

브랜드 체계

1.01

대한적십자사는 국제적십자운동 기본원칙에 의거하여, 인간의 존엄성과 생명 보호에 공헌하는 인도주의 활동의 대표 기관이다. 국제적십자운동의 7가지 원칙을 준수하며, 인도주의 활동을 확산하고 선진 적십자로의 도약을 위해 본 디자인 가이드라인을 제시한다.

1. 목적

- 1-1. 대한적십자사는 국제적십자사연맹, 국제적십자위원회, 전 세계 적십자사와 함께 하나로 결속되어 적십자운동을 수행하고 있음을 보여주며 강력한 적십자를 추구함을 표현한다.
- 1-2. 적십자 활동의 근본이 되는 '적십자 표장'의 규칙을 준수하며 우리의 정체성을 정확히 알린다.
- 1-3. 적십자 활동에 참여하는 다양한 사람들과 일반인들에게 동일한 수준의 디자인을 제공함으로써 대한적십자사에 대해 긍정적인 이미지를 일관되게 전달하도록 한다.
- 1-4. 대한적십자사 임직원 및 활동 참여자에게 사용하기 편한 디자인 가이드라인을 제공하여 각 현장의 인도주의 활동이 더욱 효율적으로 수행될 수 있도록 돕는다.

2. 브랜드 체계

대한적십자사는 적십자 표장하에 기존의 브랜드들의 위계를 명확하고 단순화하여 아래의 브랜드 체계를 수립하였다. 브랜드 체계 하의 세부 프로그램들은 기간이 설정된 단기 캠페인으로 분류되어 자율적인 집행이 가능하도록 하였다.

+ 대한적십자사

	후원	봉사	교육	RCY	혈액	병원
Corporate Brand	소속기관					 서울적십자병원
Family Brand	 희망풍차					
Individual Brand	 대한적십자사 광주관남지사 광주봉사관		 청소년적십자			 헌혈의집

브랜드 체계

1.02

대한적십자사는 국제적십자운동 기본원칙에 의거하여, 인간의 존엄성과 생명 보호에 공헌하는 인도주의 활동의 대표 기관이다. 국제적십자운동의 7가지 원칙을 준수하며, 인도주의 활동을 확산하고 선진 적십자로의 도약을 위해 본 디자인 가이드라인을 제시한다.

3. 기본 방향

① 적십자 표장을 중심으로 한 강력한 적십자 표현

적십자 표장 사용 규칙과 국제적십자사연맹 브랜딩 툴킷(Branding Toolkit, 2016)을 준수하여 디자인 시스템을 제시하였고, 적십자 표장 사용의 예외적 규칙인 ‘장식 목적을 위한 표장의 사용’에 대해 아래와 같이 정하였다.

그림 1



그림 2



3-1. 재생 봉투, 포장 박스, 현판, 차량 등 재질의 특성상 흰색 배경을 넣기 어려운 경우에 한해 흰색 배경 없이 대한적십자사 CI를 사용할 수 있다.(그림 1 참조)

3-2. 장식 목적을 위해 표장을 사용할 때는 적십자 표장의 보호적 사용과 혼동되지 않도록 ‘홍보물’, ‘기념품’ 종류에 한해 사용할 수 있으며, 적십자 표장을 단독으로 사용하거나 패턴화 하는 디자인에 한해 사용할 수 있다.(그림 2 참조)

② 하나의 적십자로 일관성 있는 아이덴티티 표현

대한적십자사 CI(Corporate Identity)의 새 디자인은 로고타이프에 워밍 그레이(Warm Gray) 색상을 반영하여 전문적이고 세련된 모습과 함께 적십자운동을 통해 따뜻한 세상을 만들 수 있음을 표현하였다.

각 BI(Brand Identity)들도 대한적십자사 CI의 새 디자인과 연계성을 가지도록 하여 하나의 적십자로서 일관성있는 비주얼 아이덴티티를 구축하였다.

