



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ)

П Р И К А З

29 сентября 2016 г. Москва № 612

Об утверждении Методических рекомендаций по оформлению  
многофункциональных центров предоставления государственных  
и муниципальных услуг с использованием единого фирменного стиля  
«Мои Документы»

В соответствии с пунктом 5.3.28 Положения о Министерстве экономического развития Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 г. № 437 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 24, ст. 2867; 2011, № 12, ст. 1640), и пунктом 4 раздела I плана мероприятий по дальнейшему развитию системы предоставления государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» в многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг на 2016 - 2018 годы, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2016 г. № 747-р (Собрание законодательства Российской Федерации, 2016, № 18, ст. 2655), приказываю:

1. Утвердить прилагаемые Методические рекомендации по оформлению многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг с использованием единого фирменного стиля «Мои Документы».

2. Высшим исполнительным органам государственной власти субъектов Российской Федерации рекомендовать использовать единый фирменный стиль «Мои Документы» в многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг.

Врио Министра



А.Л. Ведев

Минэкономразвития России  
Вн.№ 612  
от 29.09.2016

# **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по оформлению многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг с использованием единого фирменного стиля «Мои Документы»**

## **I. Общие положения**

1.1. Настоящие Методические рекомендации разработаны с целью оказания методической помощи по оформлению многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в едином фирменном стиле «Мои Документы».

1.2. Для целей настоящих Методических рекомендаций используются следующие основные понятия и их определения, а также сокращения:

бейдж - элемент униформы, амуниции в виде значка, наклейки или карточки, предназначенный для представления информации о лице, которое его носит;

бренд - комплекс информации об организации, продукте или услуге: наименование, термин, знак, символ, дизайн, набор ценностей и атрибутов, предназначенных для идентификации товаров или услуг;

брендинг - процесс управления созданным брендом, товарным знаком, позволяющий популяризировать в том числе торговую марку;

дефинитор - уточняющая надпись о виде предоставляемых услуг в многофункциональном центре предоставления государственных и муниципальных услуг;

интернет-баннер - статичная или анимированная картинка, в том числе со ссылкой на интернет-ресурс;

жизненная ситуация - комплекс взаимосвязанных государственных и (или) муниципальных услуг, предоставление которых организуется многофункциональным центром по принципу «одного окна»;

кобрендинг - размещение в рекламном поле двух или более брендов;

логотип - специальное шрифтовое начертание названия многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг «Мои Документы»;

модульная сетка - набор невидимых направляющих, вдоль которых располагаются элементы макета для печати или интернет-страницы;

МФЦ - многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг;

ОПО — офис привлекаемой организации;

пиктограмма - знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предмета или явления, на которые он указывает, в том числе в схематическом виде;

раскадровка - последовательность рисунков, служащая вспомогательным средством при производстве рекламных роликов;

сити-формат - отдельно стоящие конструкции наружной рекламы, павильоны ожидания транспорта, представляющие собой короб с двумя рекламными поверхностями с внутренней подсветкой;

слоган - формулировка основной темы рекламного обращения, являющаяся элементом фирменного стиля;

ТОСП - территориально обособленные структурные подразделения (офисы) многофункционального центра предоставления государственных и муниципальных услуг;

фирменный стиль - единый фирменный стиль многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг «Мои Документы»;

фирменный узор - графический элемент, состоящий из повторяющихся элементов фирменного стиля, имеющих прямую или косвенную связь с брендом;

СМУК - схема формирования цвета, используемая прежде всего в полиграфии для стандартной печати;

Pantone - стандартизированная система подбора цвета;

POS-материалы - материалы, способствующие продвижению бренда или товара, которые служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров;

RGB - цветовая модель, описывающая способ синтеза цвета для цветовоспроизведения.

1.3. Правила использования фирменного стиля, размещенные в электронной библиотеке бренда (<http://ar.gov.ru/mfc/>), рекомендуется применять для МФЦ, ТОСП, ОПО и транспортных средств, предназначенных для выездного обслуживания заявителей.

1.4. Правила использования фирменного стиля включают комплекс информации о требованиях к оформлению МФЦ, ТОСП, ОПО, транспортных средств, предназначенных для выездного обслуживания заявителей, форменной одежды сотрудников, деловой документации, рекламной, полиграфической и сувенирной продукции, презентационных материалов, электронного табло очереди, интернет-сайтов МФЦ, а также мобильного приложения и интернет-баннеров.

## II. Базовые элементы фирменного стиля

### 2.1. Базовые элементы фирменного стиля.

Основными стилеобразующими элементами являются фирменный блок, фирменные цвета, фирменные шрифты, фирменная графика, стилистика изображений, кобрендинговая зона, слоган.

### 2.2. Фирменный блок.

Главным элементом фирменного стиля является фирменный блок бренда «Мои Документы», который объединяет в общую графическую композицию знак, логотип и дефинитор.

Рекомендуется использовать фирменный блок во всех визуальных коммуникациях и в качестве самостоятельного элемента, который существует в кириллической и латинской версиях. Фирменный блок не подлежит

изменению и перерисовке.

Информация, по использованию фирменного блока размещена в разделах 03.04 - 03.05 электронной библиотеки бренда.

#### 2.2.1. Фирменный знак.

Фирменный знак самостоятельно рекомендуется использовать только в наружной рекламе, сувенирной продукции и как элемент оформления униформы сотрудников МФЦ.

Фирменный знак в цветном варианте воспроизводится на белом и на коричневом фоне. Если воспроизведение цветного изображения невозможно, используются монохромный и черно-белый варианты.

#### 2.2.2. Логотип.

Не предполагается самостоятельного использования логотипа «Мои Документы» в визуальных коммуникациях без фирменного знака, за исключением нанесения его на канцелярские товары.

Название «Мои Документы» пишется кириллицей и в кавычках, оба слова пишутся с прописной буквы, название не склоняется.

#### 2.2.3. Дефинитор.

Для фирменного блока «Мои Документы», кроме фирменного знака и логотипа, рекомендуется использовать следующие дефиниторы:

Государственные и муниципальные услуги;

Центр государственных и муниципальных услуг;

Офис государственных и муниципальных услуг;

Центр государственных услуг;

Офис государственных услуг;

Мобильный офис государственных и муниципальных услуг.

Информация по правилам использования дефиниторов размещена в разделе 02.01.02 электронной библиотеки бренда.

#### 2.3. Фирменные цвета.

Цветовая палитра фирменного стиля состоит из пяти цветов: красный, темно-коричневый, бежевый, черный, белый.

Предпочтительным способом печати является Pantone. При невозможности печати красками Pantone допускается использование четырехкрасочной печати СМУК.

Для веб-дизайна, экранных интерфейсов и других случаев экранного воспроизведения цветов рекомендуется применять цветовую систему RGB. При необходимости используются дополнительные цвета как производные от фирменных.

Информация по спецификации фирменных цветов содержится в разделе 03.08 электронной библиотеки бренда.

#### 2.4. Фирменные шрифты.

В качестве основных шрифтов фирменного стиля рекомендуется использовать Circe и Pt Sans, с помощью которых оформляются все носители.

В электронных носителях, в интерфейсах электронного табло, электронной очереди, мобильном приложении и на официальных интернет-сайтах МФЦ рекомендуется применять шрифты Open Sans.

Шрифтовая схема размещена в разделе 03.09 электронной библиотеки бренда.

#### 2.5. Фирменная графика.

Фирменную графику составляют пиктограммы жизненных ситуаций, навигационные пиктограммы и фирменный узор.

##### 2.5.1. Пиктограммы.

В фирменном стиле используются три вида пиктограмм: большие и малые пиктограммы жизненных ситуаций, навигационные пиктограммы.

Описание значений пиктограмм, их графическое исполнение, визуализация допустимых вариантов размещения на макетах содержатся в разделах 03.11 - 03.14 электронной библиотеки бренда.

##### 2.5.2. Фирменный узор.

Фирменный узор состоит из изображений фирменного знака или пиктограмм жизненных ситуаций, который используется для оформления ткани или бумаги для декорирования помещений или упаковки сувенирной

продукции.

Примеры фирменного узора содержатся в разделе 05.05.10 электронной библиотеки бренда.

#### 2.6. Стилистика изображений.

В верстке полиграфической продукции в фирменном стиле рекомендуется использовать фотографии людей в полный рост или по пояс, изображения природы или архитектуры.

В рекламе услуг применяются только фотоизображения людей, сюжетов или предметов, на которых удален фон или выделена часть изображения из общего рисунка, на белом фоне. Фотоизображения подбираются в соответствии со значениями больших пиктограмм жизненных ситуаций, которые совместно используются на макетах рекламы услуг.

При использовании иллюстраций, носящих информационный характер, рекомендуется применять простую для восприятия, линейную, с минимальным количеством деталей стилистику графики.

Требования к фотоизображениям и иллюстрациям размещены в разделе 03.15 электронной библиотеки бренда.

#### 2.7. Кобрендинговая зона.

Фирменным стилем предусматривается использование кобрендинговой зоны с одним или несколькими фирменными блоками гербов субъекта Российской Федерации, муниципального образования, в котором расположен МФЦ, в том числе допускается размещение наименования высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, руководителя высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, наименование высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, наименование должностного лица или органа власти муниципального образования, оказывающего поддержку проекту.

Правила размещения и размеры элементов кобрендинговой зоны содержатся в разделе 03.06.01 электронной библиотеки бренда.

Рекомендуется размещать кобрендинговую зону на макетах всех рекламных коммуникаций, полиграфической продукции, а также содержащих рекламные сообщения POS- и промо- материалов, бумажной, сувенирной продукции согласно разделам 05.01 - 05.04, 05.05, 05.06, 06.1 - 06.05 электронной библиотеки бренда соответственно.

При оформлении внешнего вида МФЦ рекомендуется размещать кобрендинговую зону на главной горизонтальной фасадной вывеске МФЦ, табличке с режимом работы, информационном постере, кузове транспортного средства при выездном обслуживании заявителей согласно размерам и принципам, содержащимся в разделах 08.03, 08.07, 08.08 и 11.01 электронной библиотеки бренда соответственно.

При оформлении навигационных указателей рекомендуется размещать кобрендинговую зону на информационной стеле, большой и малой стелах, навигационном указателе сити-формата согласно указанным в разделах 08.09.1, 08.12.01, 08.13.01 и 08.14.02 электронной библиотеки бренда размерам соответственно.

При оформлении деловой документации рекомендуется размещать кобрендинговую зону на бланке письма для корреспонденции, папке-кармане для хранения и транспортировки небольших по объему документов, иных документах согласно указанным в разделах 04.02.06, 04.10.01, 04.11.01, 04.13.01 и 04.16 электронной библиотеки бренда размерам соответственно.

### III. Рекомендации по использованию элементов фирменного стиля при оформлении документации, печатной продукции и иных носителей информации МФЦ

3.1. Правила фирменного стиля рекомендуется применять при оформлении документации, печатной продукции и иных носителей информации, в том числе визитных карточек, бланков приказов, бланков отчетов, бланков заданий, бланков внутренних писем, бланков исходящих писем, конвертов, презентационных папок для документов и полиграфической

продукции, наградных документов, а также CD-дисков и конвертов для CD-диска.

3.2. Элементом оформления документации, печатной продукции и иных носителей информации является фирменный блок.

При оформлении презентационных папок, папок-регистраторов, папок-карманов рекомендуется использовать большие и малые пиктограммы жизненных ситуаций, слоган «На все случаи жизни» и кобрендинговую зону.

При построении макетов документации, печатной продукции и иных носителей информации рекомендуется использовать специальную модульную сетку, определяющую принципы размещения информации. Для макетов документации, состоящей из нескольких листов, разработаны модульная сетка заглавного бланка и бланка продолжения.

Особенности построения и примеры верстки макетов документации, печатной продукции и иных носителей информации содержатся в разделах 04.01.02-04.17.02 электронной библиотеки бренда.

#### IV. Рекомендации по оформлению POS-материалов, рекламной и полиграфической продукции МФЦ

4.1. Рекомендуется оформлять в фирменном стиле POS-материалы, рекламную и полиграфическую продукцию МФЦ.

Требования к содержанию, стилистике, графическому оформлению данной продукции, а также принципы создания рекламных слоганов, полиграфической продукции и POS-материалов МФЦ описаны в разделах 02.01.02, 02.01.03 электронной библиотеки бренда.

4.2. Рекламные коммуникации бренда «Мои Документы» включают в себя имиджевую рекламу МФЦ, рекламу услуг МФЦ и ребрендинговые материалы.

При создании имиджевых коммуникаций и рекламы услуг в ключевом сообщении рекламы рекомендуется отмечать возможность МФЦ

предоставлять услуги в рамках жизненных ситуаций.

Особенности построения и примеры верстки рекламных макетов содержатся в разделах 05.01.01 - 05.04.10 электронной библиотеки бренда.

4.3. При производстве POS-материалов и полиграфической продукции в их содержании рекомендуется использовать информацию о принципах работы МФЦ и его услугах.

Информацию на макетах POS-материалов и полиграфической продукции рекомендуется располагать в соответствии с определенными модульными сетками.

Особенности построения и примеры верстки макетов POS-материалов и полиграфической продукции МФЦ содержатся в разделах 05.05.1 - 05.06.05 электронной библиотеки бренда.

## V. Рекомендации по оформлению сувенирной продукции МФЦ

5.1. Рекомендуется использовать фирменный стиль при производстве сувенирной продукции, в том числе блокнотов, ежедневников, блоков для записей, полиэтиленовых и бумажных пакетов, кружек, флажков, фирменных ручек и карандашей, флэш-накопителей.

5.2. При оформлении фирменных блокнотов форматов А4 и А5, а также полиэтиленовых и бумажных пакетов, кроме фирменного блока «Мои Документы», рекомендуется использовать слоган «На все случаи жизни», кобрендинговую зону, большие и малые пиктограммы жизненных ситуаций.

Построение и примеры верстки макетов для данных видов сувенирной продукции содержатся в разделах 06.01.01 - 06.02.02, 06.04.01 - 06.05.01 электронной библиотеки бренда.

5.3. Ежедневник формата А5 рекомендуется оформлять при помощи размещения на обложке фирменного блока «Мои Документы» и кобрендинговой зоны. Из уже готовой продукции рекомендуется выбирать ежедневники для брендинга с темно-коричневым вариантом обложки,

максимально близким по оттенку к фирменному темно-коричневому цвету «Мои Документы».

Построение и пример верстки макета обложки еженедельника содержатся в разделе 06.03.01 электронной библиотеки бренда.

5.4. При оформлении мелкой сувенирной продукции, в том числе кружек, флажков, флэш-накопителей, ручек, карандашей, рекомендуется использовать один фирменный блок «Мои Документы», состоящий из знака, логотипа и дефинитора, а в определенных случаях - фирменный блок, состоящий только из знака и логотипа. Если площадь ручек и карандашей не позволяет использовать версию фирменного блока со знаком и логотипом «Мои Документы», рекомендуется применять вытянутое в одну строку начертание логотипа «Мои Документы».

Построение макетов и примеры использования фирменного блока «Мои Документы» на мелкой сувенирной продукции содержатся в разделах 06.08.01, 06.10.01 электронной библиотеки бренда.

5.5. При производстве блоков для записей рекомендуется предусматривать нанесение на его поверхность только адреса официального сайта МФЦ и слогана «На все случаи жизни».

Построение и примеры верстки макета блока для записей содержатся в разделе 06.09.01 электронной библиотеки бренда.

## VI. Рекомендации по внешнему оформлению МФЦ, ТОСП, ОПО и транспортных средств, предназначенных для выездного обслуживания заявителей

6.1. При оформлении внешнего вида МФЦ рекомендуется использовать горизонтальную фасадную вывеску, панель-кронштейн, витринные постеры и информационную табличку с режимом работы. Предусматривается применение дополнительных элементов оформления, в том числе информационного постера, вертикальной панели-кронштейна, большого и малого стендов, флагов или групп флагов, крышной установки.

6.2. Фасады зданий, в которых находятся ТОСП, рекомендуется оформлять с помощью вывески-кронштейна и информационной таблички с режимом работы. Дополнять внешний вид допускается информационным постером и витринными постерами.

6.3. На фасадах зданий ОПО рекомендуется размещать информационную табличку с режимом работы, а также при возможности - дополнительные элементы оформления, такие как вывеска-кронштейн, информационный постер и витринные постеры.

Информация о типоразмерах и особенностях построения рекомендуемых и дополнительных элементов оформления фасадов МФЦ, ТОСП и ОПО содержится в разделах 08.03.01 - 08.05.01, 08.10.01 - 08.13.01, электронной библиотеки бренда.

6.4. Транспортные средства, предназначенные для выездного обслуживания заявителей, рекомендуется оформлять с помощью нанесения на кузов адреса официального интернет-сайта МФЦ субъекта Российской Федерации, контактного телефона, слогана, фирменного блока «Мои Документы». В оформлении бортов кузова прочих транспортных средств допускается использование только фирменного блока или фирменного знака как отдельного элемента.

Транспортные средства, предназначенные для выездного обслуживания заявителей, рекомендуется использовать в белом и темно-коричневом цветах, а маркировку элементов на кузове наносить с помощью матовой самоклеющейся пленки бежевого, красного и коричневого цветов.

Примеры оформления транспортных средств содержатся в разделах 11.01.1 - 11.01.08 электронной библиотеки бренда.

## VII. Рекомендации по оформлению помещений МФЦ, ТОСП и ОПО

7.1. Рекомендуется использовать белый цвет для стен и потолка и серый цвет для напольных покрытий, а также выделять отдельные зоны фирменными

цветами бренда. Рекомендуется выделять красным цветом зоны «Вход», «Электронная очередь» и «Помощь», а также навигационные указатели, которые рекомендуется устанавливать в достаточном количестве для быстрого и легкого нахождения всех необходимых зон и сервисов. Коричневым цветом выделяется зона «Обслуживание» и зона «Оплата». Зоны дополнительных сервисов, таких как «Еда и напитки», «Фотоуслуги», «Копирование документов» и т.д., оформляются в бежевом цвете.

При оформлении зоны «Обслуживание» корпус фирменной стойки и стола рекомендуется оформлять лицевую и обратную сторону в белом цвете, а также разделять фирменные стойки и столы на посетительские зоны с помощью вертикальных перегородок. Не рекомендуется использование перегородок, разделяющих пространство между заявителем и сотрудником МФЦ.

Фирменными цветами рекомендуется выделять сиденья для сотрудников и заявителей, а именно: сиденья красного цвета используются для кратковременного пребывания заявителей возле окон «Обслуживание» и доступа к дополнительным сервисам, коричневые сиденья предназначены для ожидания, а бежевые - для сотрудников МФЦ.

7.2. При оформлении помещений МФЦ рекомендуется использовать фирменную стойку в зоне «Помощь», стойки или столы в зоне «Обслуживание», при оформлении зон «Оплата», «Gosuslugi.ru» и «Информация» рекомендуется использовать оформленные элементы информирования, в том числе электронная очередь и информационные экраны, а также рекламные материалы, навигационные указатели и таблички различных типов ко всем основным и дополнительным зонам. При этажности МФЦ больше одного рекомендуется предусматривать использование дополнительной навигации в лифтовых и лестничных холлах. При сложных планировочных решениях рекомендуется использовать дополнительную настенную или отдельно стоящую навигацию, а для больших МФЦ - интерьерную вывеску.

При оформлении ТОСП рекомендуется использовать фирменные стойки или столы в зоне «Обслуживание», навигационные указатели и таблички различных типов. Дополнительно возможно оформление зоны «Информация».

Офисы в привлекаемых организациях рекомендуется оформлять в фирменной стилистике привлекаемой организации с использованием фирменных элементов бренда «Мои Документы», а также рекомендуется предусматривать оформление зоны «Информация».

Дополнительные рекомендации и примеры оформлений различных зон содержатся в разделах 09.16.01 - 09.16.18 электронной библиотеки бренда.

7.3. В системе навигации рекомендуется использовать разнообразные варианты навигационных элементов, в том числе интерьерную вывеску, карту отделения, указатели направлений, указатель места, консольный указатель места, обозначение кабинетов, интерьерный стенд, настенные текстовые блоки, текстовые таблички, информационный стенд, информационный экран, стойка для рекламных материалов, навигационный указатель, напольная навигация.

На навигационных носителях наиболее значимые направления рекомендуется выделять более крупным кеглем шрифтовой надписи и размером стрелки.

Принципы и примеры оформления, построения и размещения элементов навигационной системы содержатся в разделах 09.02 - 09.15 электронной библиотеки бренда.

## VIII. Рекомендации по использованию элементов фирменного стиля в форменной одежде сотрудников МФЦ

8.1. Сотрудникам МФЦ рекомендуется носить форменную одежду. Фирменным стилем предусмотрены летние, осенне-весенние и зимние комплекты одежды для женщин и мужчин.

8.2. Летний комплект форменной одежды для мужчин: брюки мужские

прямого покроя темно-серого или черного цвета, белая рубашка, однотонный темно-коричневый галстук шириной 5-7 см, обувь и ремень черного цвета, бейдж и нагрудный значок.

Летний комплект форменной одежды для женщин: юбка прямого покроя на молнии длиной на уровне колен темно-серого или черного цвета, белая рубашка на белых пуговицах с длинным рукавом, однотонная темно-коричневая косынка размером 60х60 см или 65х65 см, черный женский ремень, обувь черного цвета, бейдж и нагрудный значок.

Осенне-весенний комплект форменной одежды для мужчин: брюки мужские прямого покроя темно-серого или черного цвета, белая рубашка, жилетка с передней частью цвета охра и темно-коричневой спинкой, однотонный темно-коричневый галстук шириной 5-7 см, обувь черного цвета, ремень цвета охра или черного цвета, бейдж и нагрудный значок.

Осенне-весенний комплект форменной одежды для женщин: юбка прямого покроя на молнии длиной на уровне колен темно-серого или черного цвета, белая рубашка на белых пуговицах с длинным рукавом, жилетка с бежевой передней частью и темно-коричневой спинкой, однотонная темно-коричневая косынка размером 60х60 см или 65х65 см, обувь черного цвета, бейдж и нагрудный значок. В дополнение возможно использование женского ремня красного цвета.

Зимний комплект форменной одежды для мужчин: коричневая куртка с нанесенным на нее фирменным блоком, бежевый шарф, бежевая шапка с вышитым фирменным знаком, брюки мужские прямого покроя темно-серого или черного цвета, белая рубашка, бежевый свитер, однотонный темно-коричневый галстук шириной 5-7 см, обувь черного цвета, ремень цвета охра или черного цвета, бейдж и нагрудный значок. В дополнение возможно нанесение на свитер декоративных элементов типа «заплатки» темно-коричневого цвета.

Зимний комплект форменной одежды для женщин: коричневая куртка с нанесенным на нее фирменным блоком, бежевый шарф, бежевая шапка с

вышитым фирменным знаком, юбка прямого покроя на молнии длиной на уровне колен темно-серого или черного цвета, белая рубашка на белых пуговицах с длинным рукавом, бежевый свитер, однотонная темно-коричневая косынка размером 60х60 см или 65х65 см, обувь черного цвета, бейдж и нагрудный значок. В дополнение возможно нанесение на свитер декоративных элементов типа «заплатки» темно-коричневого цвета, а также использование женского ремня красного цвета.

Иллюстрации летних, осенне-весенних и зимних комплектов форменной одежды для женщин и мужчин с информацией о материалах и видах кроя содержатся в разделах 07.01.01 - 07.03.01 электронной библиотеки бренда.

#### IX. Рекомендации по оформлению электронных носителей и информационных ресурсов МФЦ

9.1. При оформлении информационных ресурсов и электронных носителей, в том числе мультимедийных презентаций, мобильных приложений, интернет-баннеров, официальных интернет-сайтов МФЦ интерактивных табло прикассовых и приоконных дисплеев, электронной очереди, рекомендуется руководствоваться правилами фирменного стиля.

9.2. При подготовке мультимедийных презентаций рекомендуется использовать шаблоны презентаций 4х3, 16х9 в кириллической и латинской версиях, разработанные в соответствии с единой модульной сеткой.

Принципы оформления мультимедийных презентаций указаны в разделах 10.01.01 - 10.03.08 электронной библиотеки бренда.

9.3. При построении мобильного приложения рекомендуется использовать единую для всего мобильного приложения модульную сетку. Графический элемент запуска приложения представляет собой фирменный знак «Мои Документы», расположенный на темно-коричневом фоне.

Разработанная дизайн-концепция мобильного приложения проиллюстрирована в разделах 10.10.01 - 10.10.07 электронной библиотеки

бренда и визуализирует построение и расположение элементов макета мобильного приложения на главном экране различных интернет-платформ.

9.4. При построении и оформлении интернет-баннеров в первом кадре рекомендуется размещать фирменную графику, в последующих - основное и дополнительное рекламное сообщение, текстовую информацию, а в заключительном кадре рекомендуется размещать фирменный блок «Мои Документы».

Примеры раскадровки интернет-баннера для разных видов рекламы, а также примеры размещения баннеров на интернет-сайтах содержатся в разделах 10.11.01 - 10.11.02 электронной библиотеки бренда.

9.5. Правилами фирменного стиля предусмотрено определенное построение и сетка верстки главной страницы интернет-сайта МФЦ. При наполнении сайта рекомендуется учитывать параметры модульной сетки, состоящей из четырех основных колонок, которые наполняются в соответствии с экспликацией на заполнение, содержащейся в разделе 10.09.01 электронной библиотеки бренда.