



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



**УТВЪРДИЛ:**

ДИРЕКТОР НА ДИРЕКЦИЯ  
„ЦЕНТРАЛНО КООРДИНАЦИОННО ЗВЕНО“

ДАТА: 9 октомври 2018 г.

Версия 4

## К О Н Ц Е П Ц И Я

за брандинг и визия на мрежата от 27 Областни информационни центъра за  
популяризиране на Европейските структурни и инвестиционни фондове в България



# СЪДЪРЖАНИЕ

A. ПРИЧИНИ, НАЛАГАЩИ ПРОМЯНА НА КОНЦЕПЦИЯТА.....	стр. 2
I. ОБЩА ВИЗИЯ НА ОБЛАСТНИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ.....	стр. 3
1. ВЪТРЕШНО ОФОРМЛЕНИЕ – РЕШЕНИЯ И ТРЕТИРАНЕ.....	стр. 4
1.1. ИЗИСКВАНИЯ ЗА ТРЕТИРАНЕТО НА СГРАДНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ.....	стр. 4
1.2. ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО.....	стр. 6
1.3. ПОМОЩНИ СРЕДСТВА ЗА БРАНДИРАНЕ.....	стр. 7
2. ВЪНШНИ (ФАСАДНИ) ЕЛЕМЕНТИ.....	стр. 7
3. ИЗИСКВАНИЯ ПО РЕШЕНИЯТА ЗА ДОСТЪПНОСТ.....	стр. 7
II. РАЗРАБОТКА НА КОНКРЕТНИ ЕЛЕМЕНТИ, СЪСТАВЛЯВАЩИ БРАНДИНГ КОНЦЕПЦИЯТА.....	стр. 12
1. ЛОГО.....	стр. 12
2. ШРИФТ/ШРИФТОВЕ.....	стр. 12
3. ЦВЕТОВЕ И ЦВЕТОВИТЕ ПАЛИТРИ.....	стр. 12
4. ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ.....	стр. 13

## А. ПРИЧИНИ, НАЛАГАЩИ ПРОМЯНА НА КОНЦЕПЦИЯТА

Мрежата от 27 Областни информационни центъра за популяризиране на ЕСИФ в България беше изградена през програмен период 2007-2013 г. със средства от Оперативна програма „Техническа помощ“. През програмен период 2014-2020 г. функционирането на областните информационни центрове ще бъде обезпечено от Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд. В тази връзка настъпва и промяна в общото название на структурата- Мрежа от 27 Областни информационни центъра за популяризиране на Европейските структурни и инвестиционни фондове (ЕСИФ) в България. Изброените фактори налагат промяна на задължителните визуални елементи, залегнали във Версия 2/март 2014 г. на Концепцията за брандинг и визия на мрежата, които следва да бъдат приведени в съответствие с Националната комуникационна стратегия и Единния наръчник на бенефициента за прилагане на мерките за информация и комуникация (приложение към НКС). Документът влезе в сила през 2015 г. и има задължителен характер за бенефициентите по всички програми през периода 2014-2020 г. Пълният текст на НКС и приложенията към нея са публикувани на единния портал: [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

При актуализацията на настоящата Концепция се запазват основните принципи на визуализация на мрежата, а именно - на преден план се извеждат единното лого, като обединяващ символ за периода 2014-2020 г. и наименованието на финансиращата програма.



Изискванията към основните елементи и възпроизвеждането на логото и слогана на Мрежата от 27 Областни информационни центъра остават без промяна, а именно:



Описание на приложенията, които подлежат на промяна:

Приложение 1: Лого - без промяна

Приложение 2: Инструкция и изисквания за използване на логото - без промяна

Приложение 3: Шрифт/шрифтове - без промяна Приложение 4: Цветове и цветови палитри - без промяна

Приложение 5: Печатни материали - променено

Приложение 6: Други канцеларски и рекламни материали - променено

Приложение 7: Пресматериали и прессъобщения - променено Приложение: Визия на областните информационни центрове - променено.

## I. ОБЩА ВИЗИЯ НА ОБЛАСТНИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ

### Основна цел:

Създаване на обща визия и подробна брандинг концепция на 27-те Областни информационни центрове за популяризиране на ЕСИФ в България. Визуалните и всякакви други отличителни знаци и характеристики имат за цел да придават идентичност и разпознаваемост на всяка предоставяна услуга и на информационния център, като принадлежащи към мрежата.

**Интерпретиране** на основните функции на офисите чрез средствата за визуална комуникация:

- Мрежа от регионални офиси: информацията близо до Вас;
- ЕСИФ в България: единното лого на програмите 2014-2020 г. присъства заедно с останалите елементи от брандинг концепцията, върху всички изделия с достатъчна площ. Използването му ще обозначава ясно и изчерпателно обхвата на дейността. Ще помогне за бързото идентифициране на центъра, обозначавайки категорично връзката му с програмите, финансирани от ЕСИФ.
- Мобилност: „изнасяйки” обозначителни елементи извън офисите, подчертаваме мобилност и активно търсене на диалог.

**Ключови думи**, изразяващи дейността на ОИЦ: информация, навигация, инициативност, активност, насърчаване, еврофинансиране.

### Избор на цвят:

„Корпоративен” цвят – синьо – цветът на Европа.

В логото, както и в основния елемент от дизайна, синьото се допълва от жълто и светлосиньо. Графичното решение на логото и поддържащите елементи на дизайна подчертават многообразието в единство.

**Мотиви:** синьото е не само цветът на Европа, но се е наложил категорично като корпоративен цвят за основните дейности на ЕС, включително еврофинансиране и програми. Извън „европейската” стилистика това е цветът на авторитетност, достойнство, сигурност, интелигентност, лидерство. Включеният по-светъл нюанс на синьо добавя мекота към сериозния и студен „европейски” цвят. Жълтите акценти подчертават формите и добавят характерните за този цвят позитивност, слънчева светлина и откритост.

## Приложение 1



## АРХИТЕКТУРНО ОФОРМЯНЕ

За постигане на унифицирана визия на всички офиси, предложени за устройване на информационните центрове, трябва да се въведе функционален и приложим регламент за дизайн и да се осигурят базова група елементи – модули, които ще са практични и съразмерни за различни помещения, планировки и гъвкави решения. Заедно с това, те трябва да се вписват и в интериорни дадености с различни характеристики.

**Общата архитектурна концепция трябва да се основава на:**

- **общи правила за интериорното оформление и за фасадната визия** – задължителни и препоръчителни;
- **елементи на обзавеждането** – единна номенклатура – определен брой модули, които могат да се комбинират, според даденостите на всеки център и проектните виждания на обслужващите екипи;
- **други средства за брендиране**

## **ЕЛЕМЕНТИ ЗА ПРОМОЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ**

### **1. ВЪТРЕШНО ОФОРМЛЕНИЕ – РЕШЕНИЯ И ТРЕТИРАНЕ:**

- **ПО СГРАДНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ**
- **ОБЗАВЕЖДАНЕТО**
- **ПОМОЩНИ СРЕДСТВА ЗА БРАНДИРАНЕ**

#### **1.1. ИЗИСКВАНИЯ ЗА ТРЕТИРАНЕТО НА СГРАДНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ – ПОД, СТЕНИ, ТАВАНИ, ВРАТИ, ДОГРАМИ;**

**Общи нормативно определени изисквания за материалите, влагани при СМР:**

*„Съществени изисквания към строежите по чл. 169, ал. 1 ЗУТ са изискванията, при изпълнението на които се постига осигуряване на безопасността и здравето на хората, безопасността на домашните животни и опазването на околната среда и имуществото и които се отнасят до предвидими въздействия.*

*(2) Съществените изисквания към строежите, които могат да повлияят върху техническите характеристики на строителните продукти, са:*

1. механично съпротивление и устойчивост (носимоспособност);
2. безопасност при пожар;
3. хигиена, опазване на здравето и на околната среда;
4. безопасна експлоатация;
5. защита от шум;
6. икономия на енергия и топлосъхранение (енергийна ефективност)...

*Минималните гаранционни срокове на изпълнени строителни и монтажни работи, съоръжения и строителни обекти за всички видове довършителни работи (подови и стени покрития), както и за вътрешни инсталации на сгради, са нормативно определени на 5 години;*

Невъзможно е да се предвиди и индивидуално да се съобрази състоянието, вида и параметрите на различните офиси, които ще бъдат предложени за обособяване на Областни информационни центрове. Предварителните данни показват, че не може да се наложат категорични и конкретни характеристики за третирането на ограждащите и пространствено определящите сградни елементи. Вероятно е да има обекти, които да са в добро състояние и с приемливи и трайни подови настилки, вътрешно третиране на таваните (окачени тавани и осветление), вкл. дограмата на наличните врати и прозорци. Ще има офиси, които ще бъдат обособени с минимални/без СМР (строително-монтажни работи), като част от съществуващи и функциониращи административни обекти. За други

предложени помещения ще се планират реконструкции и основни преустройства. В тези случаи, трябва да се приложат действащите норми (ЗУТ и свързаните с него), което предполага инвестиционно проектиране на фаза „Технически проект” с последващо легитимиране на съответната строителна документация. Обхватът на инвестиционния проект е достатъчна основа, за да може **всеки екип да направи своята преценка за елементите, които ще заложи и средствата, с които ще се постигне изискуемата ОБЩА ВИЗИЯ.**

При планиране на СМР и **избора на подовите настилки е препоръчително:**

- пластовете на подовите покрития да осигуряват хидроизолация, топлоизолация, звукоизолация и пожароустойчивост;

- избора на финишния материал, да гарантира експлоатационните им качества и за подходящи мога да се предвидят: гранитогрес, теракот, естествени или ламинирани паркетни в съответния за натоварването клас.

- текстурата да предотвратява хлъзгане, особено при входните площадки и зони;

- изборът на цвят - неутрална гама (светли нюанси на сиво, бежово или охра) или много светли нюанси на синята гама, които да са в хармония с указания водещ/основен „корпоративен” син цвят;

При планиране **третирането на таваните**, аналогично на подовите, **се препоръчва:**

- да осигуряват хидроизолация, топлоизолация, звукоизолация и пожароустойчивост;

- осветителните тела да осигуряват изискуемата осветеност на офисите и залите;

- препоръчителни финишни видове – боядисани повърхности на шпакловани монолитни плочи, облицовани или окачени тавани;

- изборът на цвят – бял или аналогичен на избора и преобладаващия за стените светъл нюанс;

**Третирането на стените** е най-лесното и икономично решение при изграждане на интериора. Достъпно е като изпълнение и като въздействие. Това предпоставя за оформянето на стените да се определят задължителни дейности:

- в общия и най-вероятния случай ще се планира **боядисване на ограждащите стени**. Предвид целите на проекта и свързаните с това дейности, офисите на тези центрове ще трябва да изложат максимално атрактивно и активно информационните и рекламни материали и средства за популяризиране на Кохезионната политика на ЕС. Това предполага, че стените на приемните помещения ще бъдат „натоварени” с различни по вид, цвят, размери и послания (информационни, указателни и рекламни) средства – табели, плакати, емблеми, витрини с материали и т.н. Всички те ще са с разнолик и агресивен дизайн. Заедно с това, офисите трябва да са „белязани” с приложими интериорни акценти, които да формират общата визия за всички центрове.

Гореописаните мотиви определят **две основни и задължителни правила при третирането на стените:**

**1. Общото и преобладаващо цветово решение за стените – бяло или бледожълто (по СМΥΚ 0;0;15;0);**

**2. Създаване на задължителен акцент** – непосредствено (по възможност - насрещно) при входа, да се оформи стена или част от стена, боядисана в син цвят (по СМΥΚ 100;80;0;0) като основа за монтиране на обемен вариант на логото. Идеята е тази подчертана с интензивен син цвят ивица/зона да бъде „запазена марка” /герб на проекта. Според конкретната обстановка и интерпретация, тази зона е подходяща да се ползва и като ключово място за информация и представяне на дейностите и предстоящи инициативи. Тук ще се постави обемен вариант на логото. Този интериорен акцент е задължителен. Неговите параметри трябва да се съобразят по най-подходящия начин за всеки конкретен офис, но основните са указани в приложените схеми. Първо – избора на мястото – с директна видимост срещу влизания. Второ – зоната да е с широчина не по-малка от 1,30 и височина (минимум) от кота +0,90 м от пода до тавана. Трето – оцветяването. Четвърто – обемното лого – монтирано по указания начин. Допустимо е, с

цел композиционното обособяване на оцветената в синьо и брандирана част на стената, да се кантира с цвят, но той трябва да е един от указаните корпоративни цветове.

- в случай, че в предложения обект стените са облицовани с други материали – естествени или изкуствени вътрешни облицовки, в добро състояние и решение за боядисване би било неприемливо – при такава ситуация, **акцентът ще се реализира с винилово платно в зададения син цвят, което ще стане основа/подложка за обемния вариант на логото.**

*В графичната част „ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ЧАСТ 1” са предложени варианти за оформяне на задължителния акцент, които да се интерпретират според даденостите. Важно условие е този акцент да се постави на първото видимо (насрецно) от входа/влизането в центъра място и възприемането му от потребителите да е директно, достатъчно близо и да не се компрометира с други елементи на обзавеждането.*

При планиране на преустройствата и конкретните СМР, **вероятно ще се заложи подмяна дограма – врати и прозорци, както и подмяна на вътрешните врати.** Тук специални условия не могат да бъдат разписани, с оглед на това, че за тях изборът се определя по други водещи критерии. С оглед ограничения обхват на приложимите в случая средства за брандиране, за дограмата – външна и вътрешна, не е целесъобразно да се изисква прилагането на задължителни изисквания. Според конкретните проектни решения би било добре тези елементи да са подбрани композиционно и цветово като фон/основа за разписаните и задължителни елементи за брандирането. При всички случаи – там ще се приложат гъвкавите и мобилни решения за брандиране, разгледани в т. 3.

### **Външни (фасадни) елементи**

## **1.2. ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО**

Предложените елементи осигуряват, както минимално необходимото окомплектоване на офисите, така и възможността да се осъществят различни комбинации за оборудване при по-голяма програма. Зададените параметри са модулно измерими с най-разпространените подобни модификации на пазара. Целта на тази условна номенклатура да определи основните характеристики и броя на елементите за целите на планирането и обща доставка на обзавеждането за всички офиси.

### **Списък на основните елементи с номерация - легенда към графичните приложения**

#### **1. Работно място:**

- бюро – 2 варианта (право и ъглово) - Б
- помощен контейнер (с чекмеджета) - К
- работен стол - С

#### **2. Модулна маса (заседателна)**

#### **3. Столове – посетителски**

#### **4. Шкаф с две врати и с открити рафтове**

#### **5. Стелаж без врати с открити рафтове (щендер)**

#### **Оборудване:**

**1. Мултифункционално устройство (принтер, копир, скенер, факс) –** примерът е за модел, който се поставя на работна маса или шкаф

**2. Проекторен екран -** примерът е с размери 200/200

**3. Мултимедиен апарат (проектор)**

**4. Touch screens**

**5. Други:**

- телефони;
- закачалка за дрехи.

*В „ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ЧАСТ 2” са формулирани примерни технически спецификации за основните елементи на обзавеждането, а в графичната част са показани и визуализирани основните характеристики на ключовите елементи – вид, размери, цвят, а в следващата таблица и подходящите технически изисквания. Указаните параметри отговарят на ергономичните стандарти и най-често срещаните модули за офисно оборудване. Предлага се посочените размери на елементите да се приемат като „препоръчителни”, т. е. при избора на доставчика, да се допуснат аналогични артикули с модификации в границите на 5 до 10% от указаните.*

*Приложени са и графични схеми с оразмеряване на основните групи на обзавеждането, предвид подходящи и ергономични решения.*

*В графичната част „ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ЧАСТ 4” има идейни и примерни решения за функционално и композиционно разположение на интериорните елементи при минимална площ от около 50 кв.м.*

**1.3. ПОМОЩНИ СРЕДСТВА ЗА БРАНДИРАНЕ** – винилови плакати за стенно окачване и на преносима стойка, рекламни материали, цветовете на обзавеждането, стикери, брендирано офис консумативи, плікове и папки за информационните материали, класьори в цветовете синьо и жълто и др.

**2. ВЪНШНИ (ФАСАДНИ) ЕЛЕМЕНТИ** – брендиране според конкретните дадености на обекта с използване на:

- преносим „тотем”;
- брендирана входна врата/витрина – стикер върху стъклената повърхност;
- плакати – поставени отвътре и видими отвън – за витрини или прозорци при входната зона или прилежащи на улицата;
- светлинна реклама – презентационни слайдове, които да се прожектират на монитор или чрез проектор върху екран, подходящо разположен на витрината и видим от прилежащите градски комуникации (улица, пешеходна зона). Варианти – светещо лого и слоган; сменящи се слайдове с информация и реклама за Центъра, текущи и местни инициативи, важни събития и успешни практики, възможно е и озвучаване, както и документални видеоматериали.

Важно е да се отбележи, че всички външни рекламни-информационни елементи и съоръжения подлежат на одобряване и разрешение за поставяне съгласно чл. 57 от ЗУТ и регламент, постановен с наредба на общинския съвет на съответната община.

*В графичната част „ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ЧАСТ 1” са показани примерни модели, подходящи решения за различните ситуации и дадености, както и с разнообразно приложение на стойки тип „тотем”.*

### **3. ИЗИСКВАНИЯ ПО РЕШЕНИЯТА ЗА ДОСТЪПНОСТ**

Независимо от актуалното състояние на обектите, които ще се предложат за организиране на информационните офиси, те трябва да осигуряват „достъпна архитектурна среда за цялото население, като се отчитат и специфичните нужди на хората с намалена подвижност, в т.ч. на хората с увреждания”. Още повече, когато това е базирано на инвестиционно проектиране. Планираните решения трябва да съобразени с НАРЕДБА № 4 от 1 юли 2009 г. за проектиране, изпълнение и поддържане на строежите в съответствие с изискванията за достъпна среда за населението, включително за хората с увреждания (ДВ, бр. 54 от 2009 г.). Те засягат следните елементи на средата, съгл. чл. 4, ал. 1 от нея и конкретно:

**„...ЧАСТ ВТОРА  
ИЗИСКВАНИЯ КЪМ УРБАНИЗИРАНАТА ТЕРИТОРИЯ И НЕЙНИТЕ  
ЕЛЕМЕНТИ**

1. пешеходни пространства;
2. пешеходни пътеки;
3. елементи за преодоляване на различни нива;
4. достъпни места за паркиране;
5. спирки на превозните средства от редовните линии за обществен превоз на пътници;
6. елементи на обзавеждането на достъпната среда...”

Тези елементи се изисква да са предвидени в проектната разработка и за хора с различни видове увреждания и специфичните изисквания при придвижване, както и адекватното им обозначаване.

**„...ЧАСТ ТРЕТА  
ИЗИСКВАНИЯ КЪМ СГРАДИТЕ, СЪОРЪЖЕНИЯТА И ТЕХНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ**

**Чл. 35. (1)** Достъпна архитектурна среда се осигурява във всички сгради и съоръжения най-малко чрез:

1. входни и комуникационни пространства;
2. помещения и пространства за общо ползване;
3. санитарно-хигиенни и спомагателни помещения...”

На първо място, проектното решение трябва осигурява достъпни маршрути чрез: необходимите свободни площи, широчини на ходовите линии, вкл. в „кръстопътните” зони изискуемите параметри за свободно завъртане на инвалидна количка, достатъчна широчина на отворите на вратите и т.н. с указаните в **Наредба №4** .. минимални размери;

Предвидените достъпни маршрути, трябва да се обозначат с **международния символ за достъпност – чл. 5, ал. 3**. Изисква се да са осигурени с достатъчно осветление и по начин, удобен за ориентация на хората с увреждания, без да се създава опасност от заслепяване.

Конкретните дадености и проблеми трябва да се отчетат и решат от компетентните експерти и институции, в съответствие с действащите нормативи. Още повече, специфичните цели на проекта са формулирани с понятия като: „*популяризиране на Кохезионната политика, обща визия; гарантиране на качеството на предлаганите услуги; повишаване информираността и готовността на общините ..*”

За съответните елементи и зони е необходимо да бъдат осигурени горните изисквания, независимо дали конкретният обект подлежи на инвестиционно проектиране. Когато се предвиждат СМР и ново преоборудване, **към проектната документация в част „Архитектура”** се изисква да се представят **конкретните решения за достъпна среда**. Съгласно **чл. 2, ал. 2 и 3 от Наредба №4** към обяснителната записка се прилага раздел **„Решения за достъпност”**, разработен от проектантите със съответната правоспособност и при отчитане на специфичните ергономични нужди на хората с намалена подвижност.

**В графичната част „ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ЧАСТ 4”** са дадени изискванията за достъпна среда към основните положения, които ще са приложими, регламентирани с **Наредба №4** и със сигурност ще трябва да се отразят в решенията за всички центрове.

**Забележка:** Всички промени в съществуващите центрове в архитектурната част следва да бъдат съобразени с разполагаемия ресурс по съответния проект, финансиран от Оперативна програма „Добро управление“.

**ПРИМЕРНИ СПЕЦИФИКАЦИИ  
ЗА ОСНОВНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО**

№	Артикул	Размери * (индикативни) L / В / Н шир./дълбочина/височина (см)	Материали	Други индикативни характеристики	Цвetoво решение
<b>1</b>	<b>Работно място</b>				
<b>Б-1</b>	<b>бюро – тип „право”</b>	160/75/75	ПДЧ с ламинирано/ меламиново покритие, плот с дебелина 25 мм	С метални крака	Неутрален (светлосиво или избелен дъб)
<b>К</b>	<b>Помощен контейнер</b>	45/50/60	с три чекмеджета със заключване		
<b>С</b>	<b>Работен стол</b>	стандартни	на колела, с антистатична дамаска, механизъм за височината на седане и наклона на облегалката	На колелца	Син цвят на дамаската
<b>2</b>	<b>Модулна маса (заседателна)</b>	120/60/75	ПДЧ с ламинирано/ меламиново покритие, плот с дебелина 25 мм	С метални крака	Неутрален (светлосиво или избелен дъб)
<b>3</b>	<b>Стол – посетителски</b>	Стандартни (за заседателна маса)	Здрава, метална рамка, антистатична дамаска, без подръчници	Задължително – с възможност за стифиране	Син цвят на дамаската
<b>4</b>	<b>Шкаф с две врати и с открити рафтове</b>	80/40/200	ПДЧ с ламинирано/ меламиново покритие	Затворен с две врати, вътре - 2 рафта	Едноцветно (неутрален) или двуцветно: – син за вратичките; – неутрален (светлосив/избелен дъб) за корпуса
<b>5</b>	<b>Стелаж – без врати с открити рафтове (щендер)</b>	80/40/200	ПДЧ с ламинирано/ меламиново покритие	Отворени етажерки без вратички	Едноцветно (неутрален) или двуцветно: – син за вратичките; – неутрален (светлосив/избелен дъб) за корпуса
<b>6</b>	<b>Закачалка за дрехи</b>	стандартни	Метална конструкция		

**ПРАВИЛА ЗА ИНТЕРИОРНИТЕ РЕШЕНИЯ**

	ТРЕТИРАНЕ И РЕШЕНИЯ ЗА:	ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛНИ
<b>1</b>	<b>ВЪТРЕШНО ОФОРМЛЕНИЕ</b>		
<b>1.1</b>	<b>СГРАДНИТЕ ЕЛЕМЕНТИ</b>		
	<b>под</b>	- Общовалидните норми; - Оптимално съобразяване с даденостите и осигуряване на адекватна представителност;	- избор на хармоничен цвят с този на задължителните елементи на брандинга

	<b>стени</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общовалидните норми;</li> <li>- Оптимално съобразяване с даденостите и осигуряване на адекватна представителност;</li> <li>- Акцентът с избрана при входа (по възможност) зона от стена, боядисана в указания син цвят и поставено логото;</li> <li>- При преобоядисване – останалите стени – в бяло и/или бледожълто (указано)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да се ползват максимално указаните помощни елементи за бранидране, без да се прилагат нови и различни акценти</li> </ul>
	<b>тавани</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общовалидните норми;</li> <li>- Оптимално съобразяване с даденостите и осигуряване на адекватна представителност;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- избор на бял или друг неутрален цвят</li> </ul>
	<b>дограма – вътрешна и външна</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общовалидните норми;</li> <li>- Оптимално съобразяване с даденостите и осигуряване на адекватна представителност;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- избор на хармоничен цвят; с този на задължителните елементи на брандинга</li> </ul>
<b>1.2</b>	<b>ОБЗАВЕЖДАНЕТО</b>		
	<b>Елементи на обзавеждането</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общовалидните норми;</li> <li>- Оптимално съобразяване с даденостите и осигуряване на адекватна представителност;</li> <li>- Изборът на елементите е унифициран и доставката е обща за всички центрове;</li> <li>- Номенклатурата и броя на елементите се заявява според избрания офис, нуждите и конкретната интерпретация;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- всяко работно място да е осигурено с работна площ, контейнер за съхраняване на документи, технически оборудвано, достатъчно осветено и достъпно за посетители;</li> <li>- Зоните за публични мероприятия да осигуряват вариантност;</li> <li>- Ползването и на друго обзавеждане да не нарушава търсената визия, да е сам допълващо функциите и интериора</li> </ul>
	<b>Техническото оборудване</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Изборът на елементите е унифициран и доставката е обща за всички центрове;</li> <li>- Номенклатурата и броя на елементите се заявява според избрания офис, нуждите и конкретната интерпретация;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да покрива нуждите на екипа в ежедневната работи и за планираните дейности</li> </ul>
<b>1.3</b>	<b>ПОМОЩНИ СРЕДСТВА ЗА БРАНДИРАНЕ</b>		
	<b>Лого</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Обемно лого</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се монтира на стената/акцентирана зона от стена при входната зона (по възможност)– срещу влизания;</li> <li>- Задължителен елемент – минимум 1 брой за офис</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да се постави и на най-видните места в обособените заседателни зали, в случаите на достатъчно площни офиси, където ще се провеждат публичните мероприятия;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Плакати/стикери с логото</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се монтира при входната част на офисите – предверия, общи приемни зали, на входната витрина, на прозорци, които са видими откъм комуникационни трасета (пешеходни алеи и улици), главни входове при обособяване на Центъра в рамките на административна сграда и с други обществени услуги, както и за техните общи части - коридори и стълбища (вътрешни хоризонтални и вертикални комуникационни части)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да се постави на най-видните места в обособените заседателни зали, в случаите на достатъчно площни офиси, където ще се провеждат публичните мероприятия;</li> <li>- на специално предназначенията места за съобщения и информация на местната администрация и в приемните центрове в сградите на Областните и Общинските администрации, кметски наместничества и всички организации, работещи програмите на ЕС</li> </ul>
	<b>Рекламно-информационни табели/пана -</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Да се монтира при входната част на офисите – предверия, общи приемни зали, на входната витрина, на прозорци, които са видими откъм комуникационни трасета (пешеходни алеи и улици), главни входове при обособяване на Центъра в рамките на административна сграда и с други обществени услуги, както и за техните общи части - коридори и стълбища (вътрешни хоризонтални и вертикални комуникационни части);</li> <li>- Да се поставят на специално предназначенията места за съобщения и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да се постави на най-видните места в обособените заседателни зали, в случаите на достатъчно площни офиси, където ще се провеждат публичните мероприятия;</li> </ul>



		информация на местната администрация и в приемните центрове в сградите на Областните и Общинските администрации, кметски наместничества и всички организации, работещи програмите на ЕС	
	<b>Винилови плакати за стенно окачване и на преносима стойка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Аналогично на табелите/паната (един от двата варианта) ;</li> <li>- На витрина, на прозорци, във входни предверия, остъклени и видими отвън;</li> <li>- <i>В случаите, когато в офиса има трайна и луксозна облицовка на стените, която не позволява боядисване – винилов плакат със син цвят за основа ще служи за фон (основа) на логото и оформяне на задължителния акцент</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- да се постави на най-видните места в обособените заседателни зали, в случаите на достатъчно площни офиси, където ще се провеждат публичните мероприятия;</li> </ul>
	<b>Знаме</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Малки флагове на Европейския съюз и на България – на подходящо място върху обзавеждането</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Малки флагове – по витрините, на работните места, етажерките, шкафовете, шендерите с рекламно-информационните материали и по заседателните маси</li> </ul>
	<b>Други брендиращи офис-материали</b> , пликосе, бланки	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ползване на брендиращи, съгласно указанията, основните офис-консумативи: визитки, папки, бланки и пликосе за писма, тефтери, химикалки, моливи, класьори и др.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подходящи са и календари, торбички, чаши, фанелки, шапки, чадъри и др.</li> </ul>
<b>2</b>	<b>ВЪНШНИ (ФАСАДНИ) ЕЛЕМЕНТИ</b> - изисква се разрешение за поставяне съгласно чл. 57 от ЗУТ и издадено по ред, установен с наредба на съответния общински съвет		
	<b>Брендиране на фасадните витрини – врати и прозорци</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Рекламно-информационен елемент – с логото, слогана и текст, указваща обекта и дейността на Центъра - информационен банер/стикер върху остъклените части;</li> <li>- поставяне на рекламно-информационни табла и/или плакати зад остъкляването на витрината за проекта и за текущи дейности и актуални инициативи</li> <li>- поставянето на витрините и шендерите с останалите рекламно-информационни материали в офиса, така че да са видими през остъкляването и откъм витрината отвън</li> </ul>
	<b>Преносим „тотем“</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Отвън пред входа (в работно време), независимо дали Центъра е в офис със самостоятелен вход или е обособен в друга административна сграда с повече обслужващи организации;</li> <li>- При мероприятия и публични прояви се поставя в зоната на „сцената/трибуната“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- в неработно време се прибира зад входната витрина, но така, че да остане видим отвън</li> </ul>
	<b>Светлинна реклама</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- прожекция <b>на рекламно-информационни слайдове</b> върху витрината/фасадата с основните елементи на брендинга с водещата информация за целите и дейностите на проекта и Центъра, вкл. актуалните мероприятия</li> </ul>
<b>3</b>	<b>ИЗИСКВАНИЯ ПО РЕШЕНИЯТА ЗА ДОСТЪПНОСТ</b>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общовалидните норми;</li> <li>- Осигуряване на достъпни маршрути – до входа и вътре, с достъп до служителите на Центъра, до информационните източници и до публичните мероприятия;</li> <li>- Предвидените достъпни маршрути, да се обозначат с международния символ за достъпност, вкл. осветеност и начин, удобен за ориентация;</li> </ul>	<p>Да се обърне внимание информацията да се поднася по различни начини и да се ползват няколко форми – визуална, слухова и/или тактилна:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в материалите по проектните дейности визуалната информация да се изготвя и разпространява, освен на хартиен носител, и на електронен, за да е възможно символите да се уголемяват на монитор и да са четливи (достъпни) за хора с проблемно зрение;</li> <li>- подходящо решение е предлагане на информацията и на звуков носител – примерно за незрящите.</li> </ul>



## II. РАЗРАБОТКА НА КОНКРЕТНИ ЕЛЕМЕНТИ, СЪСТАВЛЯВАЩИ БРАНДИНГ КОНЦЕПЦИЯТА

### 1. ЛОГО

*Основни изисквания* към логото: семпъл и запомнящ се знак, илюстриращ основната идея – фокус, посока, информация.

*Име:* **ЕВРОФОНДОВЕТЕ**

*Слоган:* **ДА създаваме заедно**

Име и слоган на английски език:

**EU FUNDS**

**CREATING TOGETHER**

*Стандартизирани размери* и пропорции за ползване на логото - голям, среден и малък размер, както следва:

- Голям – върху информационни табели, рекламни пана, знамена и т.н.
- Среден – върху маркетингови и презентационни материали с размер А3, А4 и А5.
- Малък – върху визитки, моливи, химикалки, или други презентационни и маркетингови материали с размер по-малък от А5 (напр. 1/3 А3 листовки).

*Инструкции и изисквания* за ползване на Логото. [Приложение 2](#)

### 2. ШРИФТ/ШРИФТОВЕ

- *Избор и разработка на правила за ползване на „официален шрифт”*

За „официален шрифт” е избран OPAL. С него трябва да се изписват всички текстове в логото – името на центъра и изрече ОБЛАСТЕН ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР.

- *Избор на работни шрифтове и разработване на основни правила* за оперативно използване на шрифтове при реализация на писмена комуникация, попълване на документи и т.н.

За постигане на максимална идентичност да се използват шрифтовете от семейството на OPAL. Да се използва като основен за всички печатни материали. Семейството на този шрифт е богато и позволява отлично подчертаване на текстови акценти, чрез използване на шрифтови модификации. Името и слогана трябва да се асоциират с динамика и целеустременост, които отлично се подчертават от този шрифт. По тази причина е недопустимо използването на ръкописни калиграфски шрифтове с богати украси и трудна четивност. Вариантите за съчетаване на шрифтове и размери, както и недопустимите комбинации, са показани в [Приложение 3](#). За кореспонденция, информационни бюлетени и работни съобщения се използва шрифтът Times New Roman.

### 3. ЦВЕТОВЕ И ЦВЕТОВИТЕ ПАЛИТРИ

Избраният като основен в логото цвят – тъмно синьо – да се използва като базов при изготвянето на дизайните за брандинг елементите. Светло синият и жълтият цвят да се използват като акценти. С цел постигане на максимална разпознаваемост и принадлежност на материалите към мрежата от ОИЦ се въвежда използването на специфична комбинация от цветове в специално разработена форма, която да бъде основен елемент от дизайна на информационните и презентационни материали. Този уникален елемент от дизайна е разработен на основата на логото, следвайки стриктно заложените цветове. По този начин,

използвайки елементи от логото в адаптивна и приложима към всякакви формати и размери форма, получаваме възможност за допълнително идентифициране чрез дизайна на материалите с логото и съответно с ОИЦ.

Тази трицветна „ивица” е достатъчен цветови и композиционен акцент и по тази причина препоръчваме като фон да се използва основно сивия цвят. Такава цветова и композиционна комбинация ще отличи брандинг елементите от преобладаващите на син и жълт фон информационни евро материали.

Примери за допустимото използване на избраните цветове и цветови комбинации се представени в [Приложение 4](#).

#### **4. ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ**

Изискванията по отношение на печатните материали следват заложените в концепцията за лого, цветове и композиционни елементи.

Конкретното интерпретиране на основните брандинг елементи в най-често използваните печатни материали и формати е представено в [Приложение 5](#). В брандинг концепцията за печатни материали е предвидена възможност за персонализация на онези материали, които ще се отнасят за съответен областен информационен център.

Във всеки рекламен материал трябва да бъде изписано номера на договора (пр. BG161PO002-3.3.01-xxxx), името на проекта на конкретната община, както и името на бенефициента!

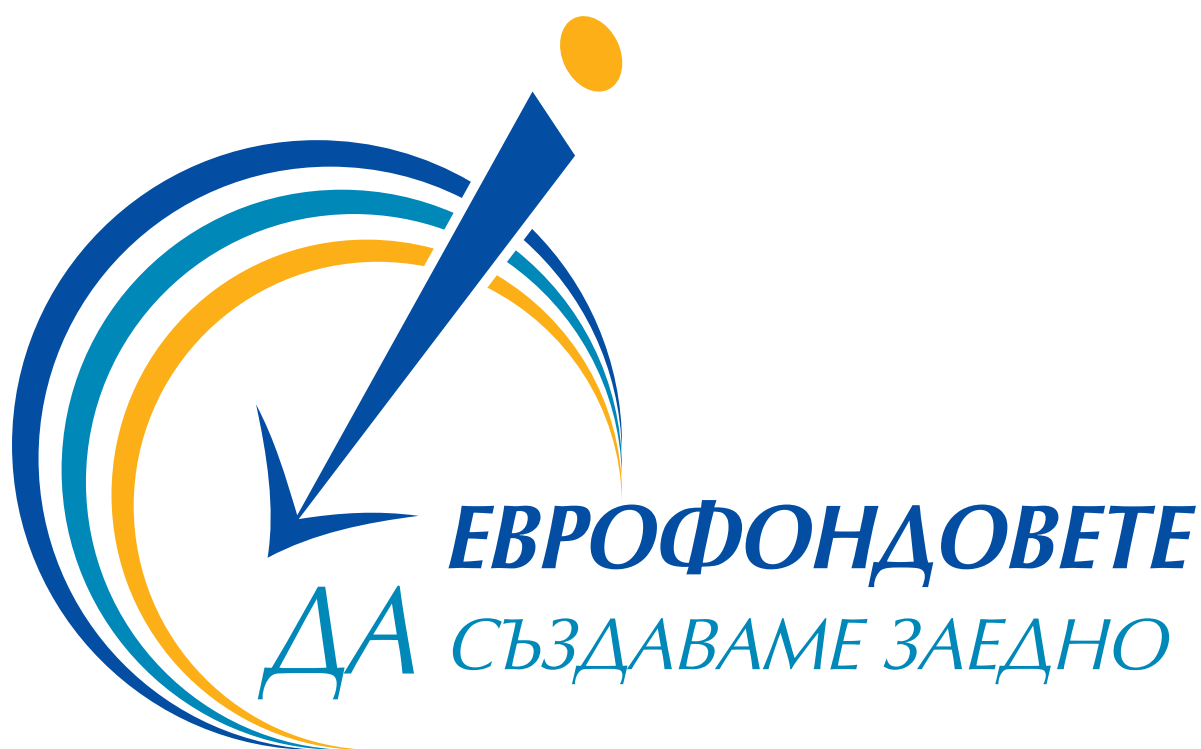
*NB! Наименованието на проекта от примерните брошури не е действително и не следва да бъде използвано при изработването на материали за различните ОИЦ.*



# Приложение 1

**ЛОГО**

○ ЛОГО: вариант на български език



○ ЛОГО: вариант на английски език

---



## ○ ЛОГО: вариант без надписи

---



**Допустимо е използването на логото без надписи.**

За материали, върху които не е възможно брендиране на лого + текст, се препоръчва горепосоченият вариант на изпълнение на лого без надписи.

## ○ ОБЕМНО ЛОГО

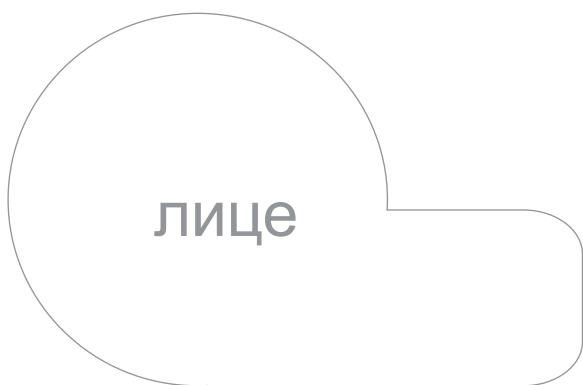
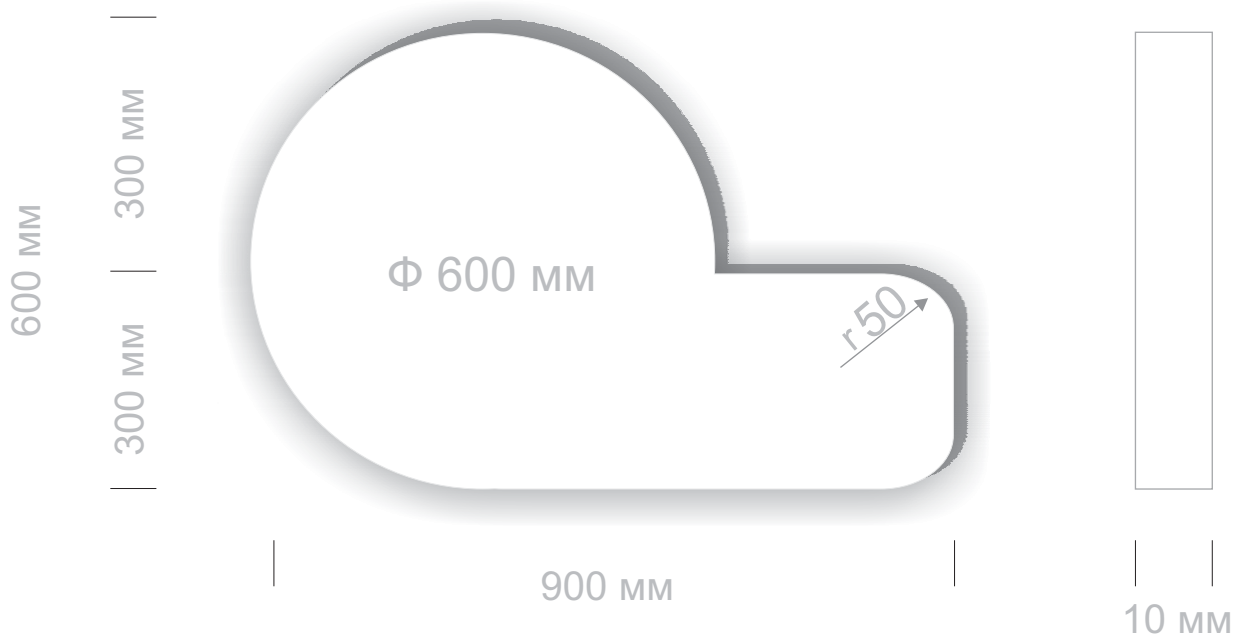
- Обособена форма за обемно лого



Формата, обособена за обемно лого, е задължителна и не е допустимо използването на други подобни. Обемно лого задължително се използва само в пълноцветен (многоцветен) вариант.

## ○ ОБЕМНО ЛОГО Чертеж на обемната форма

- Размери



лента за сглобяване (10 мм) на лице/гръб  
с дължина 2540 мм





## ○ ОБЕМНО ЛОГО Технически характеристики

Обемното лого да се изработи като кутия от ПВХ, фолирана със самозалепващо ПВХ фолио, предварително напечатано чрез дигитален пълноцветен печат (съгласно дизайна на обемното лого - Приложение 1, стр.4).

### **Материали:**

- листи, екструдирани от разпенено ПВХ (4 мм) - за лицето и гърба на кутията;
- лента за сглобяване (разпенено ПВХ 3 мм) с ширина 10 мм и дължина 2 540 мм;
- лепило за ПВХ
- самозалепващо ПВХ фолио (бяло)

### **Технология на изработка:**

- Изрязване по контур (зададен в Приложение 1 - стр.5);
- Сглобяването посредством лента и лепило;
- Прецизно заглаждане на съединителните шевове;
- Пълноцветен дигитален печат върху самозалепващо ПВХ фолио;
- Апликиране със самозалепващо ПВХ фолио.

## **ИЗИСКВАНИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКИ КЪМ МАТЕРИАЛИТЕ (ЛИСТИ, ЕКСТРУДИРАНИ ОТ РАЗПЕНЕНО PVC)**

### **Изисквания**

- ниско относително тегло
- устойчивост на външни влияния, на действието на киселини, основи, както и често използваните детергенти
- ниска звуко и термопроводимост
- труднозапалим
- лесна обработваемост (възможност за обработка чрез рязане, пробиване, лепене, фолиране)
- възможност за апликиране и боядисване директно върху повърхността

### **Характеристики**

- Тегло: от 0,6 до 0,7г/м<sup>3</sup> (в зависимост от дебелината)
- издръжливост на опън (MPa) -  $\geq 10$
- коефициент на удължаване при опън (%) -  $\geq 15$
- коефициент на термично разширяване - (mm/m °C) -  $\sim 0.07$
- топлопроводимост - (W) - 0.06
- устойчивост на повърхността - ( $\Omega$ ) -  $> 10^{14}$
- водопогълщаемост (mg%) -  $< 1$
- устойчивост на киселини, всички най-често използвани детергенти


○ ОБЕМНО ЛОГО





## ○ ЦВЕТОВЕ НА ЛОГОТО



*Корпоративен цвят:*

	СМУК (100, 80, 0, 0)	RGB (24, 56, 132)
---	----------------------	-------------------

*Допълнителни цветове:*

	СМУК (100, 30, 15, 0)	RGB (0, 114, 164)
	СМУК (0, 35, 100, 0)	RGB (241, 164, 0)

○ ЛОГО: Пълноцветно лого (многоцветно)



○ ЛОГО: Черно-бяло лого


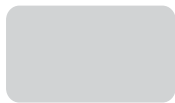


## ○ ЛОГО: Едноцветно лого (графика + текст)



Допустими цветове за представяне на едноцветно лого (графика + текст):

	<b>Корпоративен (син)</b> СМУК (100, 30, 15, 0)
	<b>Черен</b> СМУК (0, 0, 0, 100)


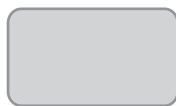
	<b>GOLD</b> (злато)
	<b>SILVER</b> (сребро)

## ○ ЛОГО: Едноцветно лого без текст



*Допустими цветове за представяне на едноцветно лого без текст:*

	<b>Корпоративен (син)</b> СМУК (100, 30, 15, 0)
	<b>Черен</b> СМУК (0, 0, 0, 100)

	<b>GOLD</b> (злато)
	<b>SILVER</b> (сребро)

○ ЛОГО: Негативно лого (графика + текст)

---



○ ЛОГО: Негативно лого без текст


---




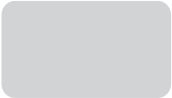
## ○ ЛОГО: Едноцветно лого с растер



Основен цвят:

	СМУК (0, 0, 0, 100)	RGB (31, 26, 23)
---	---------------------	------------------

Допълнителни цветове:

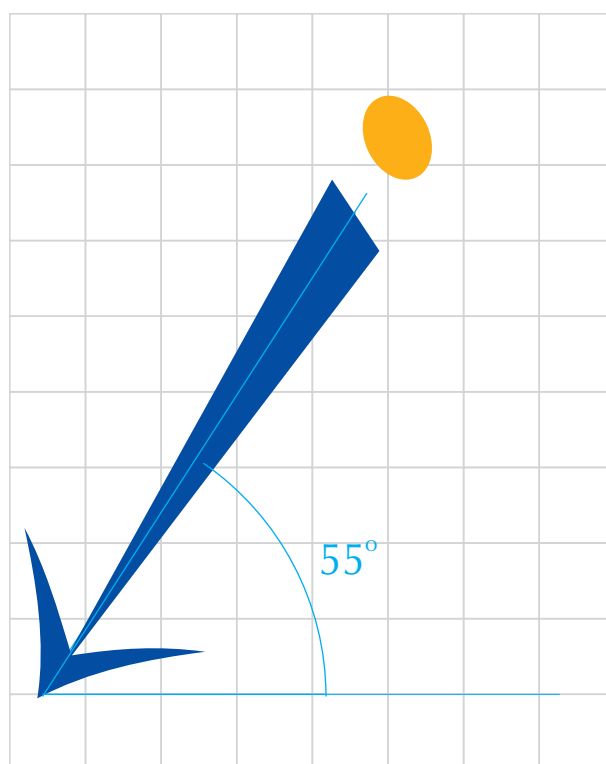
	СМУК (0, 0, 0, 60)	RGB (114, 112, 111)
	СМУК (0, 0, 0, 20)	RGB (194, 193, 193)



## ○ ЛОГО: Пропорции

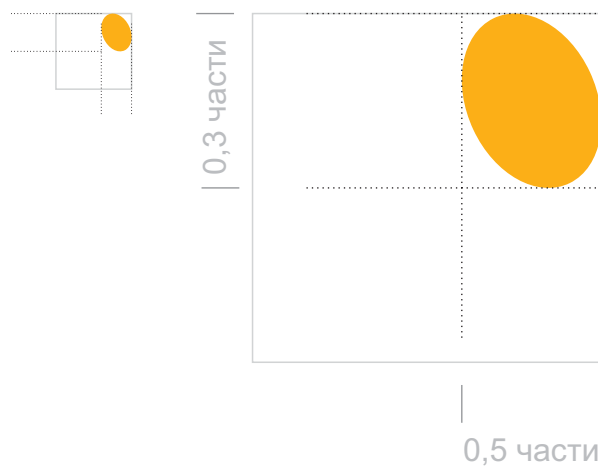
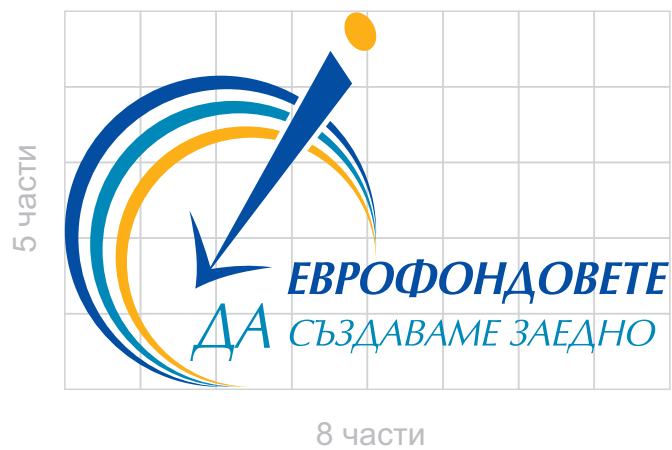


8 части

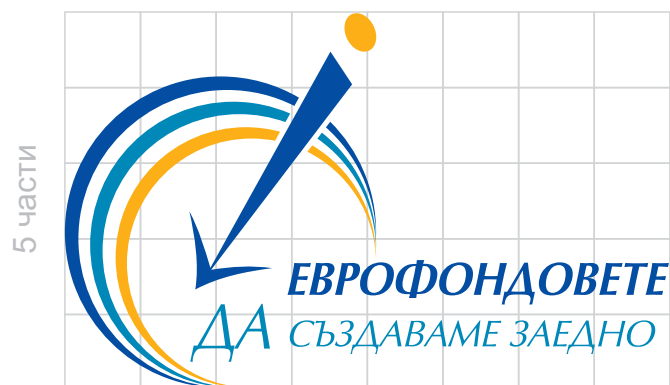


$\sphericalangle = 55^\circ$

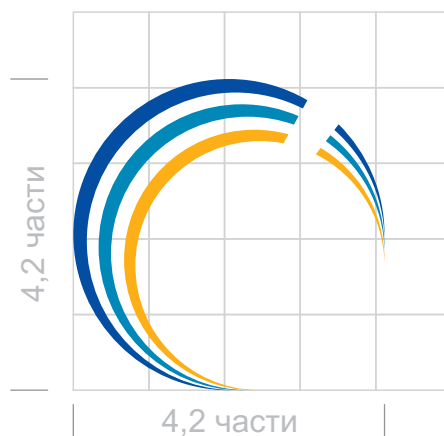
## ○ ЛОГО: Пропорции



## ○ ЛОГО: Пропорции

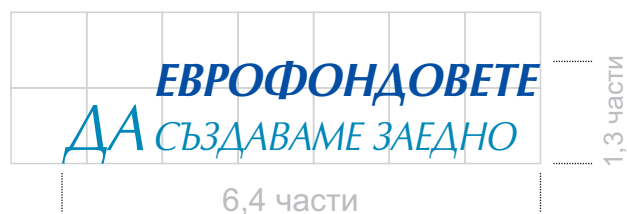


8 части



4,2 части

4,2 части



1,3 части

6,4 части



0,5 ч

ЕВРОФОНДОВЕТЕ

5,2 части



0,8 ч

ДА СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО

1 ч

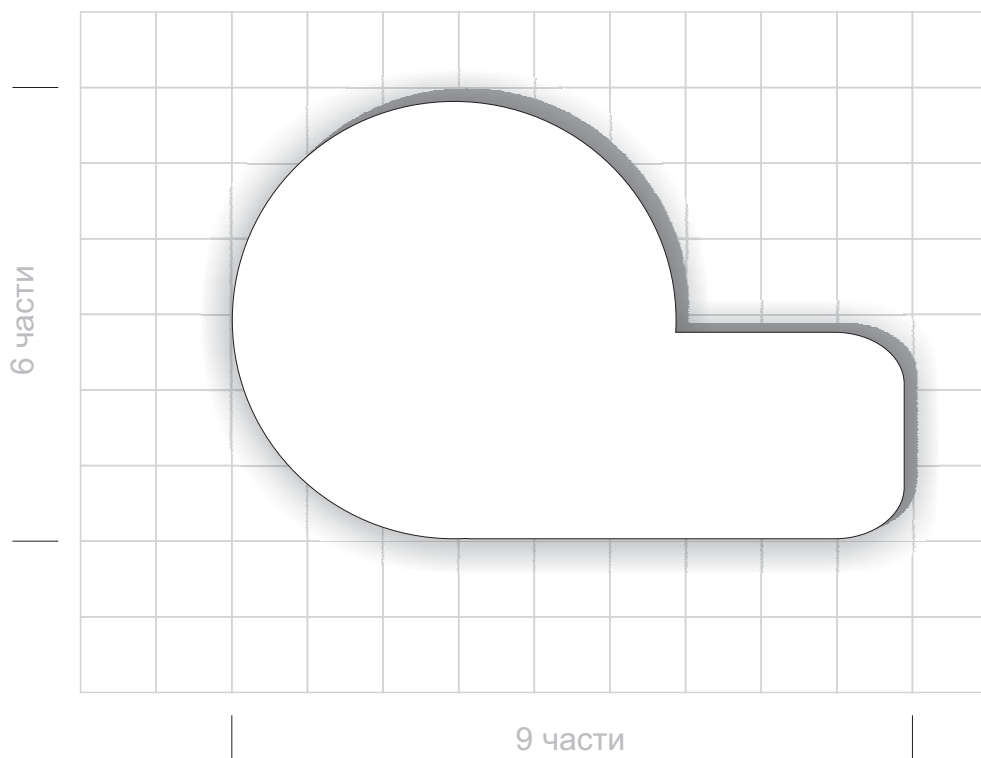
5 части

Съотношението на текст „ДА“, към текст „СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО“, 1.6 части.

## ○ ЛОГО: Пропорции - английско лого



## ○ ЛОГО: ПРОПОРЦИИ НА ОБЕМНО ЛОГО

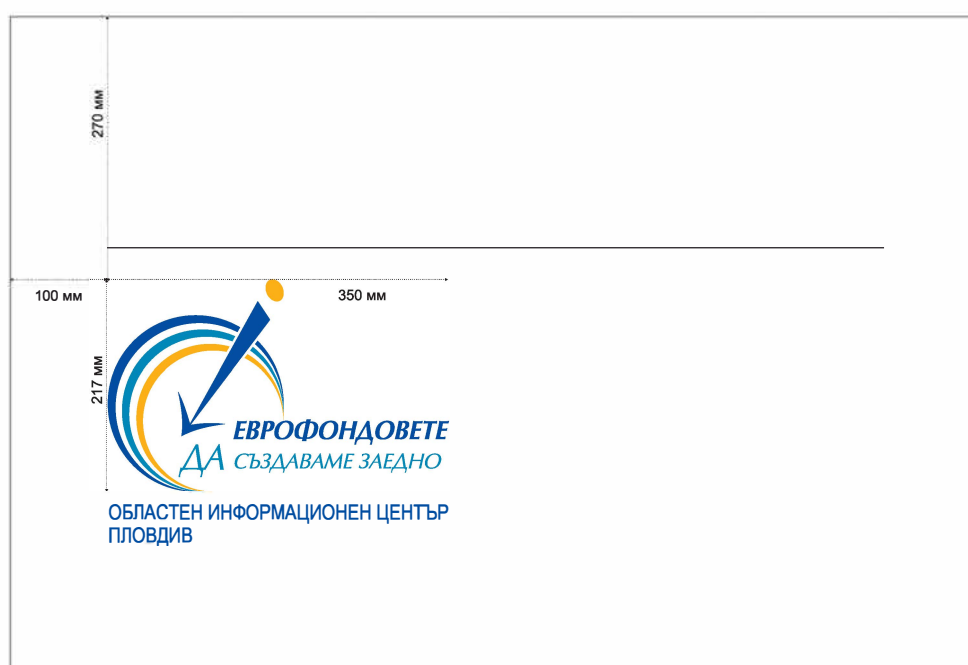


Обемното лого задължително трябва да бъде представено като графика + текст

## ○ ЛОГО: Стандартизирани размери - голям размер

### ГОЛЯМ РАЗМЕР

- за голям размер на логото минималния размер започва от 350/217 мм.  
Тогава се препоръчва използване на логото във вариант графика + текст.

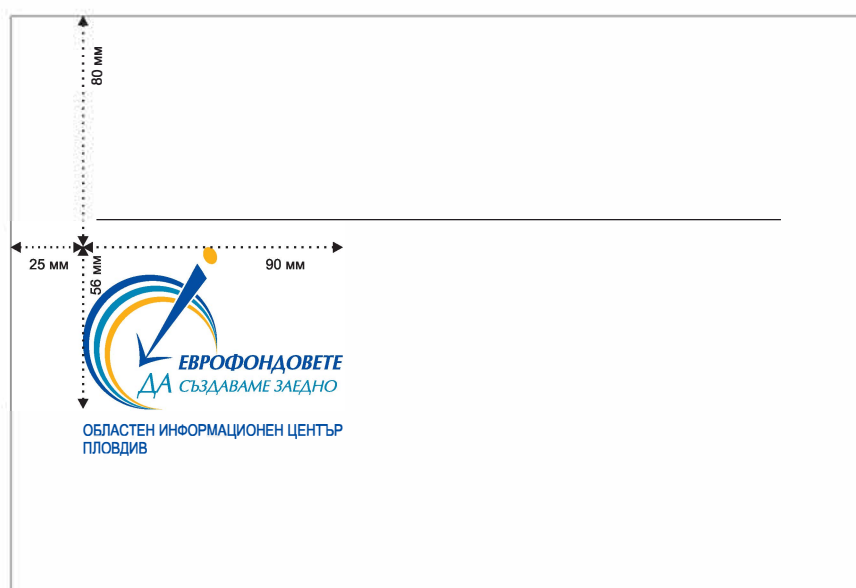


Голям размер на логото - върху информационни табели, рекламни пана, знамена и др.

## ○ ЛОГО: Стандартизирани размери - *среден размер*

### **СРЕДЕН РАЗМЕР - А3, А4 и А5**

- нормален размер на логото за маркетингови и презентационни материали с размер А3, А4 и А5 е 90/56мм. Препоръчва използване на логото във вариант графика + текст.



Среден размер на логото - върху маркетингови и презентационни материали с размер А3, А4 и А5.

## ○ ЛОГО: Стандартизирани размери - малък размер

### **МАЛЪК РАЗМЕР - 1/3 А3**

- нормален размер на логото за маркетингови и презентационни материали с по-малък от А5 мапример 1/3 А3 е 90/56мм. Препоръчва се използване на логото във вариант графика + текст.



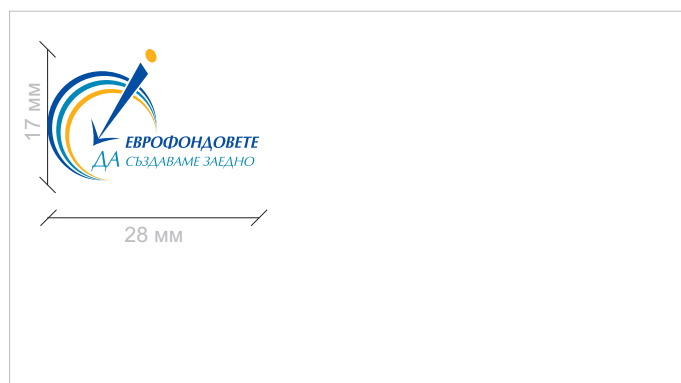
При изобразяване на логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“ в комбинация с логото на ЕС:  
Логото на ЕС е с размер равен или по-голям!

Малък размер на логото - върху визитки, моливи, химикалки или други презентационни и маркетингови материали с размер по-малък от А5 (напр. 1/3 А3).



### ○ ЛОГО: Стандартизирани размери - малък размер за визитка

*МАЛЪК РАЗМЕР* - за материали като визитка стандартния размер е 28/17 мм



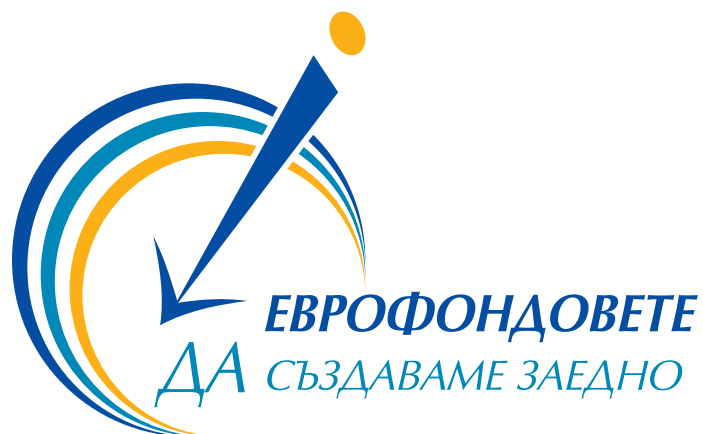
### ○ ЛОГО: Стандартизирани размери - малък размер

*МАЛЪК РАЗМЕР* - за материали като моливи, химикалки или други материали с подобен размер, се допуска използването само на името от логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ,, заедно с европейското знаме.

# ЕВРОФОНДОВЕТЕ

Малък размер на логото - върху визитки, моливи, химикалки или други презентационни и маркетингови материали с размер по-малък от А5 (напр. 1/3 А3).

## ○ ЛОГО: ШРИФТОВЕ



### ○ Име: **ЕВРОФОНДОВЕТЕ**

Избран шрифт за логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“, е **Opal - Bold Italic**:

### ○ Слоган: **ДА СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО**

Избран шрифт за слоган „ДА СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО“, към логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“, е **Opal - Italic**:

#### **Opal Italic:**

Главни букви	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЪЮЯ
Малки букви	абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя
Цифри	1234567890

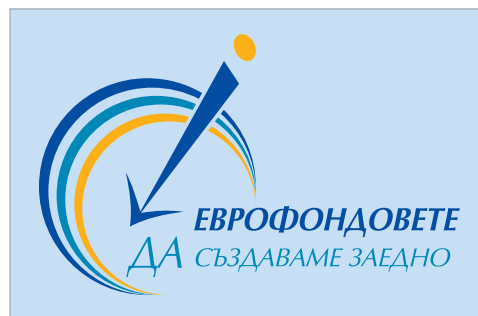
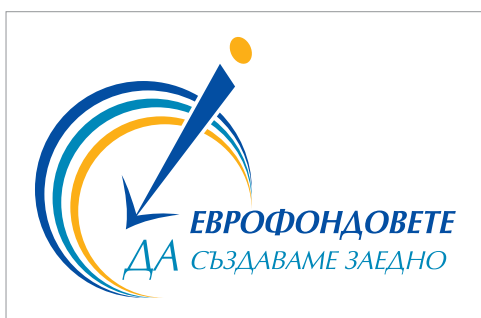


## Приложение 2

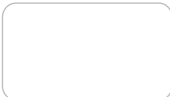


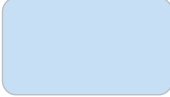
# **Инструкции и изисквания за ползване на Логото**

### ○ Допустимо използване на разработеното Лого

- върху цветни повърхности (фон и гладки повърхности)



*Цветовете на повърхности върху които може да бъде разположено Логото*

	СМΥΚ (0, 0, 0, 0)	RGB (255, 255, 255)
	СМΥΚ (15, 15, 15, 15)	RGB (173, 167, 166)
	СМΥΚ (0, 5, 40, 0)	RGB (253, 236, 154)
	СМΥΚ (20, 5, 0, 0)	RGB (182, 211, 239)

### ○ Допустимо използване на разработеното негативно Лого

- върху цветни повърхности (фон и гладки повърхности)



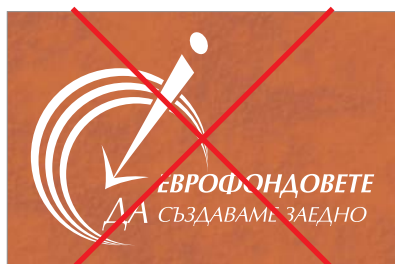
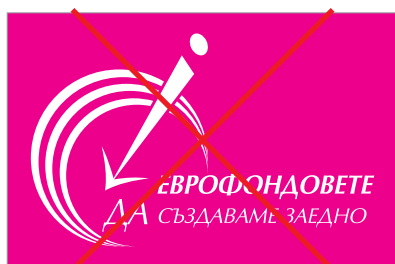
Допустими цветове на повърхности върху които може да бъде разположено негативно лого

	BLUE (корпоративен цвят)	CMYK (100, 80, 0, 0)
	BLUE (допълнителен цвят от Логото)	CMYK (100, 30, 15, 0)
	GRAY	50 - 90 %
	BLACK	100 %

Допуска се използването на разработеното негативно лого само върху гладки повърхности и само върху горепосочените цветове основи.

### ○ Недопустимо използване на разработеното негативно Лого

- Не се допуска използването на разработеното негативно лого върху фонове, текстури и повърхности, различни от посочените.



Примерни фонове върху които не се допуска използване на разработеното негативно лого.

### ○ Допустимо използване на разработеното Лого

#### - ОБЕМНО ЛОГО:


- върху цветни повърхности (фон и гладки повърхности)



- върху релефни повърхности



*Цветовете на повърхности  
върху които може да бъде разположено ОБЕМНОТО ЛОГО*

	СМУК (100, 80, 0, 0)	RGB (24, 56, 132)
---	----------------------	-------------------

### ○ Недопустимо използване на разработеното Лого

- с нанесени деформации по отношение на размера



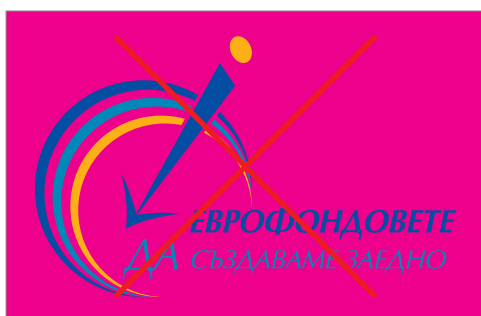
- с нанесени деформации по отношение на ротация





### ○ Недопустимо използване на пълноцветно Лого

- върху друг цвят различен от допустимите



Не се допуска използване на многоцветно лого върху фонове различни от допустимите.

### ○ Недопустимо използване на разработеното пълноцветно Лого

- върху релефна текстура или повърхност
- върху многоцветна релефна текстура или повърхност



Не се допуска използване на многоцветно не обемно лого върху релефна повърхност.

### ○ Минимално отстояние от Логото

- Задължително минимално отстояние от Логото - 10 мм от всички страни





## Приложение 3

# Шрифт/ Шрифтове

### ○ Официален шрифт за Логото - **Opal**



○ **Име:** **ЕВРОФОНДОВЕТЕ**

(Opal - Bold-Italic)

○ **Слоган:** **ДА СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО**

(Opal - Italic)

За „официален шрифт„

- шрифт с който задължително трябва да се изписват името и слогана от разработеното лого е **Opal**.

Задължително е използването на шрифта върху всички основни елементи на брандинга, рекламни и информационни материали с изключение на останалата кореспонденция, информационни бюлетини и работни съобщения, за които може да се използва шрифтът **Times New Roman**.

#### Съотношения:

		<i>pt*</i>	%
<b>ИМЕ</b>	<b>ЕВРОФОНДОВЕТЕ</b>	11 pt	100 %
<b>СЛОГАН</b>	<b>ДА</b>	15 pt	136 %
<b>СЛОГАН</b>	<b>СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО</b>	10 pt	90 %

\* Размер на шрифта (pt) при формат А4 стандартен за презентационни материали

## ○ Шрифтов набор

Opal:

Главни букви	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЮЯ
Малки букви	абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя
Цифри	1234567890

*Opal Italic:*

Главни букви	<i>АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЮЯ</i>
Малки букви	<i>абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя</i>
Цифри	1234567890

**Opal Italic:**

Главни букви	<b>АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЮЯ</b>
Малки букви	<b>абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя</b>
Цифри	<b>1234567890</b>

Opal Underline:

Главни букви	<u>АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЮЯ</u>
Малки букви	<u>абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя</u>
Цифри	<u>1234567890</u>

Times New Roman:

Главни букви	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЮЯ
Малки букви	абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъьюя
Цифри	1234567890

За всички презентационни и рекламни материали, кореспонденция, информационни бюлетини и работни съобщения е задължително използване на горепосочените шрифтове.






## Приложение 4



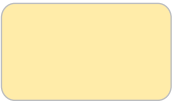

# Цветове и цветови палитри

## ○ Цветове и цветови палитри

*Основни цветове изграждащи брандинг концепцията:*

	СМΥК (100, 80, 0, 0)	RGB (24, 56, 132)
	СМΥК (100, 30, 15, 0)	RGB (0, 114, 164)
	СМΥК (0, 35, 100, 0)	RGB (241, 164, 0)

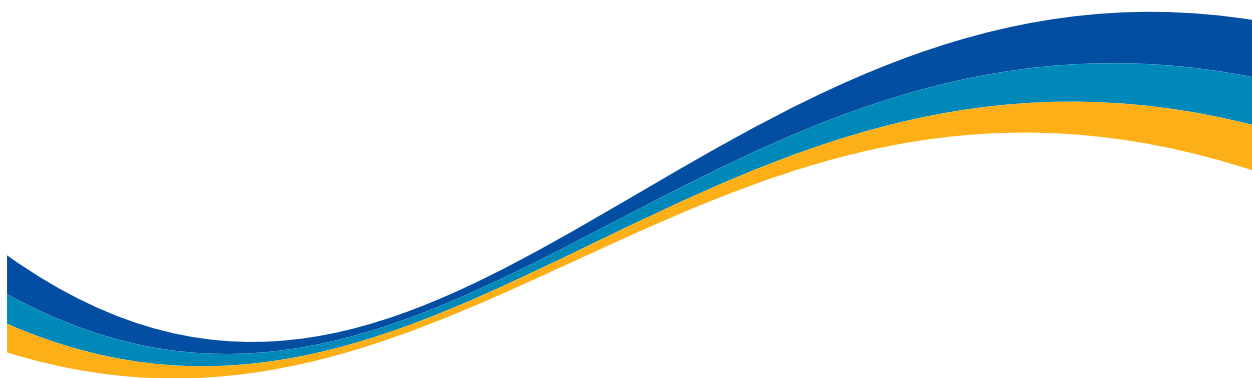
*Допустими цветове използвани при създаването на брандинг концепцията:*

	СМΥК (0, 0, 0, 0)	RGB (255, 255, 255)
	СМΥК (15, 15, 15, 15)	RGB (173, 167, 166)
	СМΥК (0, 5, 40, 0)	RGB (253, 236, 154)
	СМΥК (20, 5, 0, 0)	RGB (182, 211, 239)






### ○ Цветове и цветови палитри

---



*Основни цветове изграждащи задължителния елемент:*

	CMYK (100, 80, 0, 0)	RGB (24, 56, 132)
	CMYK (100, 30, 15, 0)	RGB (0, 114, 164)
	CMYK (0, 35, 100, 0)	RGB (241, 164, 0)

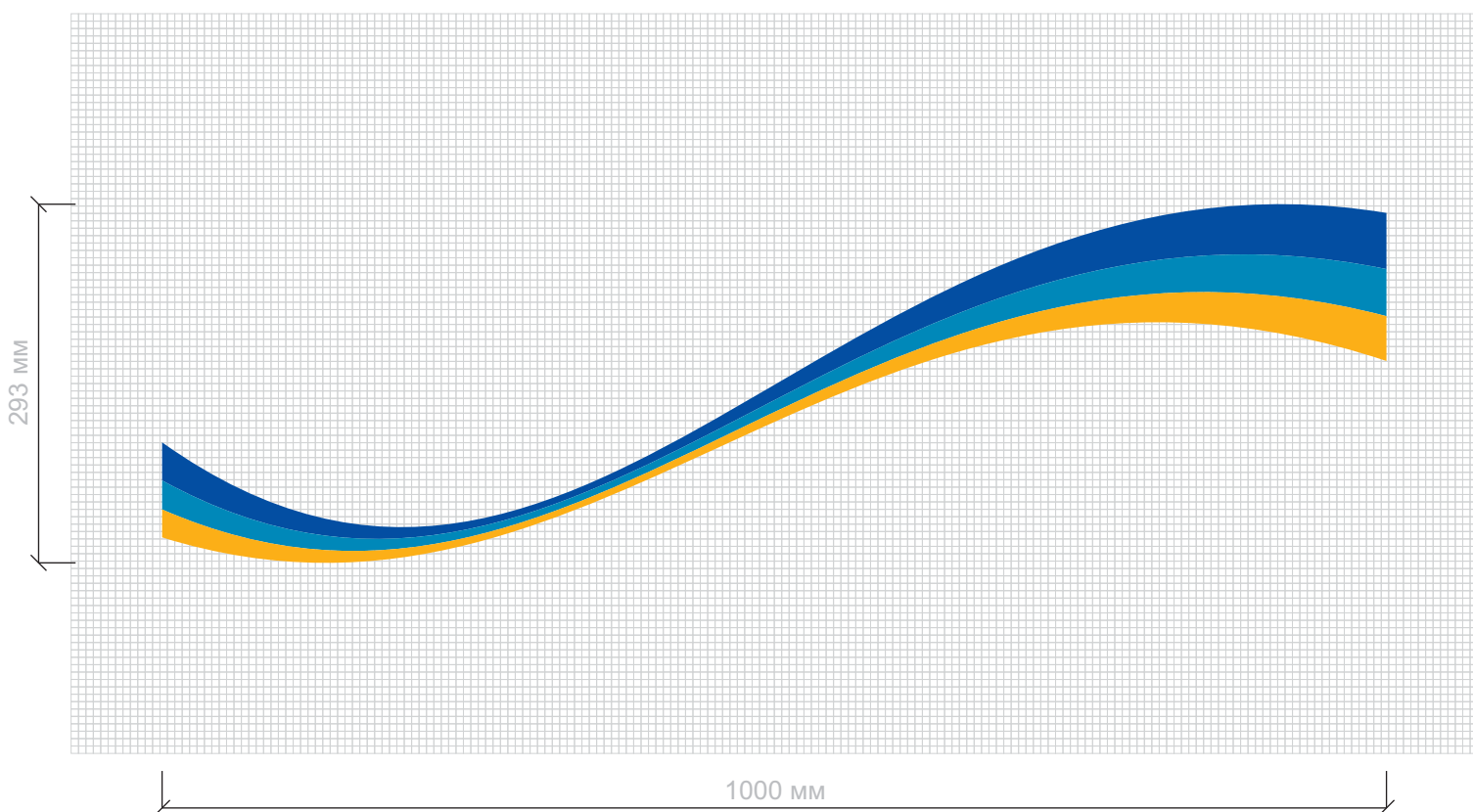
---

Задължителен елемент от брандинг-концепцията

### ○ Задължителен елемент: Стандартизирани размери - голям размер

#### **ГОЛЯМ РАЗМЕР**

- за голям размер на задължителния елемент при ползване на стандартни банери с размер 1000мм / 2000мм

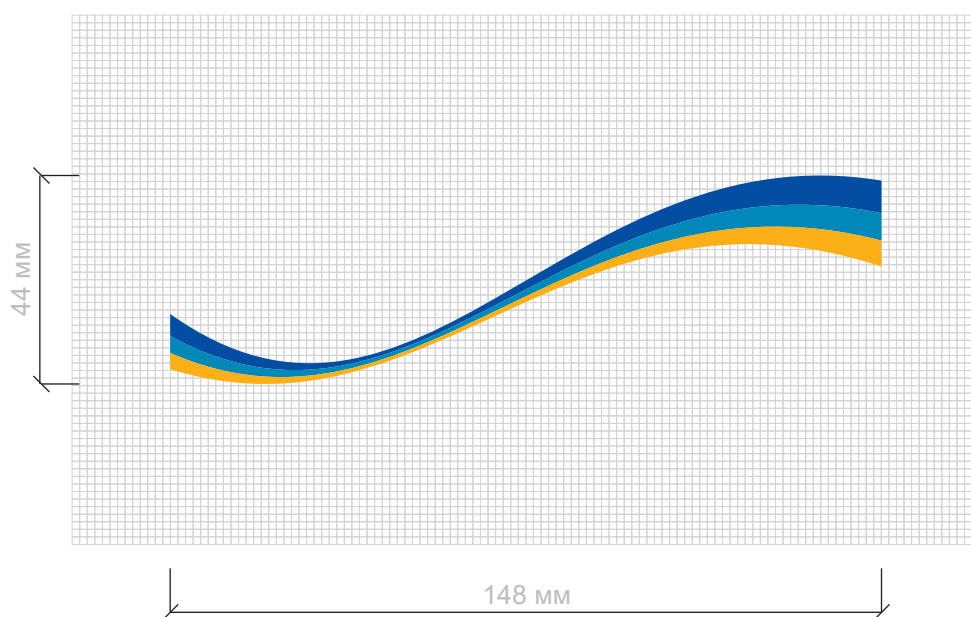


Голям размер на задължителния елемент - върху банери, информационни табели, рекламни пана, знамена и др.

### ○ Задължителен елемент: Стандартизирани размери - *среден размер*

#### **СРЕДЕН РАЗМЕР - A3, A4 и A5**

- размер на задължителния елемент за маркетингови и презентационни материали с размер A3, A4 и A5 започва от 148мм/44мм.

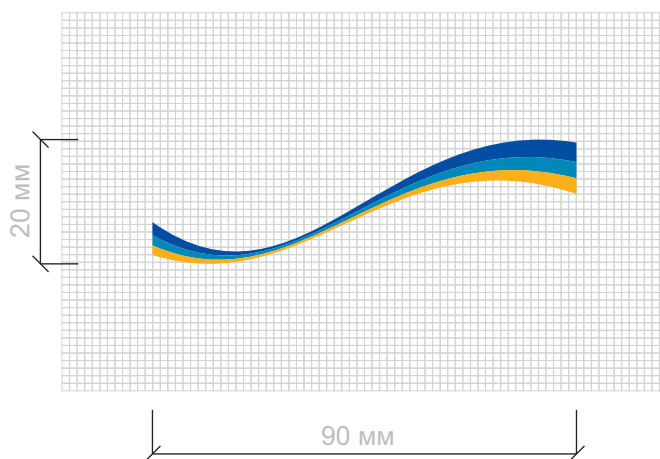
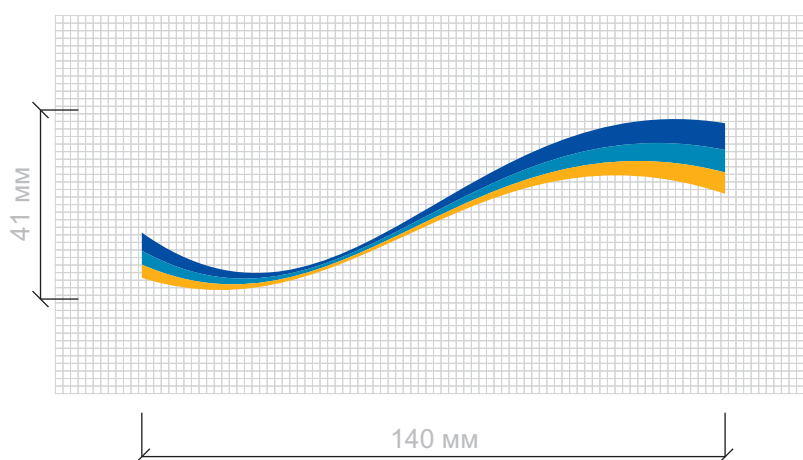


Среден размер на задължителния елемент - върху маркетингови и презентационни материали с размер A3, A4 и A5.

### ○ Задължителен елемент: Стандартизирани размери - малък размер

#### **МАЛЪК РАЗМЕР - 1/3 A3 и размер за визитка**

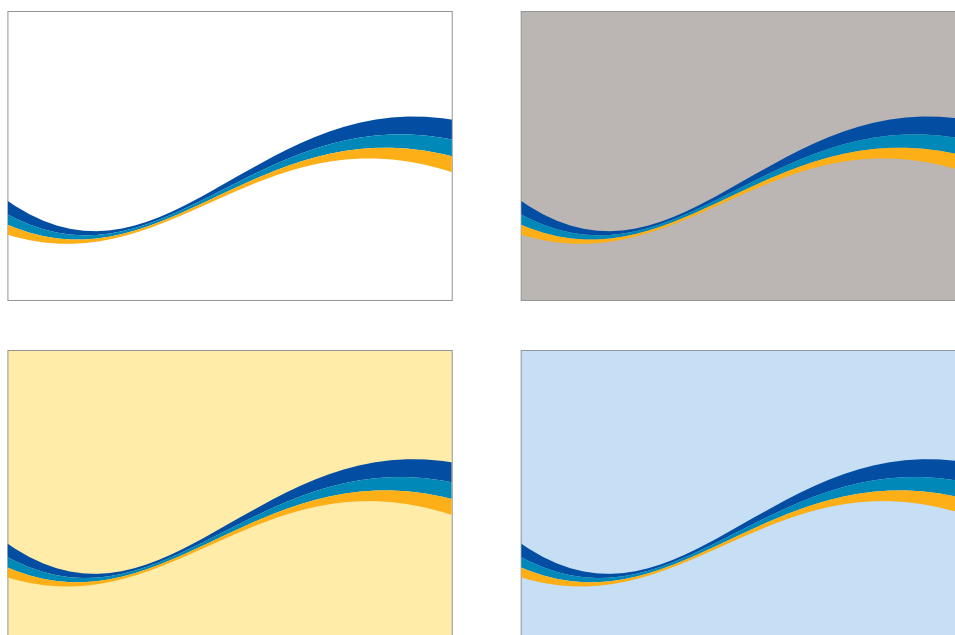
- размер на задължителния елемент за маркетингови и презентационни материали с размер 1/3 A3 е 41мм/140мм и за визитка съответно: 20мм/90мм





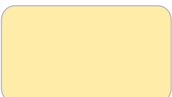
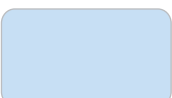
Малък размер на задължителния елемент - върху визитки или други презентационни и маркетингови материали с размер по-малък от A5 (напр. 1/3 A3).

## ○ Цветове и цветови палитри

- цветни повърхности (пльтен фон):

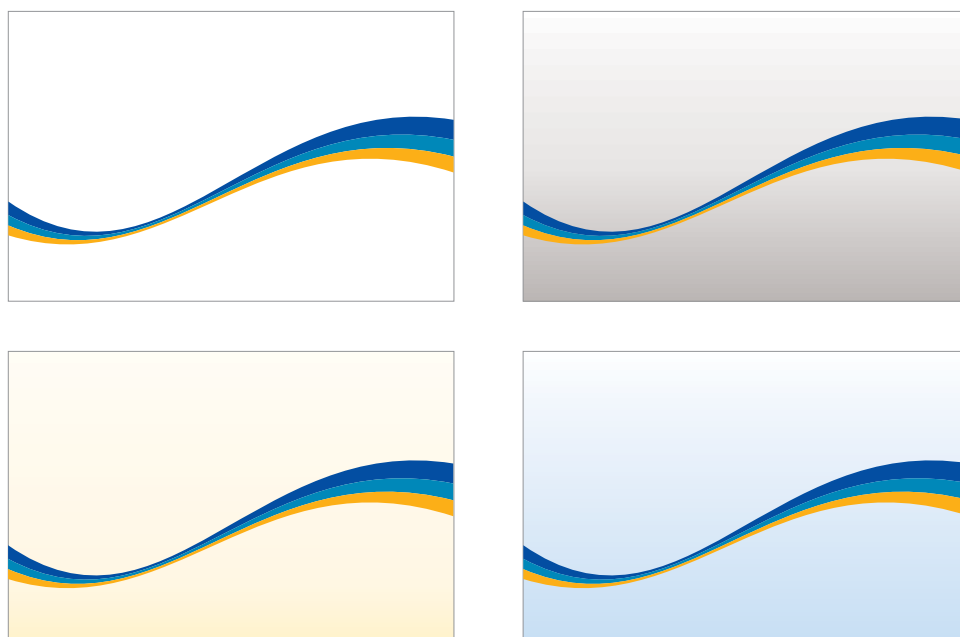


*Цветове на повърхности върху, които може да бъде разположен задължителния елемент:*



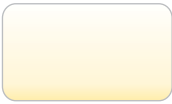

	СМУК (0, 0, 0, 0)	RGB (255, 255, 255)
	СМУК (15, 15, 15, 15)	RGB (173, 167, 166)
	СМУК (0, 5, 40, 0)	RGB (253, 236, 154)
	СМУК (20, 5, 0, 0)	RGB (182, 211, 239)

## ○ Цветове и цветови палитри

- цветни повърхности (фон с преливка):



*Цветове на повърхности върху, които може да бъде разположен задължителния елемент:*

	СМУК (0, 0, 0, 0)	RGB (255, 255, 255)
	СМУК (15, 15, 15, 15)	RGB (173, 167, 166)
	СМУК (0, 5, 40, 0)	RGB (253, 236, 154)
	СМУК (20, 5, 0, 0)	RGB (182, 211, 239)



## Приложение 5

# Печатни материали

### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

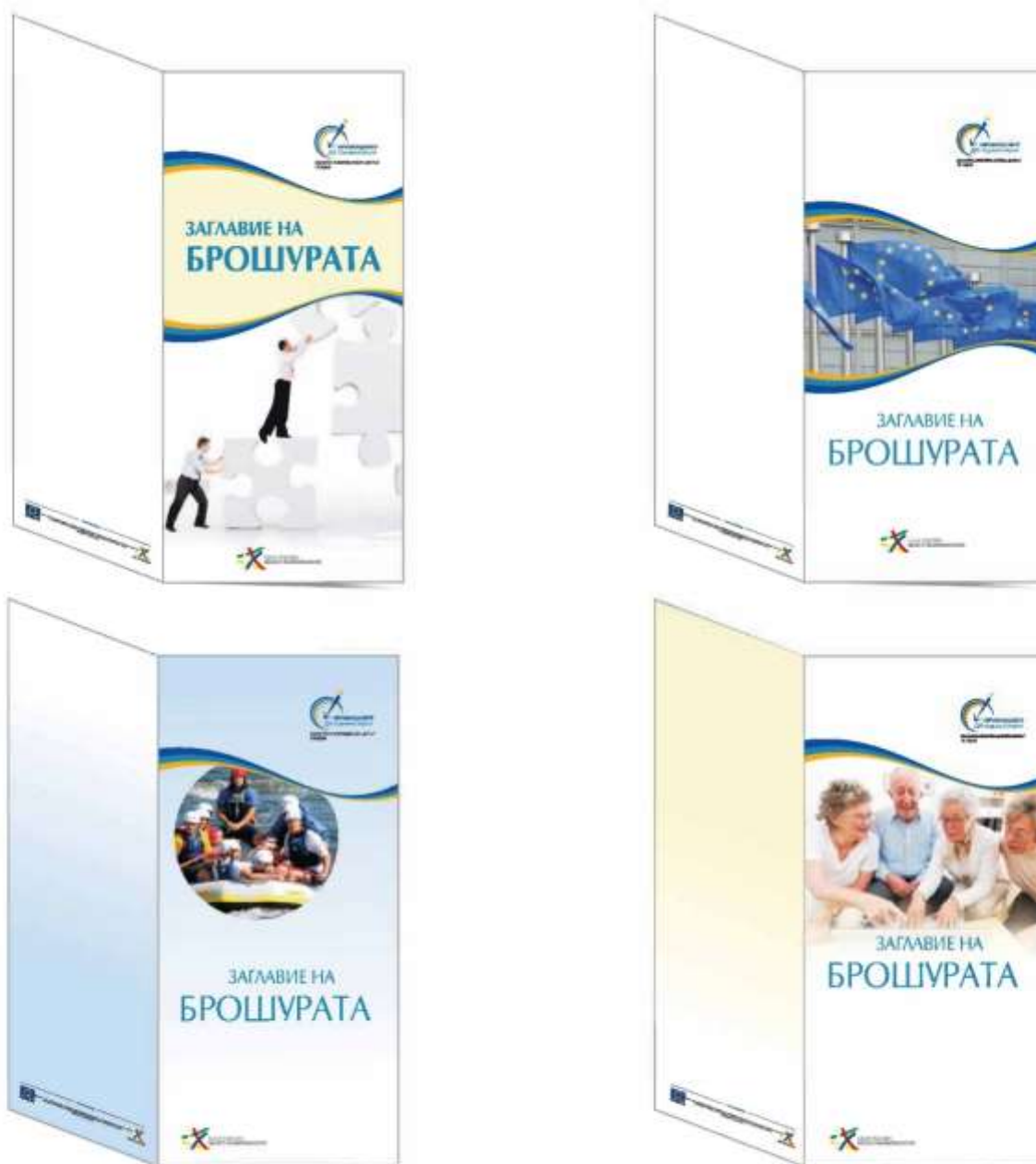


Брошури: формат А4 и Д5:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).



### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



Брошури: формат 1/3 А4:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

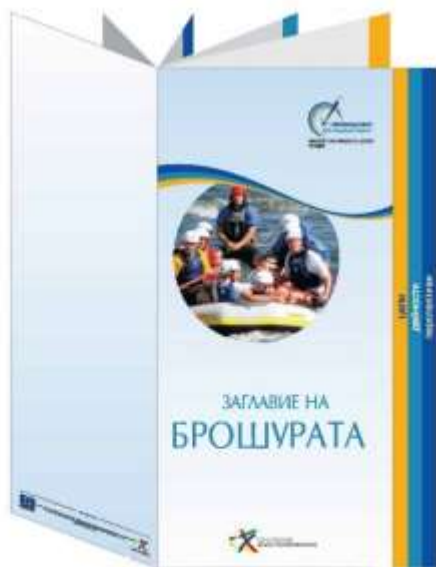
### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



Брошури формат А4 и А5 (1/2 А4) с нестандартна визия - всеки следващ раздел/обособена група е с различен цвят (задължително от цветовете, определени за „корпоративен“ и допълнителни) и с по-голяма ширина от предходните:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



Брошури формат 1/3 А4 с нестандартна визия - всеки следващ раздел/обособена група е с различен цвят (задължително от цветовете, определени за „корпоративен“ и допълнителни) и с по-голяма ширина от предходните:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



*пълноцветен вариант*



*едноцветен вариант*

### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



Канцеларски материали - оформление на пликове за писма:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта.

### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

**DL** 110 mm / 220 mm



**C6** 114 mm / 162 mm



**C5** 162 mm / 229 mm



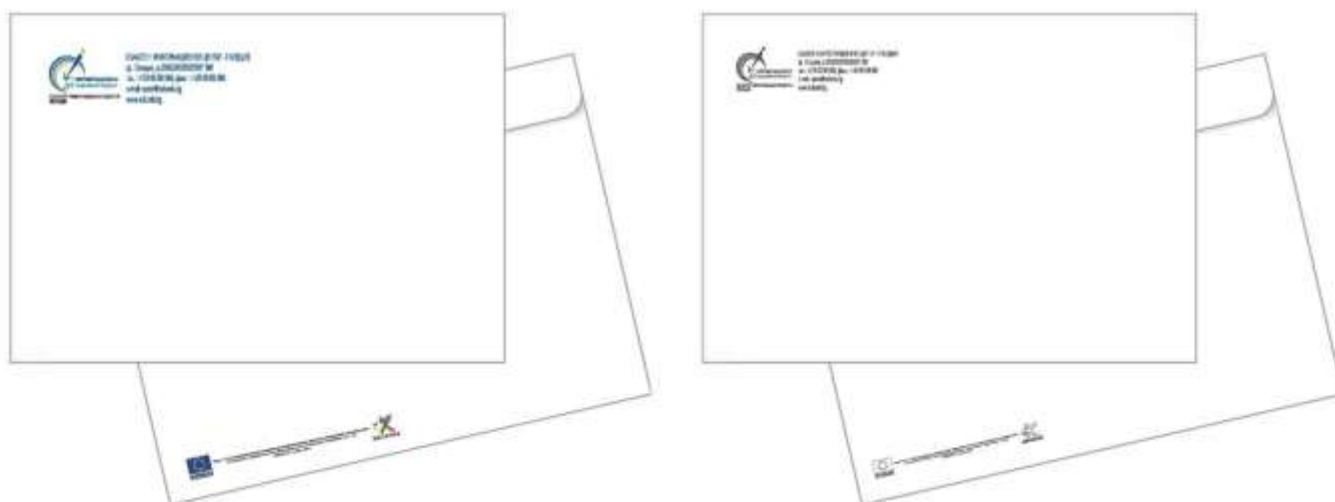
Канцеларски материали - оформление на пликове за писма:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта.

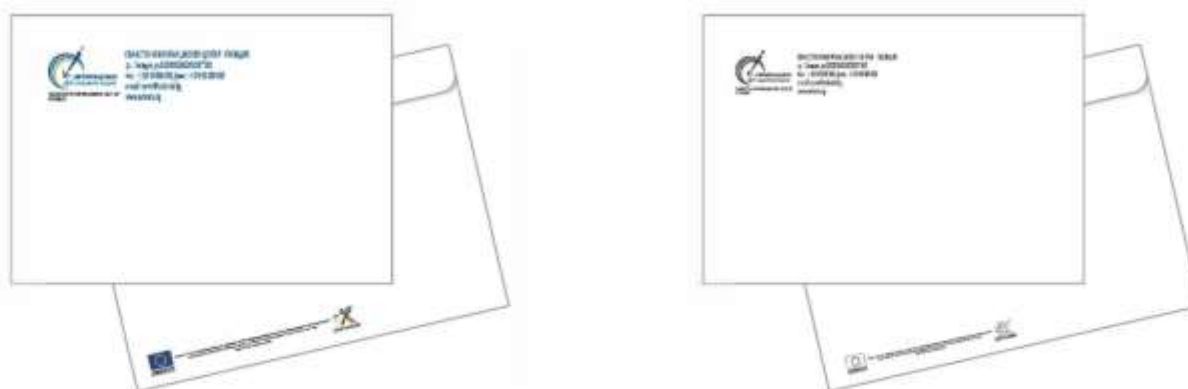


### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

C4 229 mm / 324 mm



B5 176 mm / 250 mm

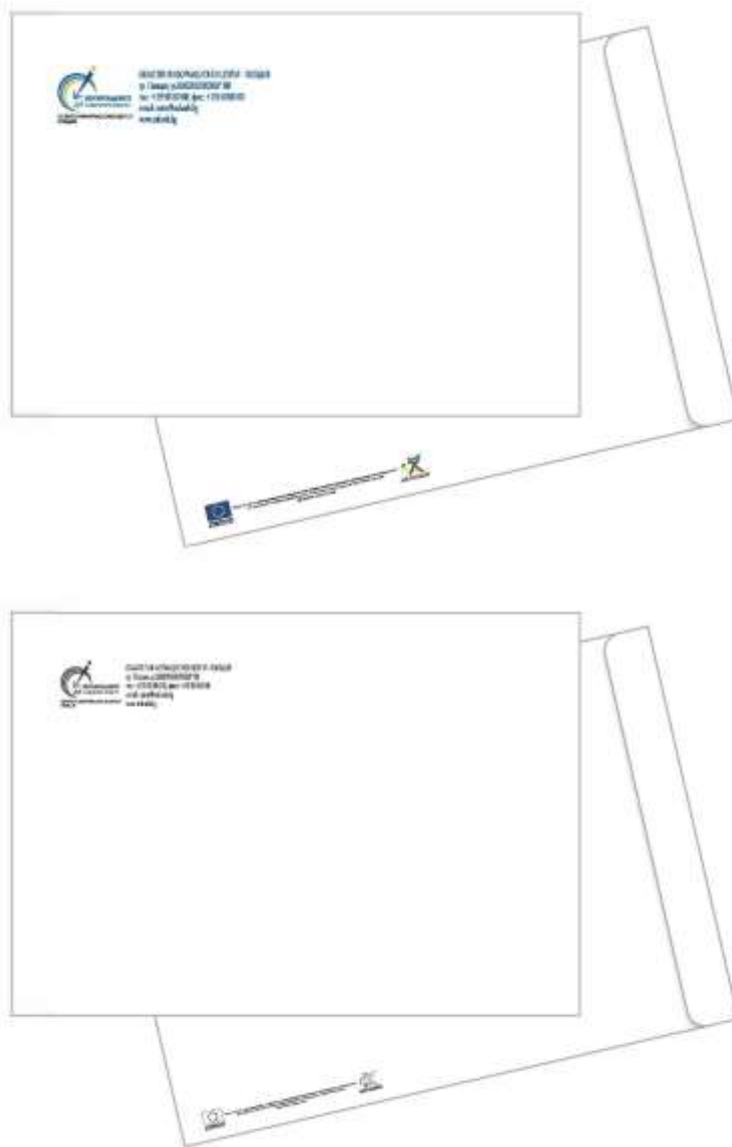


Канцеларски материали - оформление на пликове за писма

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта.

○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

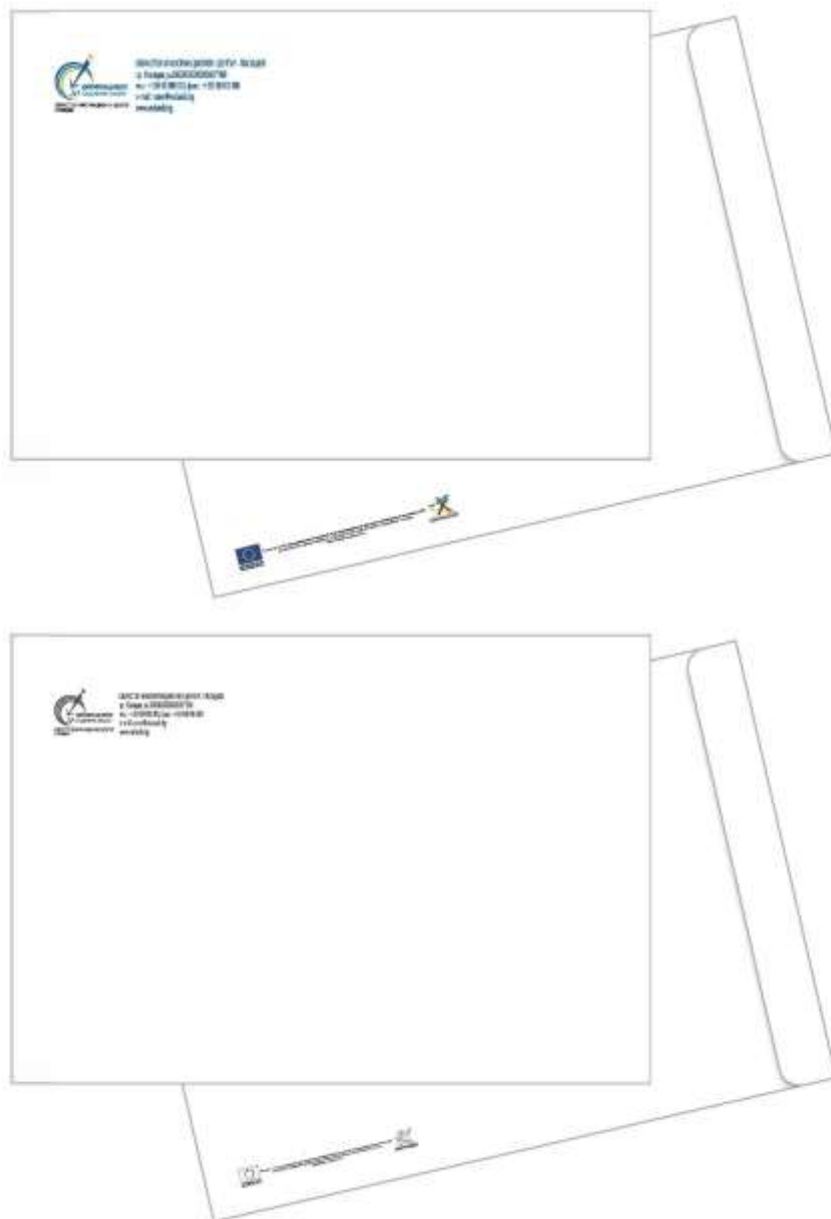
B4 250 mm / 353 mm





○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

E4 280 mm / 400 mm



Канцеларски материали – оформление на пликове и писма

○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

лице



гръб



## ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

**ЕВРОФОНДОВЕТЕ  
СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО**  
ОБЛАСТЕН ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР  
ПЛОВДИВ

**Специфичните цели са:**

- Постигане на обща визия на областните информационни центрове
- Постигане на единен подход и гарантиране на качеството на предлаганите услуги от областните информационни центрове
- Повишаване информираността и готовността на общините - областни центрове и приемните структури на офиси на мрежата Европа, директно за изграждане на информационни офиси

**Дейностите по проекта са следните:**

- Дейност 1 Изработване на брандинг и визия за 28-те информационни центъра
- Дейност 2 Изработване на процедурен наръчник за работата на 28-те информационни центъра
- Дейност 3 Популяризиране на създадените правила за работа на центровете

[www.infunds.bg](http://www.infunds.bg)

**ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ**  
Европейски социален фонд

**Оперативна програма**  
**ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ**

## ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

**ЕВРОФОНДОВЕТЕ**  
**ДА СЪЗДАВАМЕ ЗАЕДНО**  
ОБЛАСТЕН ИНФОРМАЦИОНЕН ЦЕНТЪР  
ПЛОВДИВ

**Дейностите по проекта са следните:**

**Дейност 1**  
Изработване на брандинг и визия за 28-те информационни центъра.

**Дейност 2**  
Изработване на процедурен наръчник за работата на 28-те информационни центъра.

**Дейност 3**  
Популяризиране на създадените правила за работа на центровете.

**Специфичните цели са:**

- Постигане на обща визия на областните информационни центрове
- Постигане на единен подход и гарантиране на качеството на предлаганите услуги от областните информационни центрове
- Повишаване информираността и готовността на общините - областни центрове и приемните структури на офиси на мрежата Европа, директно за изграждане на информационни офиси

www.eufunds.bg

ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ СОЦИАЛЕН ФОНД

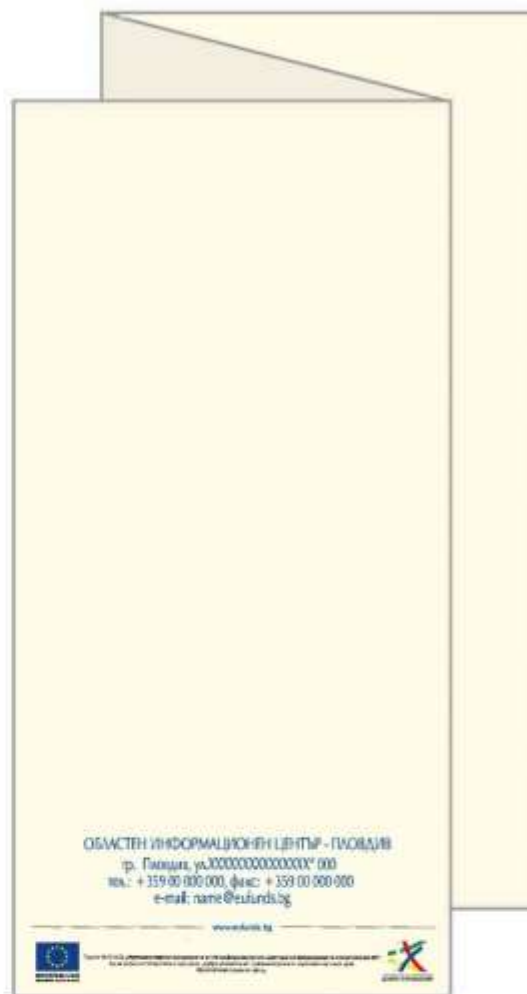
Проект № 014-20 „Функциониране на мрежата от 28 информационни центъра за Кохезионната политика на ЕС“, финансиран от Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



лице



гръб

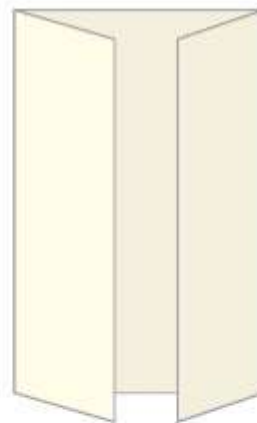
Дипляни: примерна визия със задължителните елементи

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

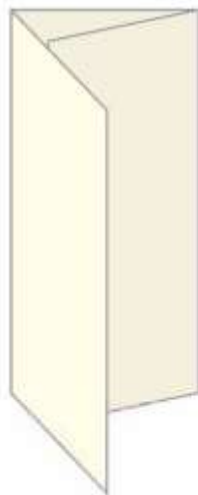
### ○ ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ



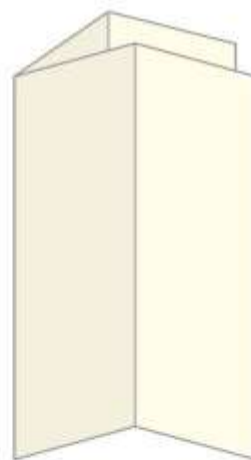
Z сгъване: сгъване на хармоника - възможно е гънките да са различен брой



Сгъване на три части - двете от тях формират "крила" които покриват третата



Сгъване на три равни части (с две успоредни гънки)



Двойно успоредно сгъване (три гънки)



## Приложение 6

# Други канцеларски И рекламни материали

○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ



Пособия за писане: химикалки, моливи, маркери:

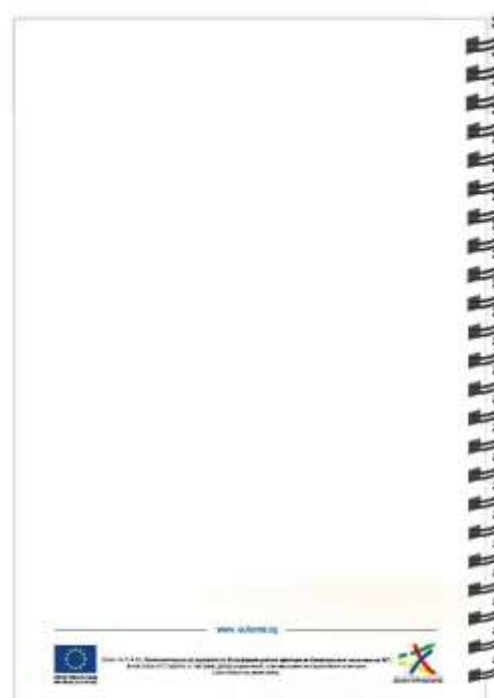
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма(при технологична възможност).



### ○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ



лице



гръб

Тефтери: пълноцветен вариант със спирала:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

### ○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ

---



Тефтери: пълноцветен вариант на индивидуален дизайн на тефтер с твърда подвързия:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

## ○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ

джобно календарче  
лице



джобно календарче  
гръб



настолен календар



стенен календар

Календари: настолни, джобни и стенни:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

### ○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ



#### Папки:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).

### ○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ



Други канцеларски и рекламни материали:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“;
- наименованието на съфинансиращия фонд (при технологична възможност);
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма.



○ ДРУГИ КАНЦЕЛАРСКИ И РЕКЛАМНИ МАТЕРИАЛИ



Други канцеларски и рекламни материали:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“;
- наименованието на съфинансиращия фонд (при технологична възможност);
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма.



## Приложение 7

Прес материали и прес съобщения

### ○ ПРЕС МАТЕРИАЛИ И ПРЕС СЪОБЩЕНИЯ



Прес материали и прес съобщения:

- задължително е използването на визуализацията по проекта, логото „ЕВРОФОНДОВЕТЕ“;
- емблемата на ЕС, упоменаването на „Европейски съюз“ и наименованието на съфинансиращия фонд;
- общото лого за програмен период 2014-2020 г., със съответното наименование на финансиращата програма;
- наименованието на проекта;
- адреса на Единния информационен портал [www.eufunds.bg](http://www.eufunds.bg).





# **Визия на областните информационни центрове**

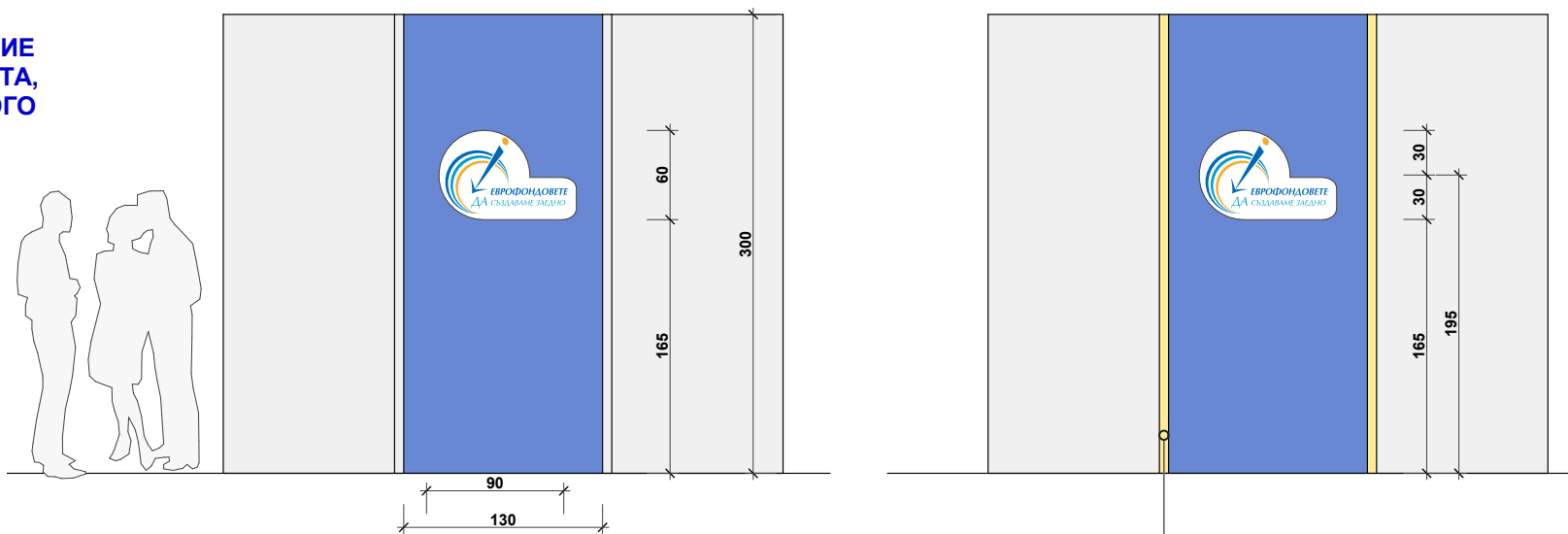
# ○ БРАНДИРАНЕ НА ВРАТИ



Брандиране на врати: елементите са разположени върху бяло фолио

## АКЦЕНТИ ОПРЕДЕЛЯЩИ ВИЗИЯТА И НОСЕЩИ СИМВОЛИТЕ НА БРАНДИНГА

СХЕМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ  
ПРИ ЦЯЛА ВИСОЧИНА НА СТЕНАТА,  
ОПРЕДЕЛЕНА ЗА ОБЕМНОТО ЛОГО



Допустимо е цветно кантиране на брендираната зона от стената,  
но - в цвят, избран от указаните корпоративни цветове!

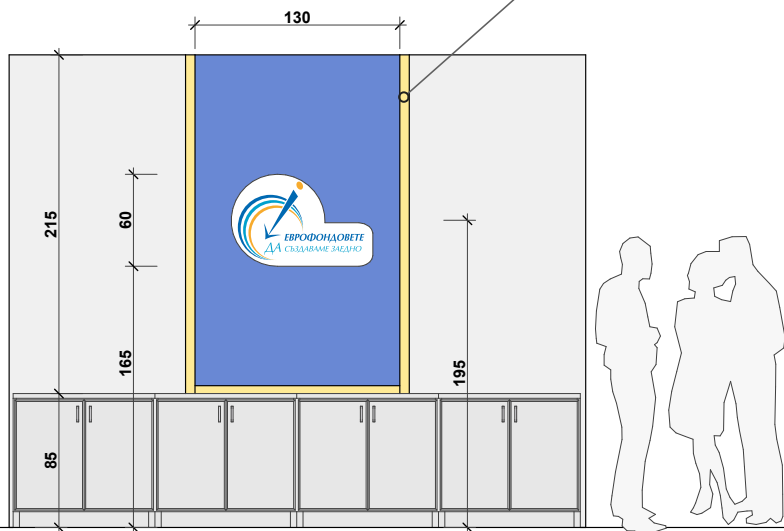
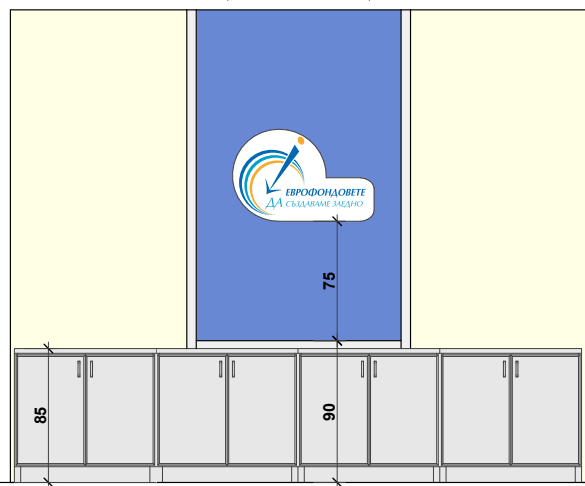
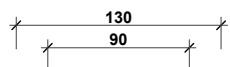
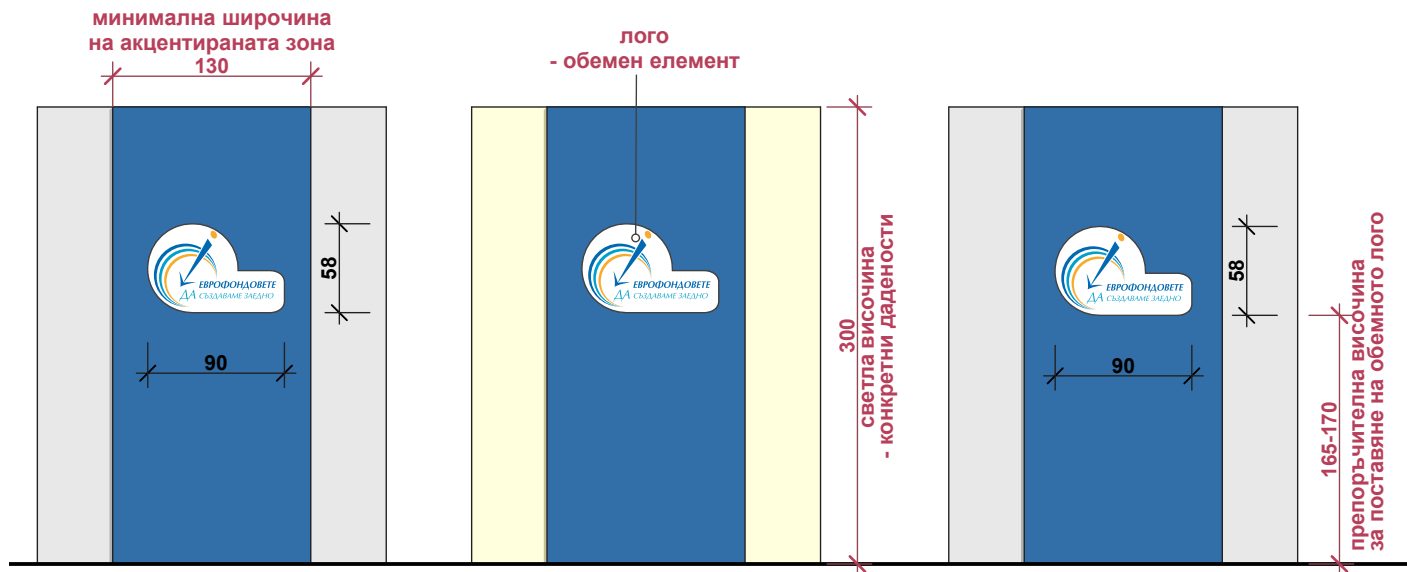


СХЕМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ  
ПРИ НЕПЪЛНА ВИСОЧИНА НА СТЕНАТА,  
ОПРЕДЕЛЕНА ЗА ОБЕМНОТО ЛОГО

# АКЦЕНТИ ОПРЕДЕЛЯЩИ ВИЗИЯТА И НОСЕЦИ СИМВОЛИТЕ НА БРАНДИНГА

ИЗГЛЕД СТЕНИ - ПОЛЕ (ИЛИ ИЗБРАНА ЦЯЛА СТЕНА) В ИНТЕНЗИВЕН СИН ЦВЯТ ЗА ОСНОВА, НА КОЯТО ЩЕ СЕ ПОСТАВИ ОБЕМЕН ВАРИАНТ НА ЛОГО И ДРУГИ ПРОМОТИРАЩИ МАТЕРИАЛИ

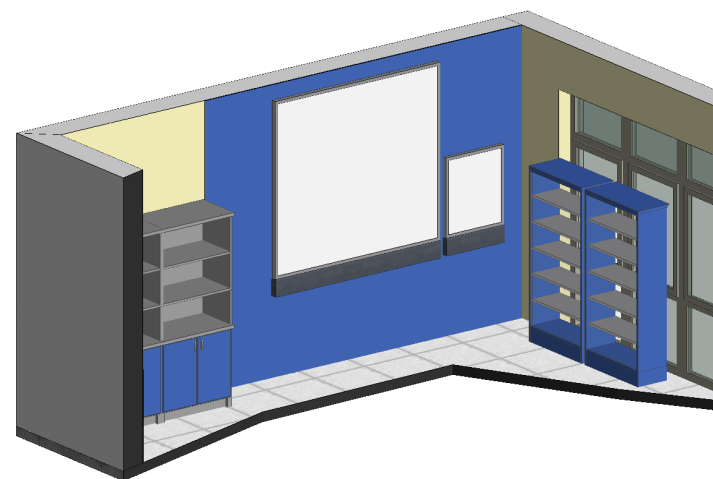
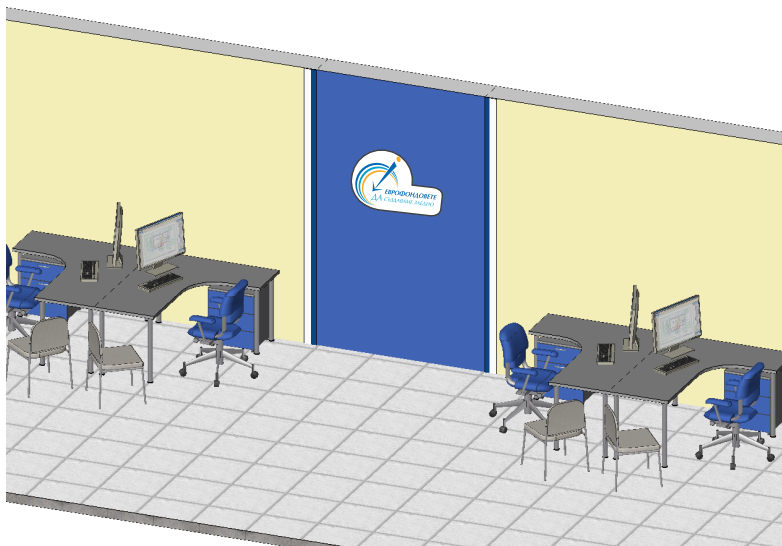
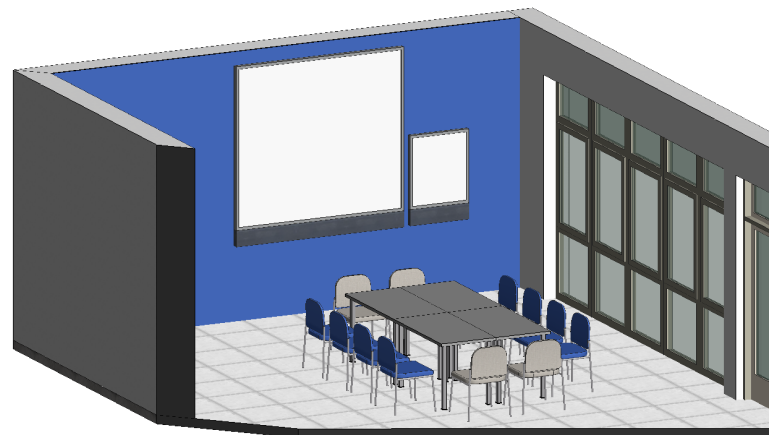


# АКЦЕНТИ ОПРЕДЕЛЯЩИ ВИЗИЯТА И НОСЕЦИ СИМВОЛИТЕ НА БРАНДИНГА

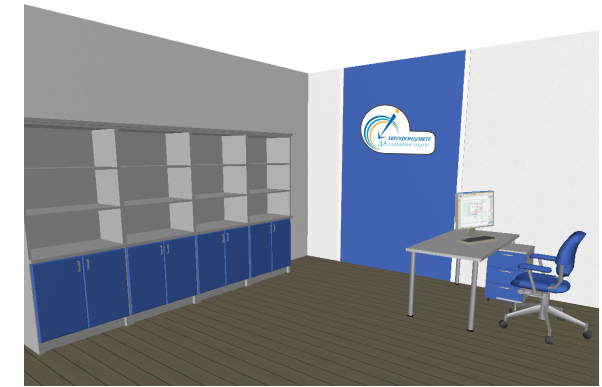
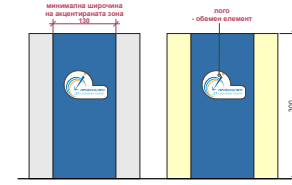
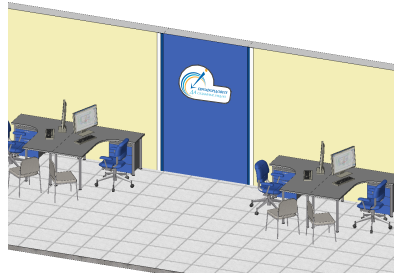
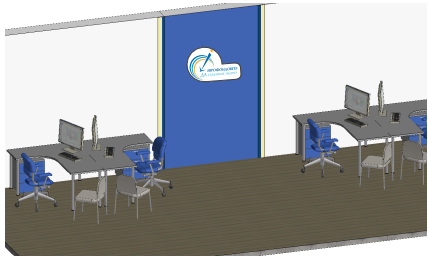
БРАНДИРАНА СТЕНА - ВИДИМА ОТ ВХОДНАТА ЗОНА



ДОПЪЛНИТЕЛНИ АКЦЕНТИ - СТЕНА С ЕКРАН (СЦЕНА)



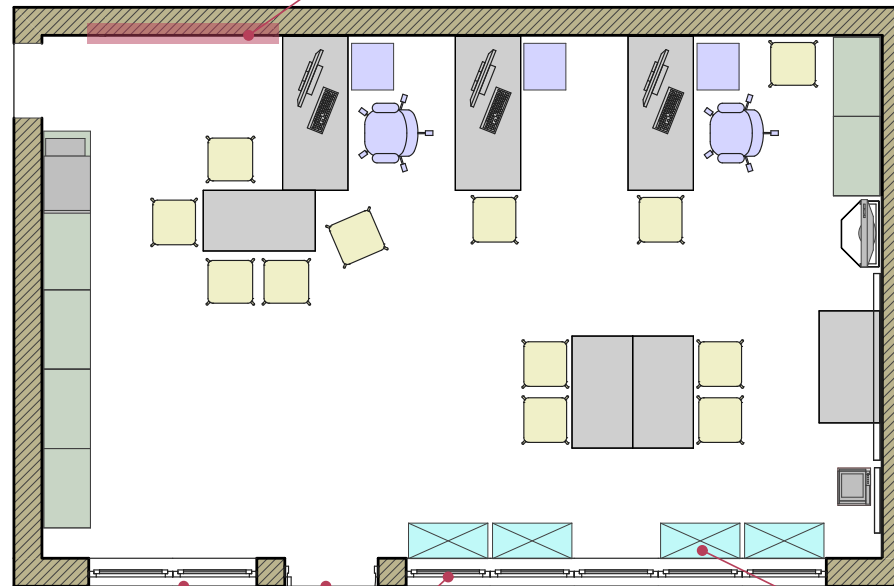
# АКЦЕНТИ ОПРЕДЕЛЯЩИ ВИЗИЯТА И НОСЕЦИ СИМВОЛИТЕ НА БРАНДИНГА



БРАНДИРАНЕ НА СТЕНАТА СРЕЩУ ВХОДА

## АКЦЕНТ 3

"БРАНДИРАНЕ" НА ЧАСТ ОТ НАСРЕЩНАТА НА ВЛИЗАНЕТО СТЕНА И РАМКИРАНЕ НА ТОВА РЕКЛАМНО ПОЛЕ С ОСВОБОЖДАВАНЕ НА ТАЗИ ЗОНА ОТ ОБЗАВЕЖДАНЕ, ЗА ДА Е ВИДИМА, ТАКА И ЧРЕЗ КОНТРАСТНО ОЦВЕТЯВАНЕ СПРЯМО ПРИЛЕЖАЩИТЕ



## СПОМАГАТЕЛНИ ЕЛЕМЕНТИ ЗА БРАНДИНГА И ВИЗИЯТА:

- БРАНДИРАНИТЕ КАНЦЕЛАРСКИ МАТЕРИАЛИ;
- ИЗБОР НА КЛАСЬОРИ В ДВАТА ВОДЕЩИ КОРПОРАТИВНА ЦВЯТА ЗА ОТВОРЕНИТЕ РАФТОВЕ;
- ДОСТЪПНИ ЩЕНДЕРИ С РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННИТЕ МАТЕРИАЛИ ПРИ МЕСТАТА ЗА ПОСЕТИТЕЛИ

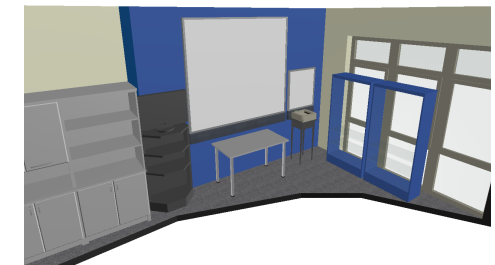
## АКЦЕНТ 2 БРАНДИРАНА СТОЙКА ТИП "ТОТЕМ":

- НЕПОСРЕДСТВЕНО ПРИ ВЛИЗАНЕТО СРЕЩУ ВХОДА;
- АКЦЕНТИРАЩ ЕЛЕМЕНТ;
- ДАВАЩ НЕПОСРЕДСТВЕНА ИНФОРМАЦИЯ;
- ПРЕНΟΣИМ;
- ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ПОСТАВЯНЕ ОТВЪН ПРЕД ВХОДА

"МЕДИЙНА" СТЕНА

## ДОПЪЛНИТЕЛЕН АКЦЕНТ 5

АКЦЕНТИРАНЕ НА ЗОНАТА ЗА ПРОЕКЦИИ, ЛЕКЦИИ И ОБУЧЕНИЯ, КЪДЕТО СА ЕКРАНА, ФЛИПЧАРТА - "СЦЕНАТА"  
- ЦЯЛАТА СТЕНА ИЛИ ПОЛЕ С ШИРОЧИНА ОК. 3, 00 М  
ДА СЕ БОЯДИСА НАСИТЕНО СИН ЦВЯТ



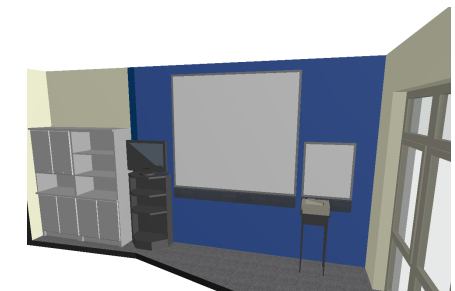
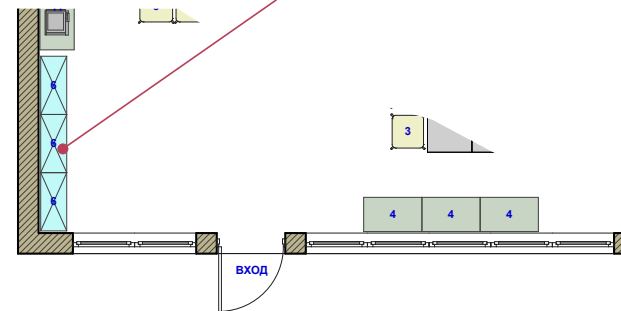
## АКЦЕНТ 1 ФАСАДНИ РЕШЕНИЯ

- БРАНДИРАНЕ НА ВИТРИНИТЕ - БРАНДИРАНЕ НА ВХОДНИ ВРАТИ;
- МОНТИРАНЕ НА ВЪНШНИ ОБЕМНИ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННИ ТЕЛА (ТИП "СВЕТЕЩА КУТИЯ") НАД ВХОДА
- ВИНИЛОВИ ПЛАКАТИ (МОЖЕ И ОТВЪТРЕ)
- ПОСТАВЯНЕ НА ПРЕНΟΣИМ "ТОТЕМ"

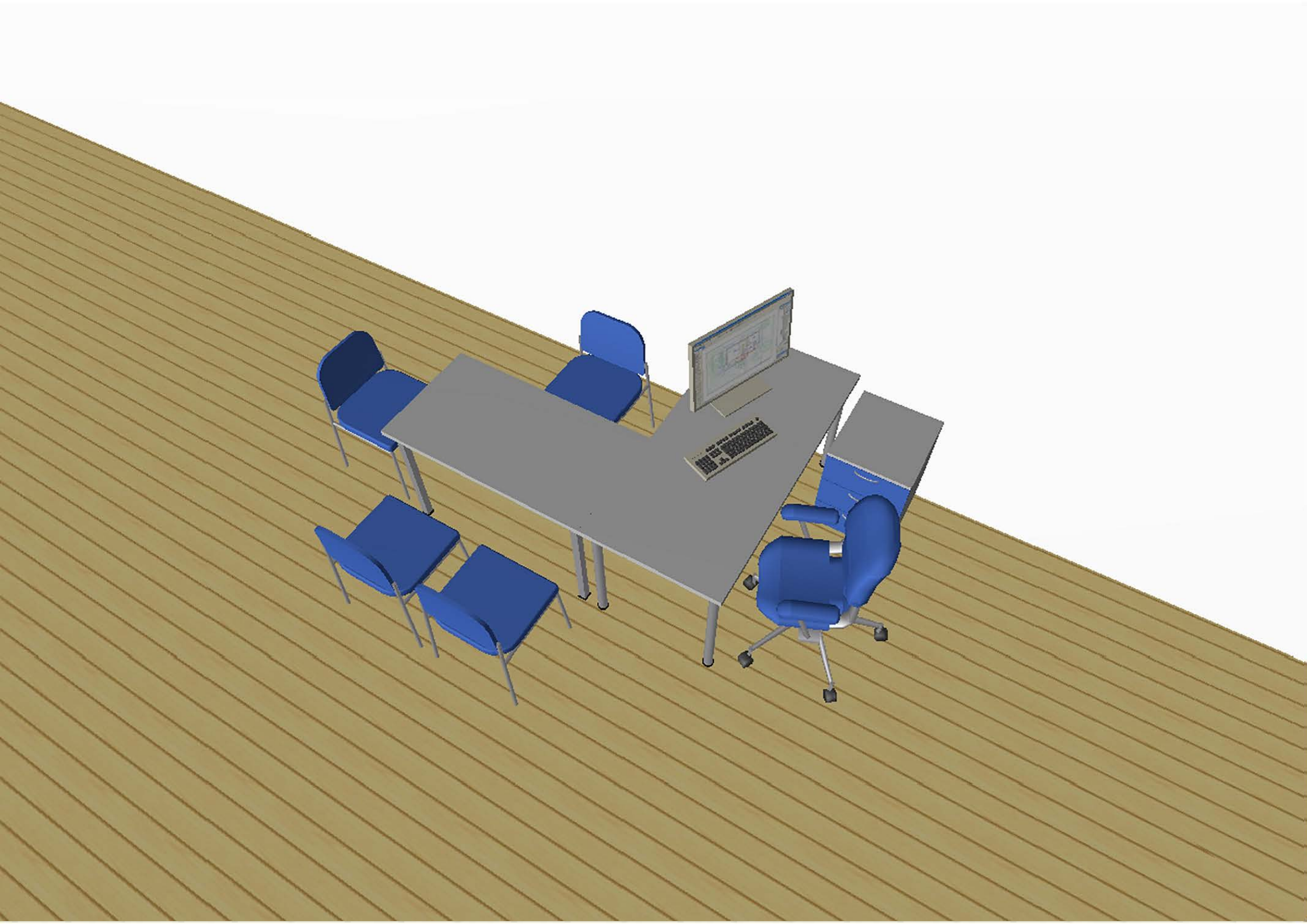


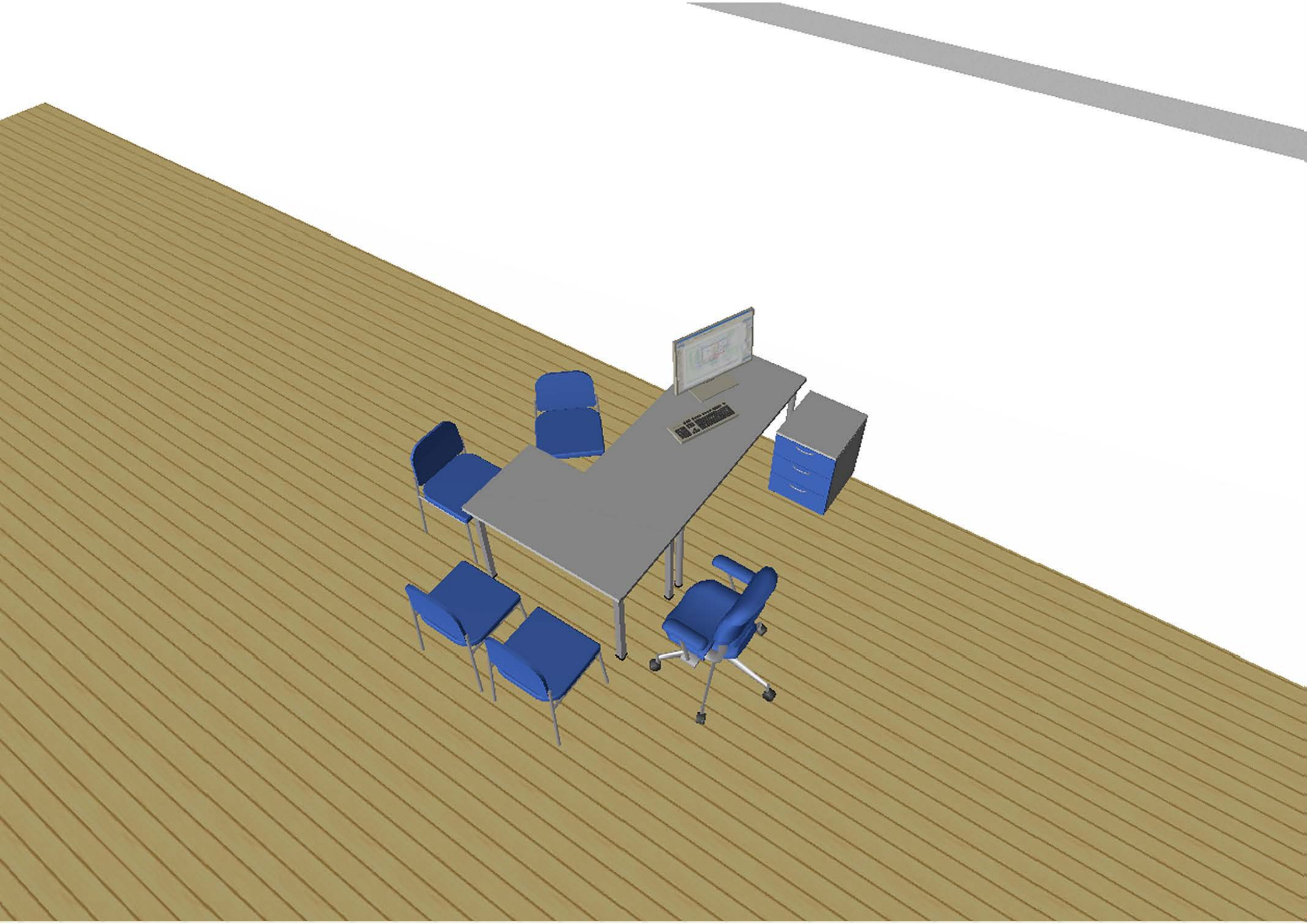
## АКЦЕНТ 4 ЕТАЖЕРКИ ЗА ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:

- НЕПОСРЕДСТВЕНО И ДОСТЪПНИ ОТ ВХОДНАТА ЗОНА;
- МАКСИМАЛНО ОСТЪКЛЕНА КОНСТРУКЦИЯ;
- ВИДИМИ И ПРЕЗ ВИТРИНИТЕ ИЛИ ОСТЪКЛЯВАНЕТО КЪМ УЛИЦАТА;
- ДОСТЪПНИ И СПРЯМО ЗОНАТА ЗА ЗАСЕДАНИЯ И СРЕЩИ

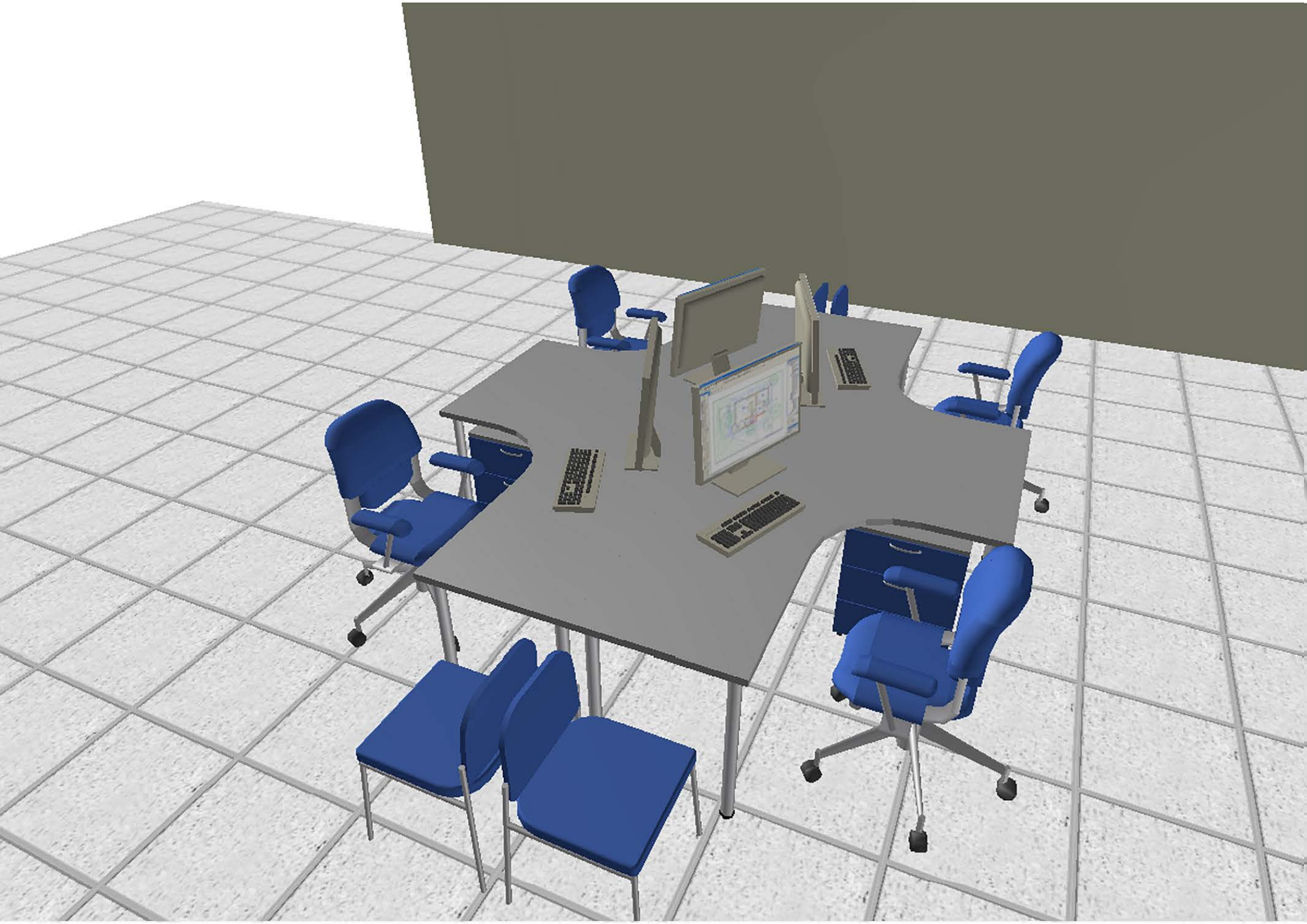




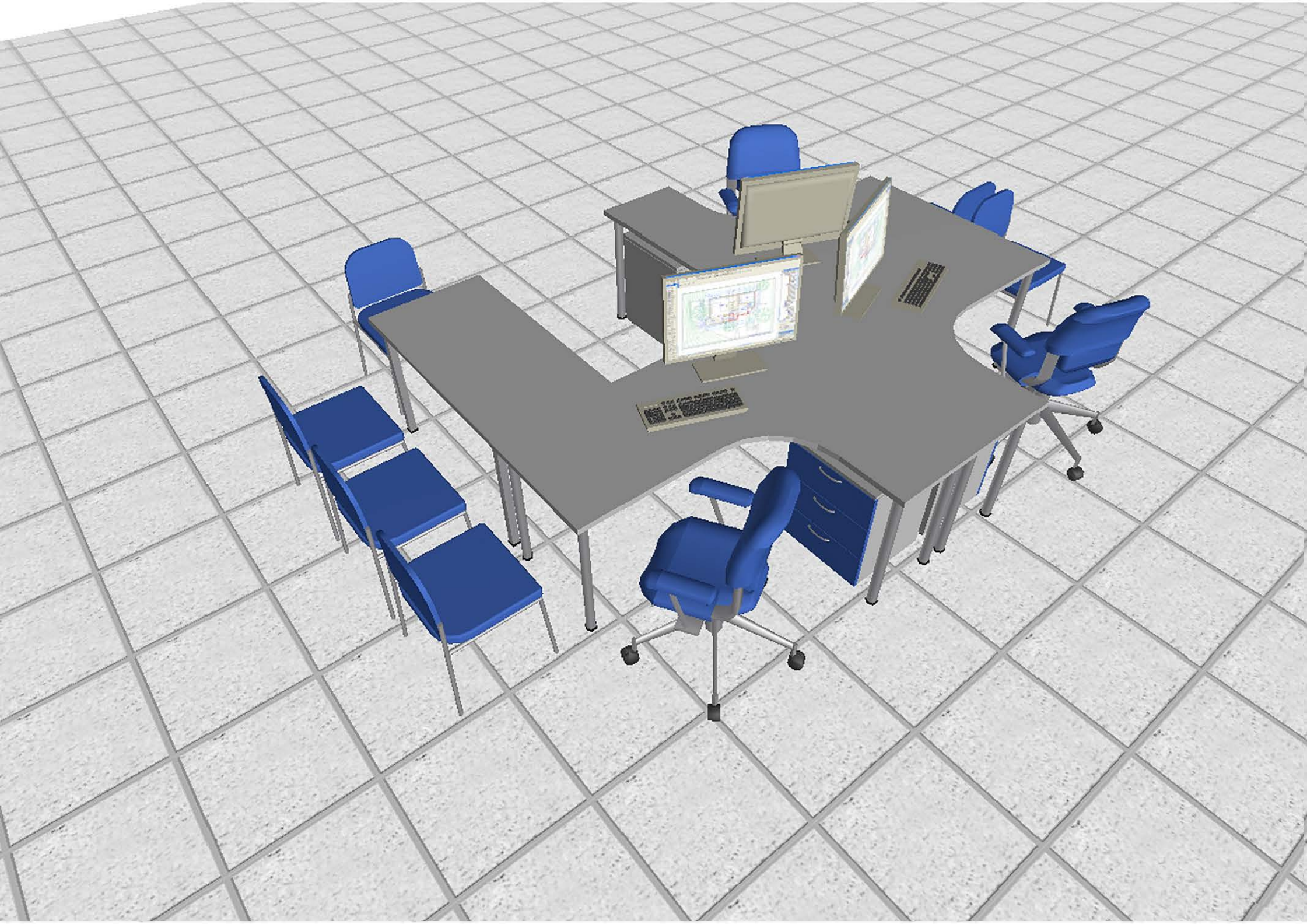






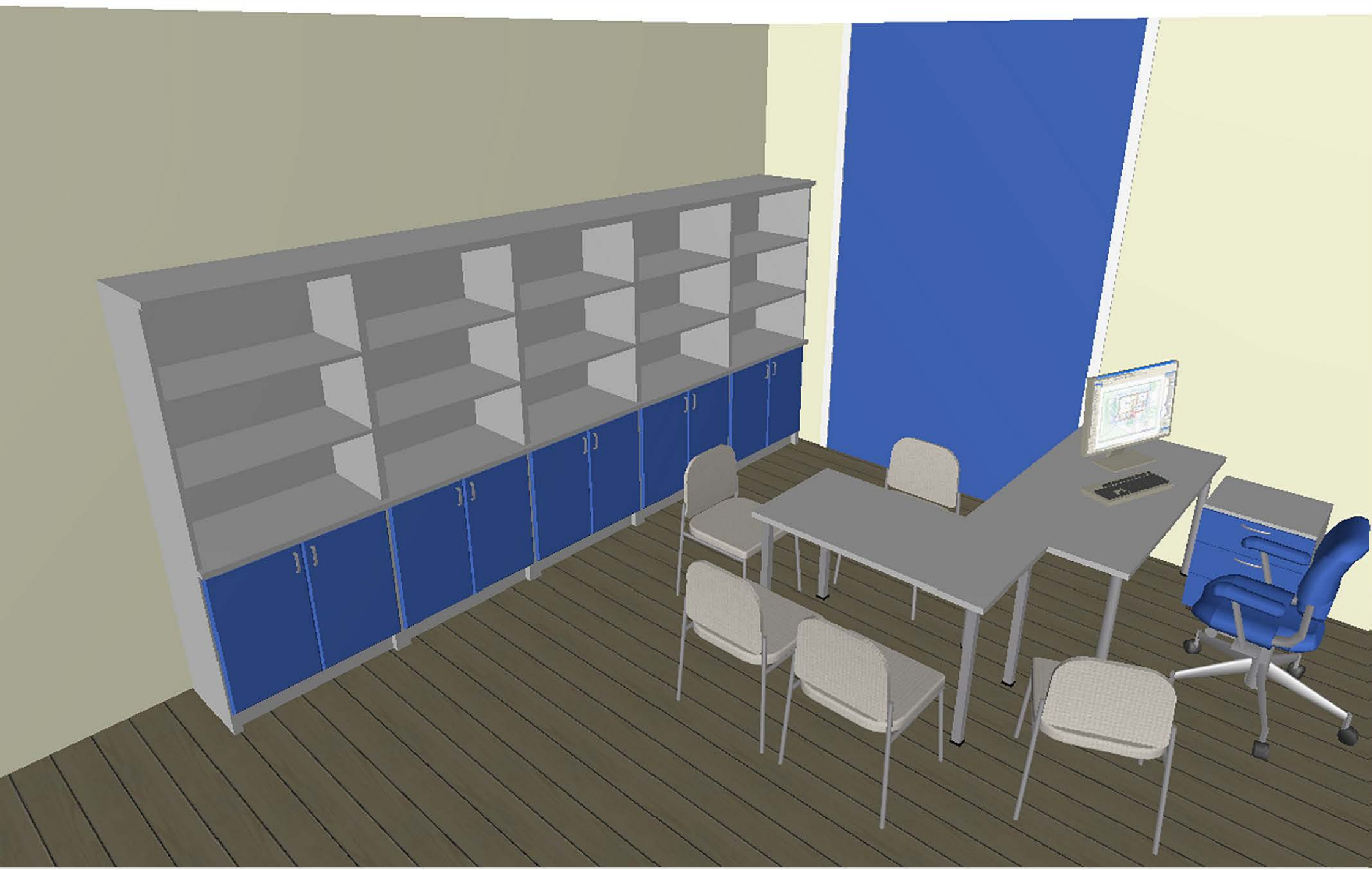


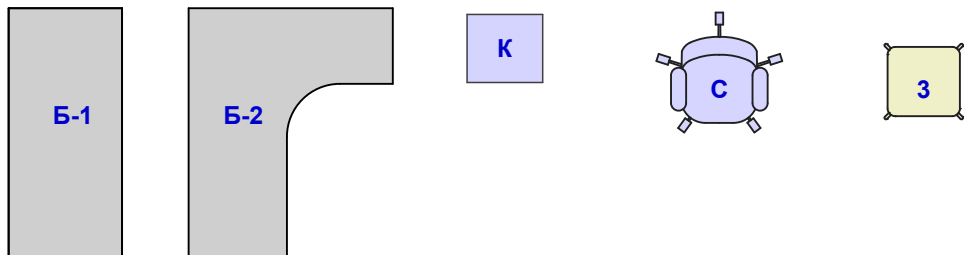












## ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО РАБОТНО МЯСТО

ЛЕГЕНДА:

1 - РАБОТНО МЯСТО:

Б БЮРО

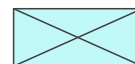
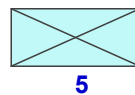
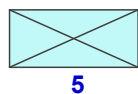
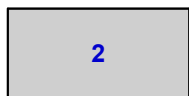
К ПОМОЩЕН КОНТЕЙНЕР

С СТОЛ РАБОТЕН

3 СТОЛ ПОСЕТИТЕЛСКИ



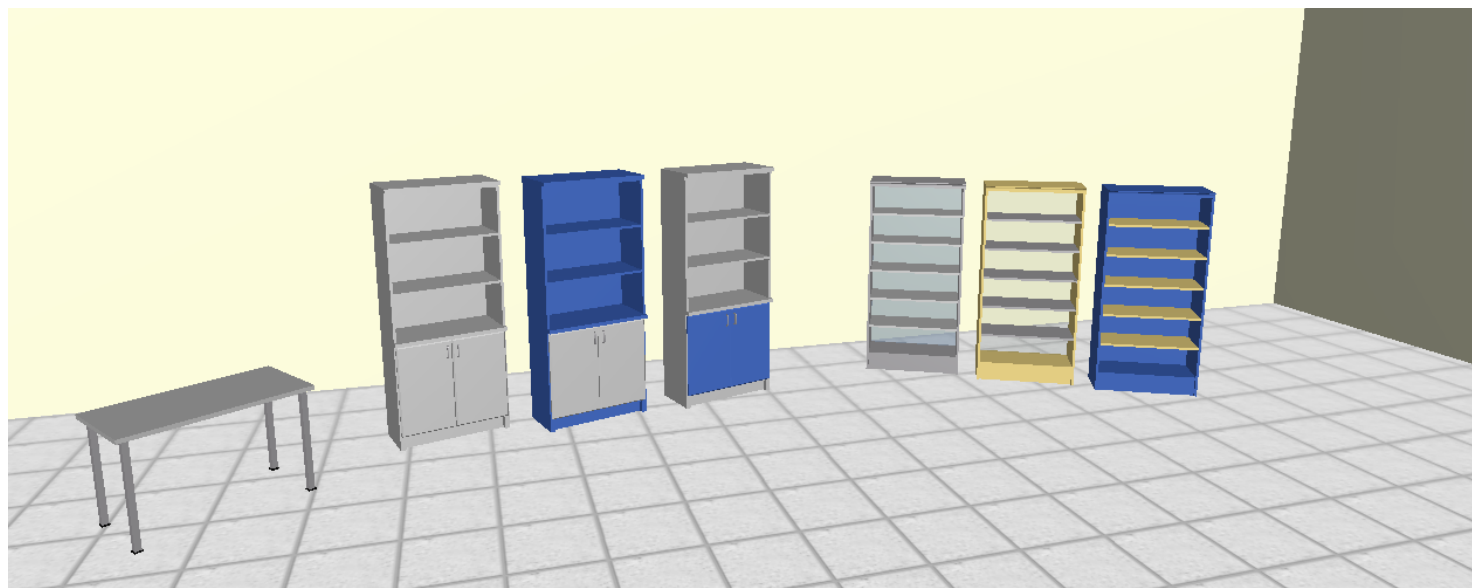
## ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО



2 ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА

4 ШКАФ с 2 врати долу и открити рафтове горе

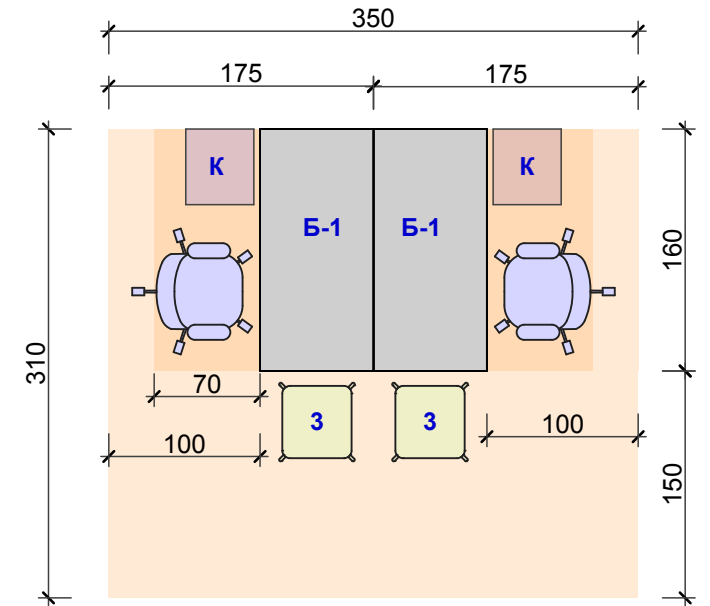
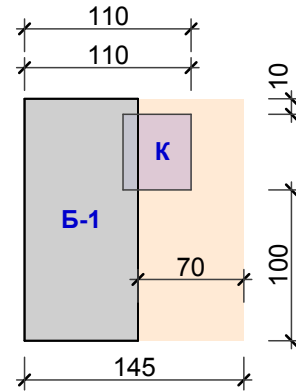
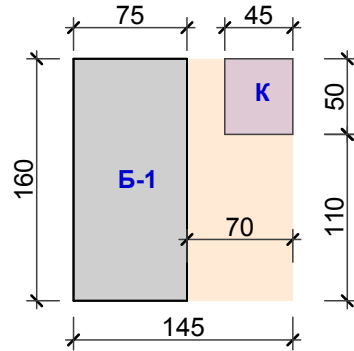
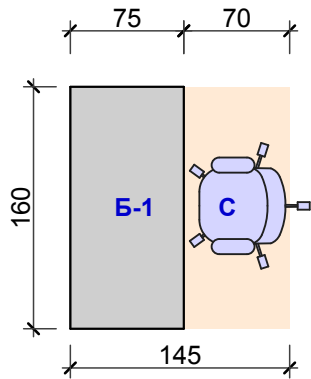
5 СТЕЛАЖ с открити рафтове



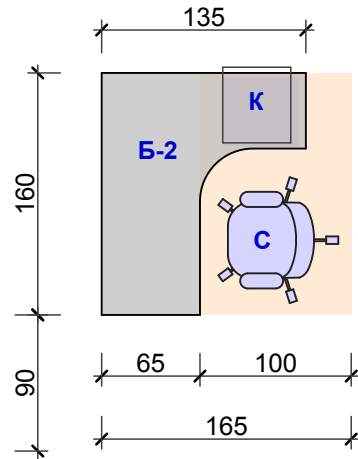
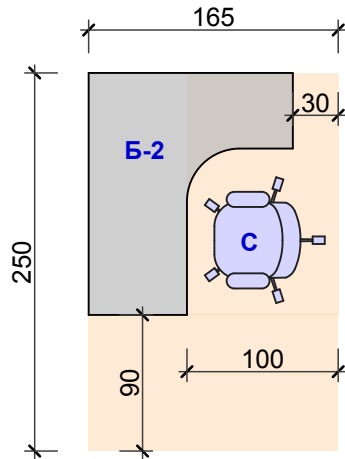
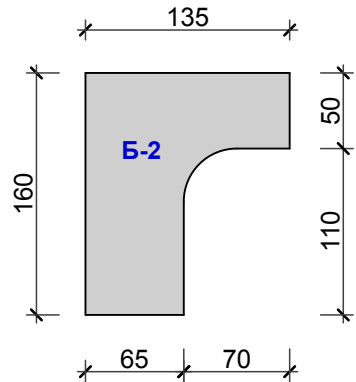
# ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО

## ЕРГОНОМИЧНИ МЕРКИ ЗА МИНИМАЛНО НЕОБХОДИМОТО ПРОСТРАНСТВО

### РАБОТНО МЯСТО - ПРАВО БЮРО

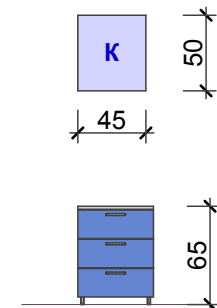


### РАБОТНО МЯСТО - Г-образно БЮРО



### ПОМЩЕН КОНТЕЙНЕР

- на колелца с чекмеджета и заключване

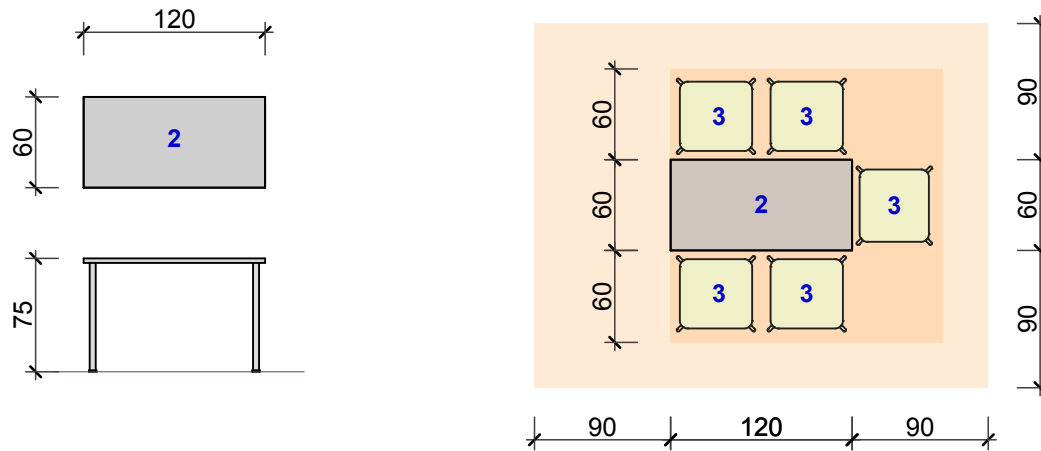




# ЕЛЕМЕНТИ НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО

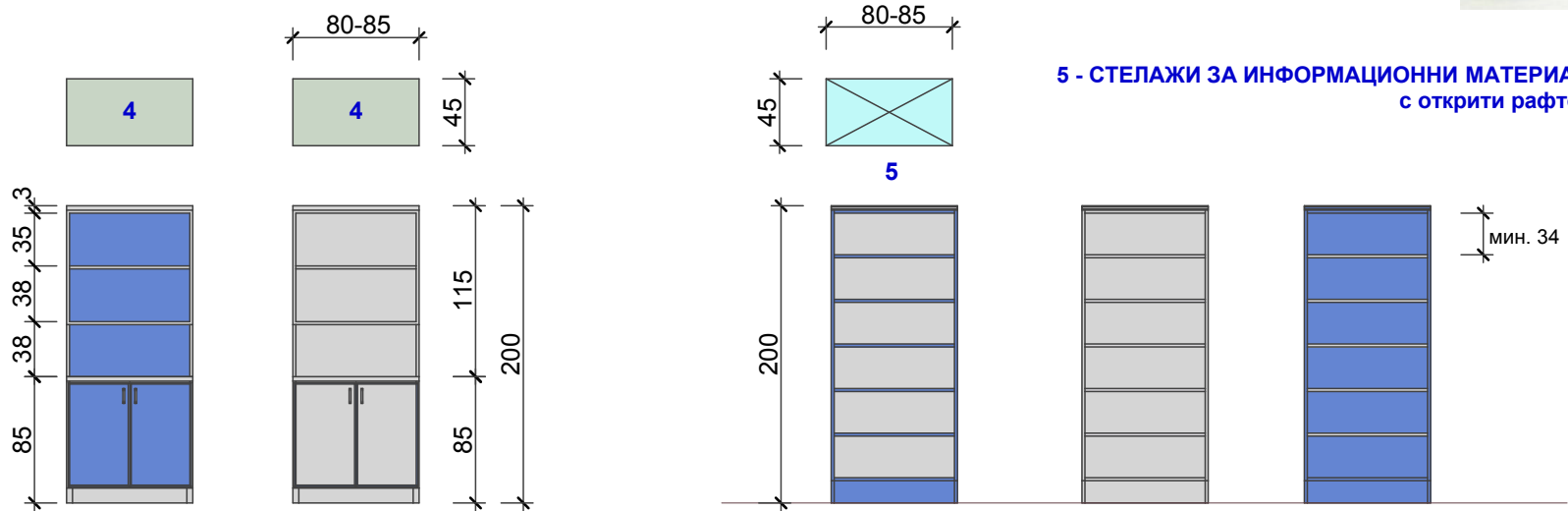
ЕРГНОМИЧНИ МЕРКИ ЗА МИНИМАЛНО НЕОБХОДИМОТО ПРОСТРАНСТВО

## ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА



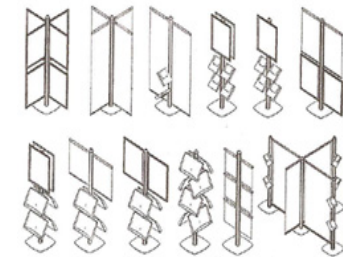
## ШКАФ

- с долна част с 2 врати
- горна част с открити рафтове



## СТЕЛАЖИ ЗА ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

- готово изделие, примери и схеми



## 5 - СТЕЛАЖИ ЗА ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

с открити рафтове

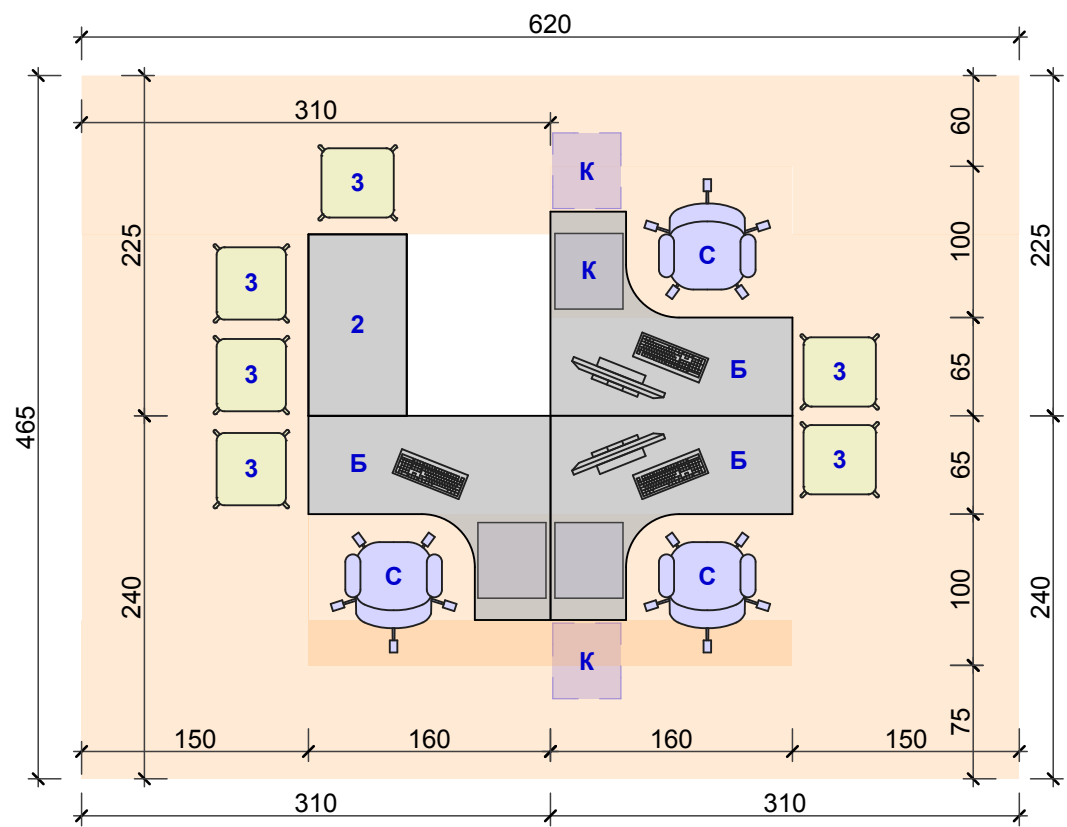
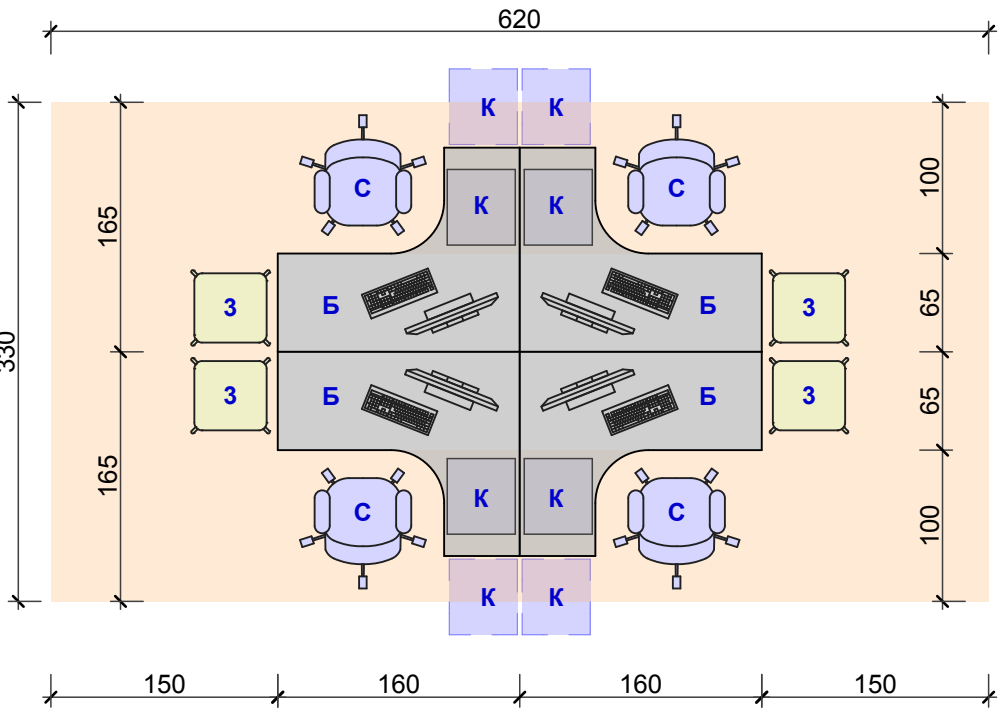
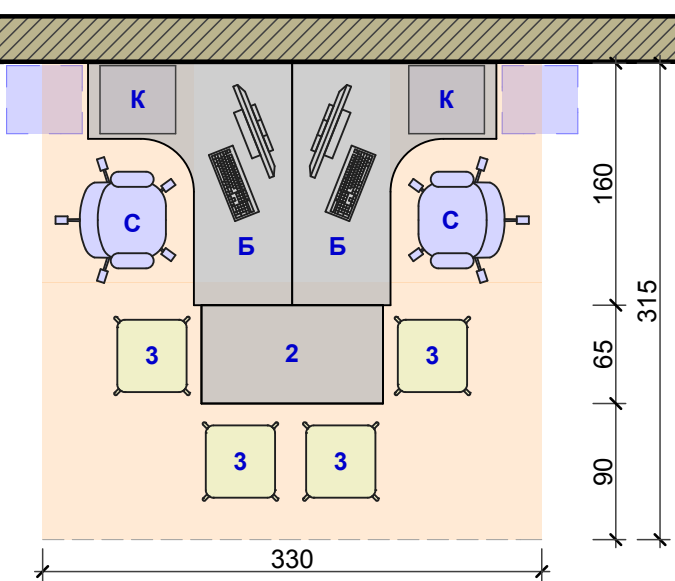
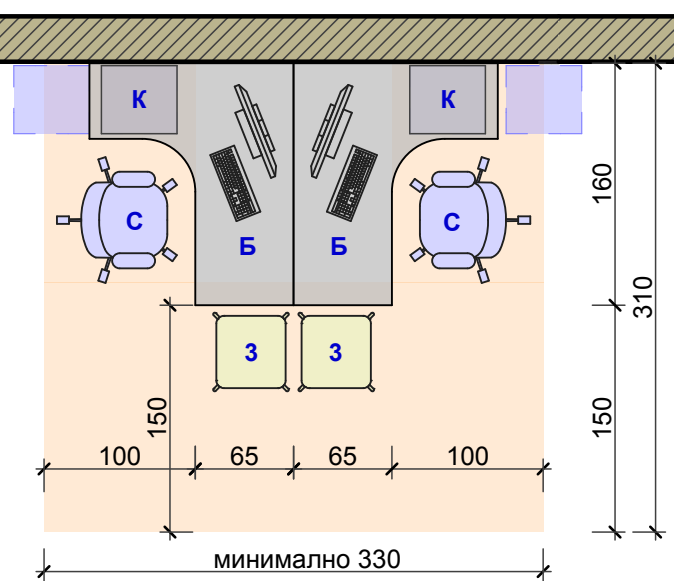
Възможни комбинации



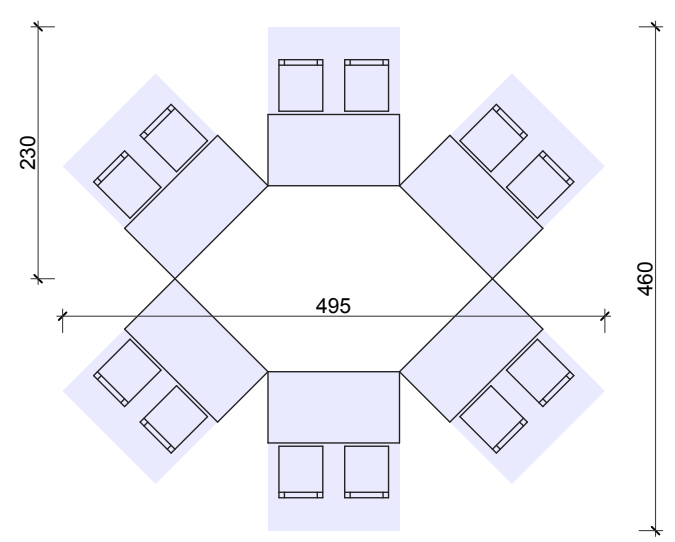
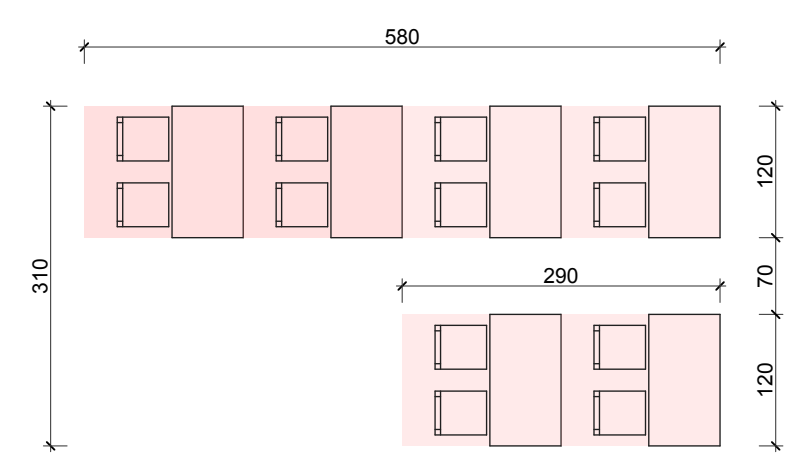
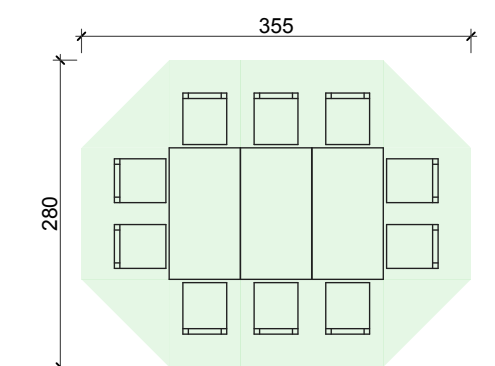
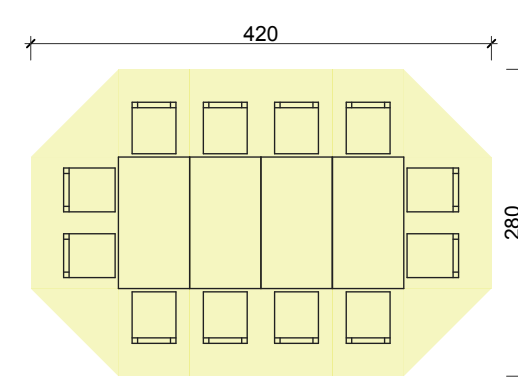
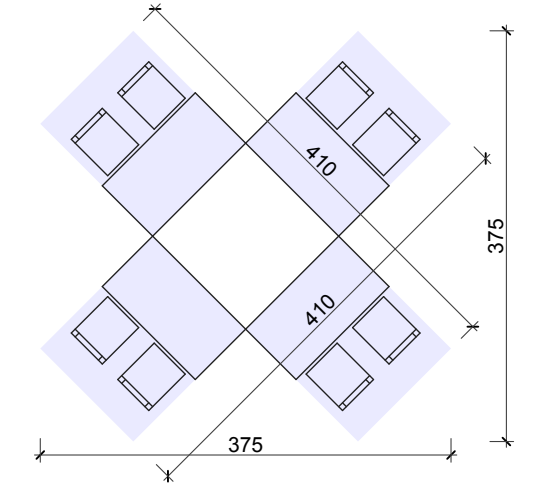
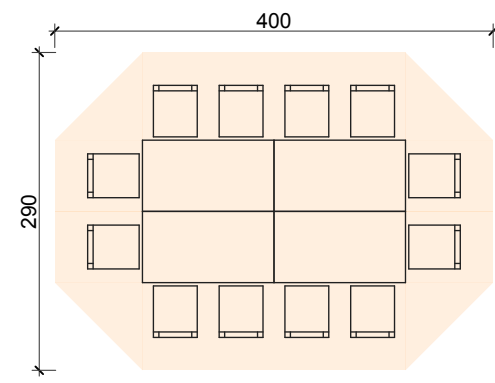
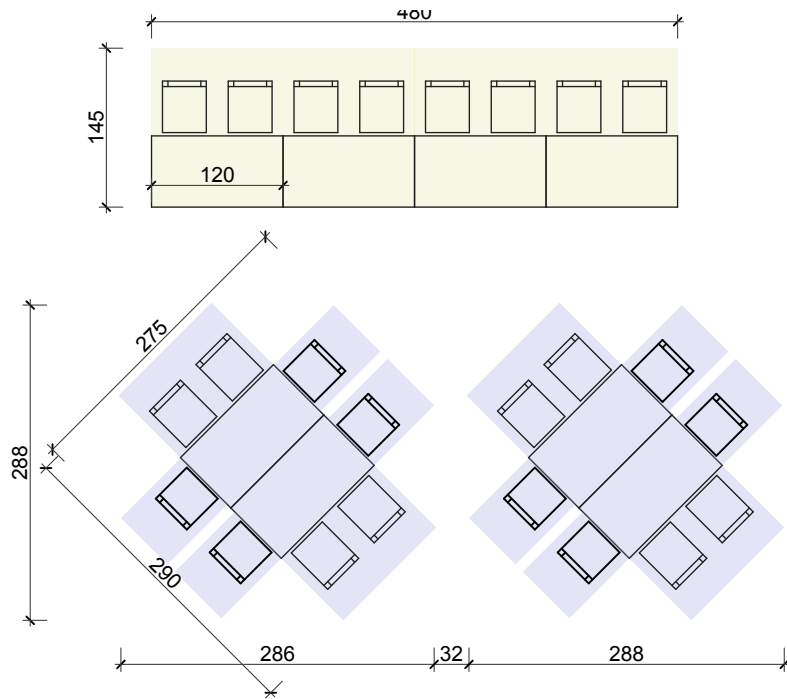
# ВАРИАНТИ ЗА ОРГАНИЗИРАНЕ НА РАБОТНИТЕ МЕСТА

## ЛЕГЕНДА

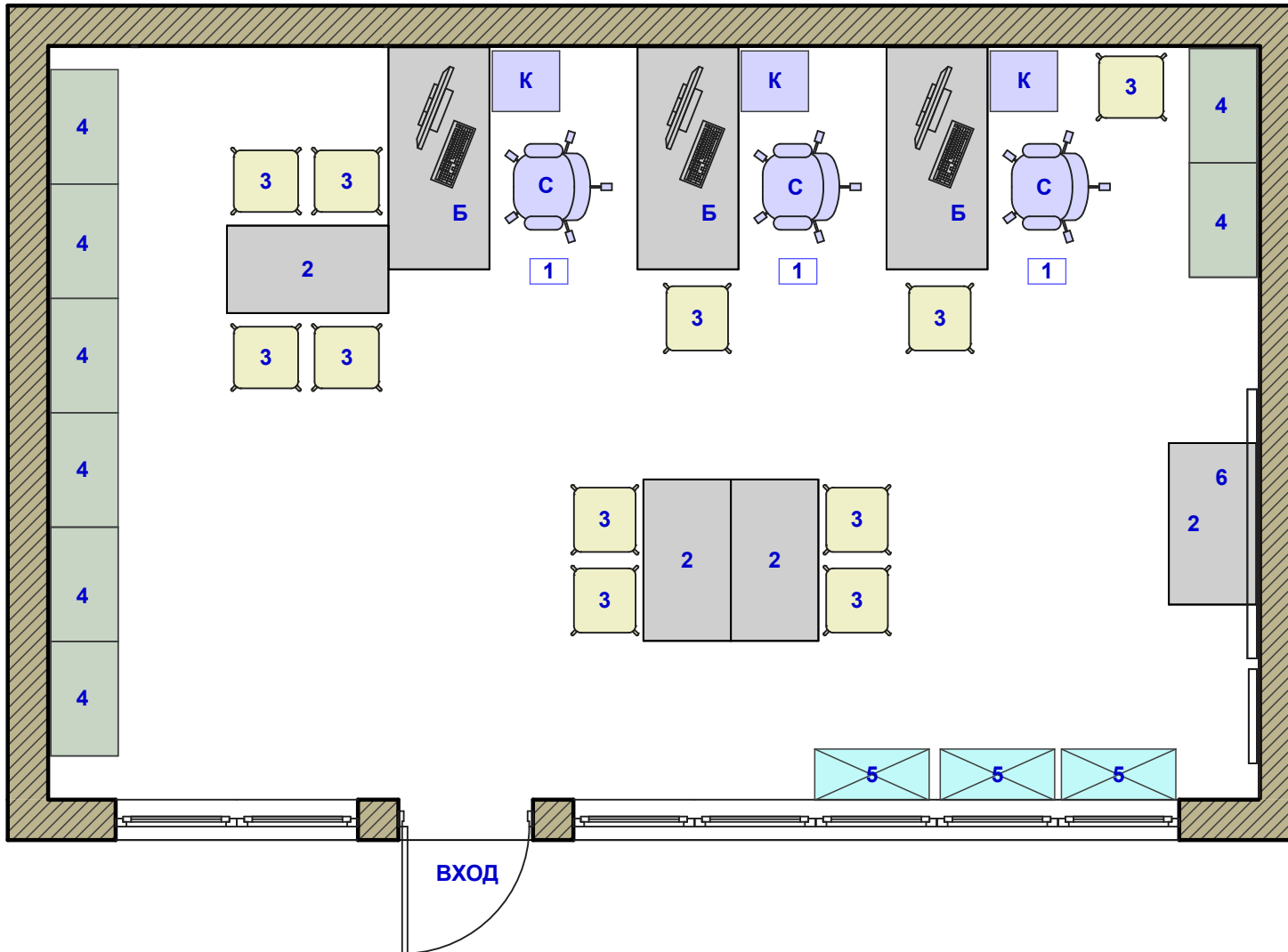
- 1 РАБОТНО МЯСТО:
- Б БЮРО
- К ПОМОЩЕН КОНТЕЙНЕР
- С СТОЛ РАБОТЕН
- 2 ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА
- 3 ПОСЕТИТЕЛСКИ СТОЛ



**ПРИМЕРИ ЗА ПОРРЕДБА НА ОБЗАВЕЖДАНЕТО ПРИ ЗАСЕДАТЕЛНИ МЕРОПРИЯТИЯ**



## ПРИМЕРНА ПЛАНОВА СХЕМА ЗА ОБЗАВЕЖДАНЕТО



### ЛЕГЕНДА

- 1 РАБОТНО МЯСТО:
  - Б БЮРО
  - К ПОМОЩЕН КОНТЕЙНЕР
  - С СТОЛ РАБОТЕН
- 2 ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА
- 3 ПОСЕТИТЕЛСКИ СТОЛ
- 4 ШКАФ
- 5 СТЕЛАЖ
- 6 ПРОЕКТОРЕН ЕКРАН

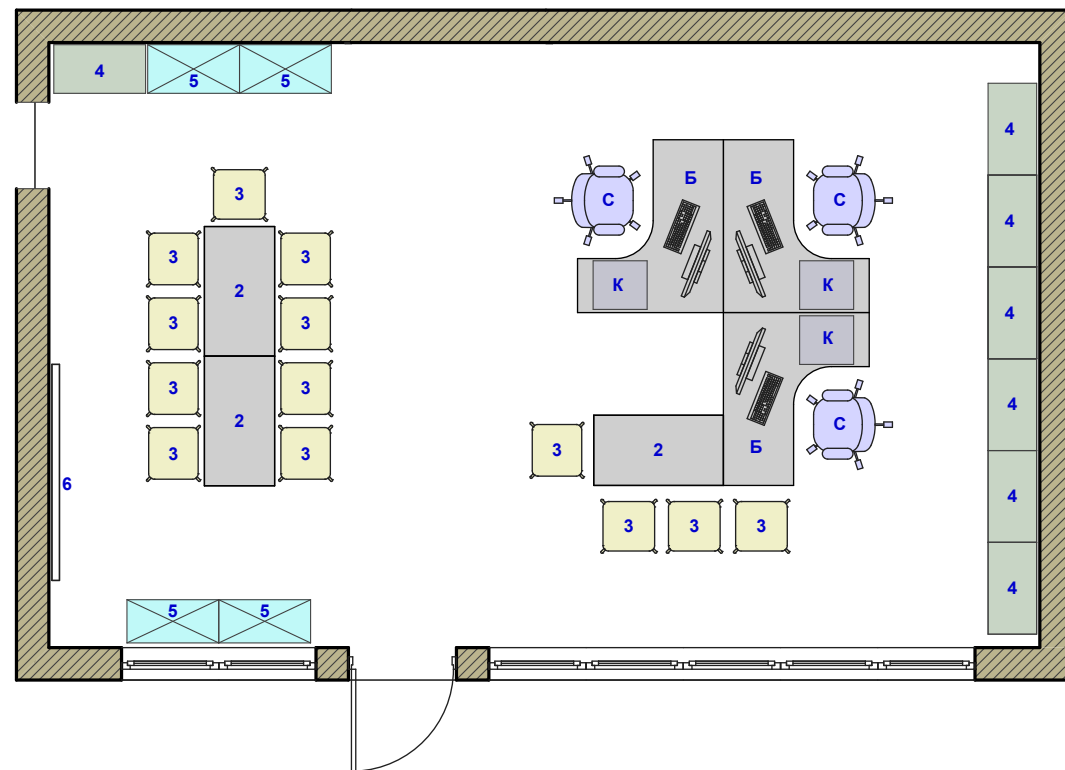
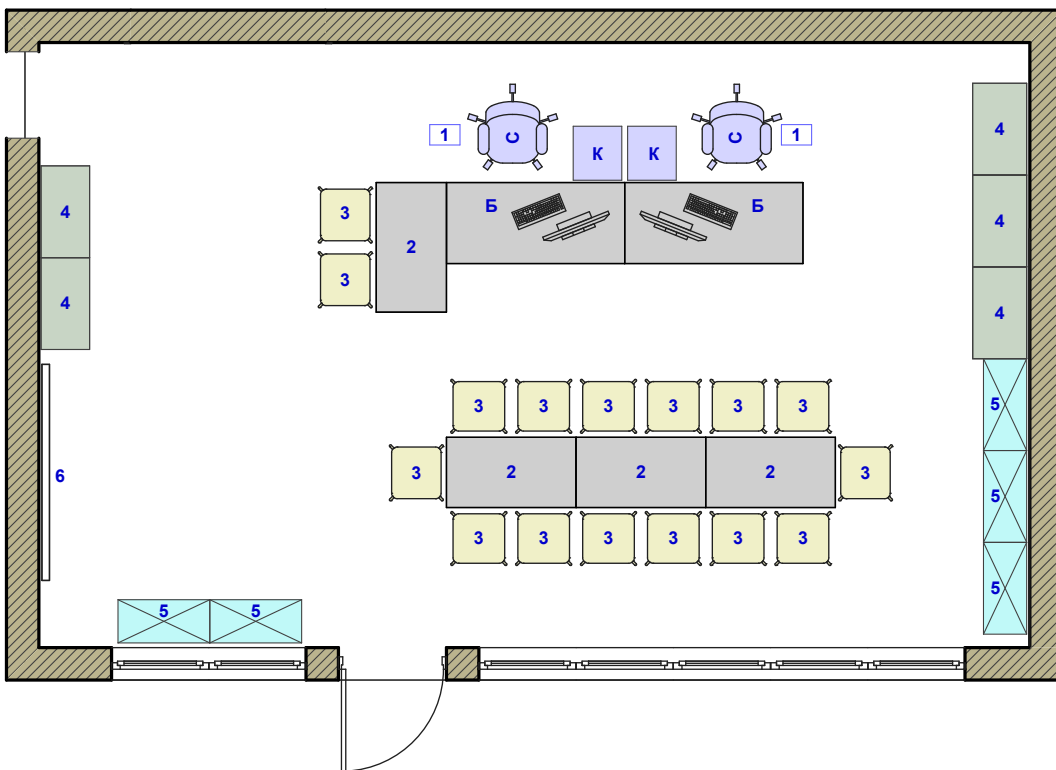
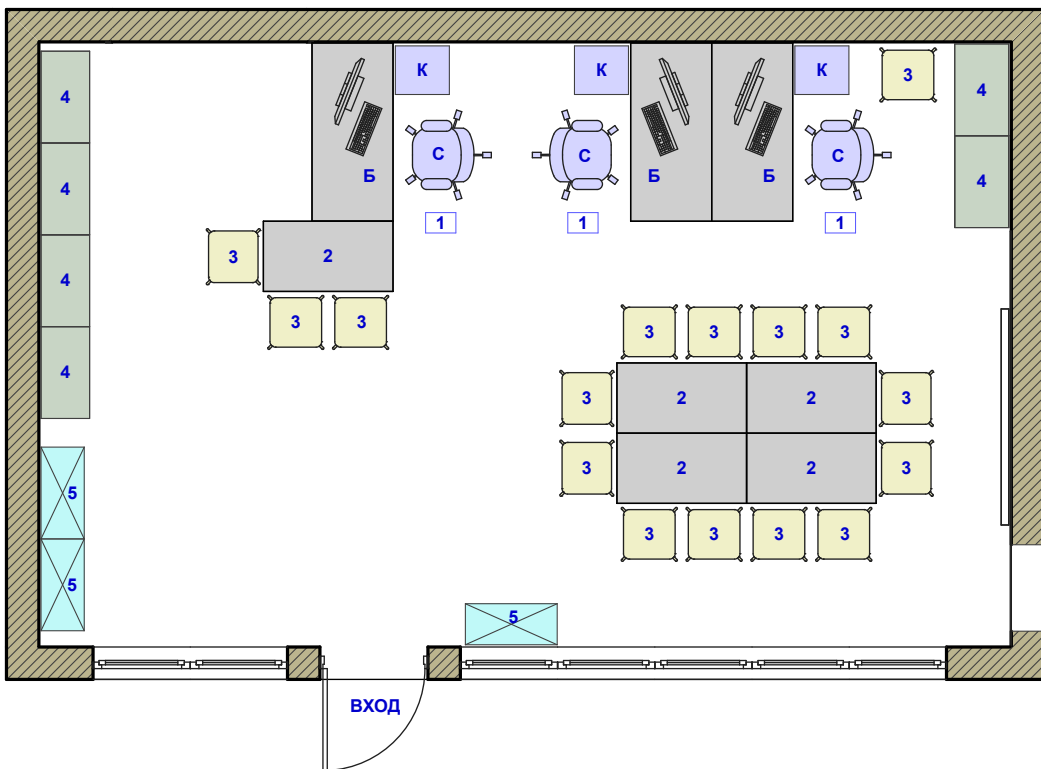
**ПРИМЕРНА ПЛАНОВА СХЕМА ЗА ОБЗАВЕЖДАНЕТО  
ВКЛЮЧИТЕЛНО И ПРИ ПУБЛИЧНИ МЕРОПРИЯТИЯ И СРЕЩИ**

**ЛЕГЕНДА**

- 1** РАБОТНО МЯСТО:

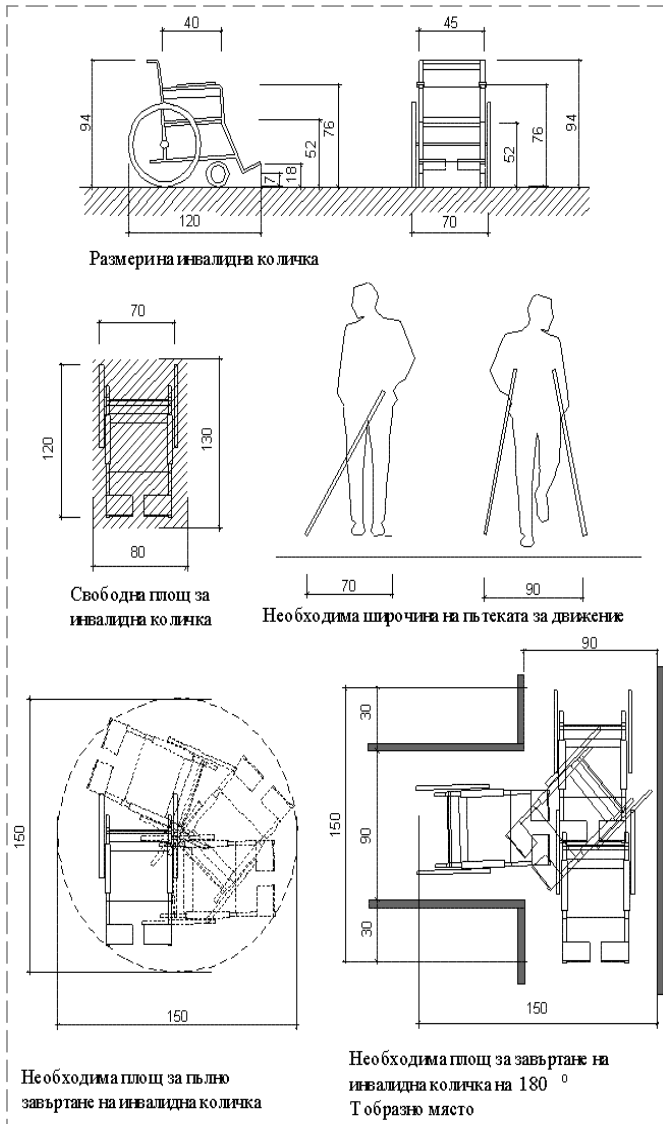
  - Б БЮРО
  - К ПОМОЩЕН КОНТЕЙНЕР
  - С СТОЛ РАБОТЕН

- 2** ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА
- 3** ПОСЕТИТЕЛСКИ СТОЛ
- 4** ШКАФ
- 5** СТЕЛАЖ
- 6** ПРОЕКТОРЕН ЕКРАН



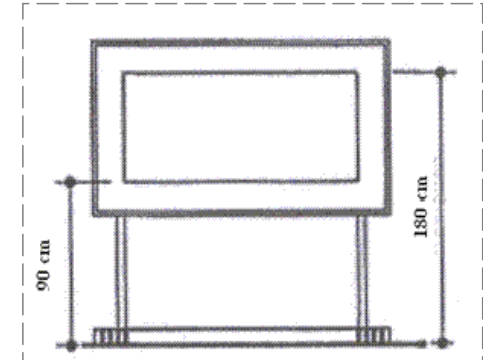
**ИЗИСКВАНИЯ ЗА ДОСТЪПНА СРЕДА ПО ОСНОВНИТЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ОТНАСЯЩИ СЕ ДО ОБЗАВЕЖДАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ЦЕНТРОВЕ - ИЗВАДКИ ОТ НАРЕДБА №4/01.07.2009**

за проектиране, изпълнение и поддържане на строежите в съответствие с изискванията за достъпна среда за населението, включително за хората с увреждания



**Чл. 10.** Информационно-указателните табели в урбанизираните територии се поставят на височина от повърхността на настилката, както следва:

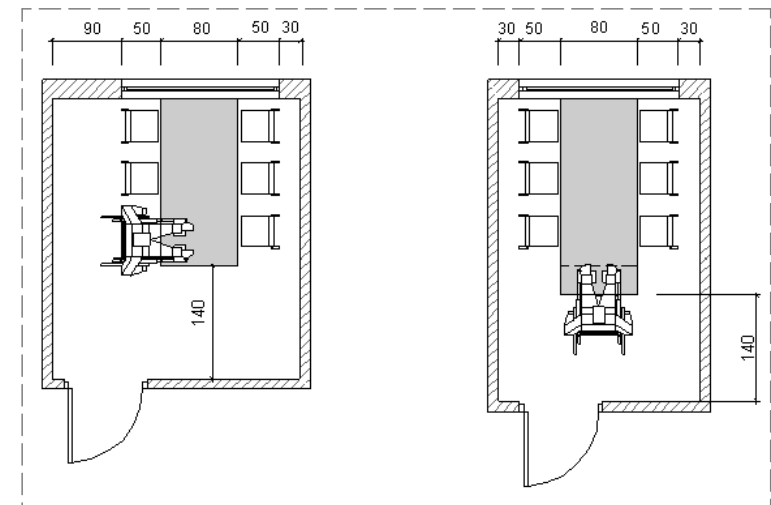
1. табели с наименования на улици - най-много до 250 см (фиг. 9а и б);
2. табели с номера на сгради - най-много до 200 см (фиг. 9а);
3. при поставяне на карти и на информационни табели по пешеходни пространства и на обществени сгради минималната височина от долния ръб на табелата до повърхността на настилката е 90 см, а максималната височина от горния ръб на табелата - 180 см (фиг. 9в).



Предвидените достъпни маршрути, трябва да се обозначат с международния символ за достъпност - фиг. 5 към чл. 5



Необходими минимални площи и размери при придвиждане - фиг. 1 към чл.4



Фиг. В от Приложение №2 към чл. 88, ал.4

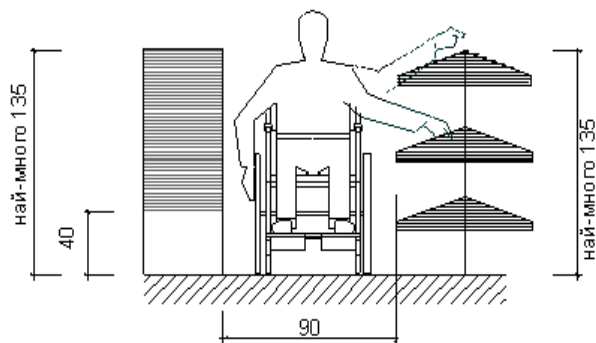
## ИЗИСКВАНИЯ ЗА ДОСТЪПНА СРЕДА ПО ОСНОВНИТЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ОТНАСЯЩИ СЕ ДО ОБЗАВЕЖДАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ЦЕНТРОВЕ - ИЗВАДКИ ОТ НАРЕДБА №4/01.07.2009

за проектиране, изпълнение и поддържане на строежите в съответствие с изискванията за достъпна среда за населението, включително за хората с увреждания

Чл. 68. (1) Работните места в сгради за обществено обслужване, предназначени за хора с увреждания, се адаптират в зависимост от особеностите на ежедневните служебни задължения, които служителят ще изпълнява, с оглед осигуряване на максимална компенсация на затрудненията му (двигателни, слухови, зрителни и др.).

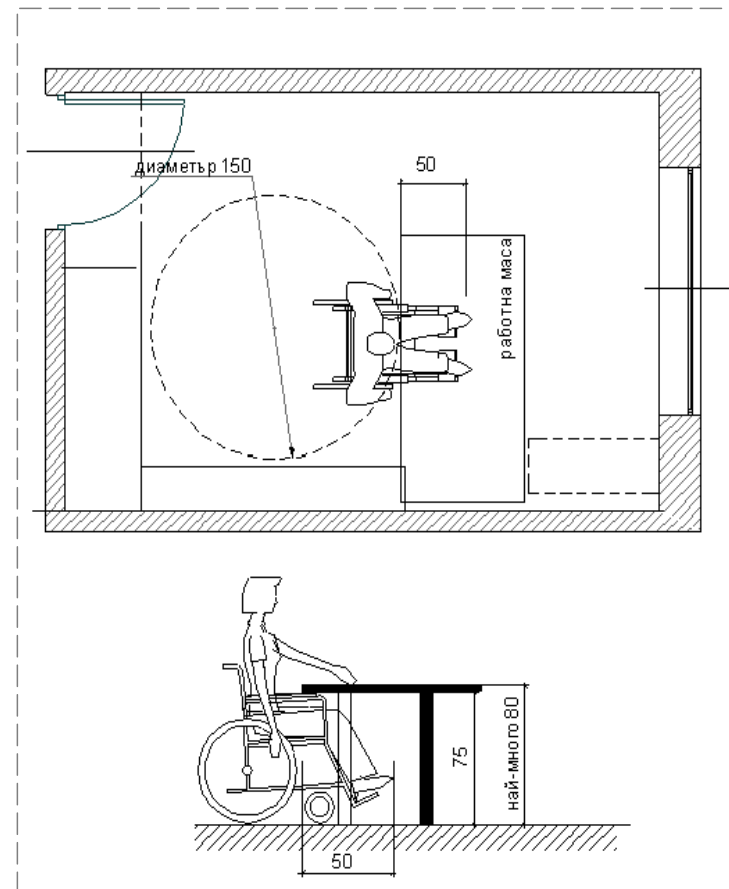
(2) Работните места в сгради за обществено обслужване, предназначени за хора с увреждания, се свързват с достъпен маршрут и отговарят най-малко на следните изисквания (фиг. 36):

1. достъпното работно място е със свободна подова площ с размери 80 на 130 cm, която не навлиза с повече от 50 cm под работния плот;
2. работният плот е на височина от 80 до 85 cm от нивото на пода, като между долния ръб на плота и пода се осигурява свободно пространство най-малко с височина 77 cm, широчина 75 cm и дълбочина 50 cm;
3. пред отделните елементи на обзавеждането (шкафове, библиотека и др.) има свободна площ с размери 80 на 130 cm за безпрепятствено доближаване с инвалидна количка или свободна площ за маневриране с диаметър 150 cm;
4. използването на елементите на обзавеждането по т. 3 е съобразено с възможността за достъпност във височина от 40 до 120 cm от нивото на пода.



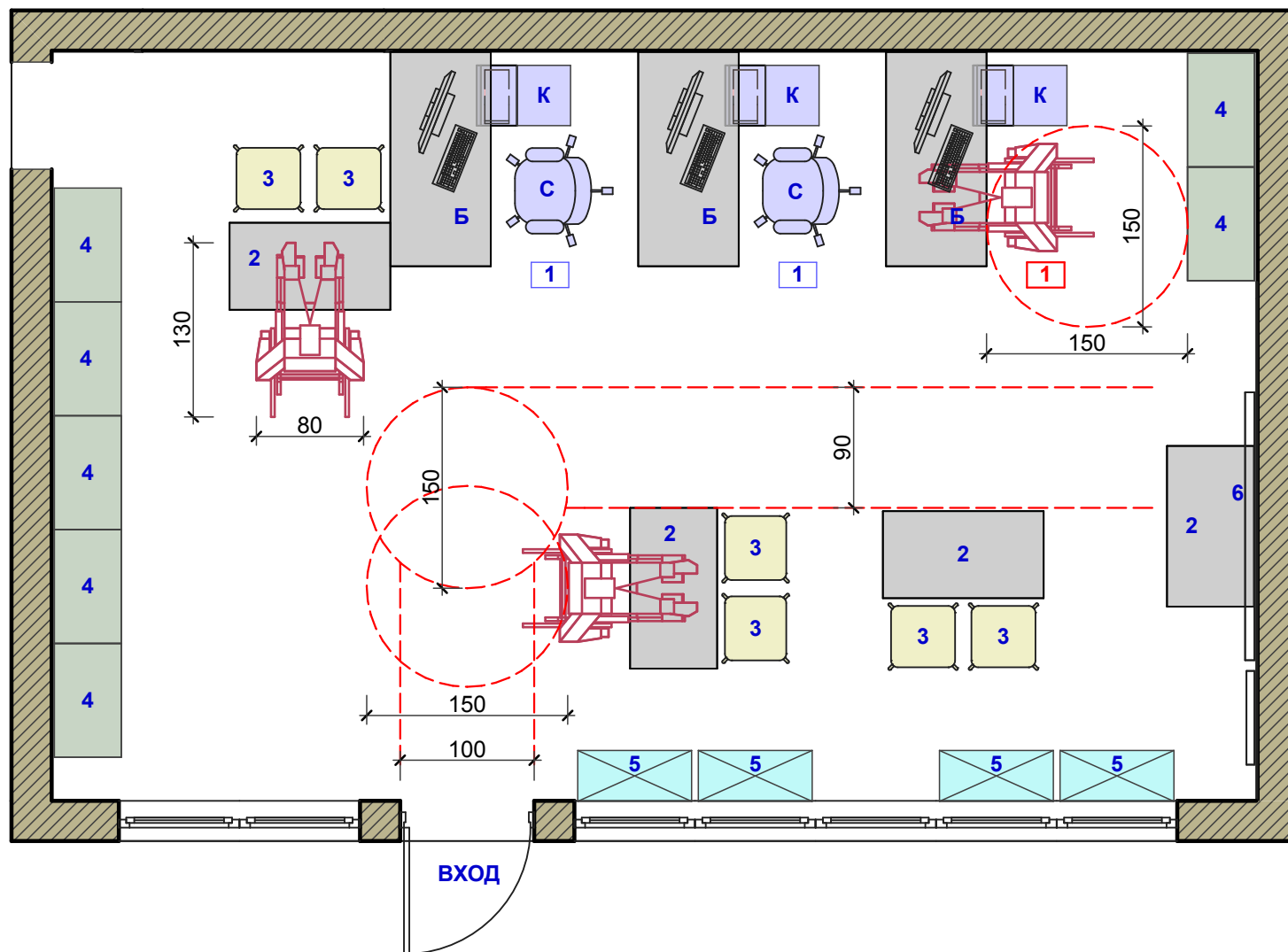
(2) Картотечните шкафове се свързват с достъпен маршрут. Пътеките между шкафове са с широчина най-малко 90 cm, а достъпната височина за ползване на шкафове е от 40 до 135 cm от нивото на пода (фиг. 35).

Фиг. 35.  
Разполагане на библиотечни шкафове и картотеки



Фиг. 36. Оразмеряване на достъпно работно място

## ИЗИСКВАНИЯ ЗА ДОСТЪПНА СРЕДА - ПРИМЕРНА ПЛАНОВА СХЕМА



### ЛЕГЕНДА

**1** ДОСТЪПНО РАБОТНО МЯСТО:

**1** РАБОТНО МЯСТО:

**Б** БЮРО

**П** ПРИСТАВКА ЗА БЮРО

**К** ПОМОЩЕН КОНТЕЙНЕР

**С** СТОЛ РАБОТЕН

**2** ЗАСЕДАТЕЛНА МАСА

**3** ПОСЕТИТЕЛСКИ СТОЛ

**4** ШКАФ

**5** СТЕЛАЖ

**6** ПРОЕКТОРЕН ЕКРАН

# ○ ПРЕНОСИМ „ТОТЕМ“



Тотем: бяла конструкция