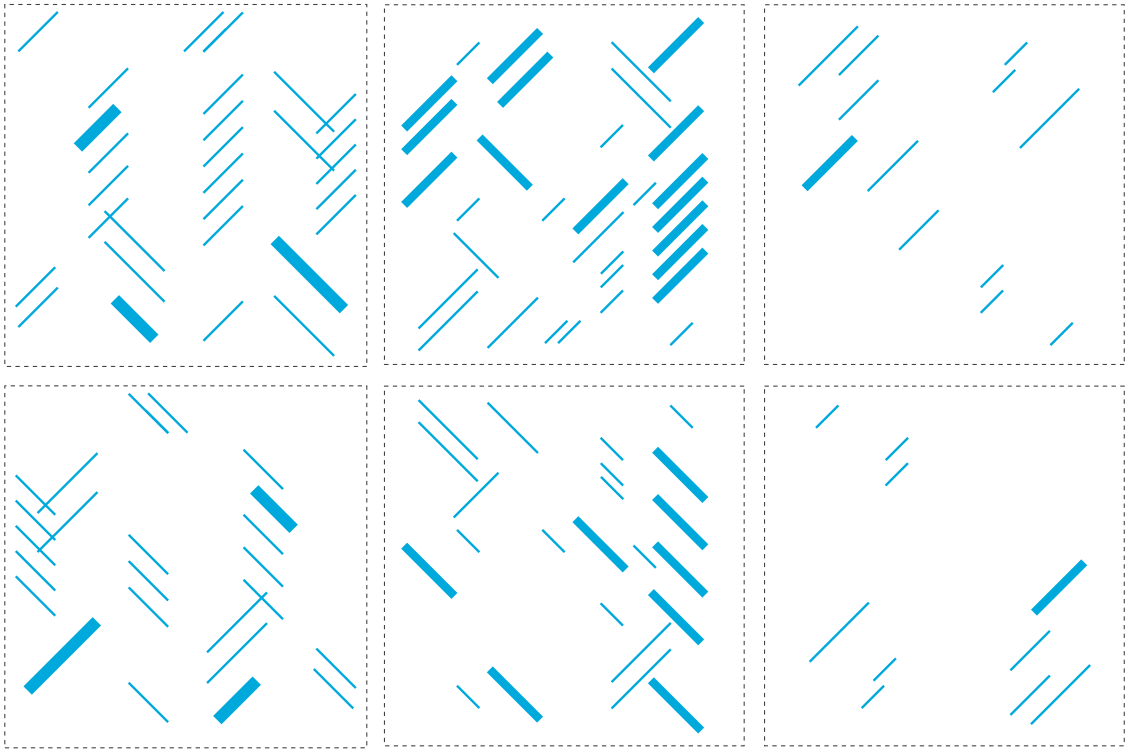


ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

Фирменной айдентикой конкурса WinterCity является паттерн, составленный из графики, берущей свою основу в знаке.

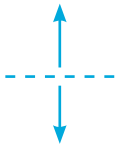
ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ

Можно зеркалить по вертикали для получения новой конфигурации



180°

Можно крутить под углом 180° в любую сторону



Можно зеркалить по вертикали для получения новой конфигурации

ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

- Принцип построения

Фирменный паттерн каждый раз может выглядеть по-новому в зависимости от задач и формата носителей, не теряя своей узнаваемости.

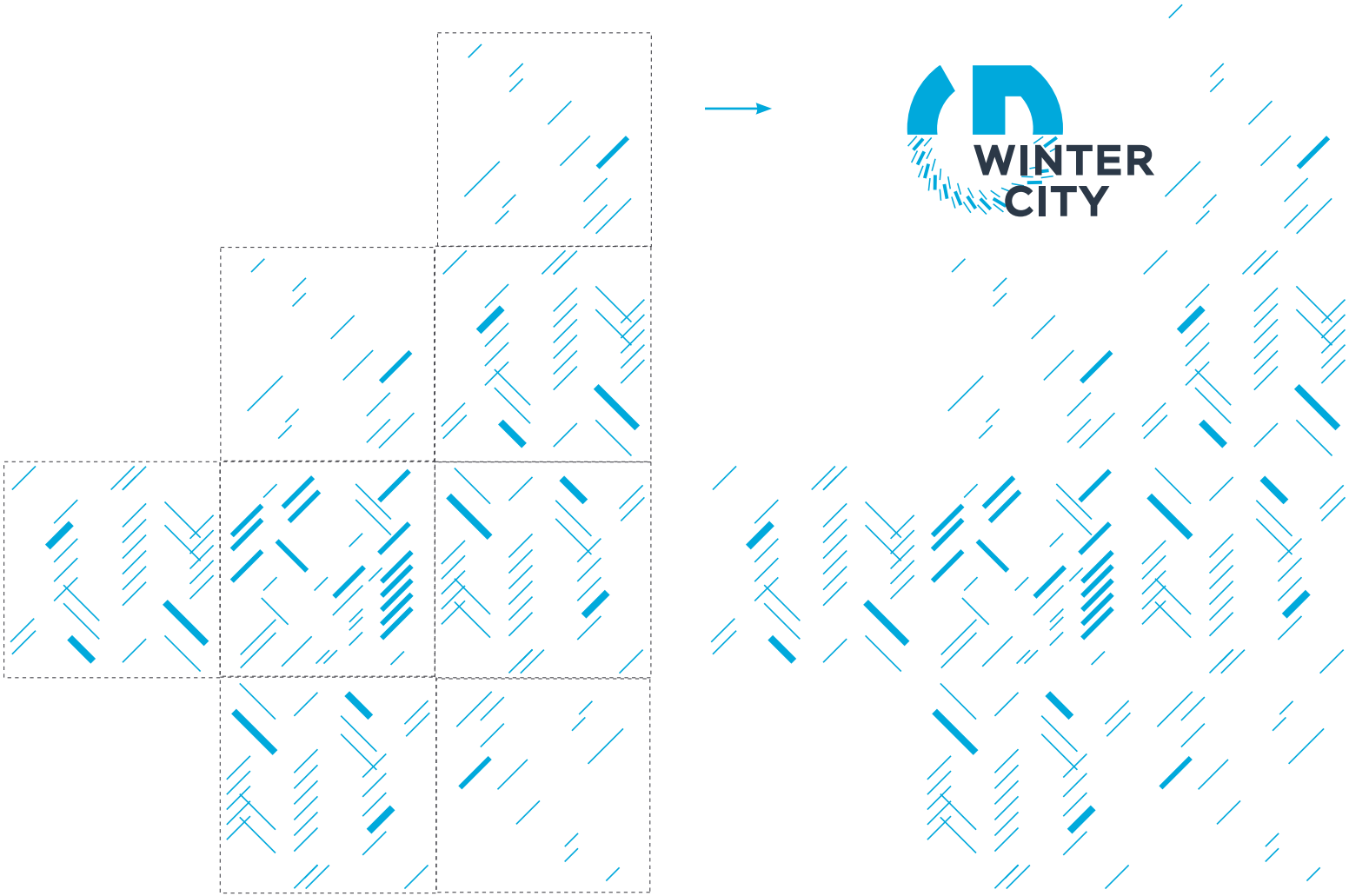
Для этого существует несколько модулей в виде квадратов, в которые вписаны элементы рисунка – косые линии разной толщины.

Составляя эти квадраты друг с другом в разных направлениях, можно получать новые рисунки.

Количество вариаций увеличивается, если

- крутить квадраты с шагом в 180°
- зеркалить их по горизонтали и вертикали
- смещать относительно друг друга по вертикали

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ



При этом логотип может вставать с любой стороны от рисунка, но рядом с наименее насыщенной частью паттерна, чтобы логотип не терялся среди графических элементов.

Пример построения фирменного паттерна для вертикального носителя.

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ

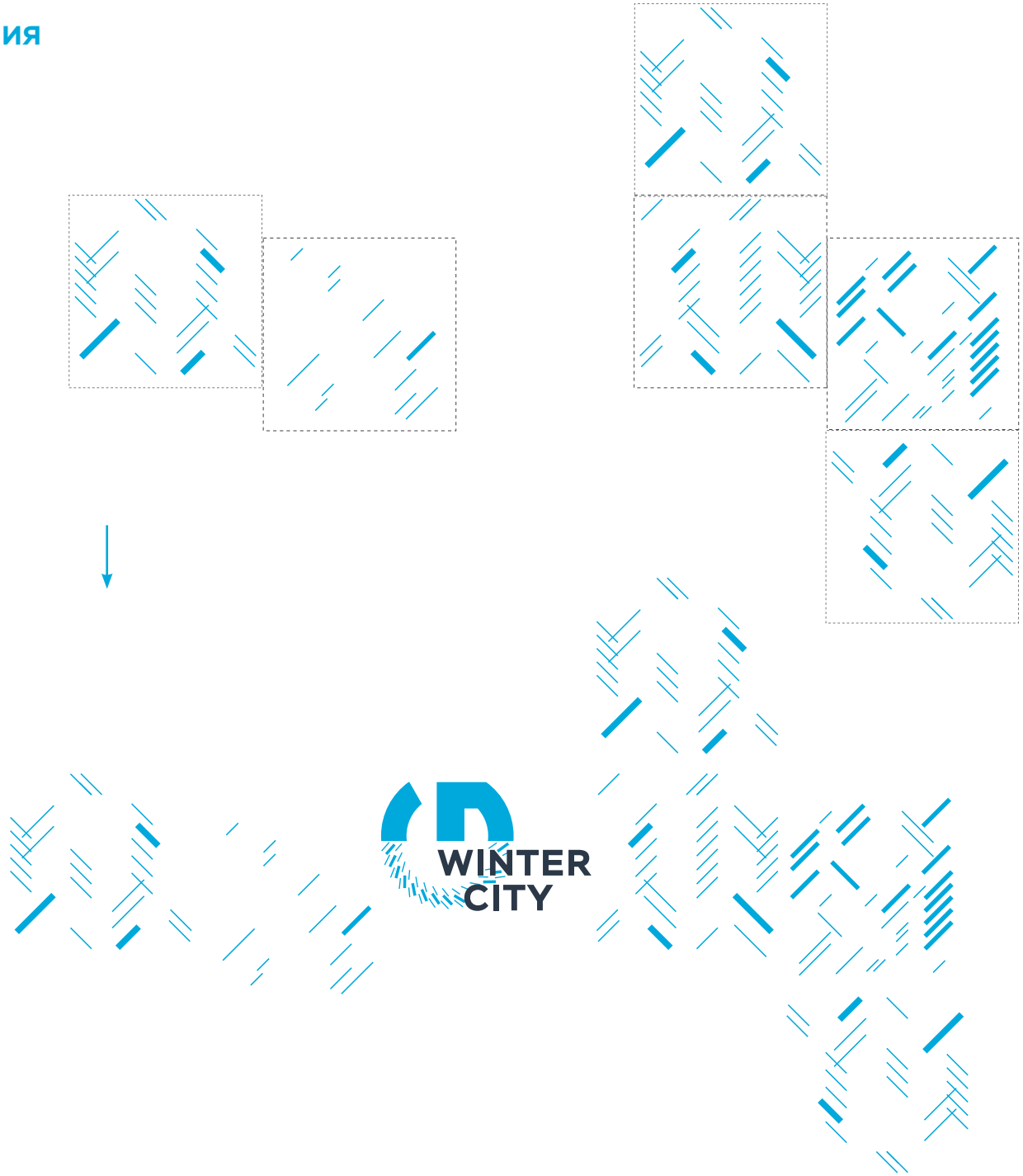
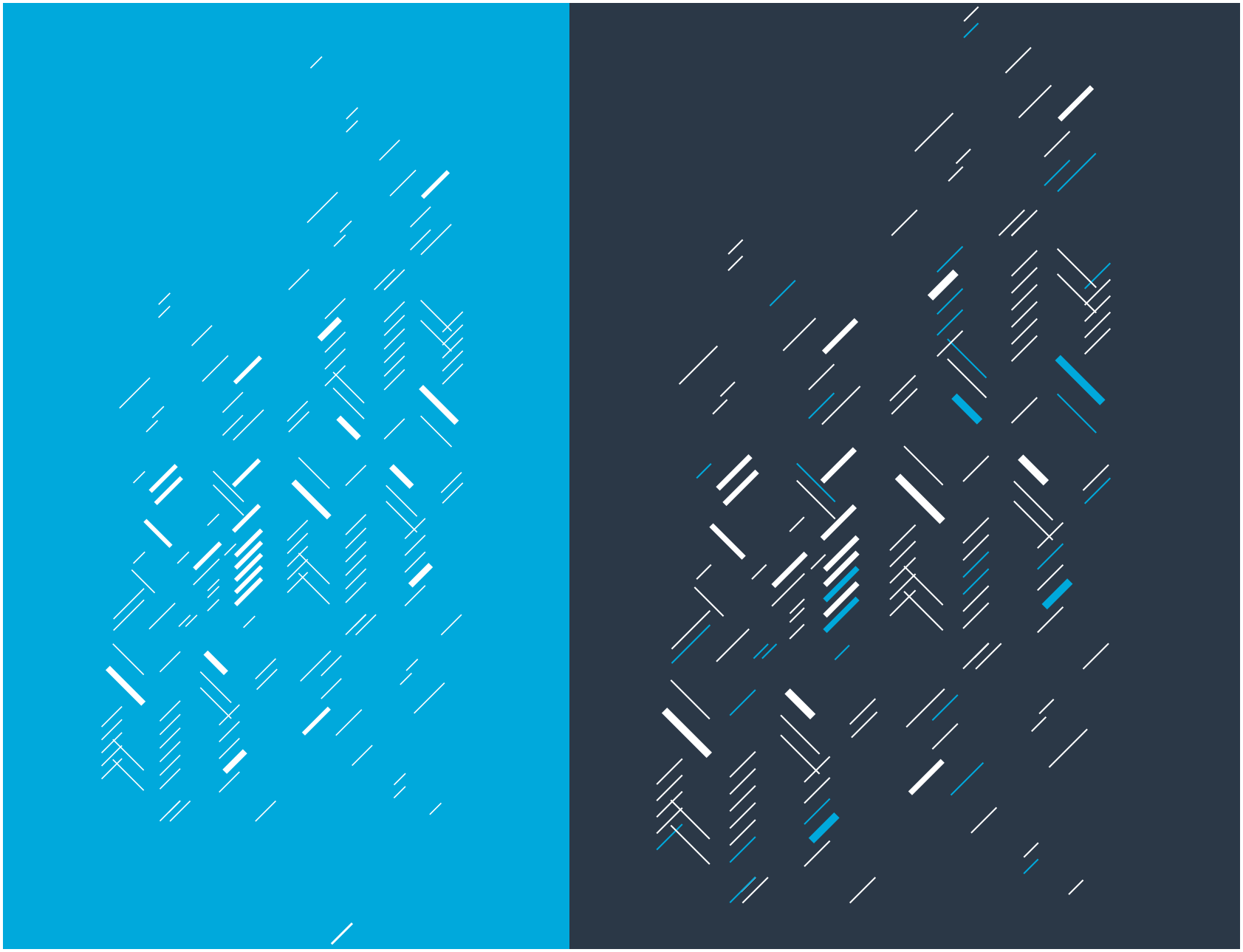


Рисунок можно создавать как менее, так и более насыщенный. Это будет зависеть от используемых модулей.

Пример построения фирменного паттерна для горизонтального носителя.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



Пример работы фирменной графики на фонах фирменного цвета.

Графика также может быть двухцветной.

ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА И ФОТОСТИЛЬ

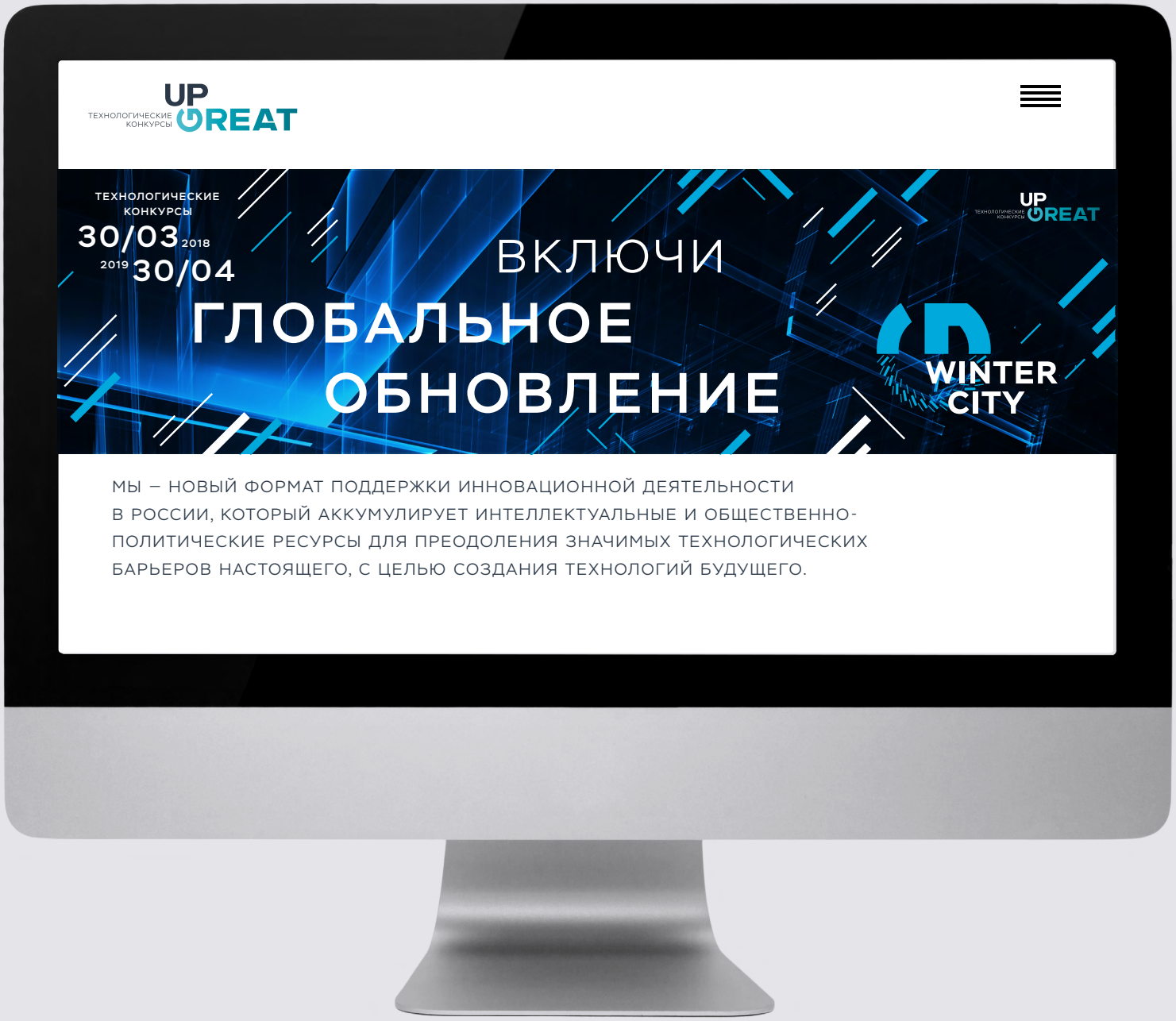
ФИРМЕННАЯ АЙДЕНТИКА

- Фирменная айдентика и фотостиль

Кроме того, графика может взаимодействовать с фотоимиджами, особенно подготовленными по правилам единого стилистического решения.

Так же как в общем стиле UpGreat, фирменными считаются тематические фотографии, обработанные либо в фирменном голубом цвете Winter City с помощью фильтра Color, либо в черно-белой гамме.

ФИРМЕННЫЙ БАННЕР



ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменный баннер

Для создания баннеров используются тематические фотографии, обработанные в фирменном стиле с использованием или без дополнительной графики (с. 70).

Текст основного сообщения верстается по принципам, описанным на с. 23.

ФИРМЕННЫЕ ТЕРМОСТАКАНЫ

СУМКА ДЛЯ НОУТБУКА

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Сумка для ноутбука

Фирменные сумки, рюкзаки и прочий текстиль создаются по следующему принципу:

- основное место нанесения носителя используется под логотип конкурса и его фирменную айдентику,
- логотип основного бренда Up Great должен размещаться на отдельных нашивках.

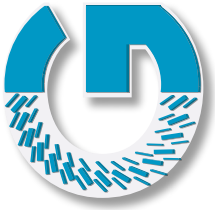
ФИРМЕННЫЕ НАКЛЕЙКИ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные наклейки

Фирменные наклейки могут разрабатываться по принципу конструктора и коллекционирования (неправильные формы могут стыковаться между собой).

ФИРМЕННЫЕ ЗНАЧКИ



ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Фирменные значки

САТЕЛЛИТ

ICE VISION

ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПОВ САТЕЛЛИТОВ

Бабл с коротким призывом (в 2-3 буквы)

Стационарная часть знака конкурса

Название сателлита

Графика соответствующего конкурса

ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

Цвет бабла и сообщение могут меняться от сателлита к сателлиту

ЗИМНИЙ КОМПЛЕКТ

ПРИМЕРЫ НОСИТЕЛЕЙ

- Зимний комплект

На фирменную одежду рекомендуется делать либо силиконовые нашивки с объемным или напечатанным логотипом, либо тканные – в зависимости от технологий нанесения.

ВКЛЮЧИ

ГЛОБАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ

UPGREAT.ONE