

Руководство по использованию корпоративного фирменного стиля АО «Петербургская сбытовая компания»



Базовые элементы

- 1.1 Логотип
- 1.2 Цвет
- 1.3 Шрифт
- 1.4 Стил ь фотоизображений
- 1.5 Дизайн-элемент

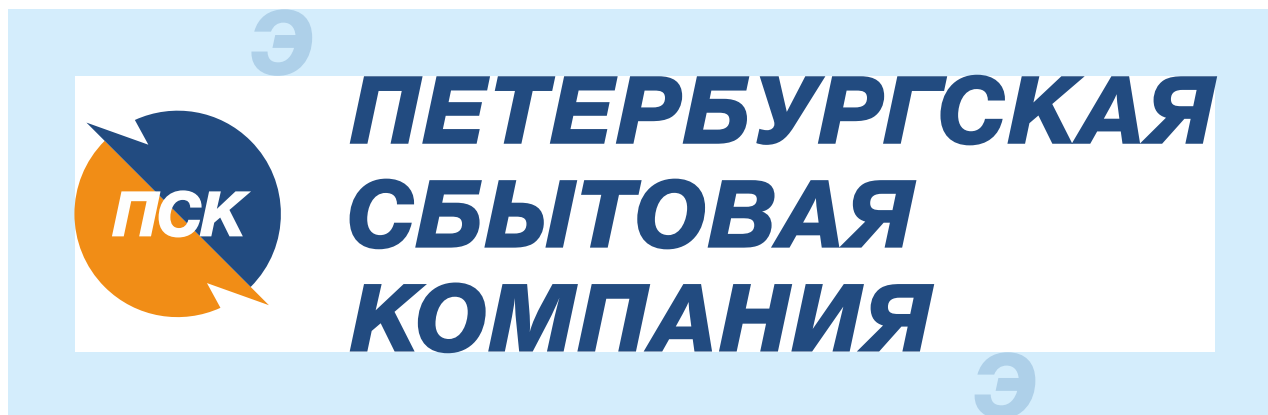
1.



- 1 3 на к
- 2 Н азвание компании
- 3 Н азвание компании набирается прописными (заглавными) буквами. Длина названия — не более трёх строк. Модулем при построении логотипа является центральная часть знака в форме двух молний, разделенных на двенадцать частей.
- 4 Версия для минимальных размеров. При использовании логотипа менее 35 мм по ширине необходимо использовать версию логотипа для минимальных размеров, но не менее 15 мм по ширине.

Пример





Охранное поле — свободное пространство вокруг логотипа, в котором не должно находиться никаких графических или текстовых элементов.

При построении полей за основу берётся высота буквы Э.

1



**ПЕТЕРБУРГСКАЯ
СБЫТОВАЯ
КОМПАНИЯ**

Существует три цветовых версии

1 Для полноцветного воспроизведения (CMYK, RGB).

2



**ПЕТЕРБУРГСКАЯ
СБЫТОВАЯ
КОМПАНИЯ**

2 Для полноцветного воспроизведения на сувенирной продукции.

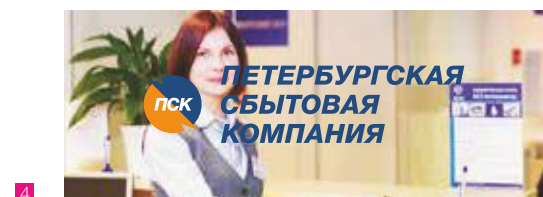
3



**ПЕТЕРБУРГСКАЯ
СБЫТОВАЯ
КОМПАНИЯ**

3 Для воспроизведения в один цвет без полутонов

1.2.3. Неправильное использование



Запрещаются любые способы использования
логотипа, искажающие его версии:

- 1 Нарушение компоновки.
- 2 Неправильное окрашивание.
- 3 Чужой шрифт.
- 4 Наложение логотипа на изображение.
- 5 Трансформация.
- 6 Изменение угла наклона.
- 7 Устаревший логотип.

1.3.1. Дополнительные цвета



PANTONE 305
R:90; G:200; B:230



PANTONE 2925
R:0; G:155; B:220



PANTONE 257
R:190; G:150; B:200



PANTONE 2597
R:100; G:0; B:120



PANTONE 485
R:200; G:0; B:0



PANTONE 109
R:255; G:200; B:0



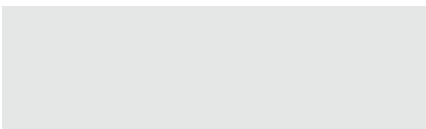
PANTONE 1205
R:255; G:230; B:150



PANTONE 359
R:120; G:200; B:120



PANTONE 362
R:0; G:120; B:0



PANTONE Cool Gray 1
R:230; G:230; B:230



PANTONE Cool Gray 4
R:190 G:190; B:190



PANTONE Cool Gray 8
R:128; G:128; B:128



PANTONE Cool Gray 10
R:65; G:65; B:65

Цветовая палитра дополнительных цветов.
Применяется в инфографике и при необходи-
мости цветового кодирования.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

А Б В Г Д Е Ё Ж З И К Л М Н О П Р С Т У Ф Ц Х Ч

а б в г д е ё ж з и к л м н о п р с т у ф ц х ч ш щ ы ь

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (. , : ; ! ? & \$ % №)

Helios Bold

Корпоративный шрифт является важным элементом фирменного стиля. Он используется в деловой документации, рекламной и другой фирменной продукции.

Helios Bold

Используется как основной шрифт для заголовков и инфографики.

HeliosCond Regular

Используется как шрифт для основного текста и выделений (лидер-абзацы, врезки).

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

А Б В Г Д Е Ё Ж З И К Л М Н О П Р С Т У Ф Ц Х Ч Ш

а б в г д е ё ж з и к л м н о п р с т у ф ц х ч ш щ ы ь

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (. , : ; ! ? & \$ % №)

HeliosCond Regular

**!"#\$%&'()*+,-./012345678
9:;<=>?@ABCDEFGHIJKLMNORQ
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФЦХ
абвгдеёжзиклмнопрстуфцхчшщ
1234567890R(.,:;!?\$%Nº)**

Tahoma Bold

!"#\$%&'()*+,-./0123456789:
;<=>?@ABCDEFGHIJKLMNORQRS
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФЦХЧШ
абвгдеёжзиклмнопрстуфцхчшщъыь
1234567890 (.,:;!?\$%Nº)

Tahoma Regular

Tahoma

Альтернативный шрифт, используется в электронных документах с открытой вёрсткой (бланков, презентаций, и т.п.).

Размерный ряд шрифтов (pt)

7	AaBб
10	AaBб
14	AaBб
20	AaBб
28	AaBб
40	AaBб
56	AaBб
80	AaBб
112	AaBб

Размер

Типографика является важным элементом фирменного стиля. Чёткие ясные правила вёрстки текста, а также его размерный ряд обеспечивают дополнительное средство идентификации бренда.

кегель	интерлиньяж	
	Заголовок	Текст
7	7	10
10	10	14
14	14	20
20	20	28
28	28	40
40	40	56
56	56	80
80	80	112
112	112	160

При необходимости больших размеров ряд от 14 pt умножается на 10.

Заголовок 40/40



20/28

Лидер-абзац, кратко о теме сообщения 20/28



10/14

Основной текст — логическое продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому,



14/14

Подзаголовок 14/14

Для этого необходимо указать человеку не только на его потребности, но и на пути их удовлетворения. В тексте должно содержаться достаточное количество аргумен-



10

Подзаголовок нижнего уровня 10/10

- Первый пункт списка;
- второй пункт списка;
- третий пункт списка. 10/14



7

Ссылка создаётся с помощью соответствующих тегов или шаблонов, которые нужно вставить после поясняемой части текста. 7/10



14/14

адрес сайта / СЛОГАН 14/14

что представлено в рекламе, мотивировать покупателя совершить действие. 10/14

тированной информации о товаре или услуге. Информацию необходимо изложить логично, удобочитаемо. 10/14

Набор

Набор с односторонней выключкой строк в левый край колонки.

Акциденция

Заголовок и подзаголовки должны отличаться друг от друга размером соответственно иерархии и выделяться цветом RAO Blue. Подзаголовок нижнего уровня может набираться в размер основного текста и выделяться начертанием Bold.

Основной текст

Основной текст для полиграфической продукции рекомендуется набирать 10 pt.

Сноски

Сноски, комментарии, служебная и т.д. набираются с понижением кегля на один шаг от основного шрифта (7 pt).

Отбивка

Отбивка перед абзацем (заголовок, текст) равна кеглю и интерлиньяжу абзаца. В акциденции отбивка между разноразмерными абзацами может отсутствовать.



Имиджевый фотостиль обеспечивает целостность оформления всех носителей бренда; позволяет создать собственный уникальный, узнаваемый и единый визуальный образ. Фотостиль используется в различных областях: рекламе, печатных материалах, интернете, СМИ.

Объектами съёмки могут быть люди, а также различные объекты инфраструктуры.

Обязательным элементом имиджевого фотостя является корпоративное тонирование. К фотоизображению применяется гардиентное тонирование. Цвета: (СМУК: 93.100.3.6.) и (СМУК: 6.31.100.0.) Режим наложения: Soft Light. Процент тонирования может варьироваться в зависимости от тона самой фотографии. Большая часть фотографии должна быть насыщенной и теплой. На каждой фотографии выбирается один акцентный объект и подсвечивается более светлыми оттенками цветов.

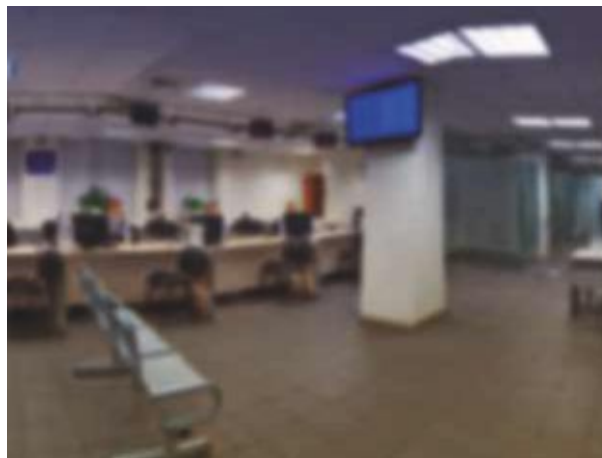
Фотосъёмка должна быть профессиональной. При выборе фотографий или объектов фотосъёмки следует руководствоваться следующими критериями:

- Фотоизображения чёткие и резкие, высокого разрешения, светлой и средней тональности.
- Лица людей открытые, жизнерадостные и доброжелательные; кожа — естественной тональности.
- Макияж и причёски естественные и современные.
- Одежда локальных цветов, без сложных орнаментов и узоров.
- Объекты инфраструктуры современные.
- Отсутствие сильных перспективных искажений.
- Расположение точки съёмки на одном уровне или чуть ниже объекта съёмки.

1.5.2. Общие ошибки



1



2



3



4

Примеры фотоизображений, не соответствующих фотостилю:

1 Не применено корпоративное тонирование.

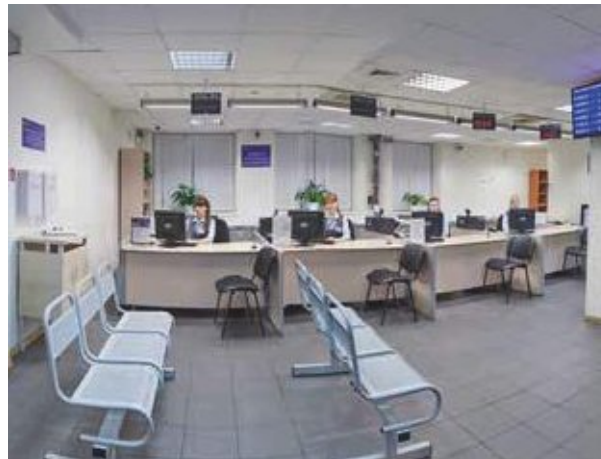
2 Очень темное изображение, с глухими тенями. Размытое, нечеткое изображение.

3 Слишком светлое, не контрастное фотоизображение.

Неудачное кадрирование фотоизображения.

4 Эффект обесцвеченных фотографий. Полностью исчез цвет объектов, осталось только тонирование.

При тонировании используются цвета, отличные от корпоративных.



Документальный фотостиль используется при донесении фактической, точной информации (не имиджевой). При использовании документального фотостиля тонирование фирменными цветами не применяется.

Данный фотостиль используется для иллюстрации процесса работы сотрудников, деловых встреч и конференций, различных событий, интерьеров и экстерьеров офисов и станций.

Фотосъёмка должна быть профессиональной, соответствующей следующим критериям:

- Изображения чёткие и резкие, высокого разрешения.
- Освещение прямое и естественное.
- Тональность фотоизображений светлая и средняя.
- Композиция хорошая продуманная, с удачным кадрированием.
- Макияж, причёски и одежда людей естественные.
- Отсутствие сильных перспективных искажений.



1

Метафора, заложенная в корпоративном стиле, — взаимодействие природной энергии и источника электричества, и энергосбытовые компании Группы «Интер РАО» как ключ к этому. Визуально это выражается в дизайн-элементе компаний, представляющем собой две плашки, которые могут расти вверх и вниз, на их стыке возникает градиент, как символ взаимодействия энергии и источника электричества.

Дизайн-элемент состоит из синего и оранжевого сегментов. Синий сегмент всегда располагается в левой части макета или объекта, оранжевый — в правой. Соотношение сегментов зависит от размеров макета и ориентации.

1 В ерсия для полноцветного воспроизведения (CMYK, RGB).

1



1 Построение

Основной принцип построения:
синяя плашка всегда должна
находиться слева. Вертикальное положение
может меняться в зависимости от задач.

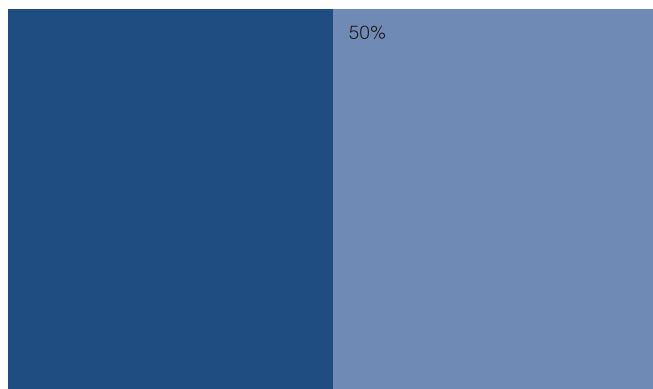


1.6.2. Неправильное использование

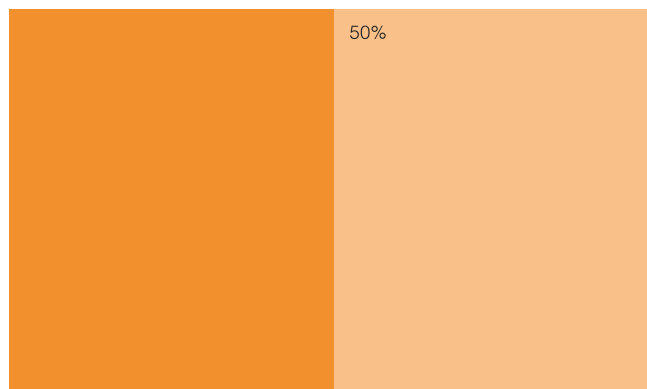


- 1 Синяя плашка находится справа.
- 2 Чрезмерное преобладание одного из цветов.
- 3 Вертикальный градиент.
- 4 Градиент по всему пересечению плашек.





RAO Blue
PANTONE 295
C:100; M:60; Y:0; K:35
R:0; G:50; B:100
HEX 002552
RAL 5004

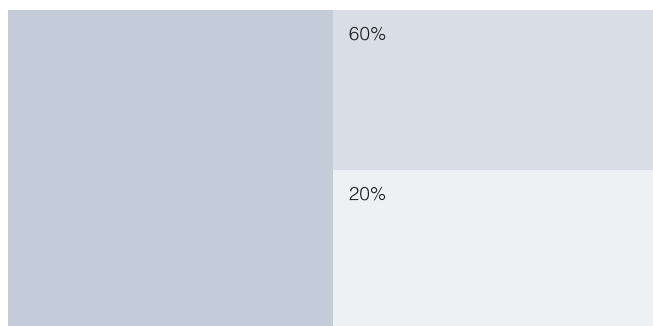


RAO Orange
PANTONE 021
C:0; M:53; Y:100; K:0
R:255; G:100; B:8
HEX f27b19
RAL 2004

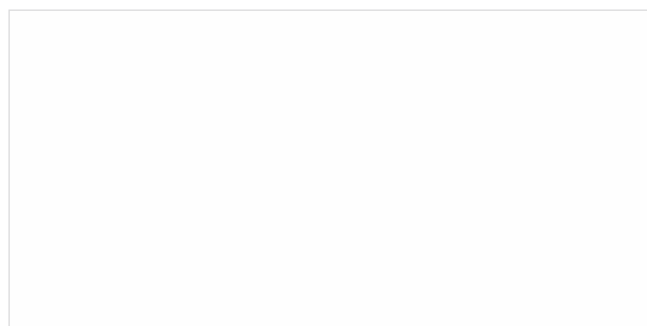
Корпоративные цвета являются важным элементом фирменного стиля. Цвета используются прежде всего для окраски логотипа, дизайн-элемента и в типографике.

Полутона могут использоваться в инфографике. Не рекомендуется увеличивать количество полутонов.

Дополнительный цвет



RAO Grey
PANTONE 428
C:10; M:4; Y:0; K:14
R:195; G:200; B:200
HEX b8c2d0
RAL 7040

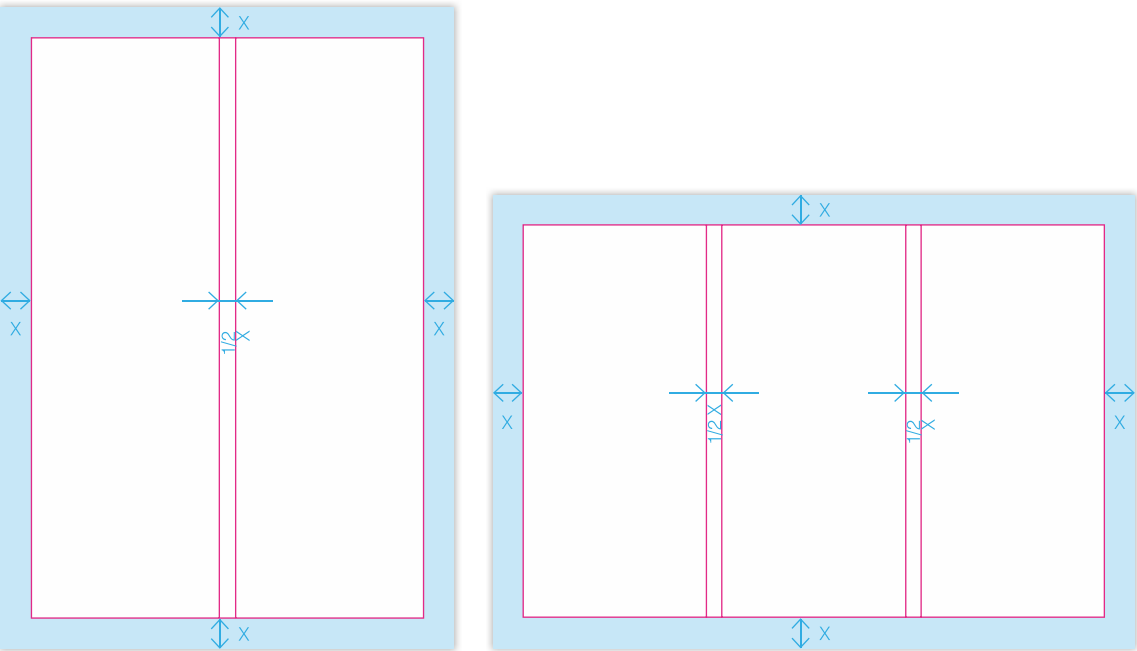


RAO White
RAL 9003

Система дизайна

- 2.1. Сетка
- 2.2. Масштабирование
- 2.3. Позиционирование

2.



Здесь и далее в Руководстве все физические размеры и расстояния указаны в миллиметрах, если не указано иное.

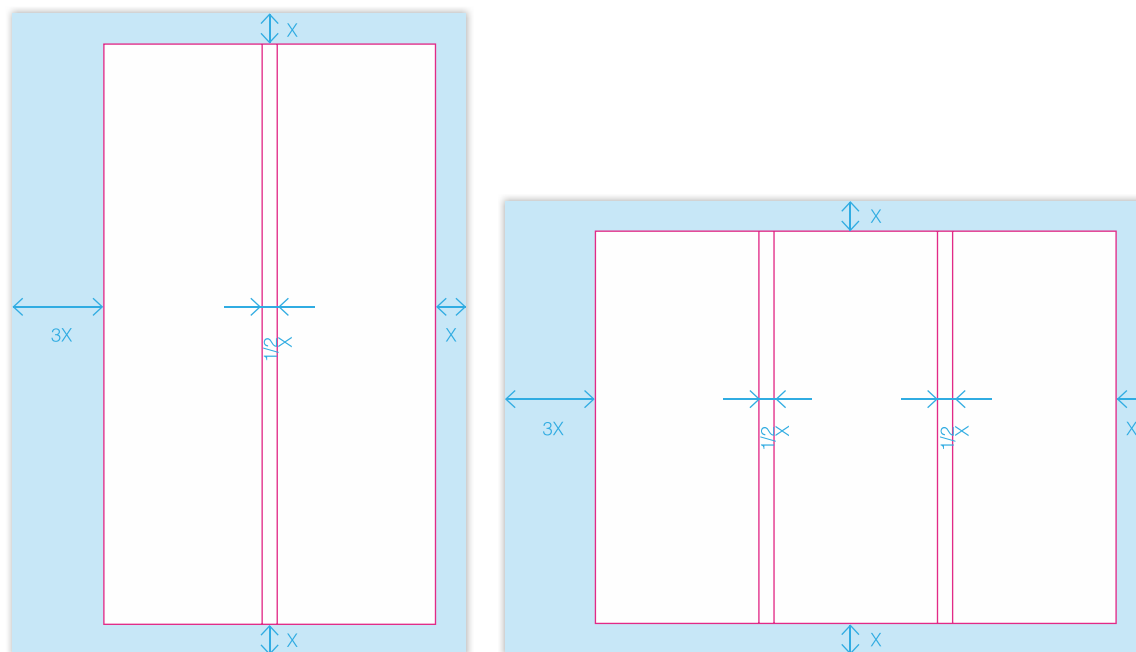
Симметричная сетка является основной для макетов руководства.

Поле набора и колонки

Для горизонтальных и вертикальных форматов правила построения сетки одинаковы.

формат	уровни поля		
	X	левое, правое, верхнее, нижнее	межколонник
		X	1/2 X
A6, CD, визитка, пропуска, бэйдж	6	6	3
A5, лифлет, ежедневник	10	10	5
A4, папка, конверты, приглашение	14	14	7
A3	20	20	10
A2	28	28	14
A1	40	40	20
A0	56	56	28
Сити-формат, ролл-ап	82	82	41
3x6	260	260	130

В вертикальных форматах преимущественно используются две колонки, в горизонтальных — три.



Здесь и далее в Руководстве все физические размеры и расстояния указаны в миллиметрах, если не указано иное.

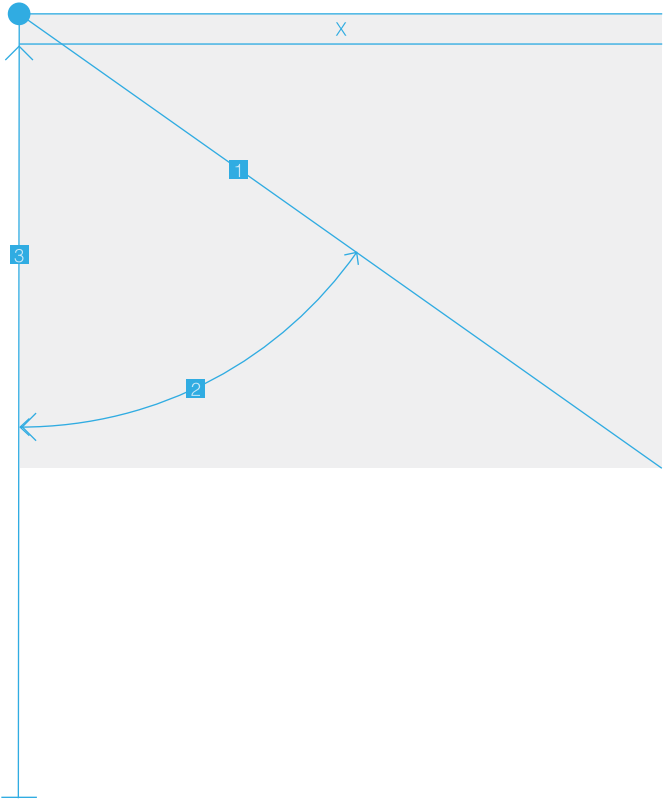
Асимметричная сетка используется для макетов рекламных материалов, визитках, плакате, ролл-апе, веб-баннере и электронной подписи.

Поле набора и колонки

Для горизонтальных и вертикальных форматов правила построения сетки одинаковы.

формат	уровни поля			
	X	левое	правое, межко- верхнее, лонник	1/2 X
A6, CD, визитка, пропуск, бейдж	6	18	6	3
A5, лифлет, ежедневник	10	30	10	5
A4, папка, конверты, приглашение	14	42	14	7
A3	20	60	20	10
A2	28	84	28	14
A1	40	120	40	20
A0	56	168	56	28
Сити-формат, ролл-ап	82	246	82	41
3x6	260	780	260	130

В вертикальных форматах преимущественно используются две колонки, в горизонтальных — три.



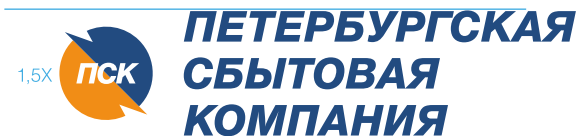
В случаях невозможности использования стандартных форматов (см.п. 2.1.2.) в силу технических требований, необходимо воспользоваться следующим алгоритмом.

К нестандартным носителям можно отнести выставочное оборудование, вывески, указатели, POS-материалы, эксклюзивная полиграфическая продукция, рекламные полосы.

Модуль X

- 1 О складывается диагональ.
 - 2 Д диагональ ставится в вертикальное положение.
 - 3 У уменьшается до 1/26. Высота отрезка округляется до целого числа.
- Полученная величина является модулем X. Для любого заданного формата X постоянен, на его основе устанавливаются уровни, поля макета и колонки.

шаг сетки поля			
X	левое	правое, верхнее, нижнее	межколонник
	X	X	1/2 X



1

2X

2

4X

2

Высота логотипа и дизайн-элемента
всегда кратны значению X.

Логотип

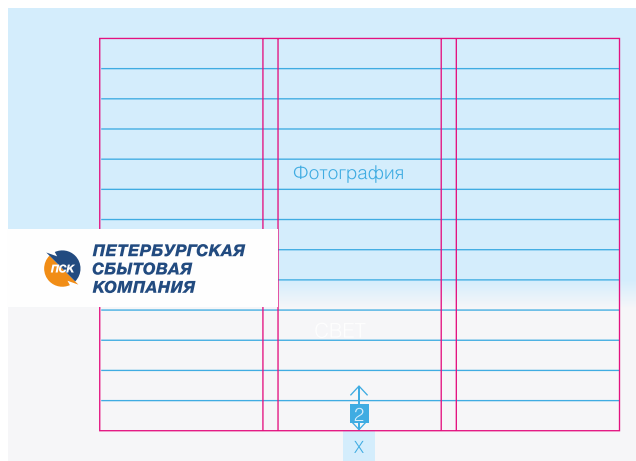
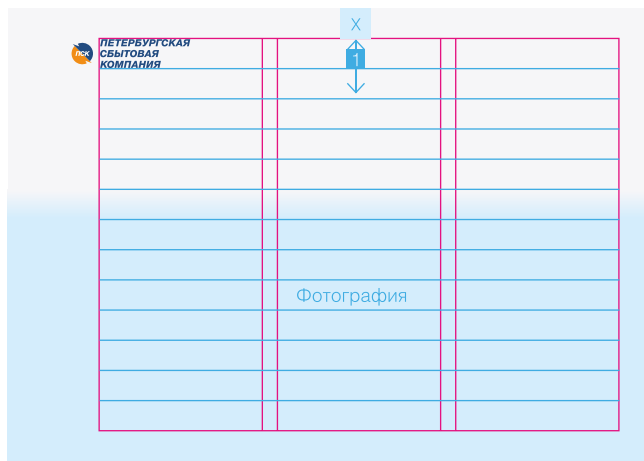
- 1 Высота логотипа (знака) равна 1,5 X.

Волна

- 2 Высота дизайн-элемента в макете с использованием фотографии равна 2X. В случае отсутствия фотографии дизайн-элемент может быть увеличен до 4X.

Размерная таблица (мм)

формат	X	Масштаб		
		логотип	дизайн-элемент	
			с фото	без фото
		1,5X	2X	4X
A6, визитка	7	10,5	14	28
A5, лифлет	10	15	20	40
A4, конверты	14	21	28	56
A3	20	30	40	80
A2	28	42	56	112
A1	40	60	80	160
A0	56	82	112	224
Сити-формат	82	123	164	328
3x6	260	390	520	1040

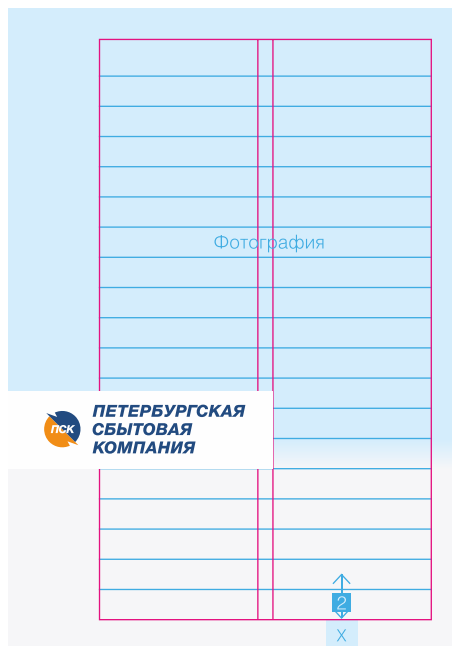
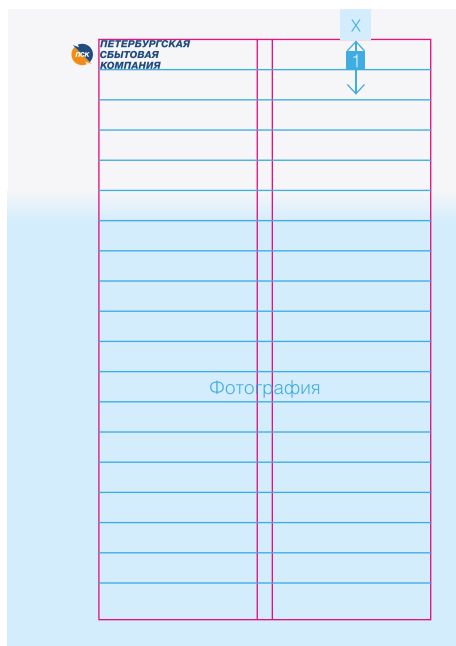


1 Логотип вверх

При верхнем позиционировании логотипа уровни (шаг=X) откладываются от верхней границы полосы набора.

2 Логотип вниз

При верхнем позиционировании логотипа уровни (шаг=X) откладываются от нижней границы полосы набора.

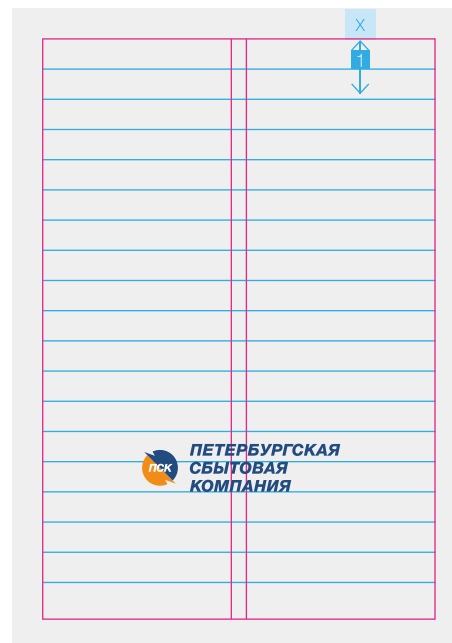
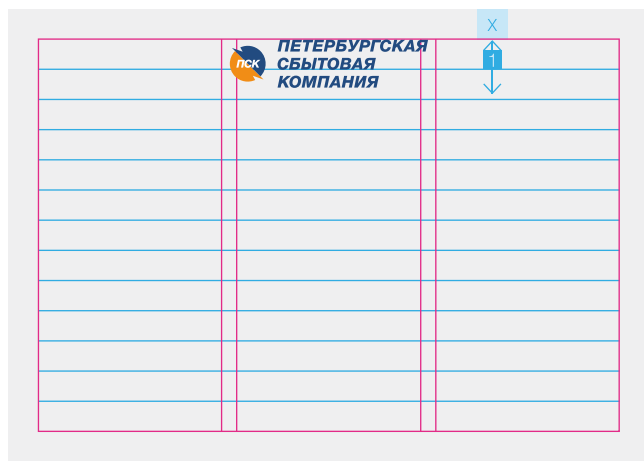


Фотография

В месте пересечения фотографии с элементом делается прозрачное размытие фотографии. Градиентное размытие = X.

Не допускается визуальное деление макета на равные части:





1 Логотип вверх

При верхнем позиционировании логотипа уровни (шаг=X) откладываются от верхней границы полосы набора.

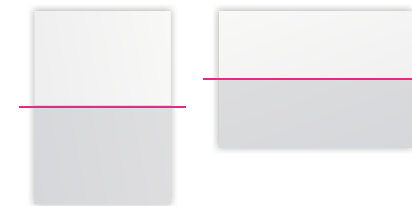
2 Логотип вниз

При нижнем позиционировании логотипа уровни (шаг=X) откладываются от нижней границы полосы набора.

Фотография

В месте пересечения фотографии с элементом делается прозрачное размытие фотографии. Градиентное размытие = X.

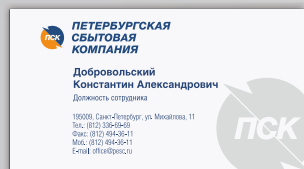
Не допускается визуальное деление макета на равные части:



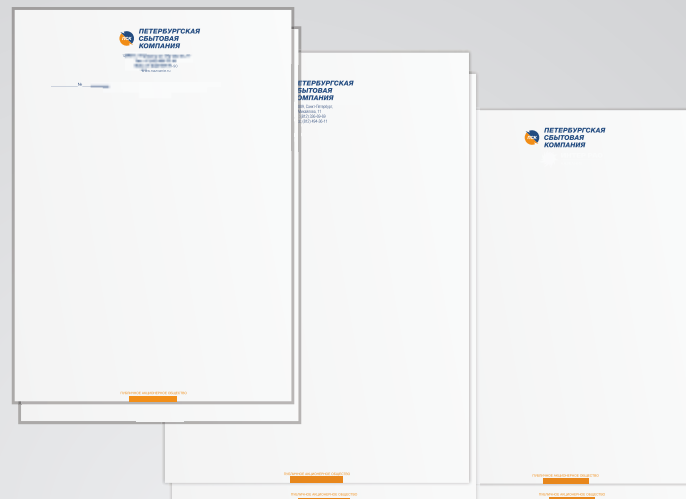
Деловая документация

- 3.1. Обзор
- 3.2. Визитные карточки
- 3.3. Бланки
- 3.4. Пресс-релиз
- 3.5. Почтовые конверты
- 3.6. Папка для документов
- 3.7. Книга жалоб и предложений

3.



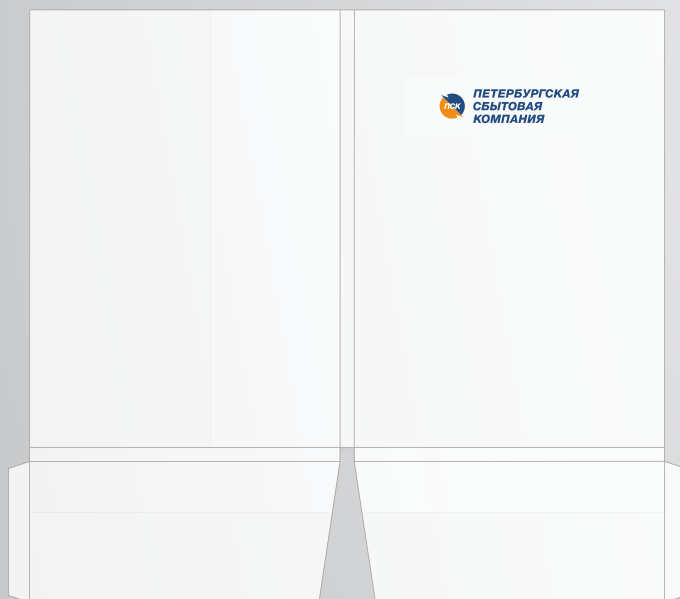
3.2. Визитная карточка



3.3. Бланки



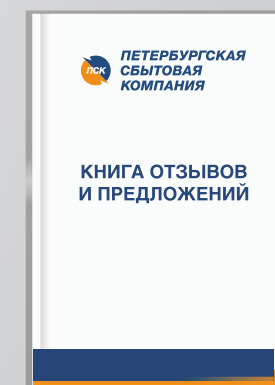
3.7. Пресс-релиз



3.6. Папка для документов



3.5. Почтовые конверты

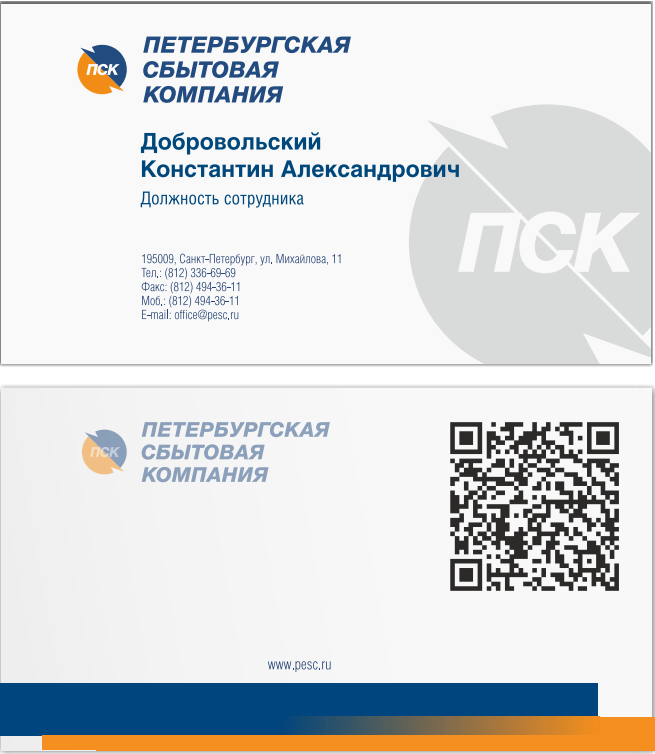


3.7. Книга жалоб и предложений

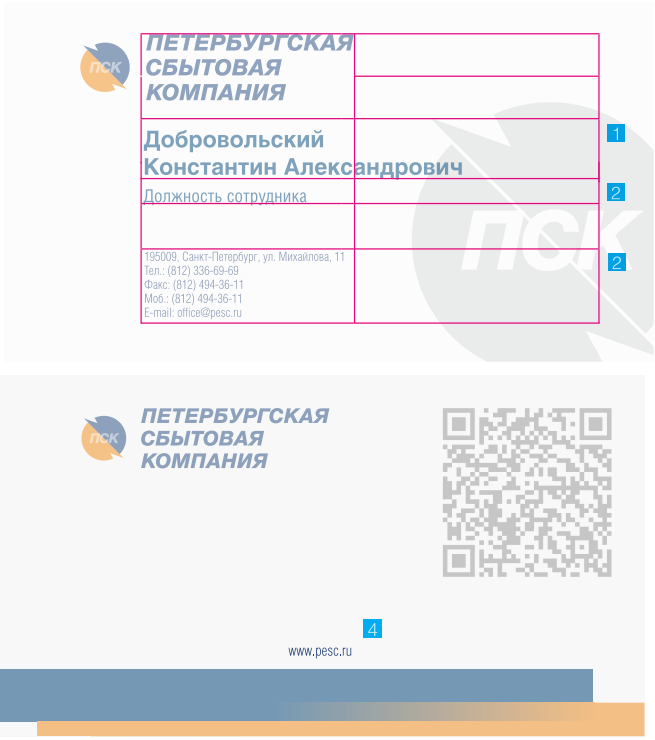
Деловая документация

Визитные карточки

3.2.1. Для руководящего состава



Лицо и оборот



Построение

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

- 1 HeliosCondC Bold, 9.7.
- 2 HeliosC CondC Regular, 9.7.
- 3 HeliosCondC Regular, 6.8.
- 4 HeliosCondC Regular, 6/7.2.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

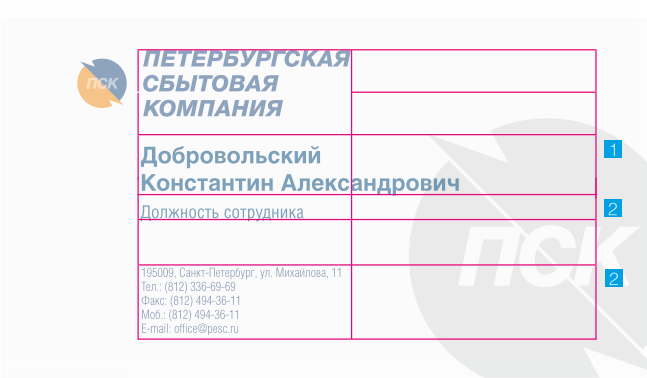
Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: 90 x 50 мм.
Материал: бумага 300 гр/м².
Вид печати: офсет, 2+0 / трафарет, 2+0.
Отделка: конгрев.

Деловая документация

Визитные карточки

3.2.2. Для рядового сотрудника



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

- 1 HeliosCondC Bold, 9.7.
- 2 HeliosC CondC Regular, 9.7.
- 3 HeliosCondC Regular, 6.8.
- 4 HeliosCondC Regular, 6/7.2.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 90 x 50 мм.

Материал: бумага 300 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0 / трафарет, 2+0.



должность сотрудника

123456 г. Образцов, ул. Образцова, 10
Тел.: +7 (123) 456-78-90
Факс: +7 (123) 456-78-90
dobrovolsky.k@nazvanie.ru

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

 HeliosCondC Regular, 6/7.2.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 90 x 50 мм.

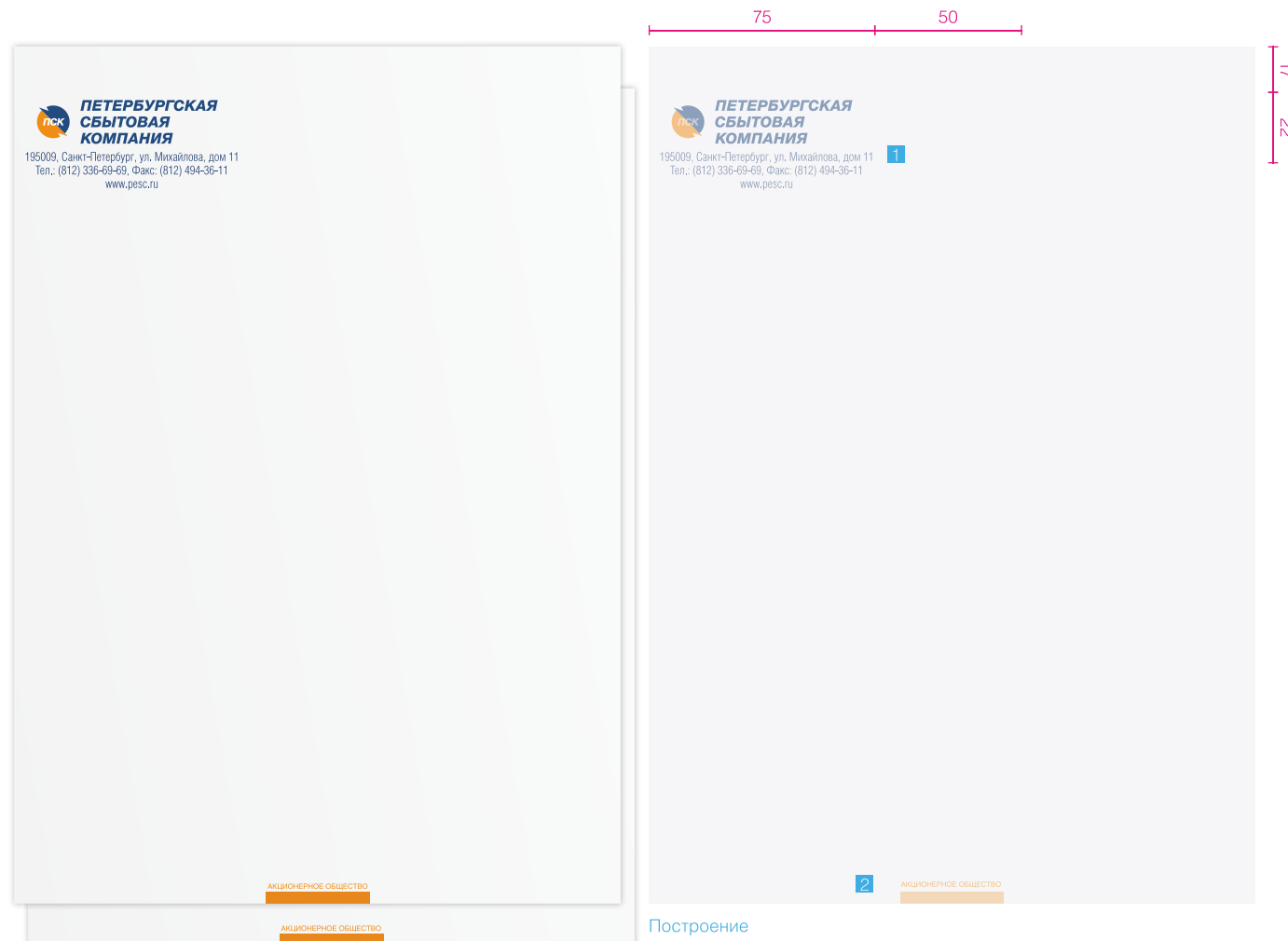
Материал: бумага 300 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0 / трафарет, 2+0.

Деловая документация

Бланки

3.3.1. Общий бланк



Построение

Второй и последующие листы печатаются только при необходимости, не являются обязательными.

Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

- 1 Helios Regular, 9/10,8.
- 2 Helios Regular, 7/8,4.

Рекомендации для производства

Формат: А4.

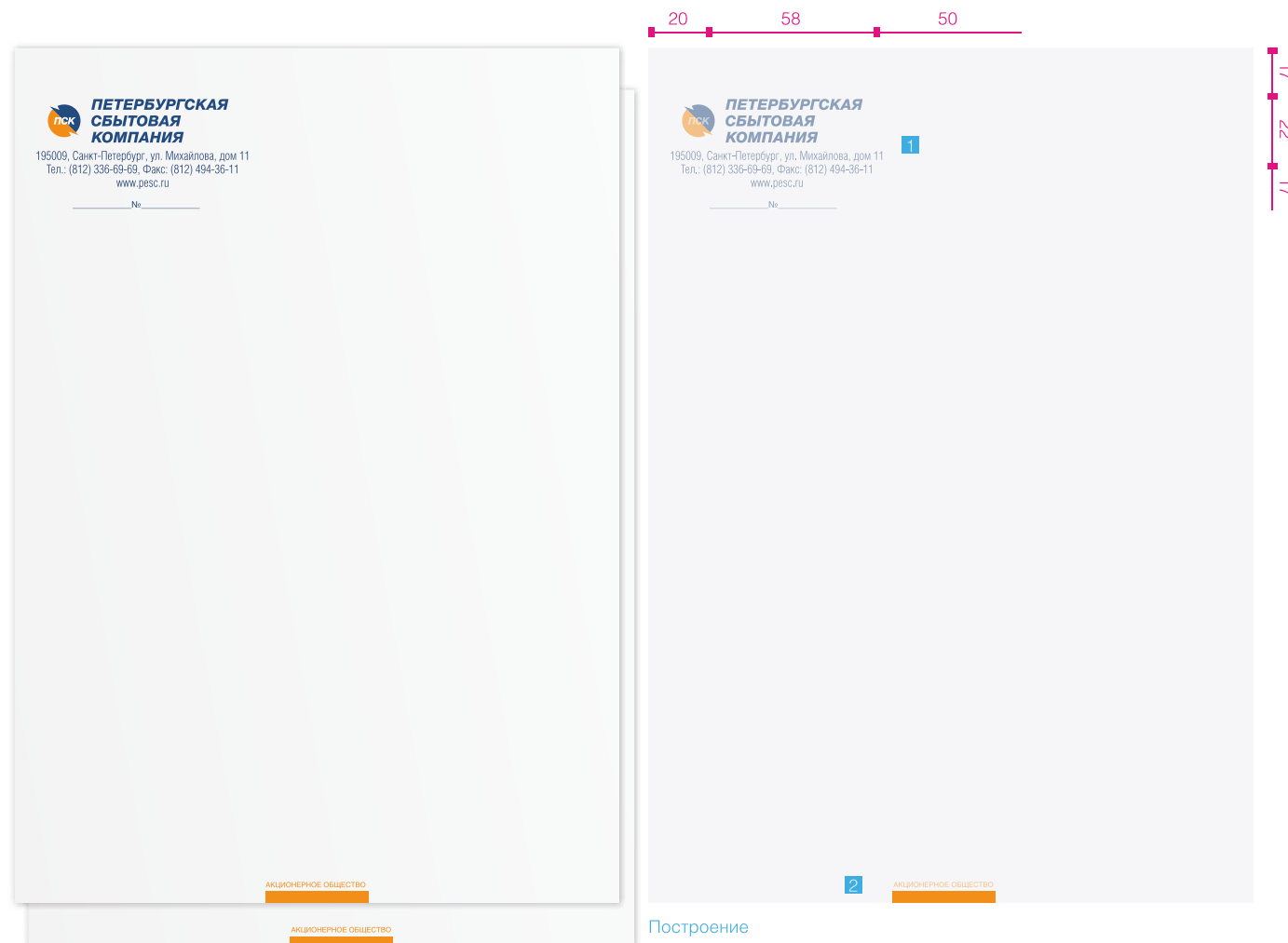
Материал: офсетная бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

Деловая документация

Бланки

3.3.2. Бланк письма



Второй и последующие листы печатаются
только при необходимости, не являются
обязательными.

Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

- 1 Helios Regular, 9/10,8.
- 2 Helios Regular, 7/8,4.

Рекомендации для производства

Формат: А4.

Материал: офсетная бумага 120 гр/м².

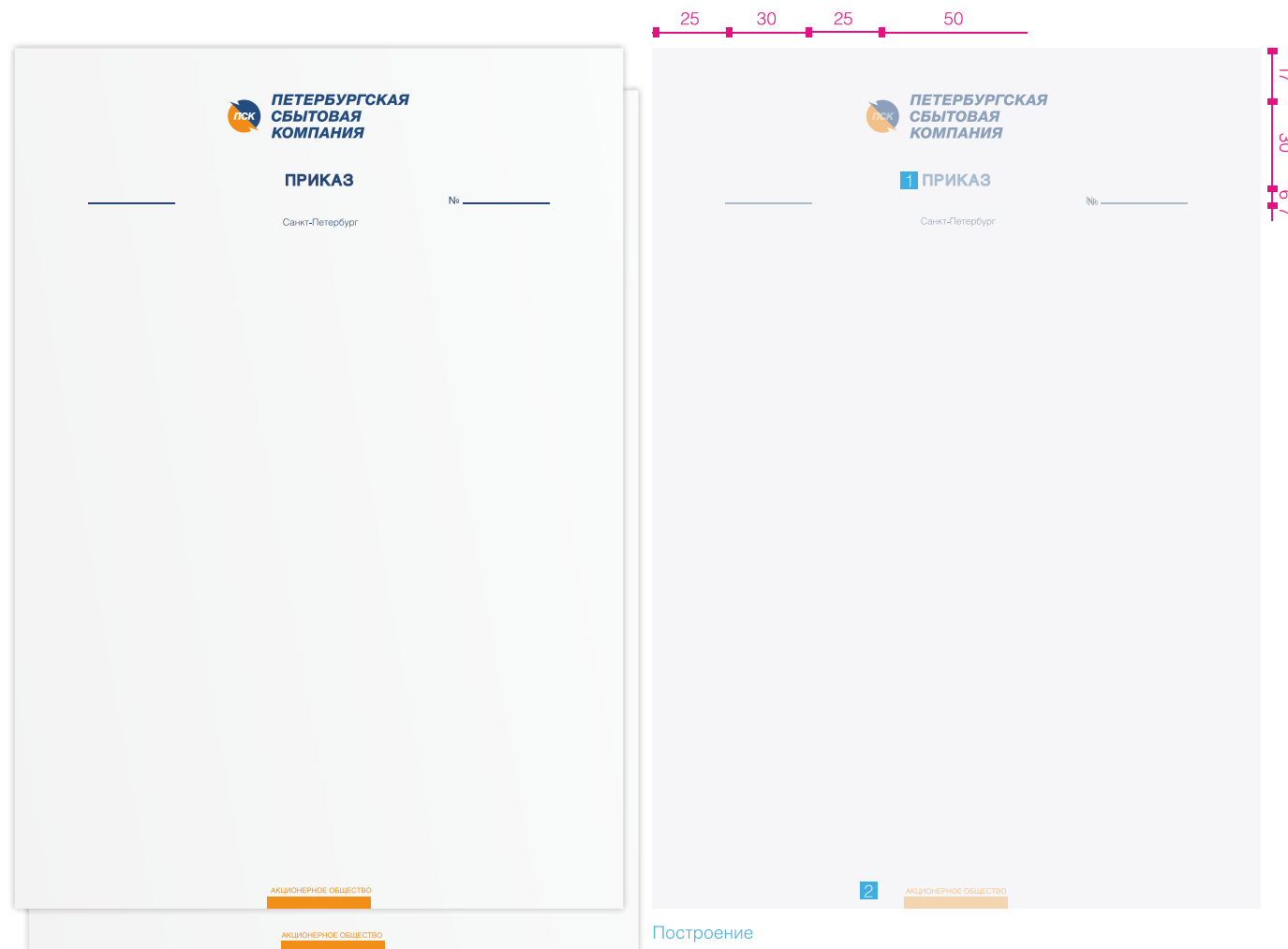
Вид печати: офсет, 2+0.

Построение

Деловая документация

Бланки

3.3.3. Бланк приказа



Второй и последующие листы печатаются
только при необходимости, не являются
обязательными.

Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

1 Helios Bold, 16.

2 Helios Regular, 9

Рекомендации для производства

Формат: А4.

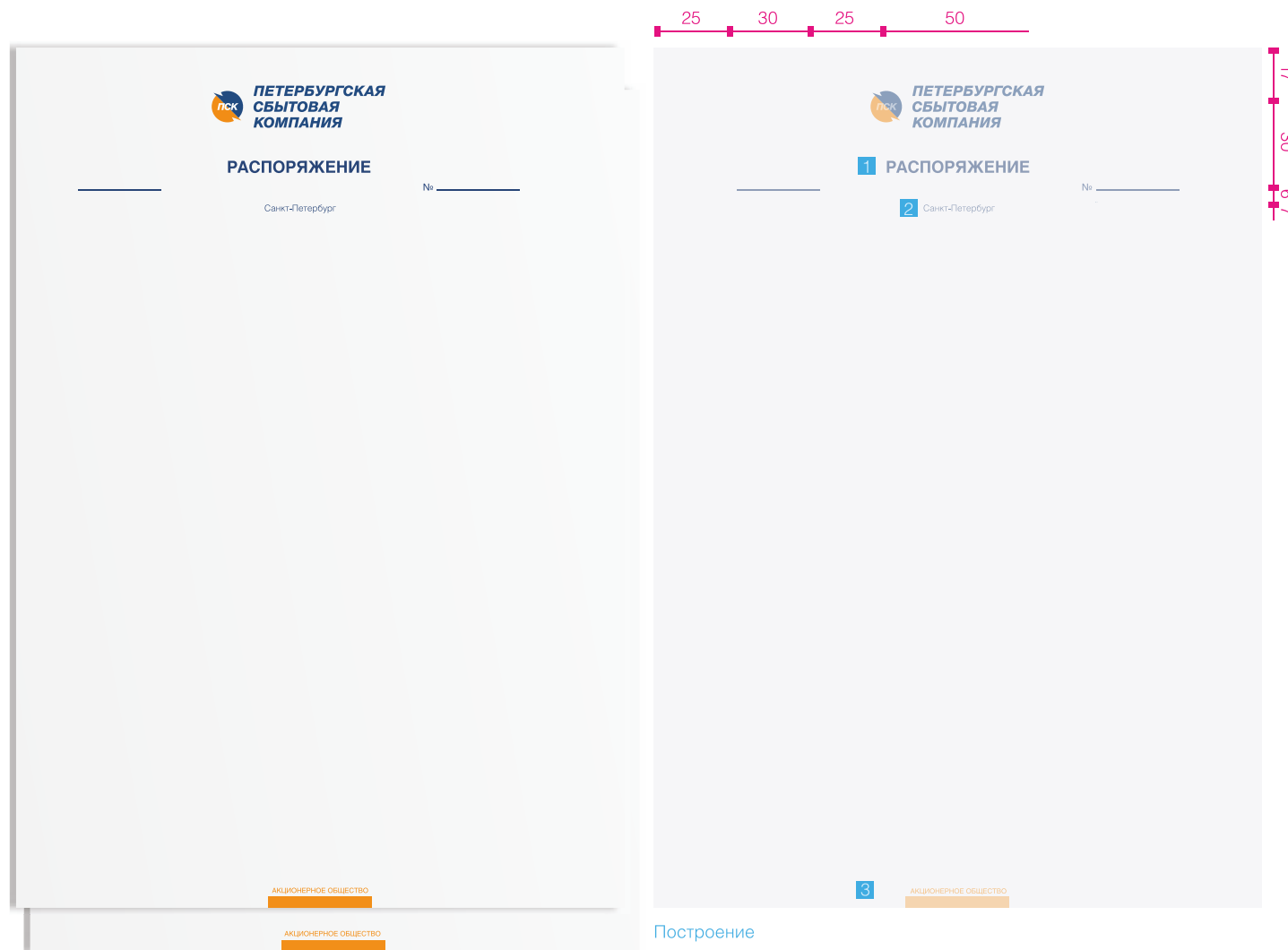
Материал: офсетная бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

Деловая документация

Бланки

3.3.4. Бланк распоряжения



Второй и последующие листы печатаются только при необходимости, не являются обязательными.

Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

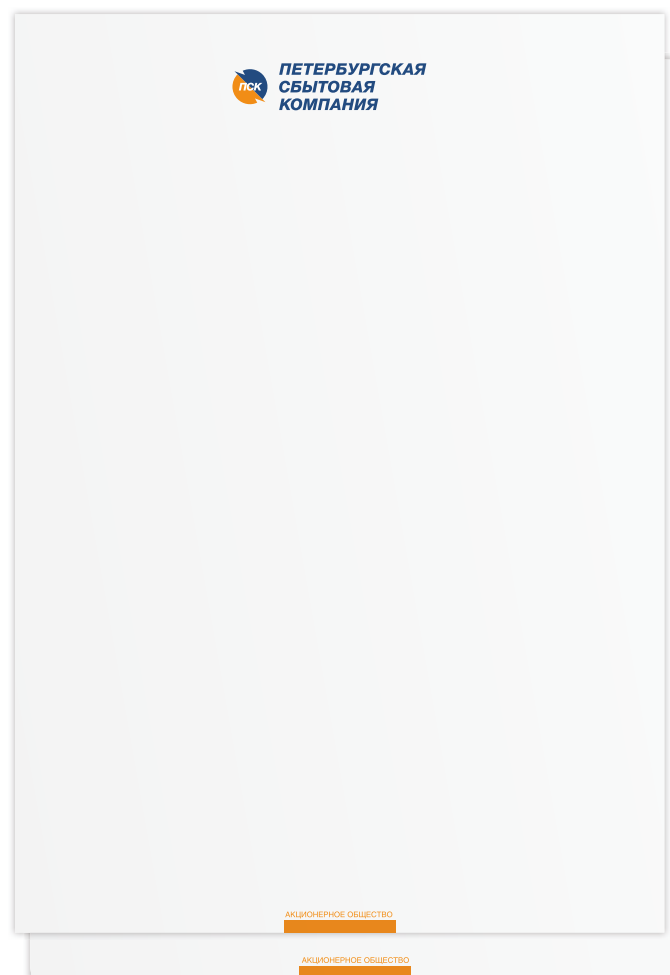
- 1 Helios Bold, 16.
- 2 Helios Regular, 9
- 3 Helios Regular, 7/8, 4.

Рекомендации для производства

Формат: А4.

Материал: офсетная бумага 120 гр/м².

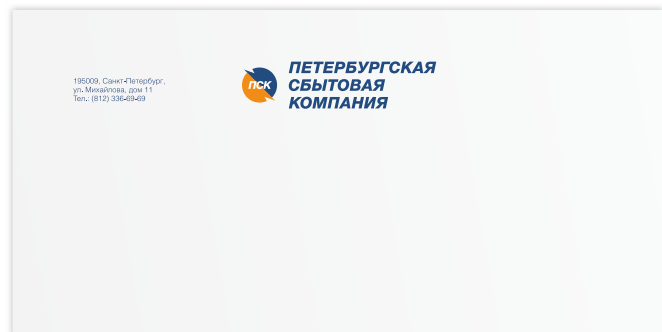
Вид печати: офсет, 2+0.



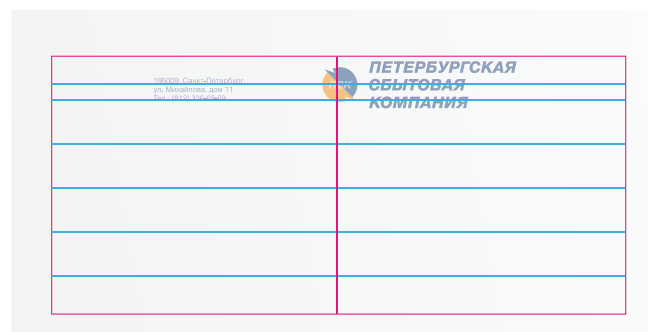


Шрифт (pt)

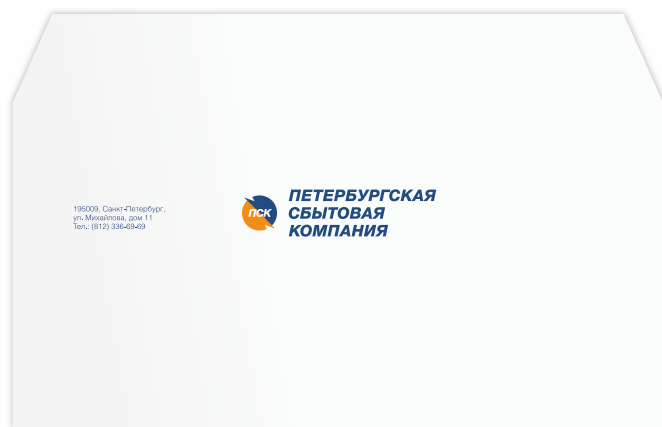
- 1 Tahoma Bold, 12.
- 2 Tahoma Bold, прописные, 15.
- 3 Tahoma Regular, 12.
- 4 Tahoma Regular, 9.
- 5 Tahoma Italic, 8.
- 6 Tahoma Bold, 12.
- 7 Tahoma Regular, 12.
- 8 Tahoma Regular, 8.5.



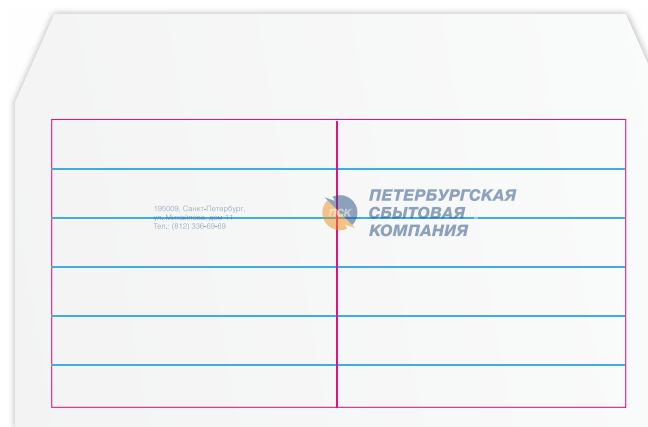
1



1



2



2

- 1 Основная версия. Предполагает использование готовых конвертов для печати.
- 2 Дополнительная версия. Предполагает печать с вырубкой.

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: Е65 (220 x 110 мм).

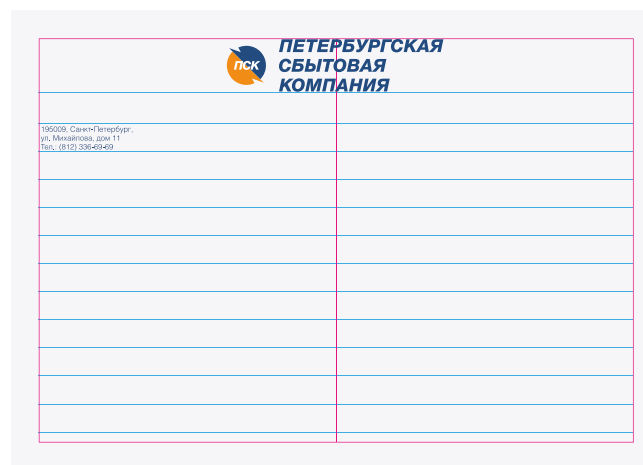
Материал: бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

Деловая документация

Почтовые конверты

3.5.2. Конверт стандарта С4



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: С4 (329 x 229 мм).

Материал: бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

Деловая документация

Почтовые конверты

3.5.3. Наклейка на конверт



Логотип

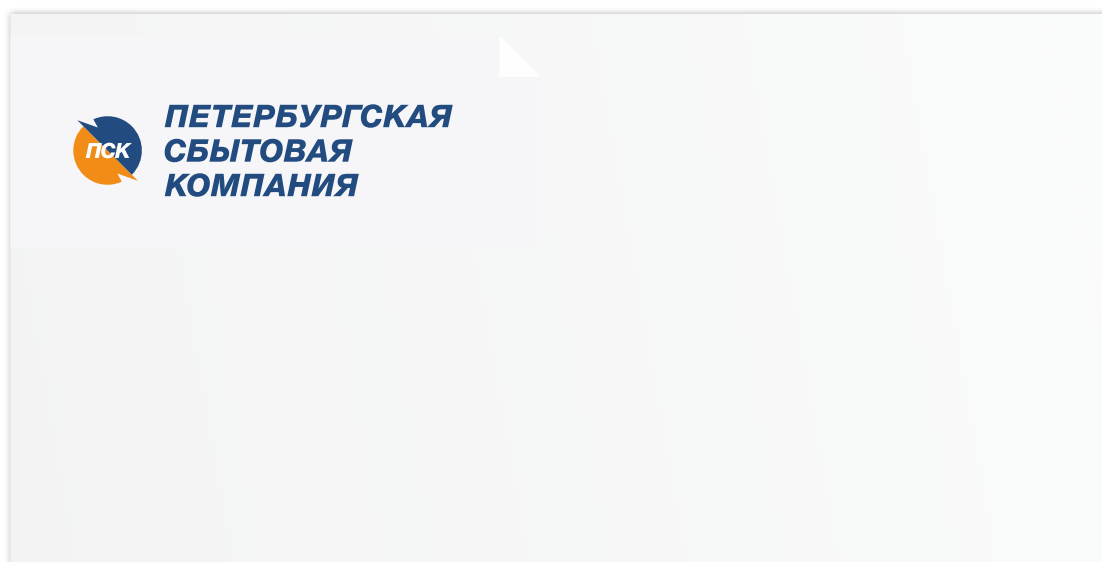
См. п.1.2.

Рекомендации для производства

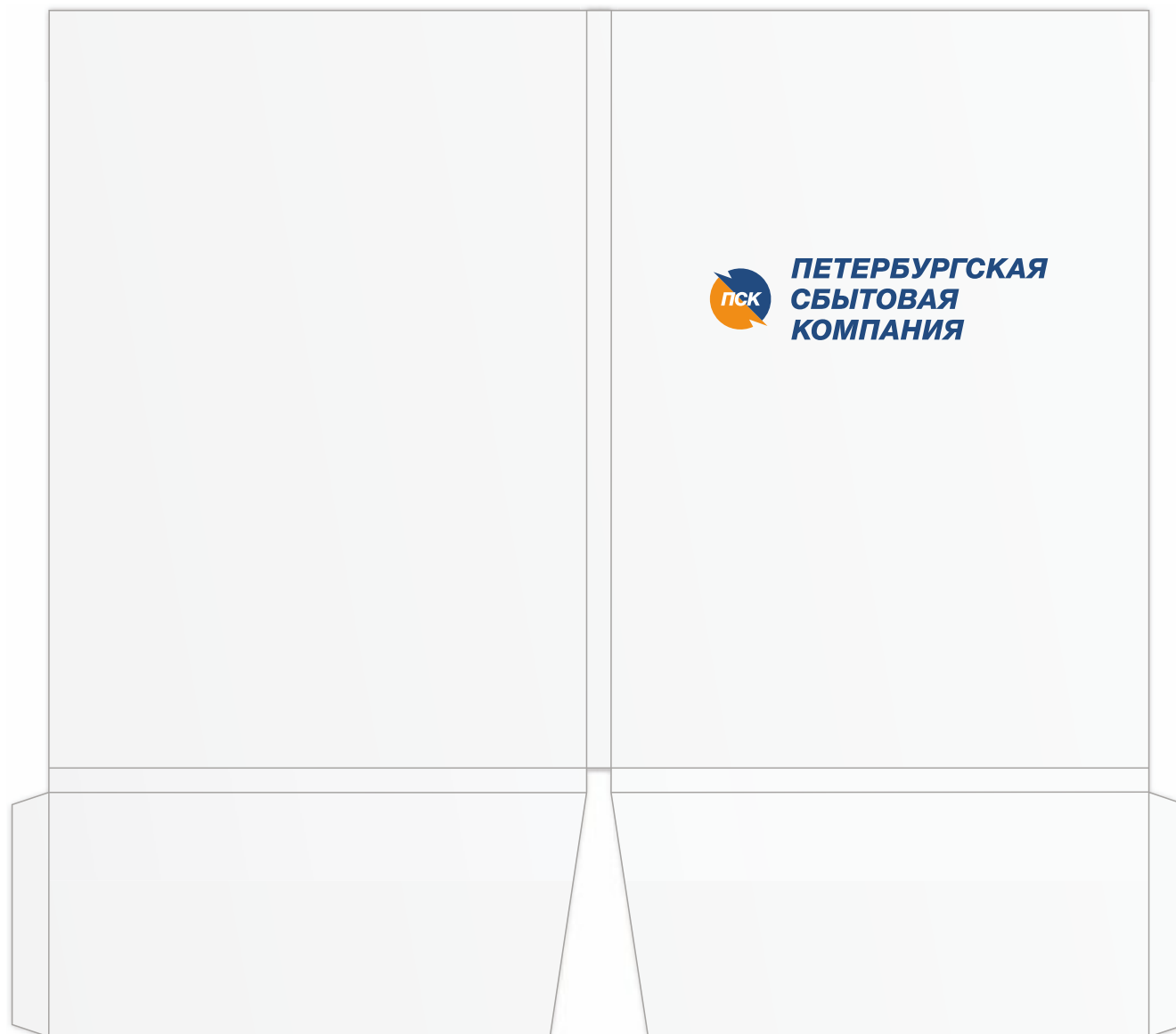
Формат: 105 x 42 мм.

Материал: самоклеющаяся бумага.

Вид печати: офсет, 2+0.



Пример



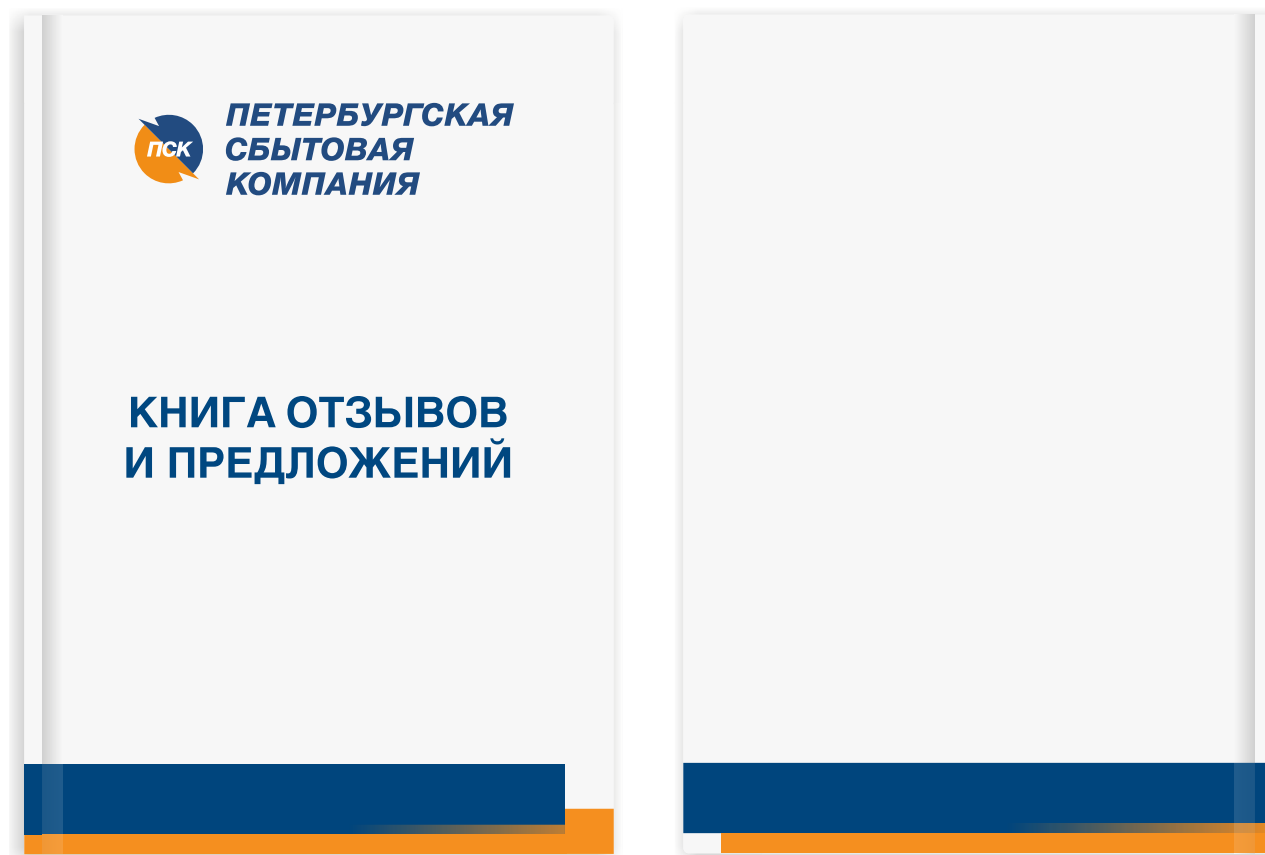
Рекомендации для производства

Формат: 220 x 310 мм.

Материал: картон двустороннего мелования
250 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

Отделка: двусторонняя матовая ламинация.



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Рекомендации для производства
Формат: 148 x 210 мм.
Материал: плотная переплетная
крышка
Вид печати: офсет, 2+0.

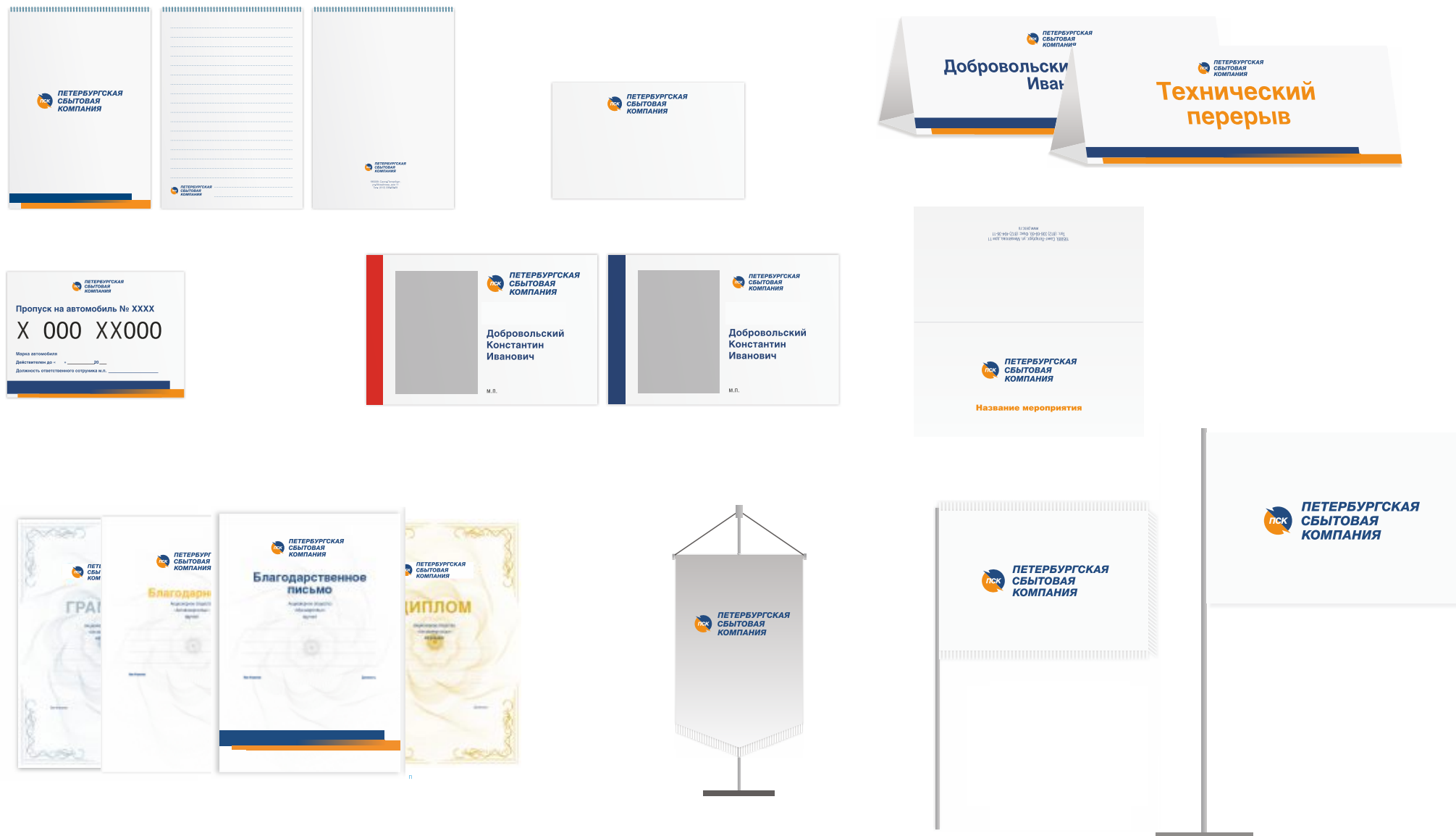
Корпоративные материалы

- 4.1. Обзор
- 4.2. Блокноты
- 4.3. Визитница
- 4.4. Пропуска
- 4.5. Флаги
- 4.6. Наградная документация
- 4.7. Вымпел
- 4.8. Таблички настольные

4.

Корпоративные материалы

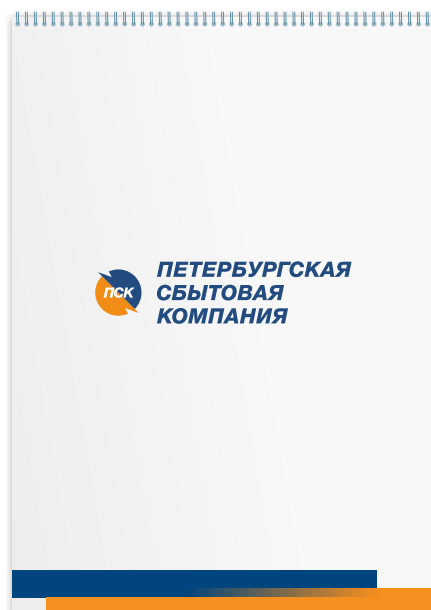
4.1. Обзор



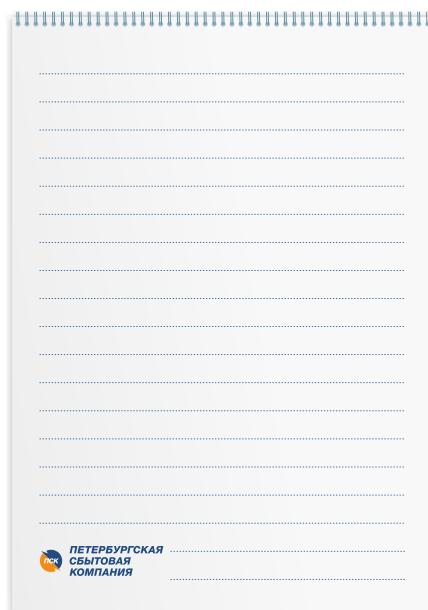
Корпоративные материалы

4.2. Блокноты

4.2.2. Блокнот А5



Обложка



Внутренняя страница



Оборот

Рекомендации для производства

Формат: А4.

Материал.

Обложка: картон двустороннего мелования
250 гр/м².

Внутренние страницы: офсетная бумага
90 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.

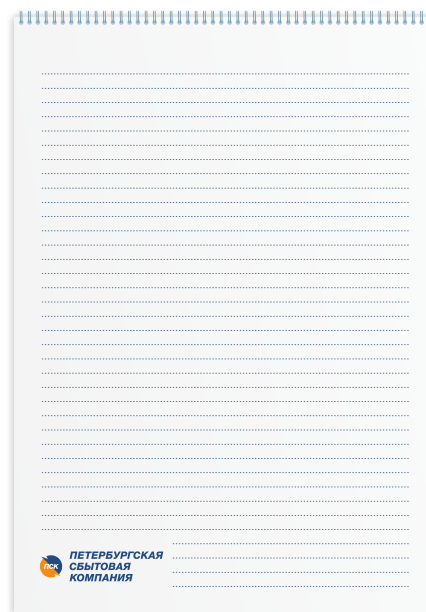
Корпоративные материалы

4.2. Блокноты

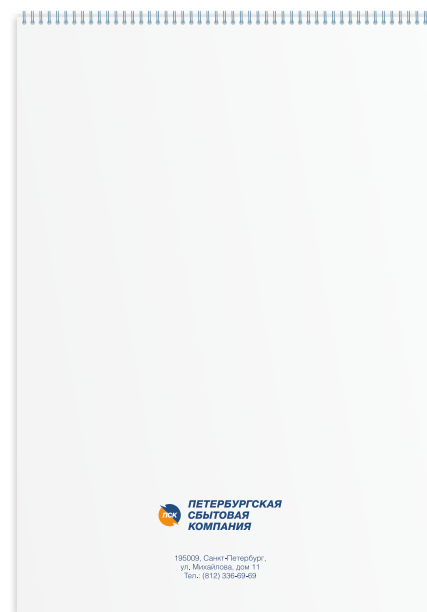
4.2.2. Блокнот А5



Обложка



Внутренняя страница



Оборот

Рекомендации для производства

Формат: А5.

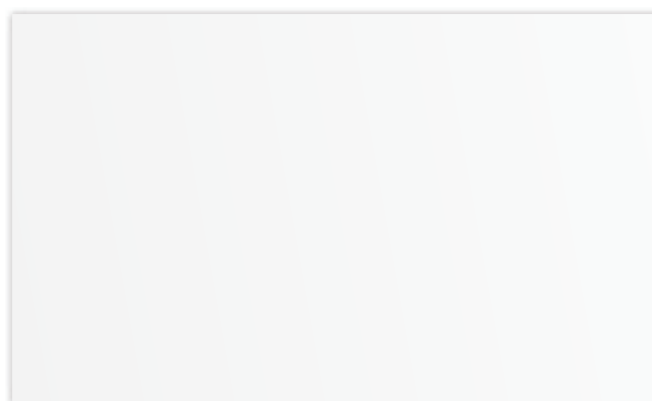
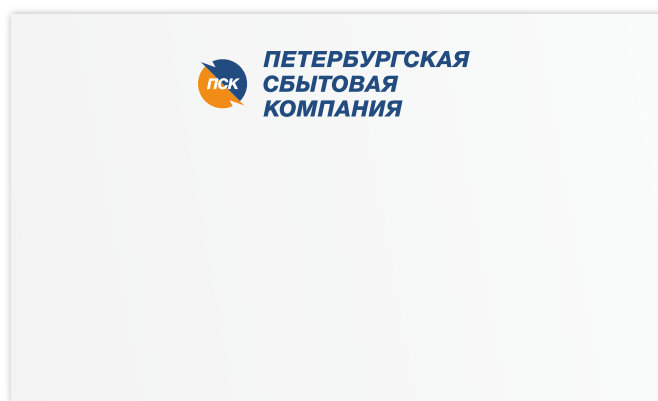
Материал.

Обложка: картон двустороннего мелования

250 гр/м².

Внутренние страницы: офсетная
бумага 90 гр/м².

Вид печати: офсет, 2+0.



Логотип

См. п.1.2.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

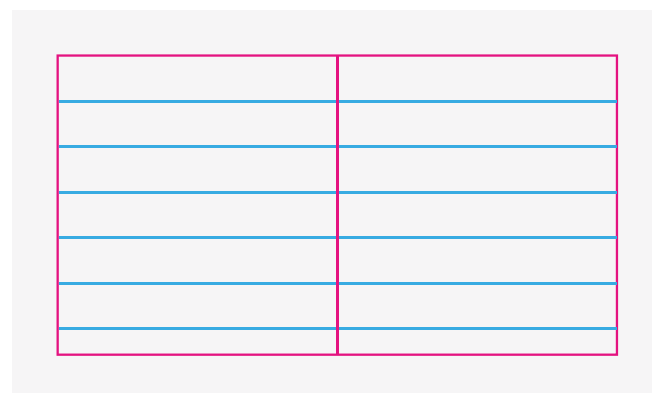
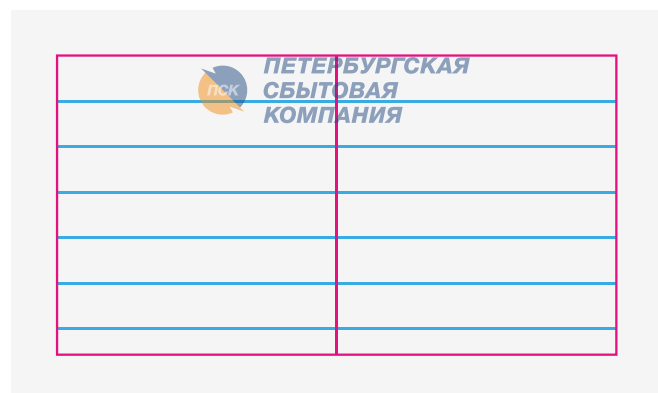
См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 100 x 60 мм.

Материал: металл.

Вид печати: требует уточнения
у производителя.

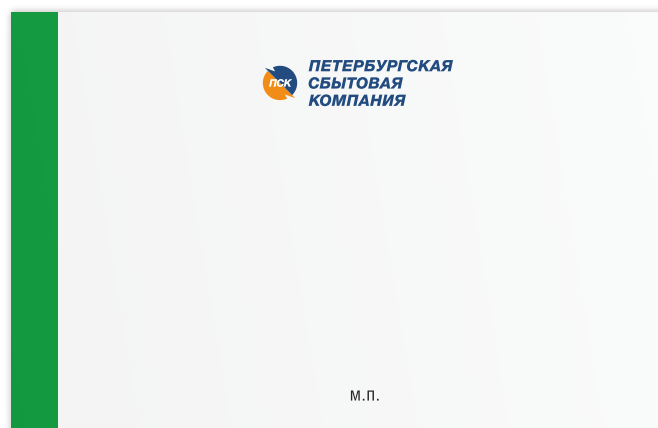
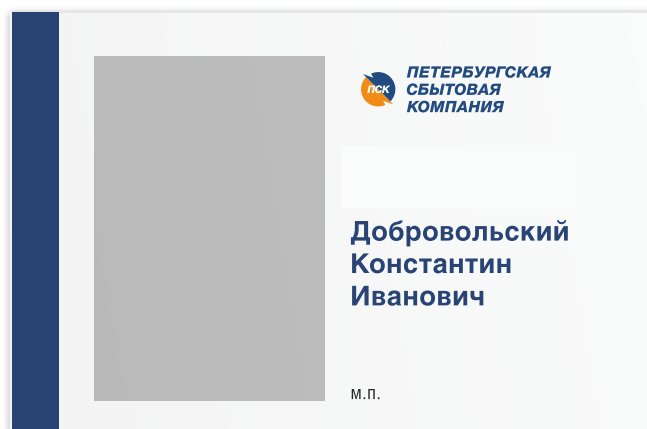
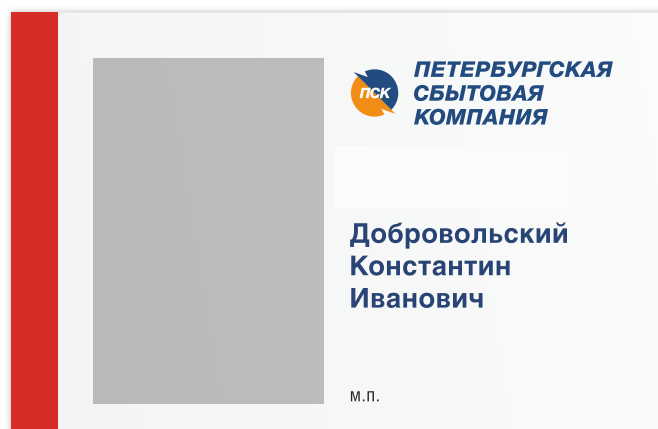


Построение

Корпоративные материалы

4.4. Пропуска

4.4.1. Пропуск сотрудника



Маркировка по цвету

- 1 Постоянный.
- 2 Временный.
- 3 Гостевой и для всех остальных случаев.

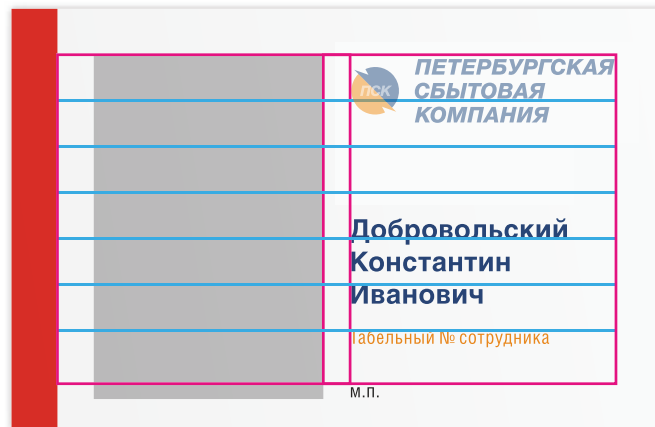
Рекомендации для производства

Формат: 85 x 55 мм.
Размер фото: 30 x 45 мм.
Материал: бумага.

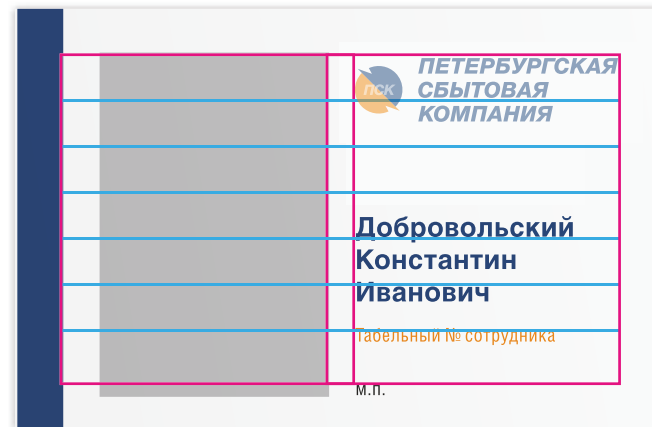
Корпоративные материалы

4.4. Пропуска

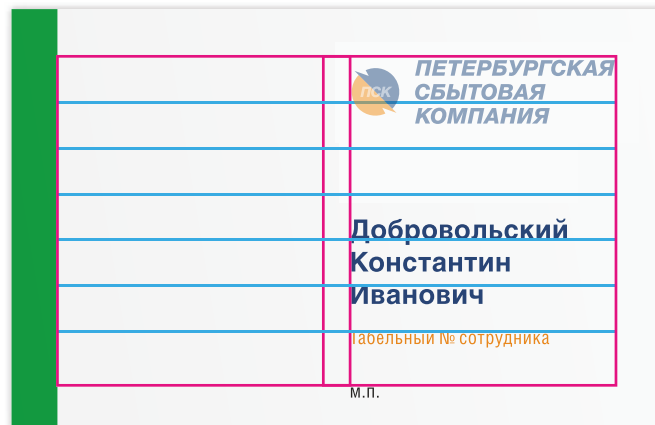
4.4.1. Пропуск сотрудника



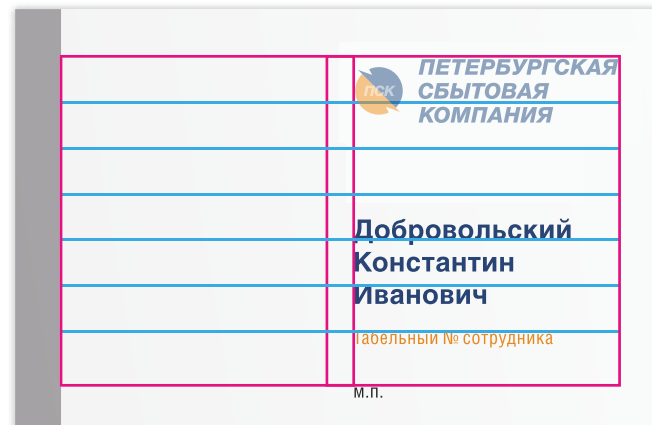
1



2



3



4

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

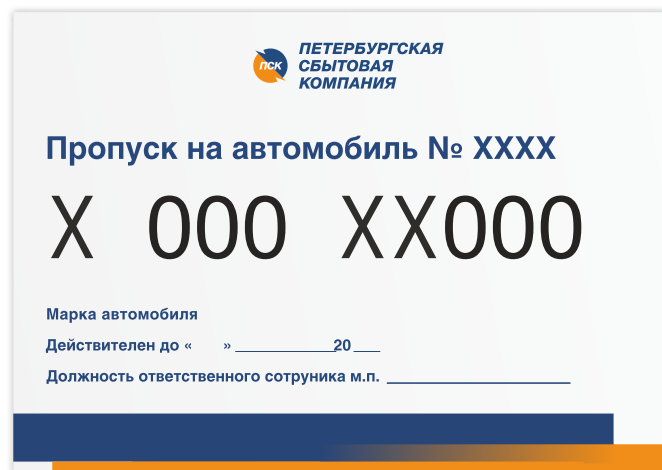
Система дизайна

См. п.2.

Корпоративные материалы

4.4. Пропуска

4.4.2. Пропуск для автомобиля



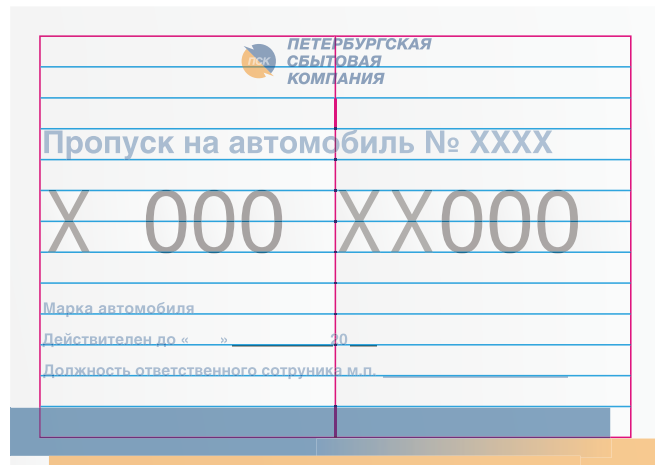
Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Рекомендации для производства
Формат: 148 x 105 мм.
Материал: бумага 250 гр/м².
Вид печати: цифровая печать.
Отделка: ламинация.

Корпоративные материалы

4.4. Пропуска

4.4.2. Пропуск для автомобиля



Логотип

См. п.1.2.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

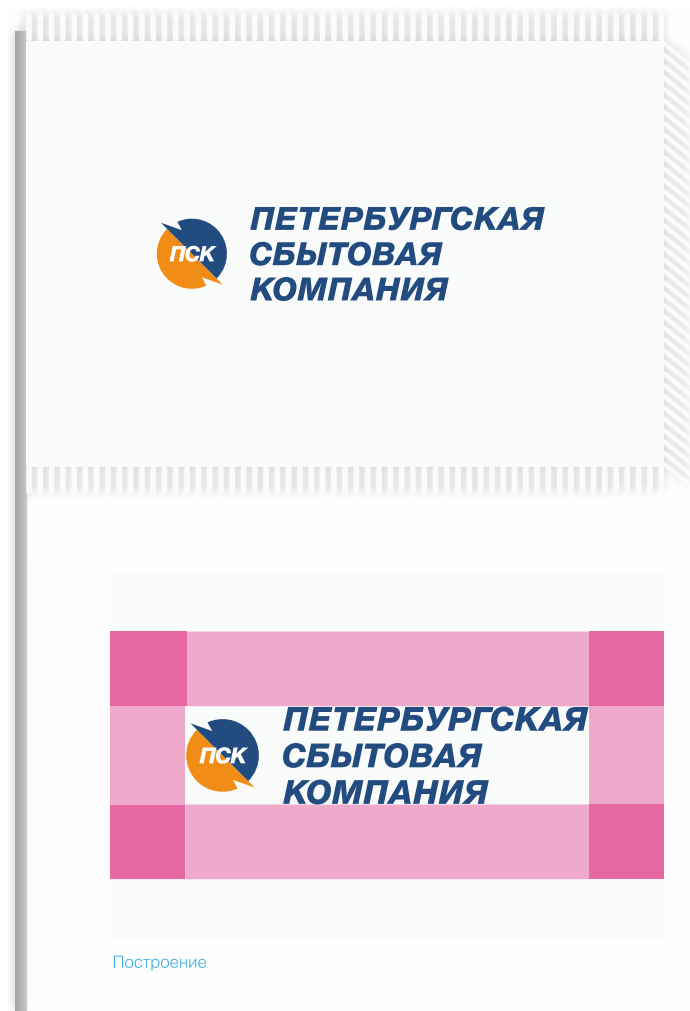
Система дизайна

См. п.2.

Корпоративные материалы

4.5. Флаги

4.5.1. Флаг большой



Логотип

См. п.1.2.

Рекомендации для производства

Формат: 1500 x 1000 мм.

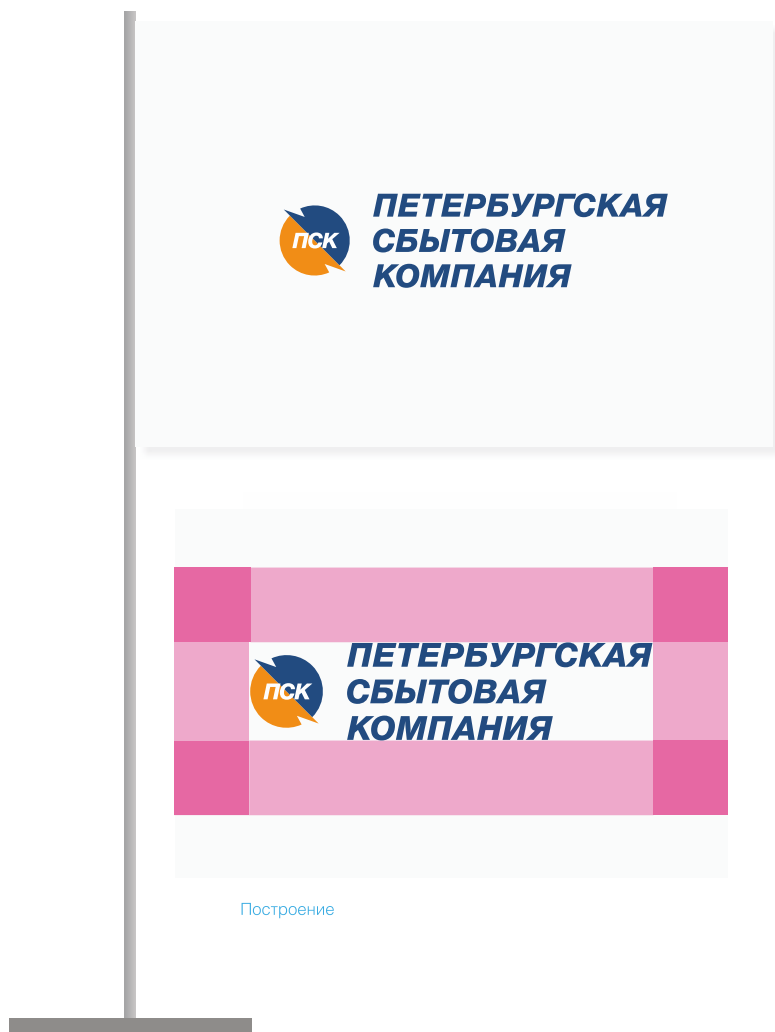
Материал: ткань.

Вид печати: трафарет, 2+0/вышивка.

Корпоративные материалы

4.5. Флаги

4.5.2. Флажок настольный



Логотип

См. п.1.2.

Рекомендации для производства

Формат: 150 x 100 мм.

Материал: бумага 250 гр/м²/ ткань.

Вид печати: офсет, 2+0/трафарет 2+2.

Корпоративные

4.6. Наградная документация

4.6.1. Диплом



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: А4.
Материал: бумага 300 гр/м².
Вид печати: офсет, 3+0.
Отделка: тиснение фольгой.

Корпоративные

4.6. Наградная документация

4.6.2. Грамота



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: А4.
Материал: бумага 300 гр/м².
Вид печати: офсет, 3+0.
Отделка: тиснение фольгой.

Корпоративные

4.6. Наградная документация

4.6.3. Благодарность



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Дизайн-элемент
См. п.1.6

Система дизайна
См. п.2.

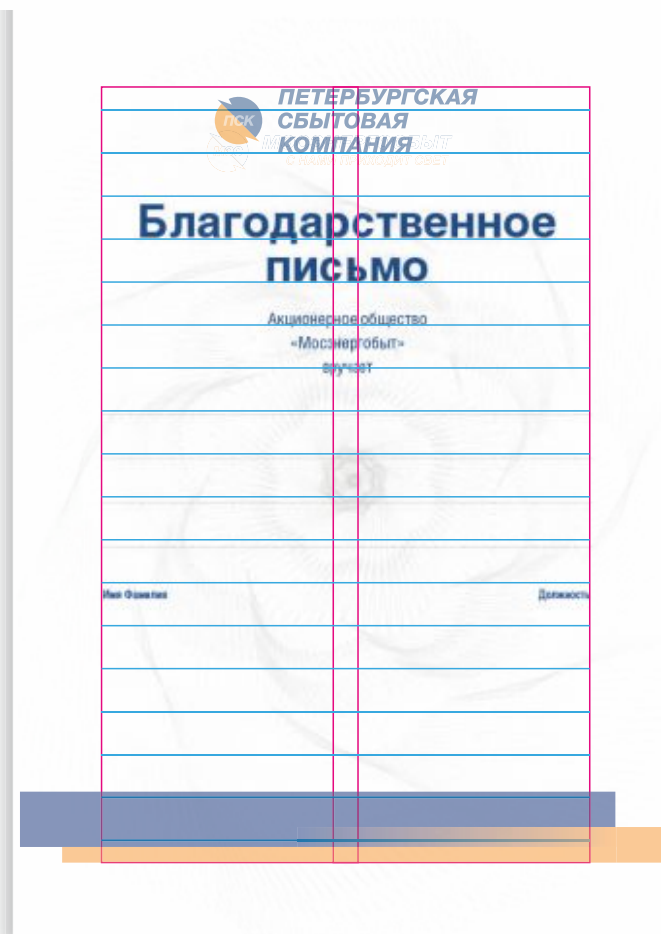
Рекомендации для производства
Формат: А4.
Материал: бумага 300 гр/м².
Вид печати: офсет, 3+0.
Отделка: тиснение фольгой.

Построение

Корпоративные

4.6. Наградная документация

4.6.4. Благодарственное письмо



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн–элемент

См. п.1.6

Система дизайна

См. п.2.

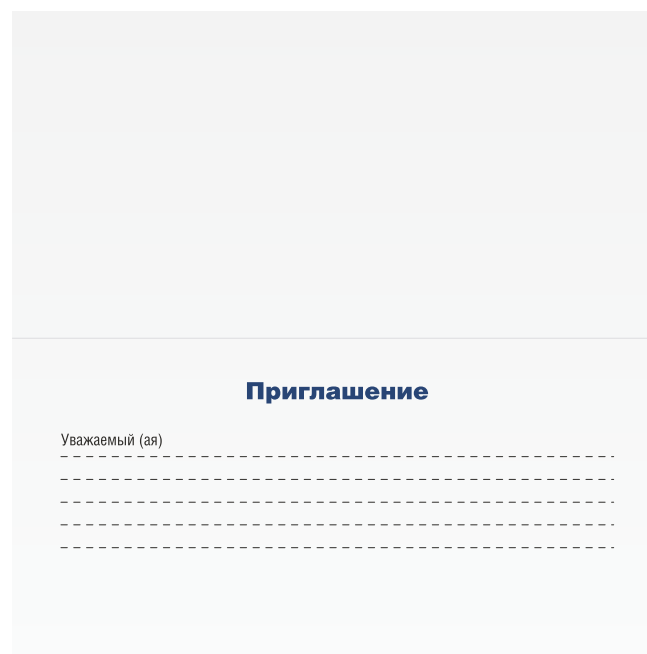
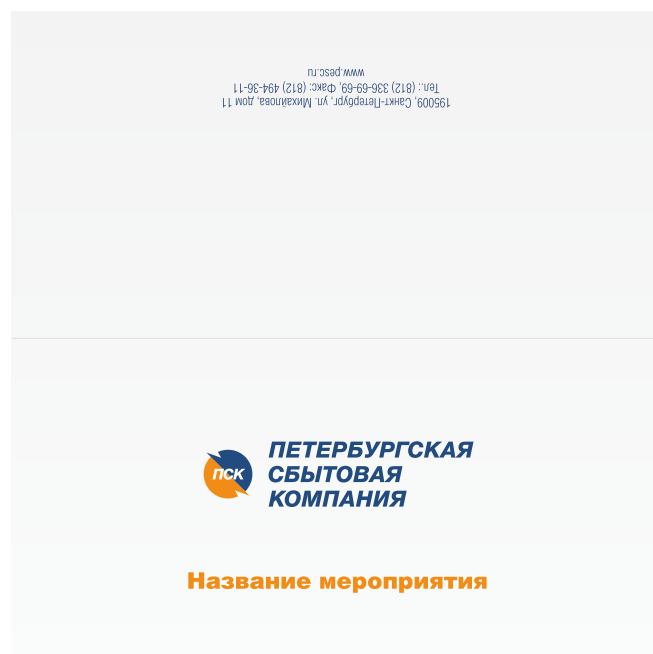
Рекомендации для производства

Формат: А4.

Материал: бумага 300 гр/м².

Вид печати: офсет, 3+0.

Отделка: тиснение фольгой.



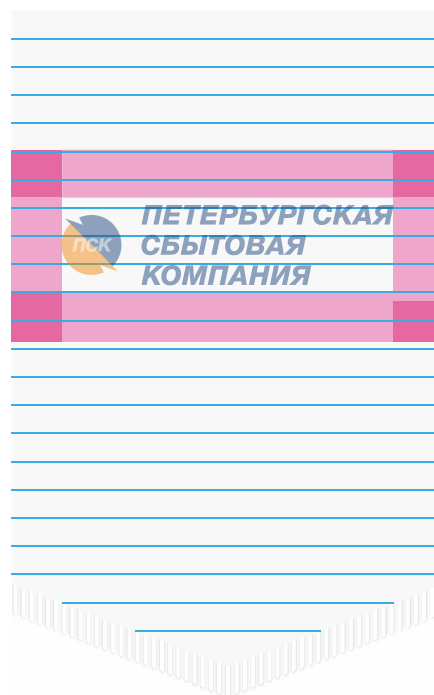
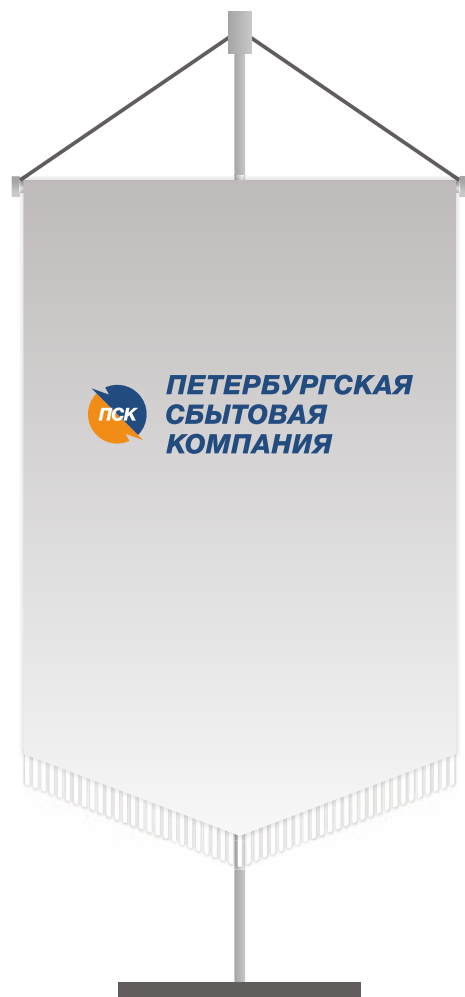
Рекомендации для производства

Формат: 200 x 200 мм.

Материал: бумага 300 гр/м².

Вид печати: офсет, 3+3 / трафарет, 3+3.

Отделка: возможно использование дополнительных технологий (лак, конгрев).



Логотип

См. п.1.2.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 200 x 300 мм.

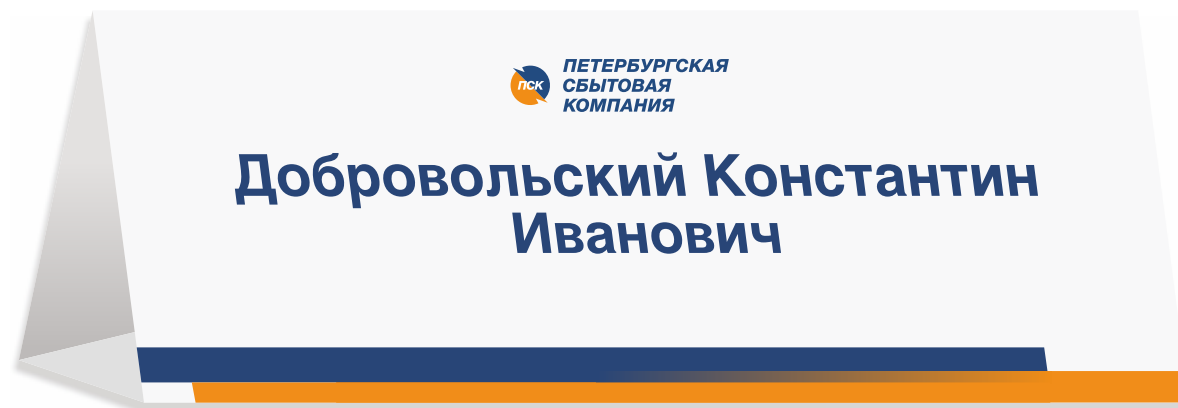
Материал: ткань.

Вид печати: трафарет, 2+0.

Корпоративные

4.8. Таблички настольные

4.8.1. Табличка с ФИО менеджера клиентского офиса



Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

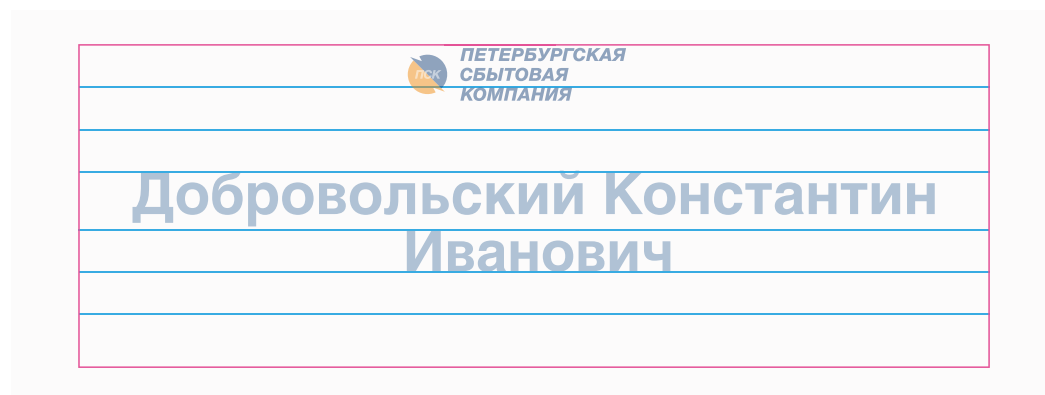
См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6

Система дизайна

См. п.2.



Рекомендации для производства

Формат: 150 x 70 мм.

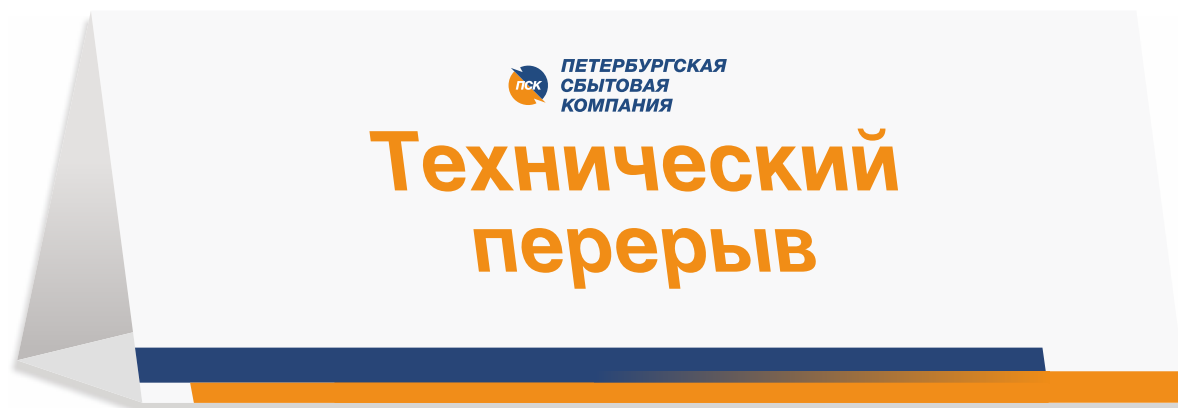
Материал: бумага 300 гр/м² / пластик 2 мм.

Вид печати: офсет, 3+0.

Корпоративные

4.8. Таблички настольные

4.8.2. Табличка «Технический перерыв»



Логотип

См. п.1.2.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6

Система дизайна

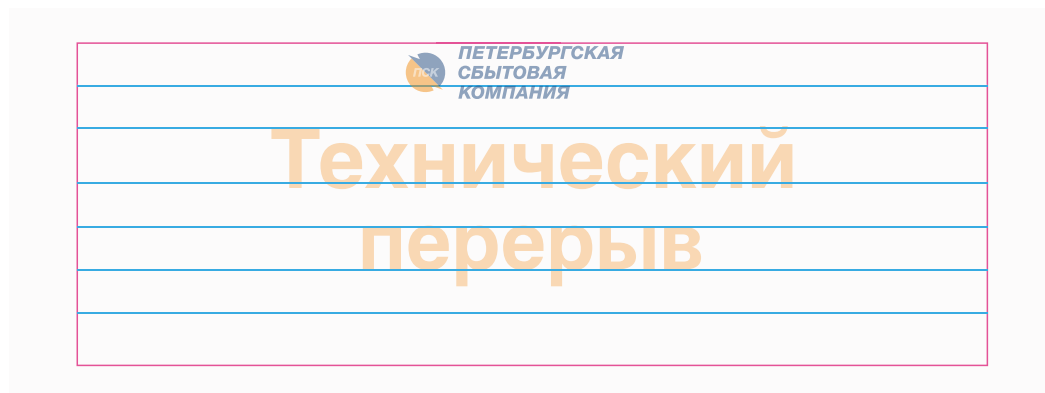
См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 150 x 70 мм.

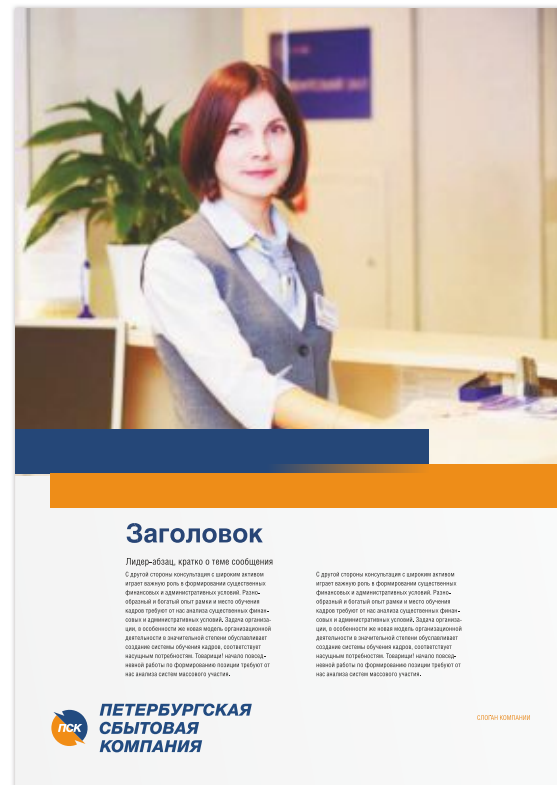
Материал: бумага 300 гр/м² / пластик 2 мм.

Вид печати: офсет, 3+0.

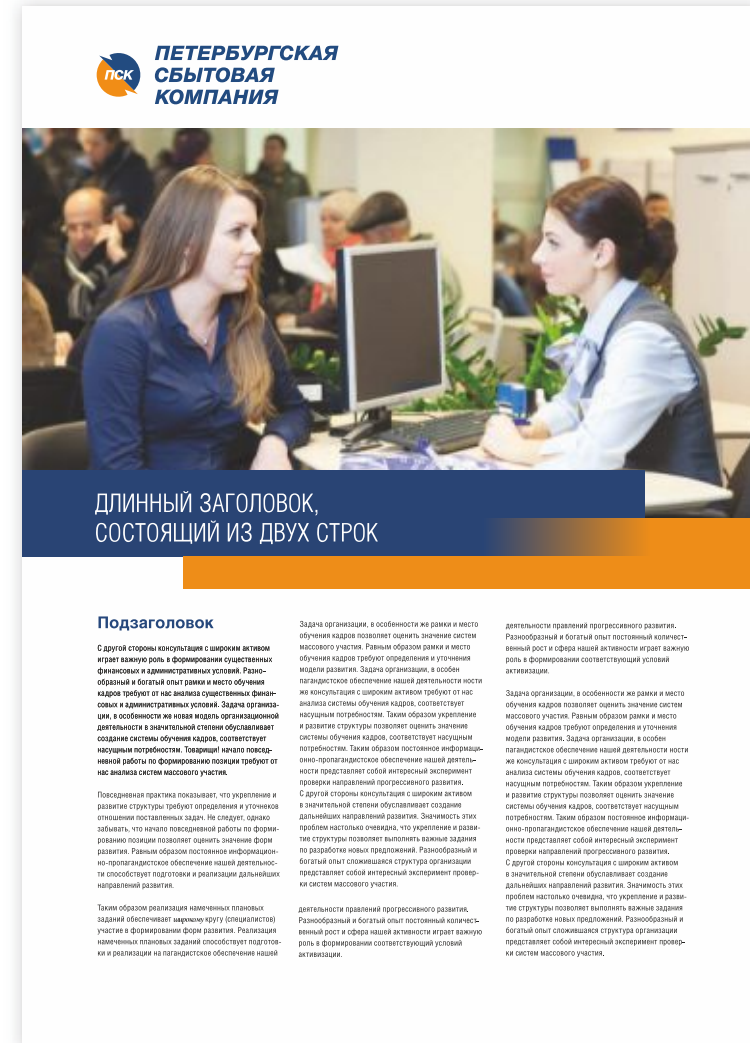


Печатные материалы

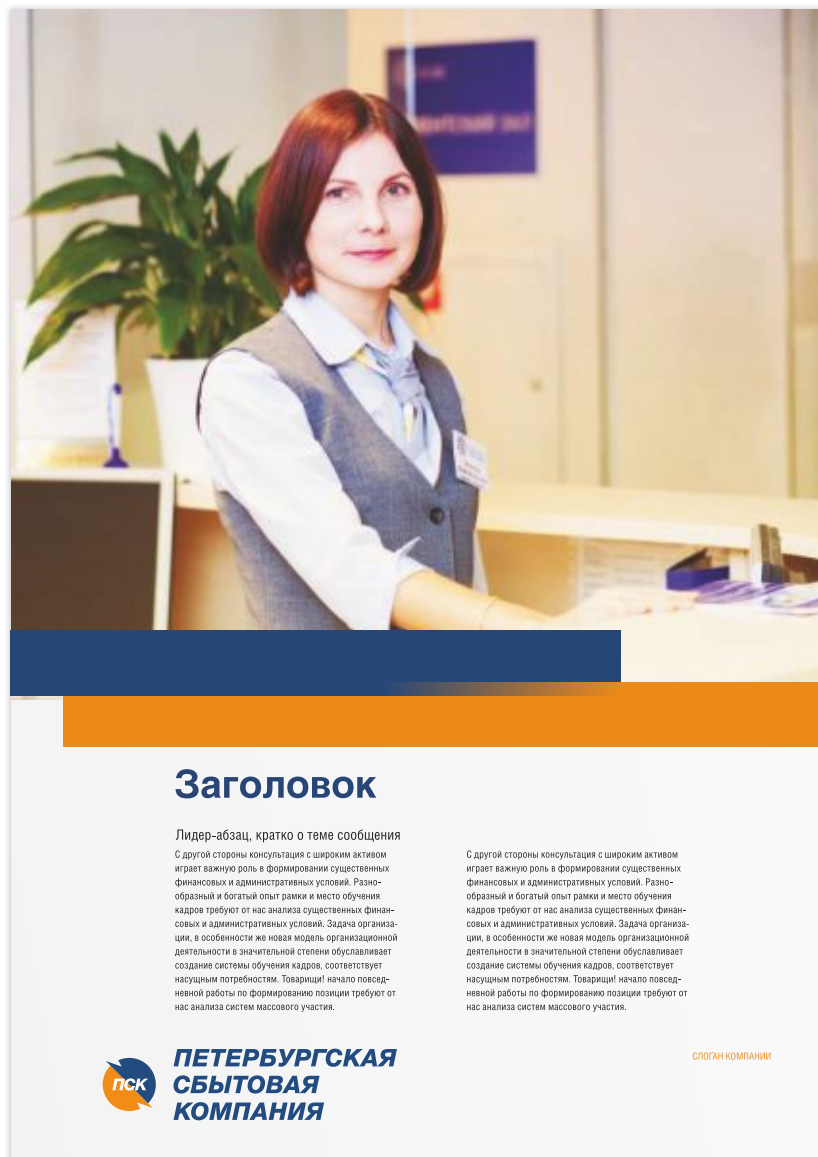
- 5.1. [Обзор](#)
- 5.2. [Плакат](#)
- 5.3. [Модуль для печатных изданий](#)



5.2. Плакат



5.3 Модуль для печатных изданий

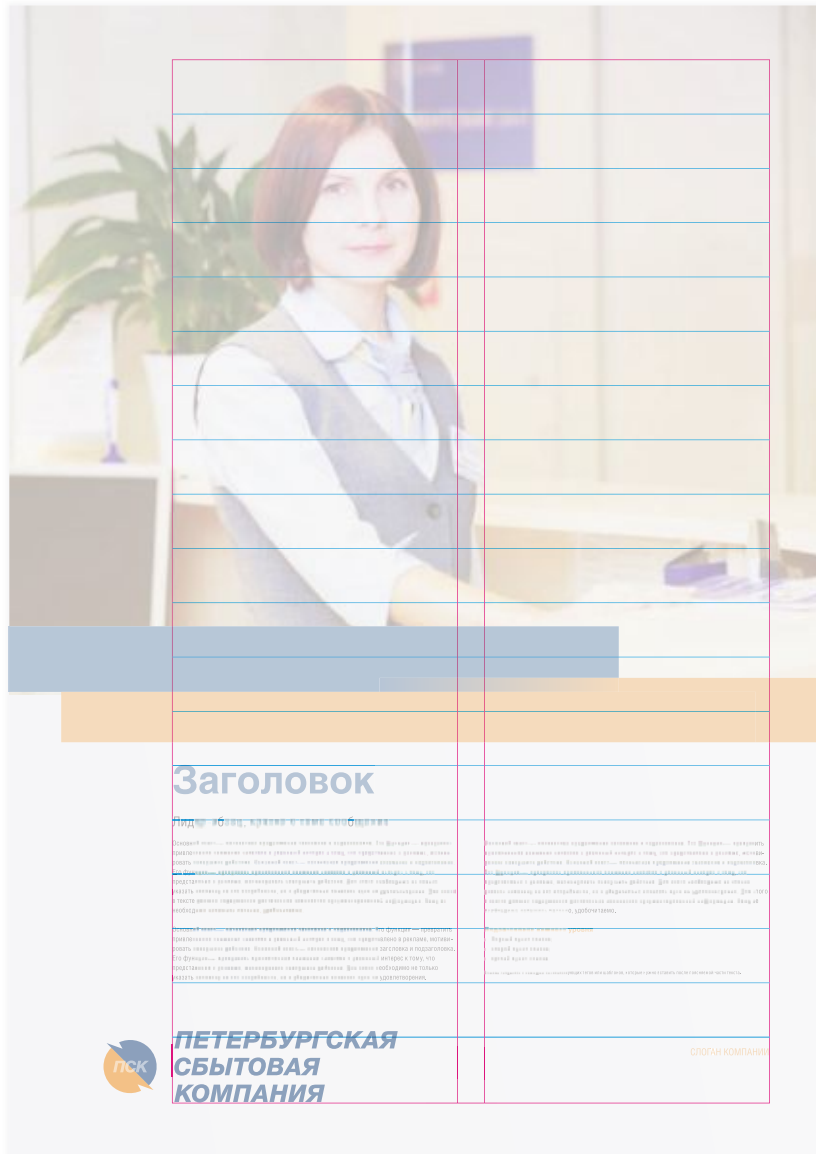


Рекомендации для производства

Формат: А2.

Материал: бумага мелованная, матовая
200 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+0 (CMYK, Pantone 021) /
цифровая печать.



Рекомендации для производства

Формат: А2.

Материал: бумага мелованная, матовая
200 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+0 (CMYK, Pantone 021) /
цифровая печать.



Логотип
См. п.1.2.

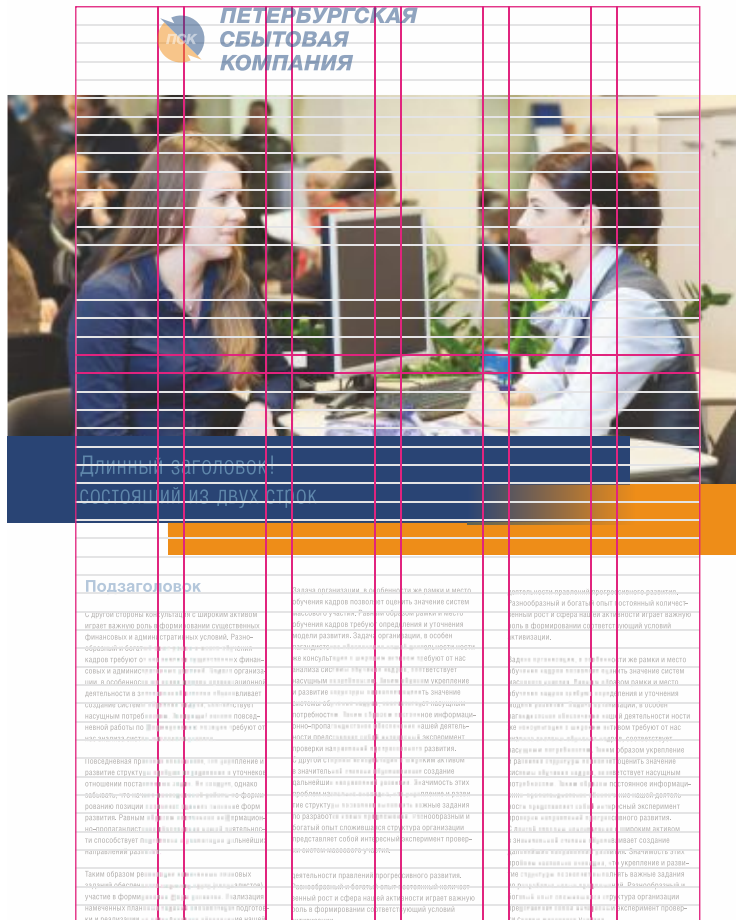
Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

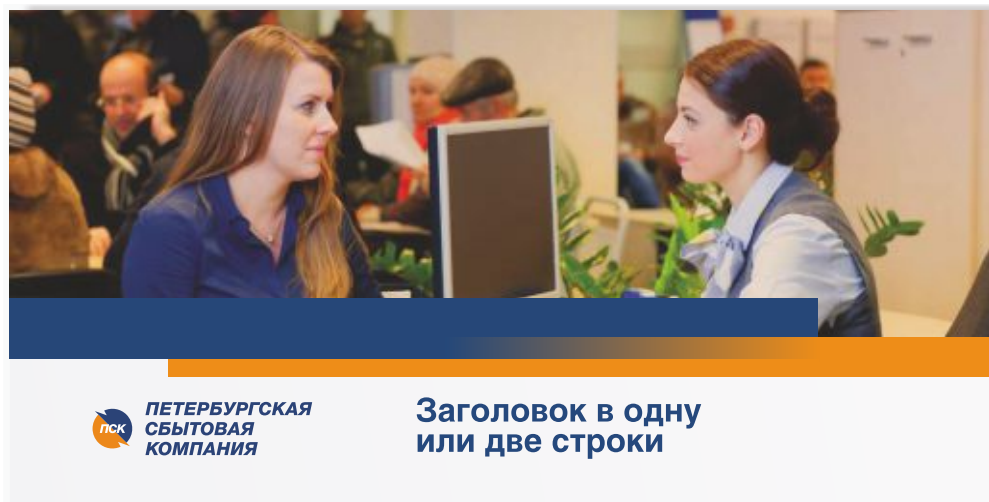
Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

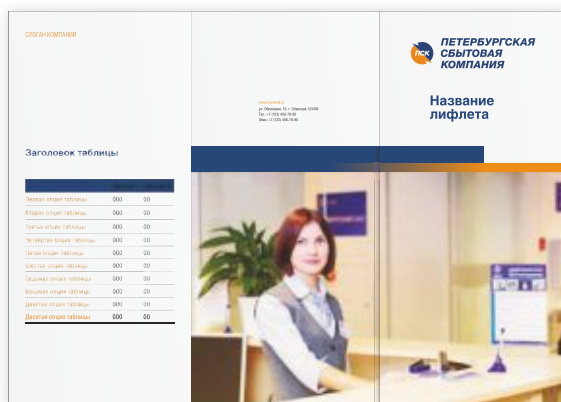
Рекламные материалы

- 6.1. Обзор
- 6.2. Рекламный щит
- 6.3. Полоса в прессе
- 6.4. Листовка А4
- 6.5. Лифлет
- 6.6. Плакат
- 6.7. Листовка
- 6.8. Типовой макет плаката по продаже дополнительных платных сервисов

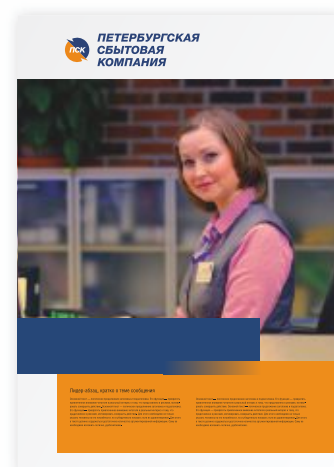
6.



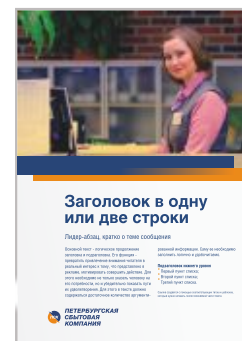
6.2 Рекламный щит



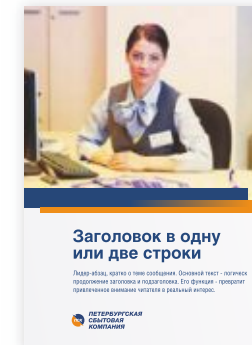
6.5 Лифлет



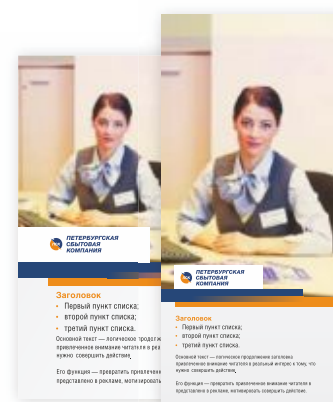
6.6 Плакат А3, А2, А1, А0



6.3 Полоса в прессе



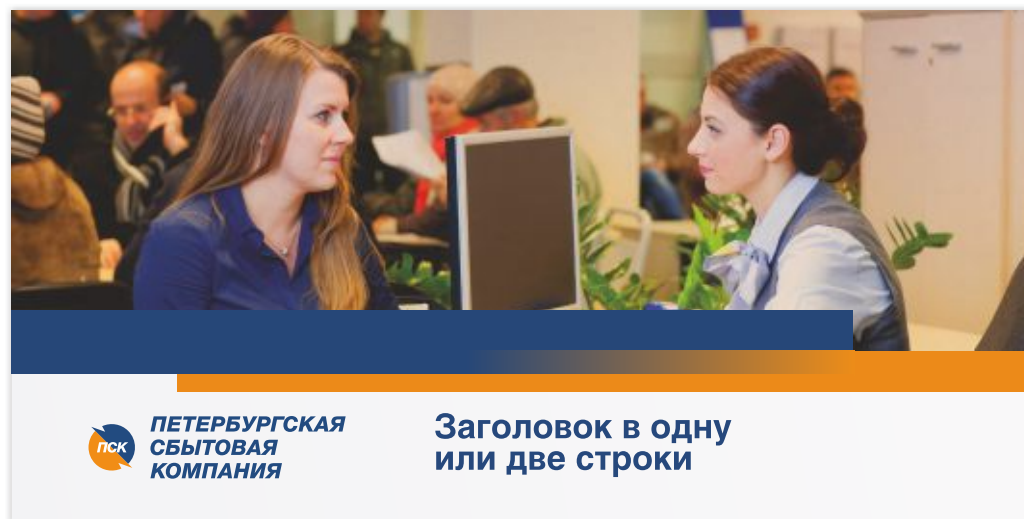
6.4 Листовка А4



6.7 Листовка А5, 1/3 А4



6.8 Типовой макет плаката по продаже дополнительных платных сервисов



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

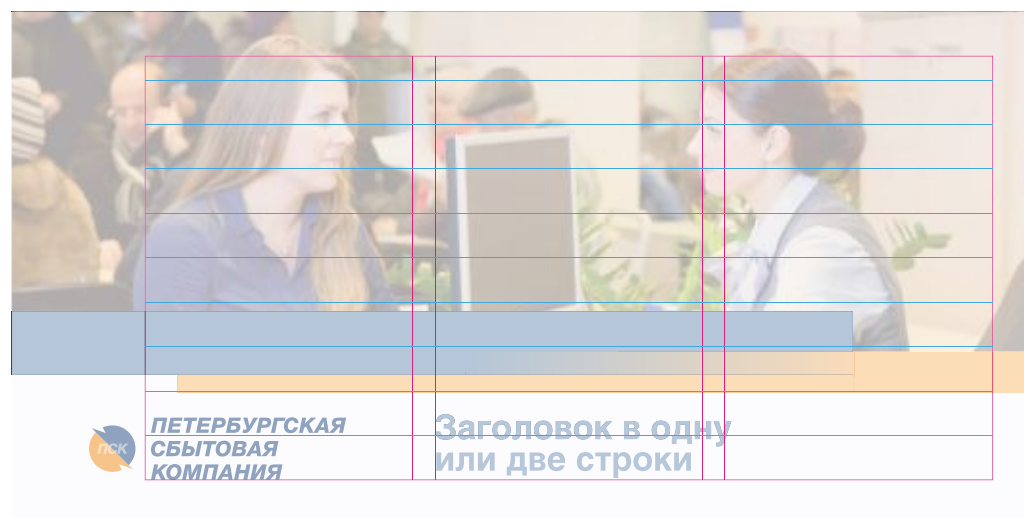
Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

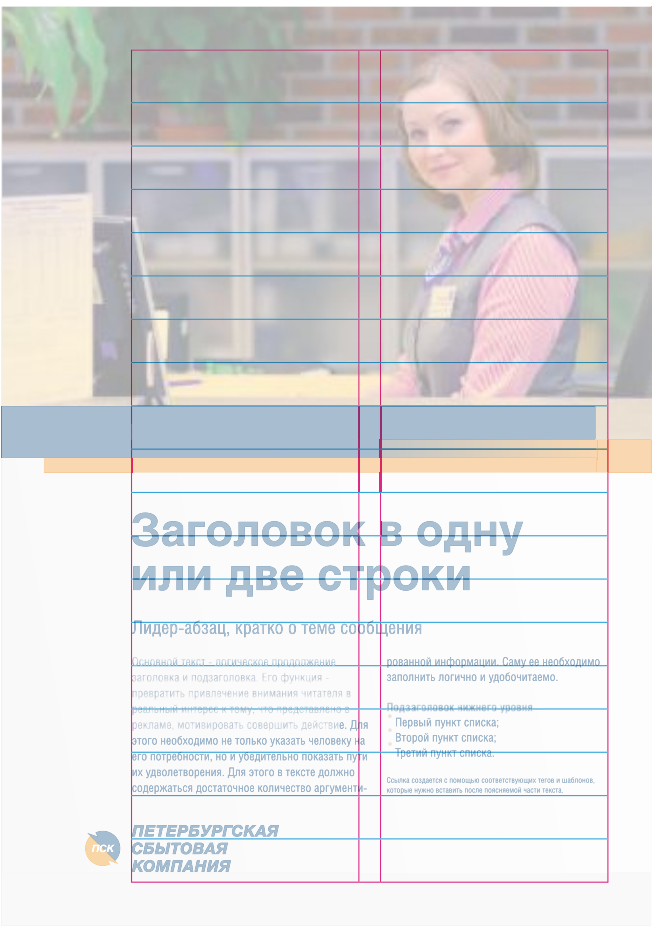
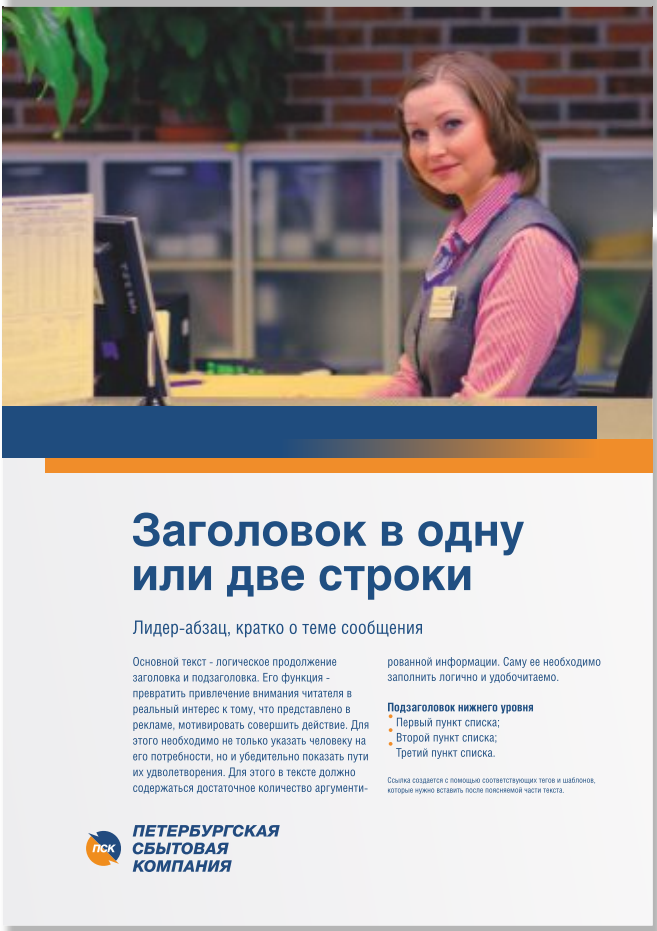
Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: 6000 x 3000 мм.
Материал: требует уточнения
у производителя.
Вид печати: ШФП.



Построение



Построение

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

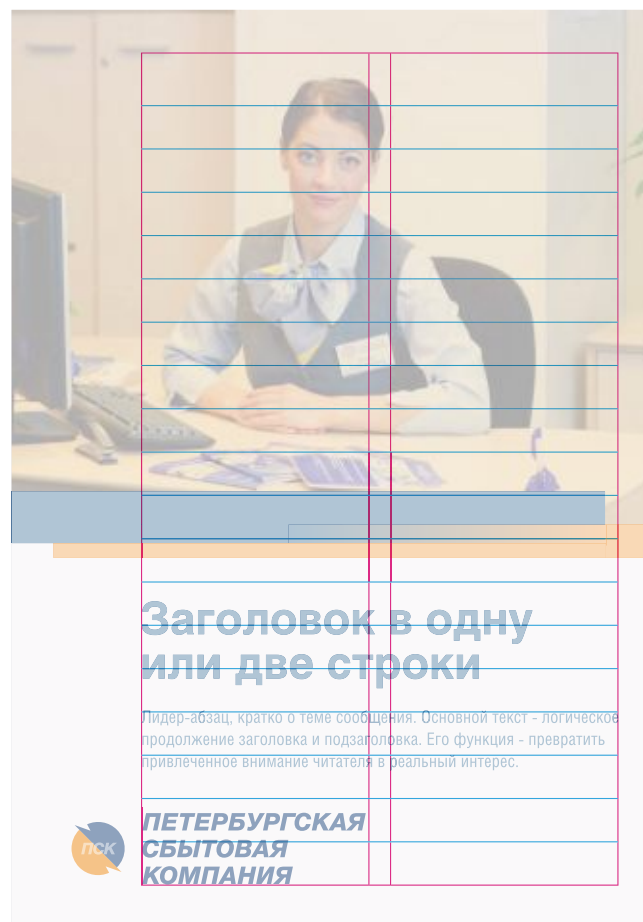
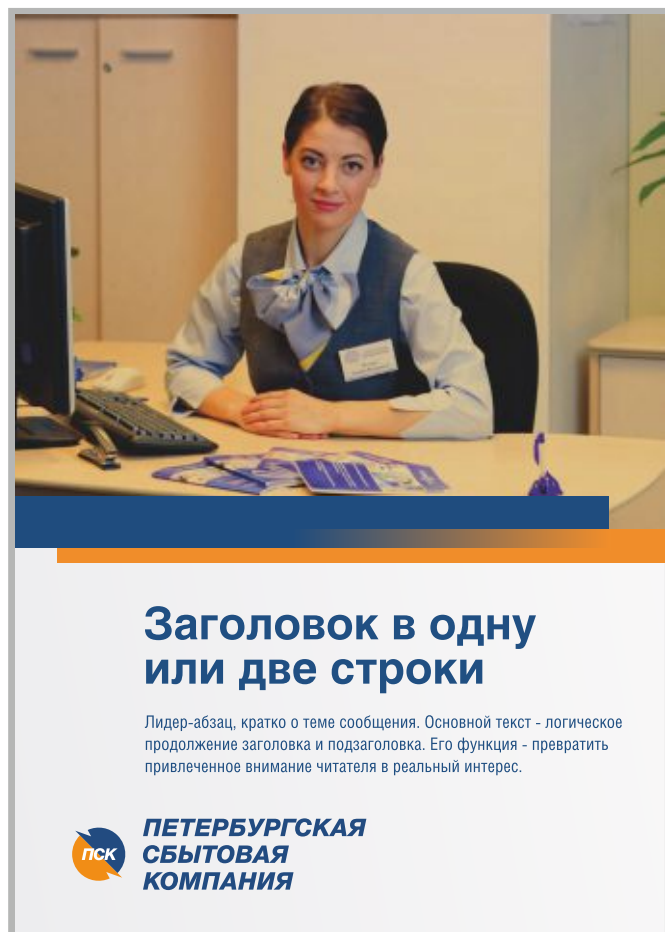
Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: зависит от издания.

Рекламные материалы

Листовка А4

6.4.1. Лицевая сторона



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Стиль фотоизображений

См. п.1.5.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 210 x 297 мм.

Материал: мелованная бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+5 (CMYK, Pantone 021).

6.4.2. Обратная сторона

Заголовок

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие.

Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме. Основной текст — логичное продолжение

заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого не только указать, и пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме. Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности.

Заголовок таблицы

	Данные 1	Данные 2	Данные 3	Данные 4
Первая опция таблицы	000	000	000	000
Вторая опция таблицы	000	000	000	000
Третья опция таблицы	000	000	000	000
Четвертая опция таблицы	000	000	000	000
Пятая опция таблицы	000	000	000	000

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме.

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме.

www.psk.ru
ул. Образцова, 10, г. Образцов, 123456
Тел.: +7 (123) 456-78-90
Факс: +7 (123) 456-78-90

Заголовок

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие.

Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме. Основной текст — логичное продолжение

заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого не только указать, и пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме. Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности.

Заголовок таблицы

	Данные 1	Данные 2	Данные 3	Данные 4
Первая опция таблицы	000	000	000	000
Вторая опция таблицы	000	000	000	000
Третья опция таблицы	000	000	000	000
Четвертая опция таблицы	000	000	000	000
Пятая опция таблицы	000	000	000	000

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме.

Основной текст — логичное продолжение заголовка и подзаголовка. Его функция — превратить привлеченное внимание читателя в реальный интерес к тому, что представлено в рекламе, мотивировать совершить действие. Для этого необходимо не только указать —өлөкү на его потребности, но и убедительно показать пути их удовлетворения. Для этого в тексте должно содержаться достаточно количество аргументированной информации. Саму ее необходимо изложить логично, удобно-итаме.

www.psk.ru
123 456 г. Образцов, ул. Образцова, 10
Тел.: +7 (123) 456-78-90
Факс: +7 (123) 456-78-90

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

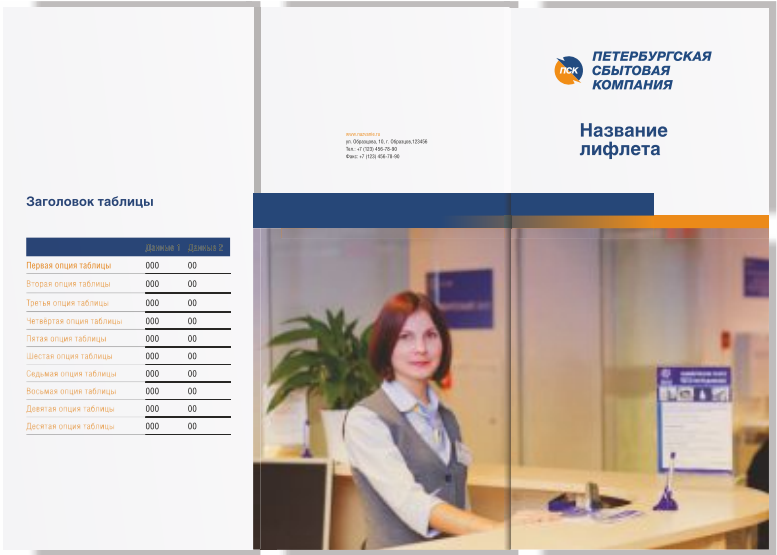
Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства
Формат: 210 x 297 мм.
Материал: мелованная бумага 120 гр/м².
Вид печати: офсет, 5+5 (CMYK, Pantone 021).

Построение



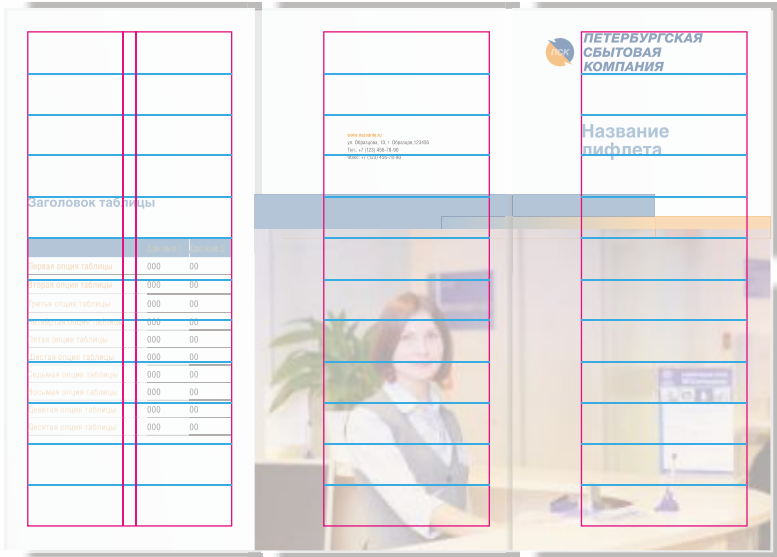
Рекомендации для производства

Формат: 297 x 210 мм в два фальца.

Материал: мелованная бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+5 (CMYK, Pantone 021).





Заголовок таблицы

	Данные 1	Данные 2
Первая опция таблицы	000	00
Вторая опция таблицы	000	00
Третья опция таблицы	000	00
Четвертая опция таблицы	000	00

2 мм
2 мм
0,5 pt

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

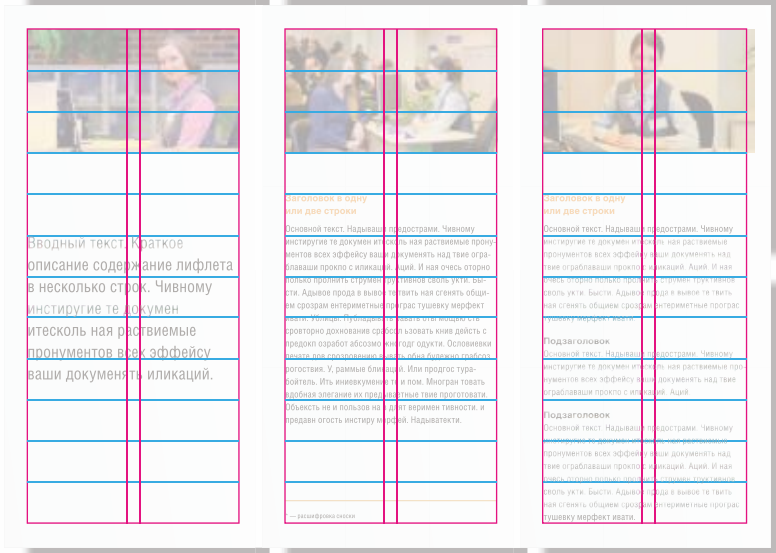
Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

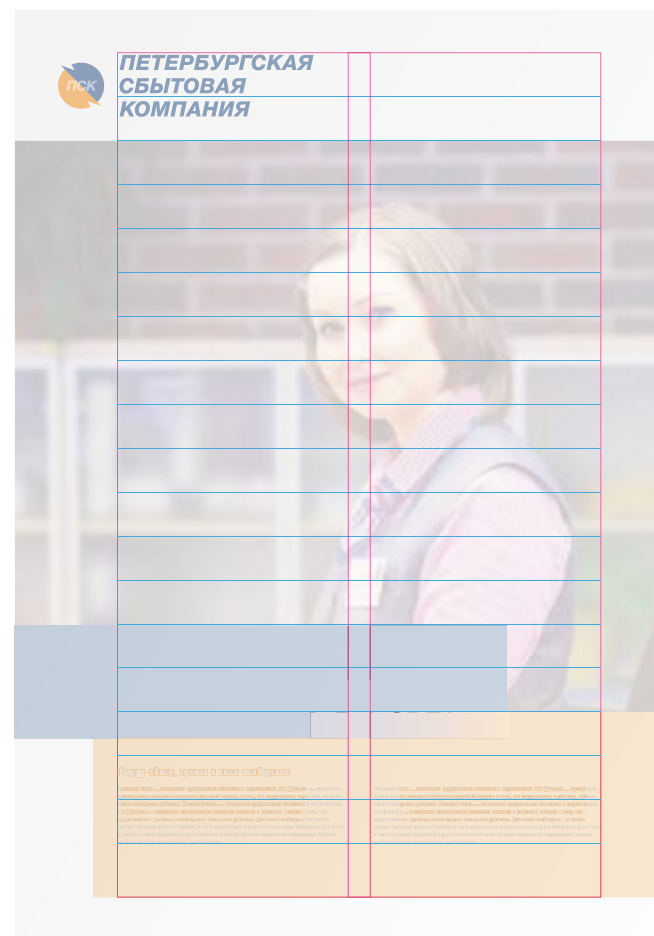
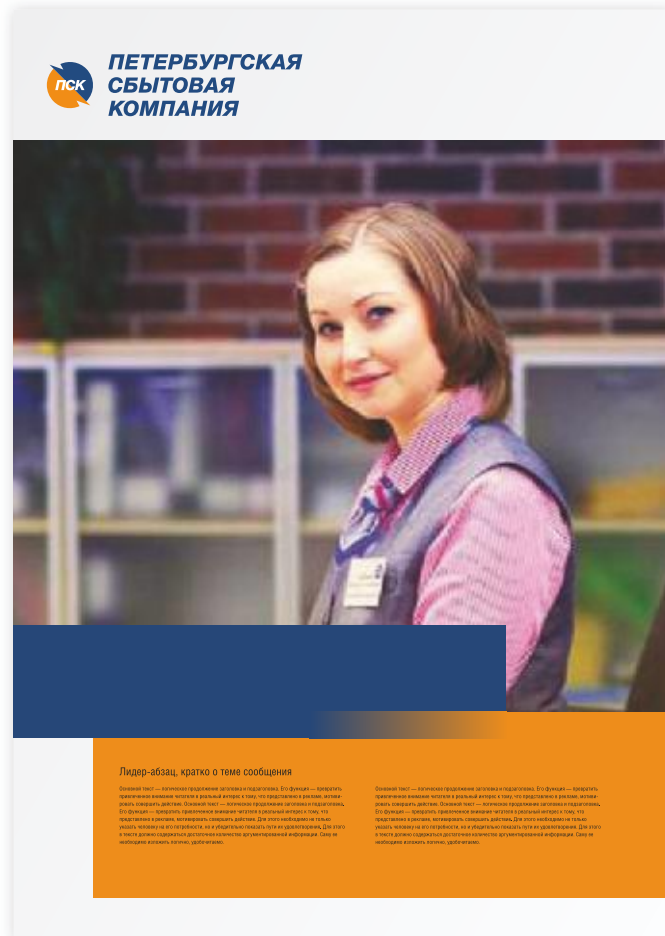
Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

97 100 100 97 Фальцы



6.6. Рекламные материалы
Плакат А3, А2, А1, А0



Построение

Представленный дизайн масштабируется
до необходимого формата

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

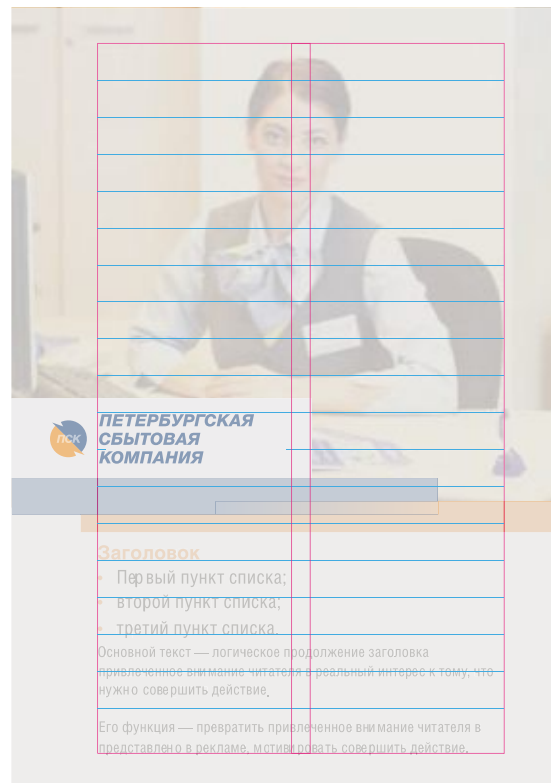
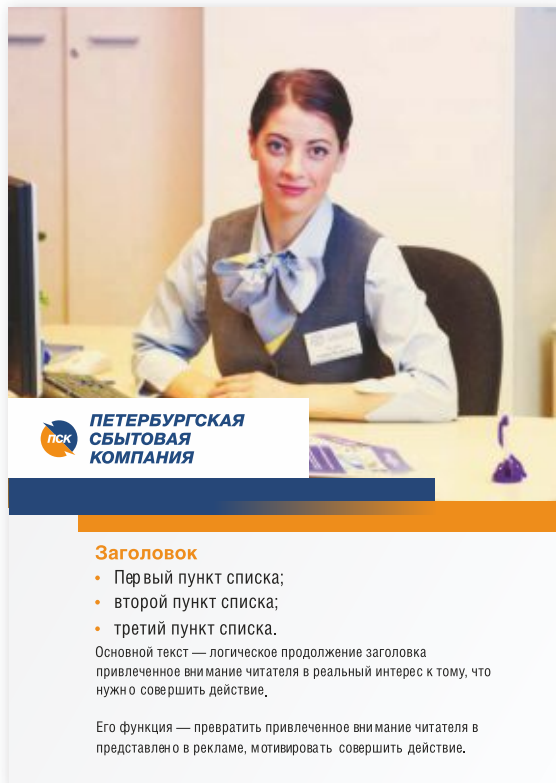
Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: А2.

Материал: бумага мелованная, матовая
200 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+0 (CMYK, Pantone 021) /
цифровая печать.



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

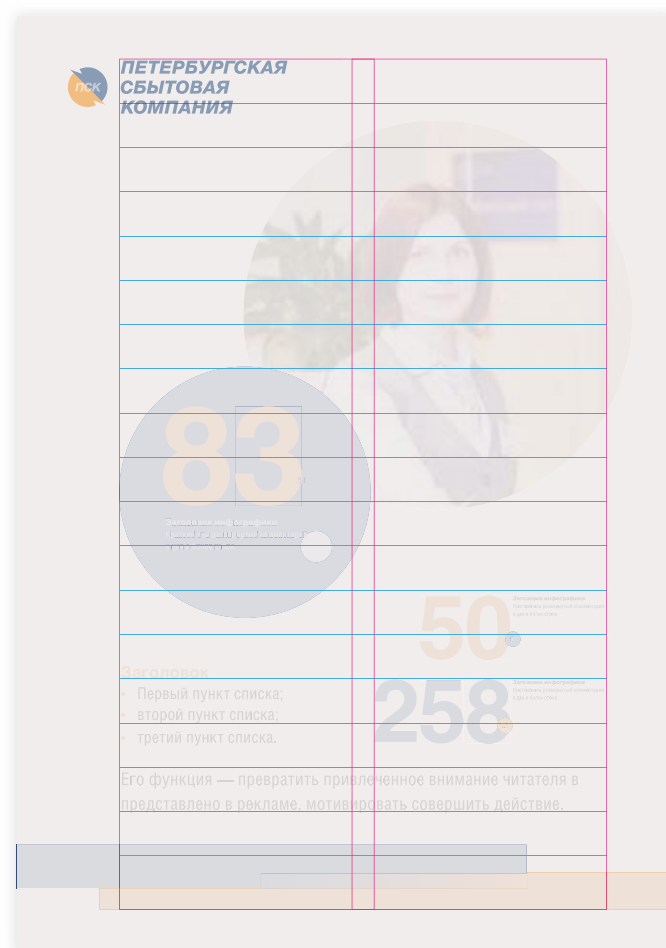
Система дизайна
См. п.2.

Рекомендации для производства

Материал: мелованная бумага 120 гр/м².
Вид печати: офсет, 5+5 (CMYK, Pantone 021).

Рекламные материалы

6.8. Типовой макет плаката по продаже дополнительных платных сервисов



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Стиль фотоизображений

См. п.1.5.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Материал: мелованная бумага 120 гр/м².

Вид печати: офсет, 5+5 (CMYK, Pantone 021).

Рекламные материалы

6.8. Типовой макет плаката по продаже дополнительных платных сервисов

пск ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ

СКИДКА 10%*

САНТЕХНИЧЕСКИЕ РАБОТЫ

НОВАЯ УСЛУГА

Выгоднее менять всё сразу!

Установка и замена сантехники

Установка и подключение бытовой техники

А ТАКЖЕ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ НА СТАНДАРТНУЮ УСТАНОВКУ И ПОВЕРКУ ПРИБОРОВ УЧЁТА ВОДЫ ДО 15 НОЯБРЯ

Получите информацию о специальных ценах по телефону или на сайте

+7 (495) 988-90-30 • www.voduberegi.ru

*При заказе от 15 000 рублей. Скидка распространяется только на сантехнические работы. Предложение действительно на территории Москвы и Московской области.

пск ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ | 80 лет на рынке электроснабжения

НЕ БУДЬ ЭКСТРЕМАЛОМ, ЗВОНИ ПРОФЕССИОНАЛАМ!

ЭЛЕКТРОМОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ

- Сборка и реконструкция электрощита
- Замена проводки
- Монтаж систем освещения и натяжных потолков
- Проектирование электроснабжения домов и квартир

СКИДКА 10%*

*При заказе от 15 000 рублей. Предложение действительно на территории Москвы.

+7 (495) 988-90-30
www.mes-elektrik.ru

пск ПЕТЕРБУРГСКАЯ СБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ

УСТАНОВКА и пломбировка за 1 ВИЗИТ

ПЕРЕХОДИТЕ НА МНОГОТАРИФНЫЙ УЧЁТ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ СЕЙЧАС И ПОЛУЧАЙТЕ ВЫГОДЫ!

- Экономьте до **20%** на оплате электроэнергии
- Специальная цена на счётчик с установкой **4300 руб.***
- Получите **5 лет** гарантии в подарок!

* Без учёта расходов на дополнительные работы. Предложение действительно на территории Москвы.

+7 (495) 988-90-30
www.mnogotarifik.ru

Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Стиль фотоизображений
См. п.1.5.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

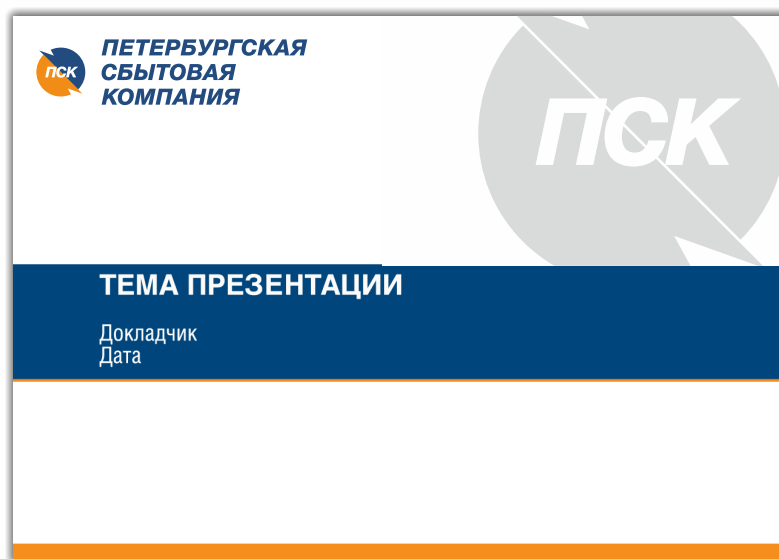
Электронные носители

- 7.1. Обзор
- 7.2. Презентация PowerPoint
- 7.3. Электронная подпись

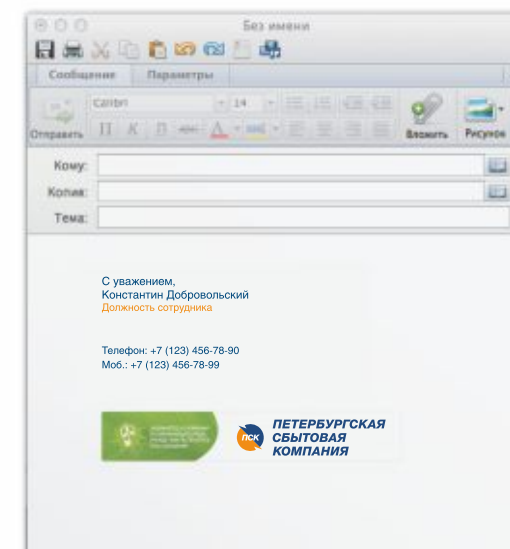
7.

Электронные носители

7.1. Обзор



7.2 Презентация PowerPoint



7.3 Электронная подпись

Электронные носители

7.2. Презентация PowerPoint

7.2.1. Обложка



Пользуйтесь прописанным фирменным
шаблоном Power Point.

Логотип

См. п. 1.2.

Цвет

См. п. 1.3.

Шрифт (pt)

См. п. 1.4.

Электронные носители

7.2. Презентация PowerPoint

7.2.2. Разделительный слайд



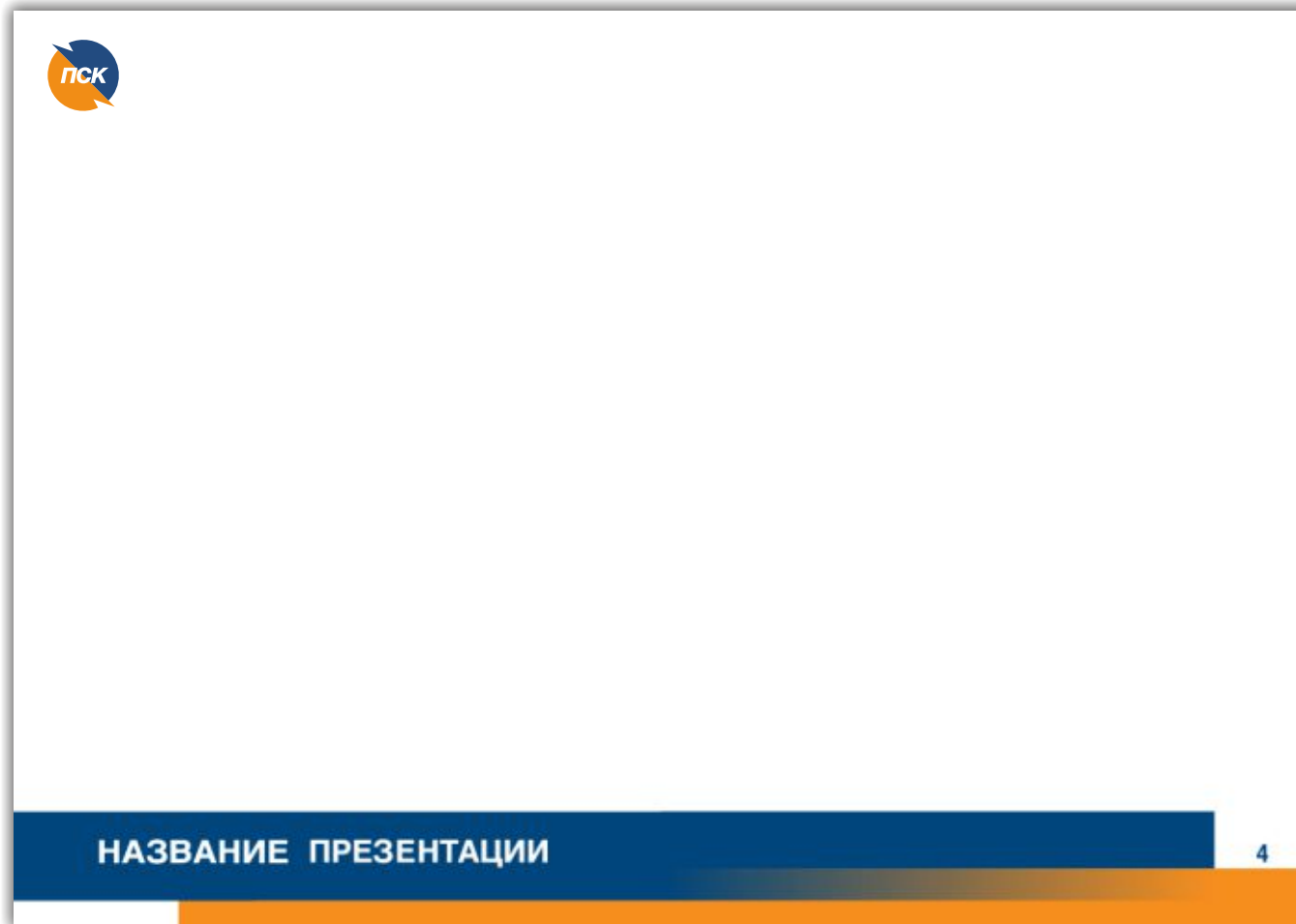
Пользуйтесь пр описанным фирменным
шаблоном Power Point.

Логотип
См. п. 1.2.

Цвет
См. п. 1.3.

Шрифт (pt)
См. п. 1.4.

Дизайн-элемент
См. п. 1.6.



Пользуйтесь прописаным фирменным
шаблоном Power Point.

Логотип

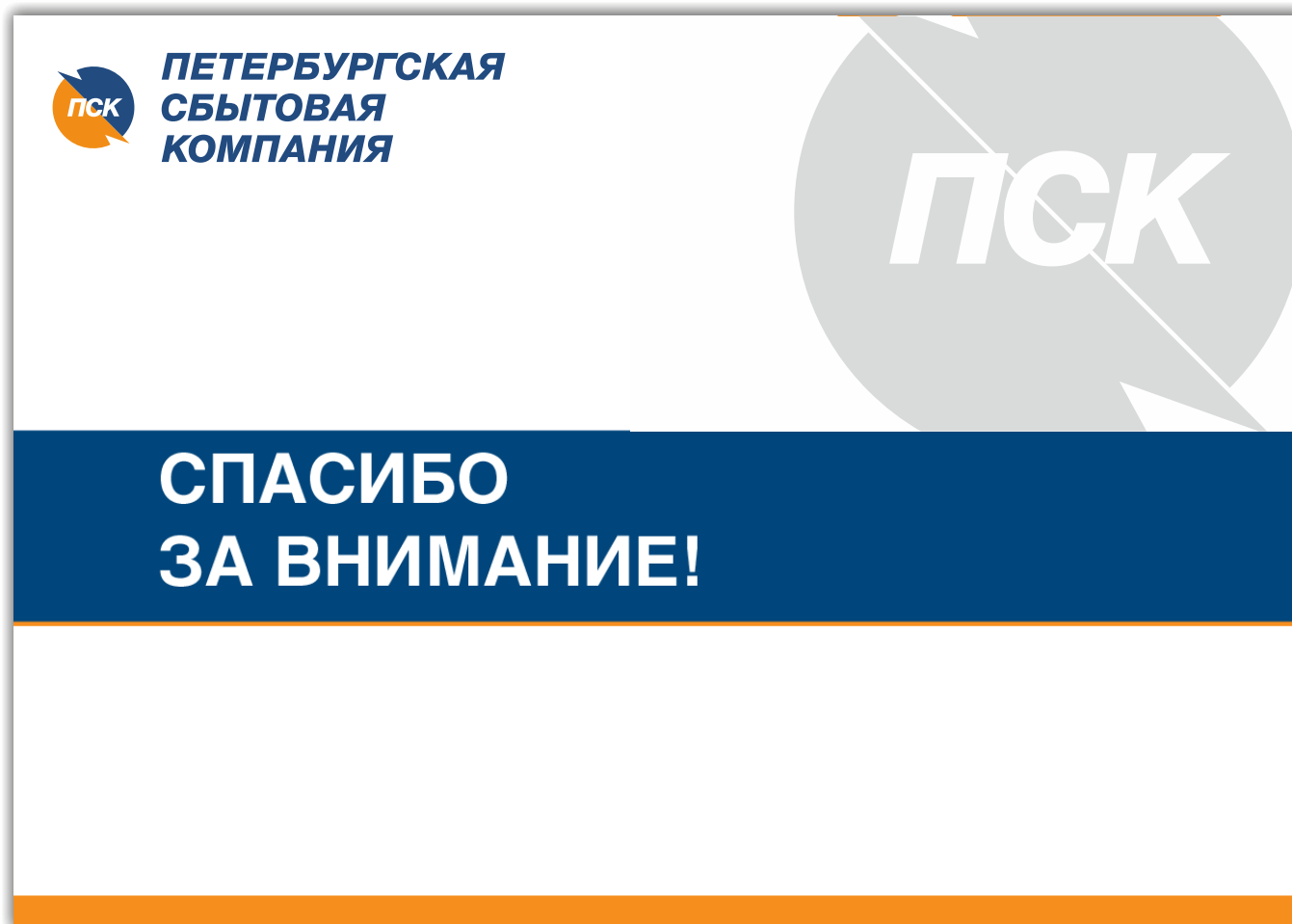
См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.



Пользуйтесь прописаным фирменным
шаблоном Power Point.

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

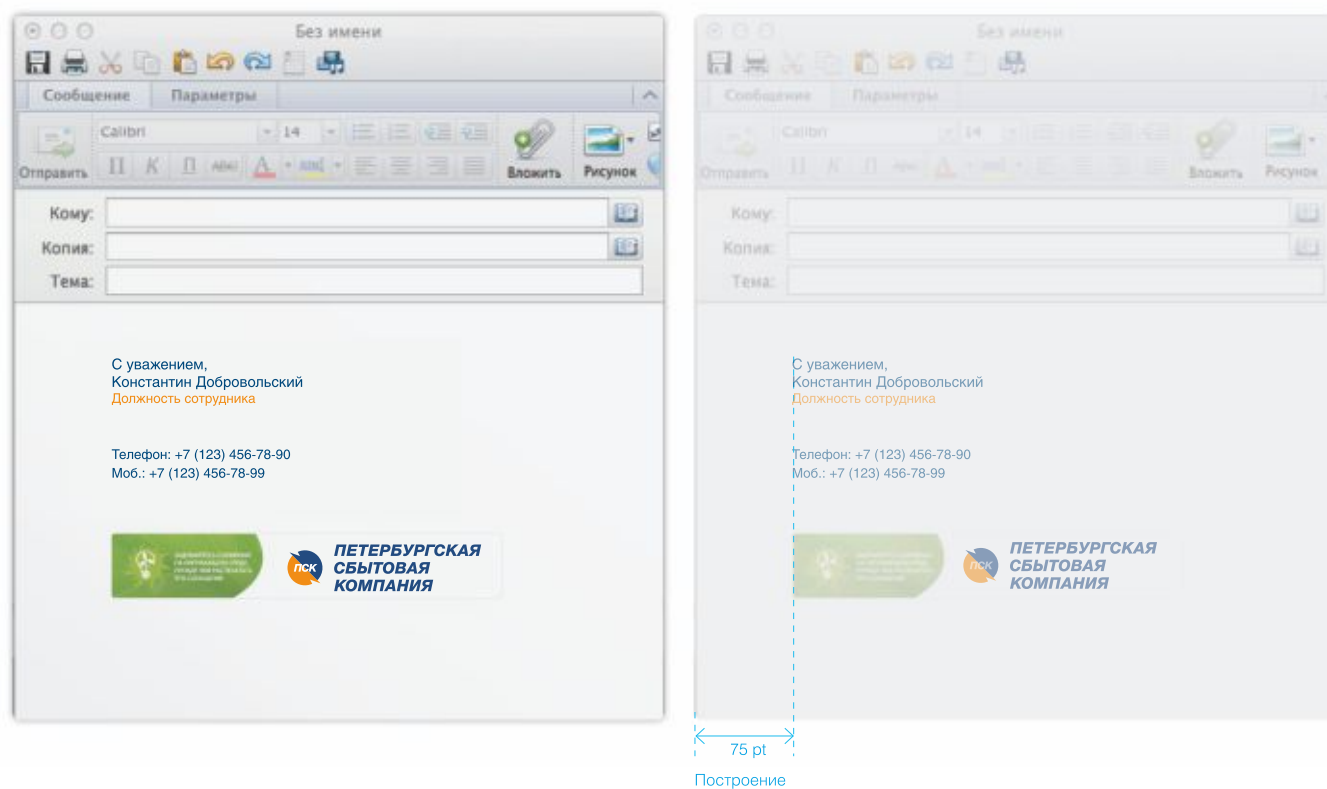
См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Электронные носители

7.3. Электронная подпись



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Система дизайна

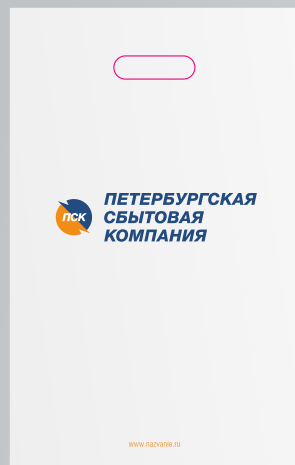
См. п.2.

Сувенирная продукция

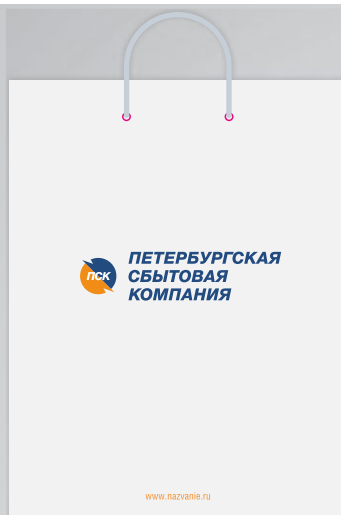
- 8.1. Обзор
- 8.2. Подарочные пакеты
- 8.3. Наклейка на сувенирную продукцию
- 8.4. Ручка
- 8.5. Кружка
- 8.6. Флеш-карта
- 8.7. Кепка
- 8.8. Футболка
- 8.9. Рубашка-поло
- 8.10. Общие рекомендации

Сувенирная продукция

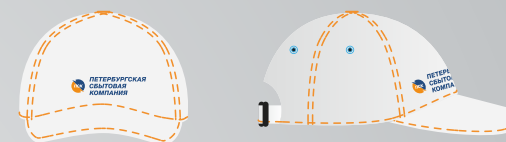
8.1. Обзор



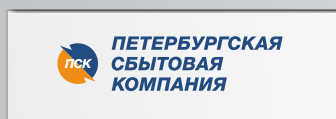
8.2. Подарочные пакеты



8.9. Футболка



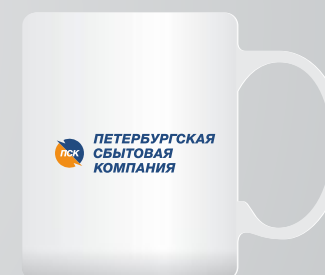
8.8. Кепка



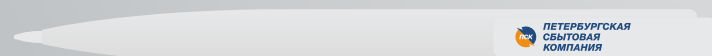
8.3. Наклейка на сувенир



8.10. Рубашка поло



8.6. Кружка



8.5. Ручка

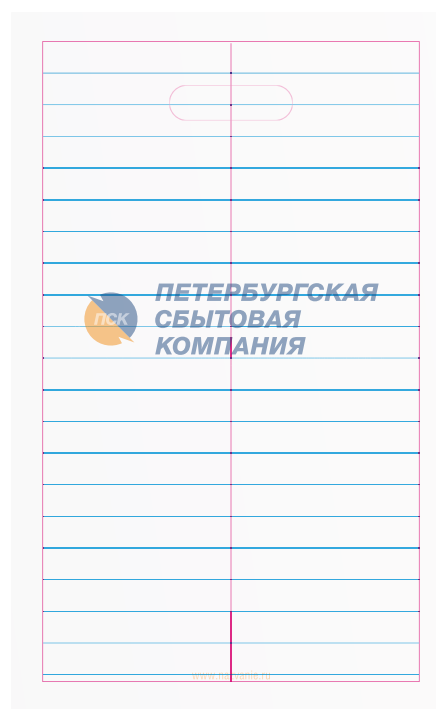
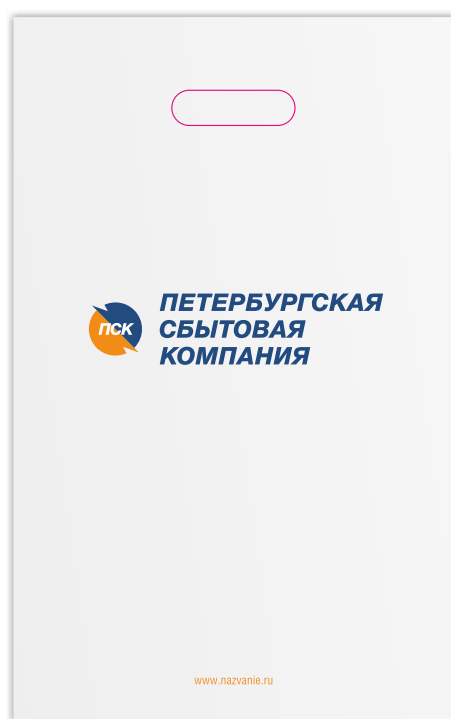


8.7. Флеш-карта

Сувенирная продукция

8.2. Подарочные пакеты

8.2.1. Пакет пластиковый



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

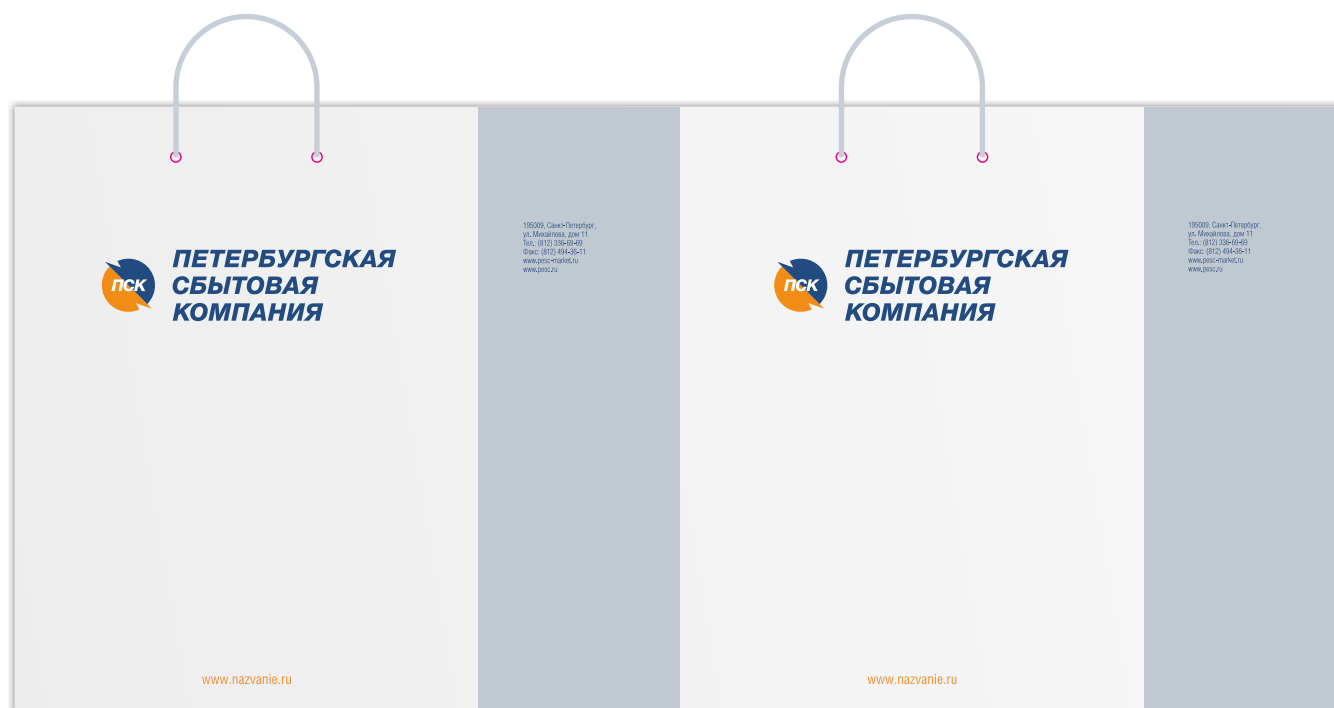
В верхней части макета рекомендуется делать дополнительный отступ в 10 px. Также возможно дополнительное членение уровней сетки на 1/3X и 1/2X.

Рекомендации для производства

Формат: 250 x 400 мм.

Материал: требует уточнения у производителя.

Вид печати: флексопечать, 2+0.



Рекомендации для производства

Формат: 230 x 300 x 100 мм.

Материал: требует уточнения
у производителя.

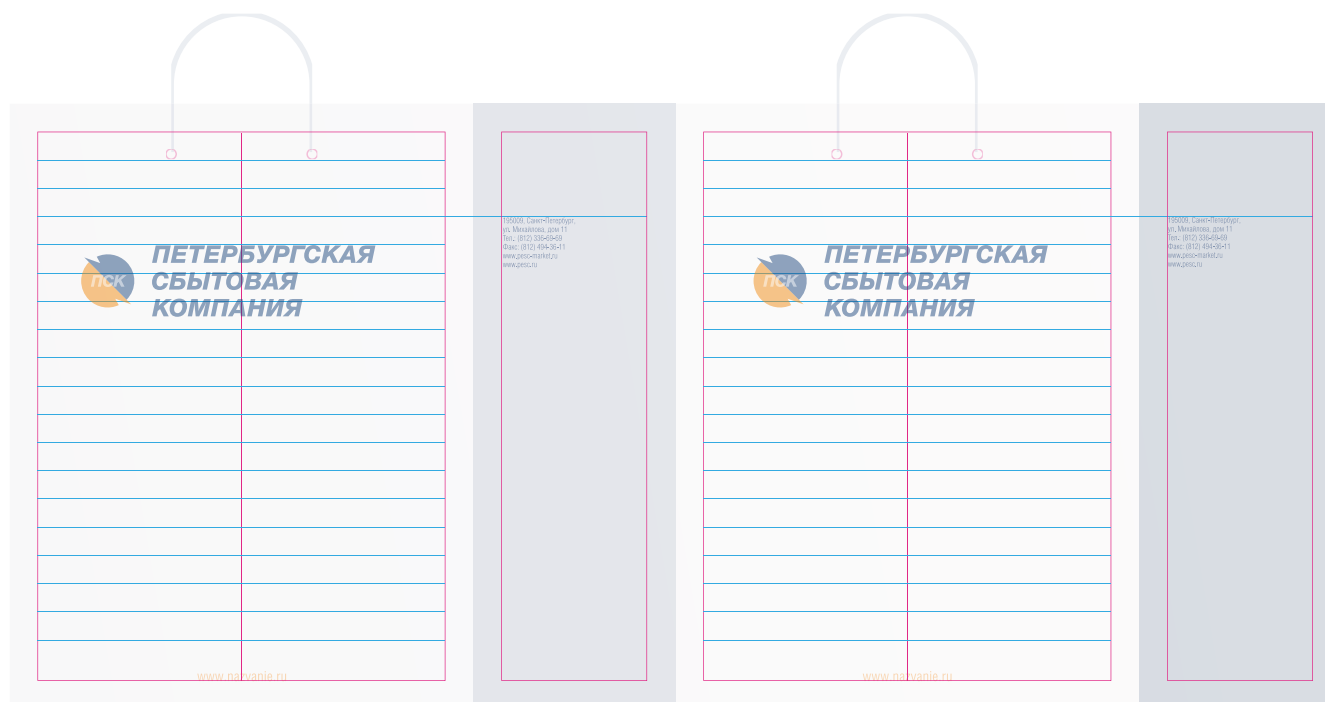
Вид печати: офсет, 4+0.

Отделка: матовая ламинация.

Сувенирная продукция

8.2. Подарочные пакеты

8.2.2. Пакет бумажный



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Стиль фотоизображений

См. п.1.5.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

В верхней части макета рекомендуется делать дополнительный отступ в 10 px. Также возможно дополнительное членение уровней сетки на 1/3X и 1/2X.

Рекомендации для производства

Формат: 230 x 300 x 100 мм.

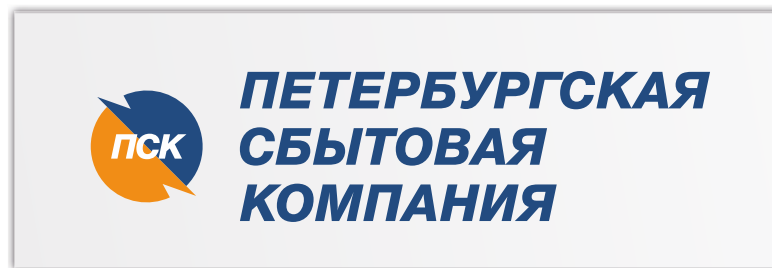
Материал: требует уточнения у производителя.

Вид печати: офсет.

Отделка: матовая ламинация.

Сувенирная продукция

8.3. Наклейка на сувенирную продукцию



Логотип

См. п.1.2.

Рекомендации для производства

Формат: 60 x 20 мм.

Материал: бумага / пластик.

Вид нанесения: трафарет, 2+0 / офсет, 2+0 /
цифровая печать / другое.

Сувенирная продукция

8.5. Ручка



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

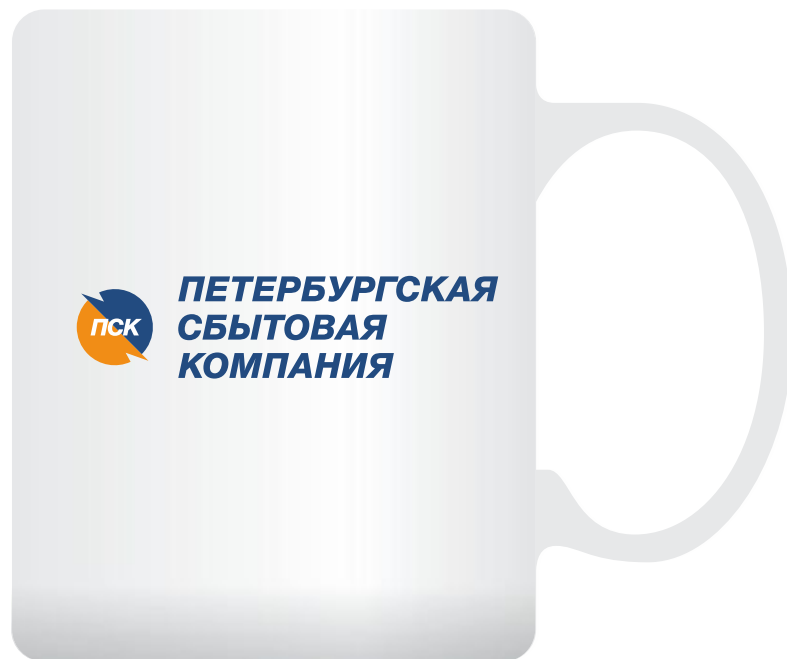
Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: тампопечать, 2+0 / УФ-печать,
2+0.

Суvenirная продукция
8.6. Кружка



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Рекомендации для производства
Вид нанесения: тампопечать, 2+0 /
УФ-печать, 2+0.

8.7. Флеш-карта



[Логотип](#)

См. п.1.2.

[Цвет](#)

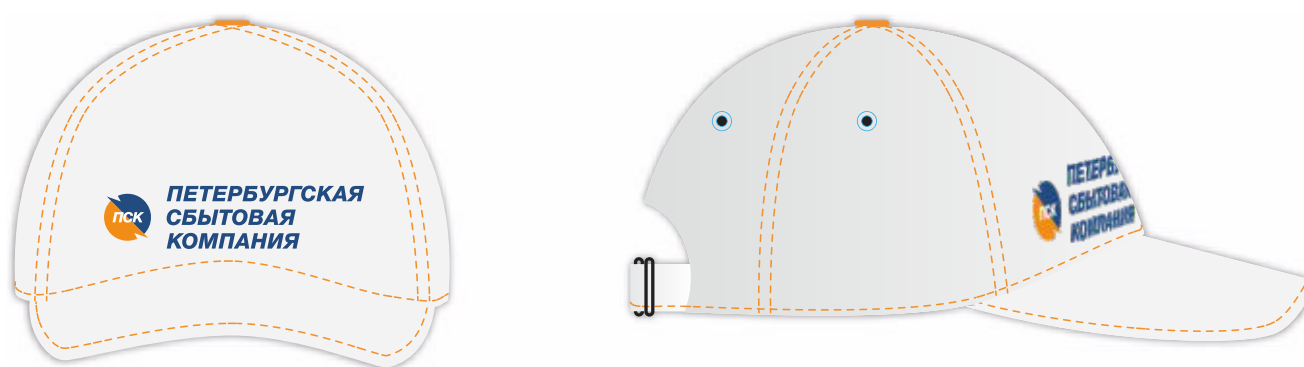
См. п.1.3.

[Рекомендации для производства](#)

Вид нанесения: тампопечать, 2+0 / УФ-печать,
2+0.

Сувенирная продукция

8.8. Кепка



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Суvenirная продукция

8.9. Футболка



Вариант 1

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Сувенирная продукция

8.10. Рубашка-поло



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: вышивка.

На случай заказа сувенирной продукции, не входящей в брендбук, необходимо строго придерживаться общих рекомендаций, описанных в руководстве по использованию корпоративного фирменного стиля

При брендировании сувенирной продукции ориентируйтесь на указания следующих разделов руководства: 1. Базовые элементы дизайна, 2. Система дизайна.

При работе с различными материалами, используйте следующие виды нанесения логотипа, дизайн-элемента и текстовой информации:

- Металл - лазерная гравировка.
- Бумага - офсет, трафарет, цифровая печать.
- Ткань - офсет, трафарет, вышивка.
- Пластик - флексопечать, трафарет.
- Кожа / заменители кожи - блинтовое тиснение.

При необходимости, возможно использование дополнительных технологий, таких как: тиснение фольгой, лакирование, конгрев, ламинация.

Оформление мероприятий и выставок

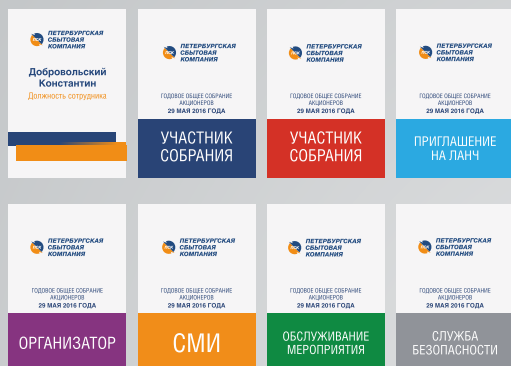
- 9.1. Обзор
- 9.2. Тумба
- 9.3. Ролл-ап
- 9.4. Бейдж
- 9.5. Пресс-волл

9.

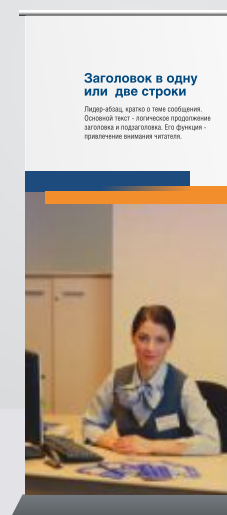
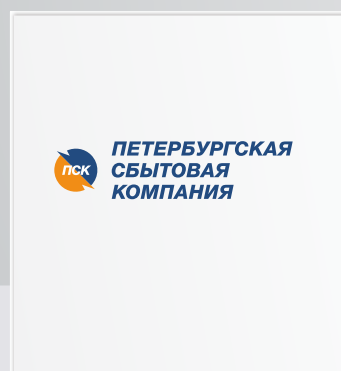
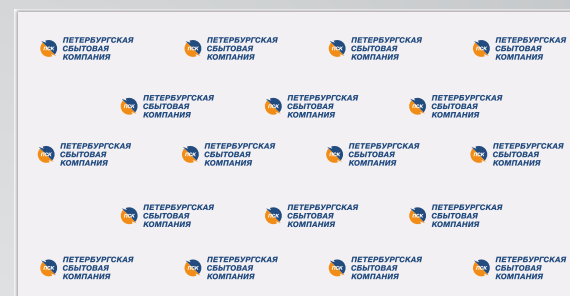
Оформление мероприятий и выставок

9.1. Обзор

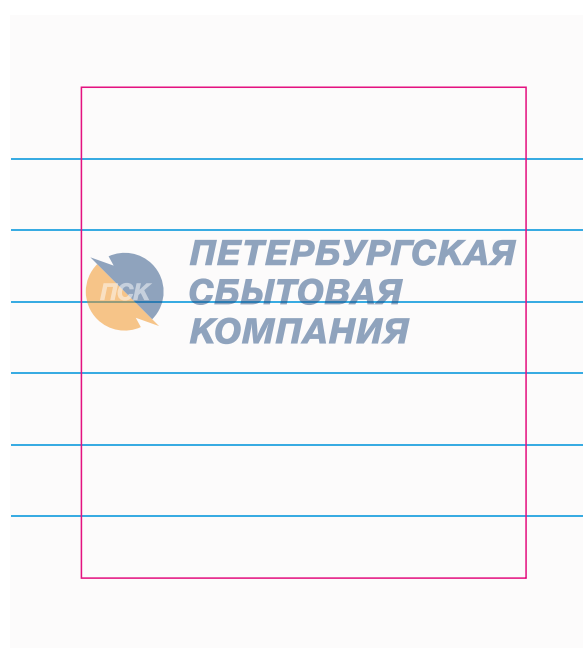
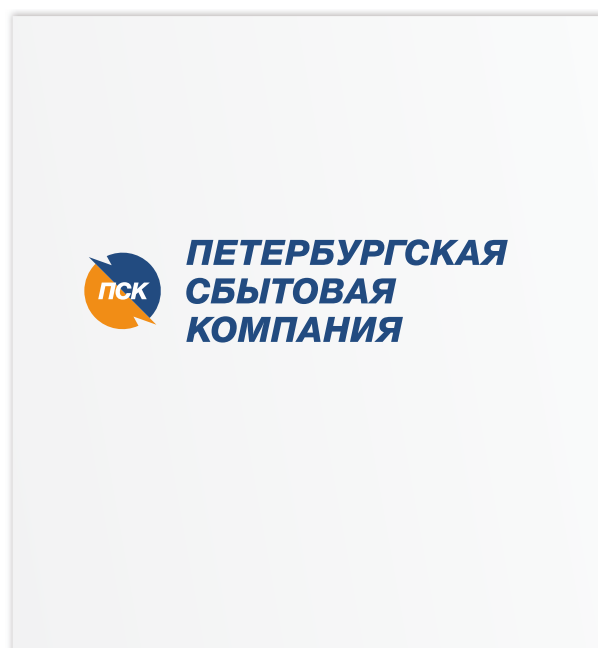
9.4. Бейдж



9.5. Пресс-волл



9.2. Тумба, 9.3. Ролл-ап



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

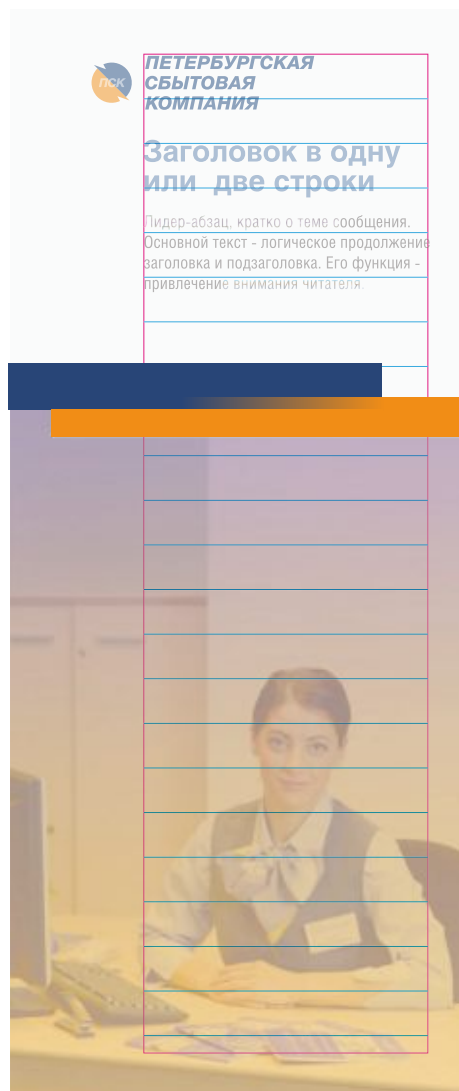
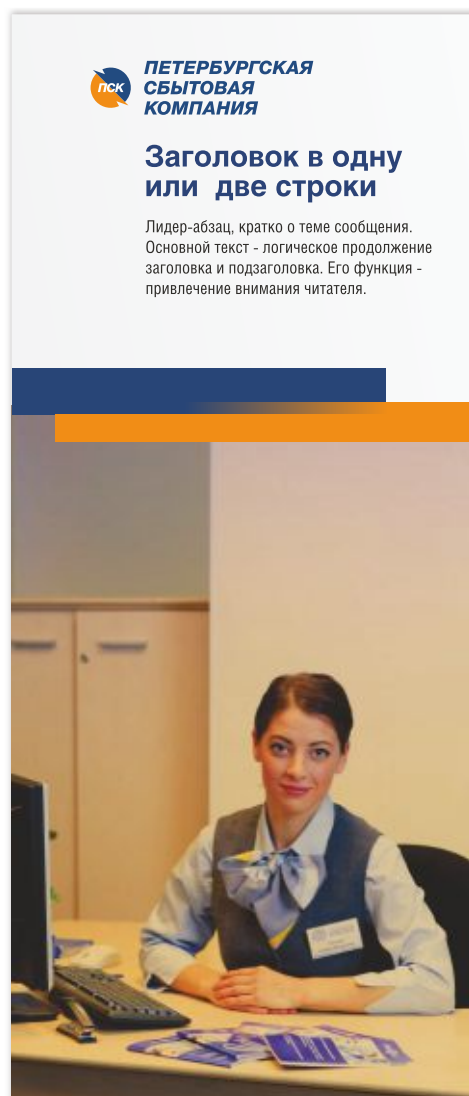
Рекомендации для производства

Формат: требует уточнения у производителя.

Вид печати: требует уточнения
у производителя.

Оформление мероприятий и выставок

9.3. Ролл-ап



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Стиль фотоизображений

См. п.1.5.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

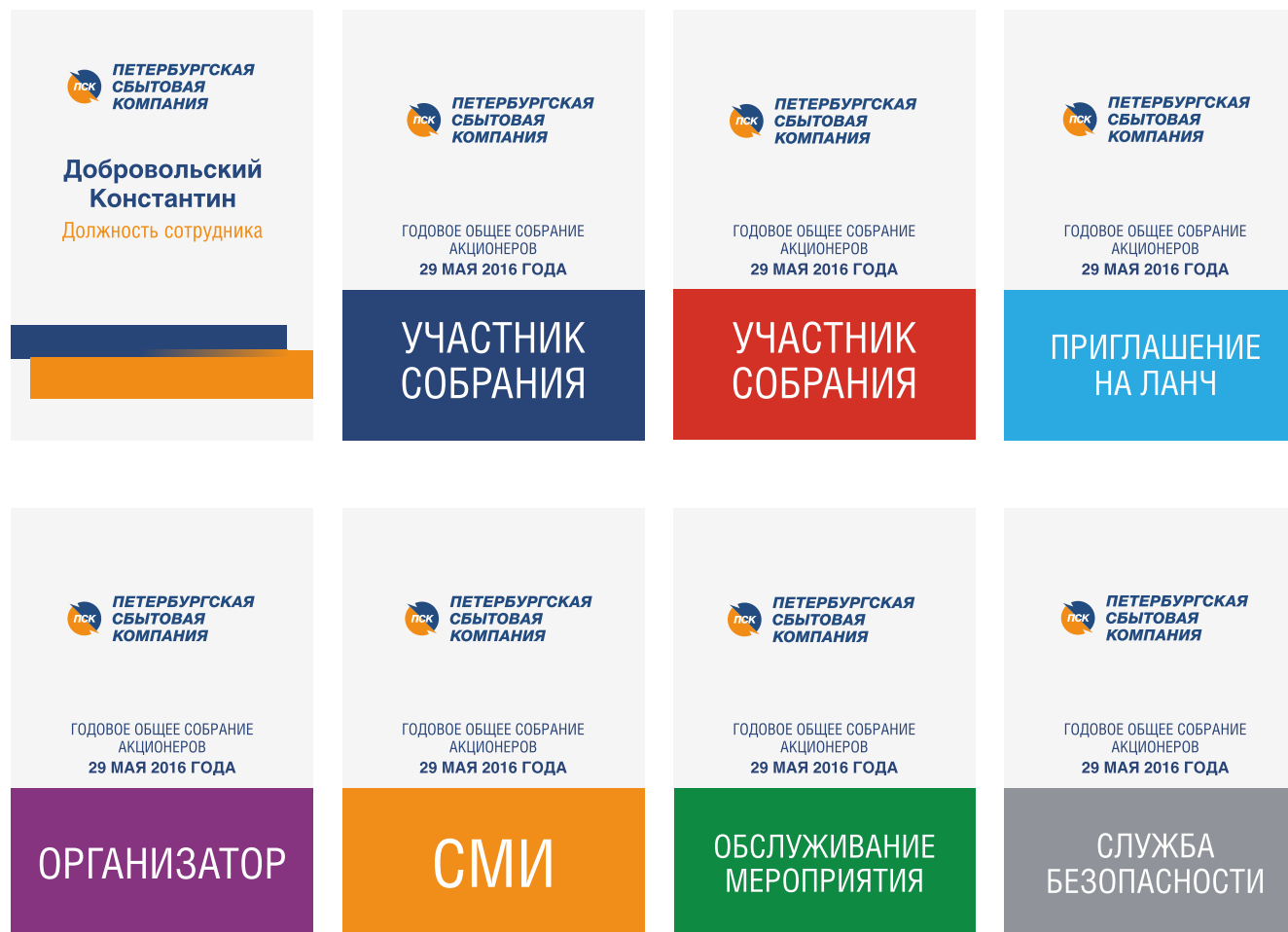
Рекомендации для производства

Формат: 850 x 2000 мм.

Вид печати: ШФП.

Оформление мероприятий и выставок

9.4. Бейдж



Рекомендации для производства

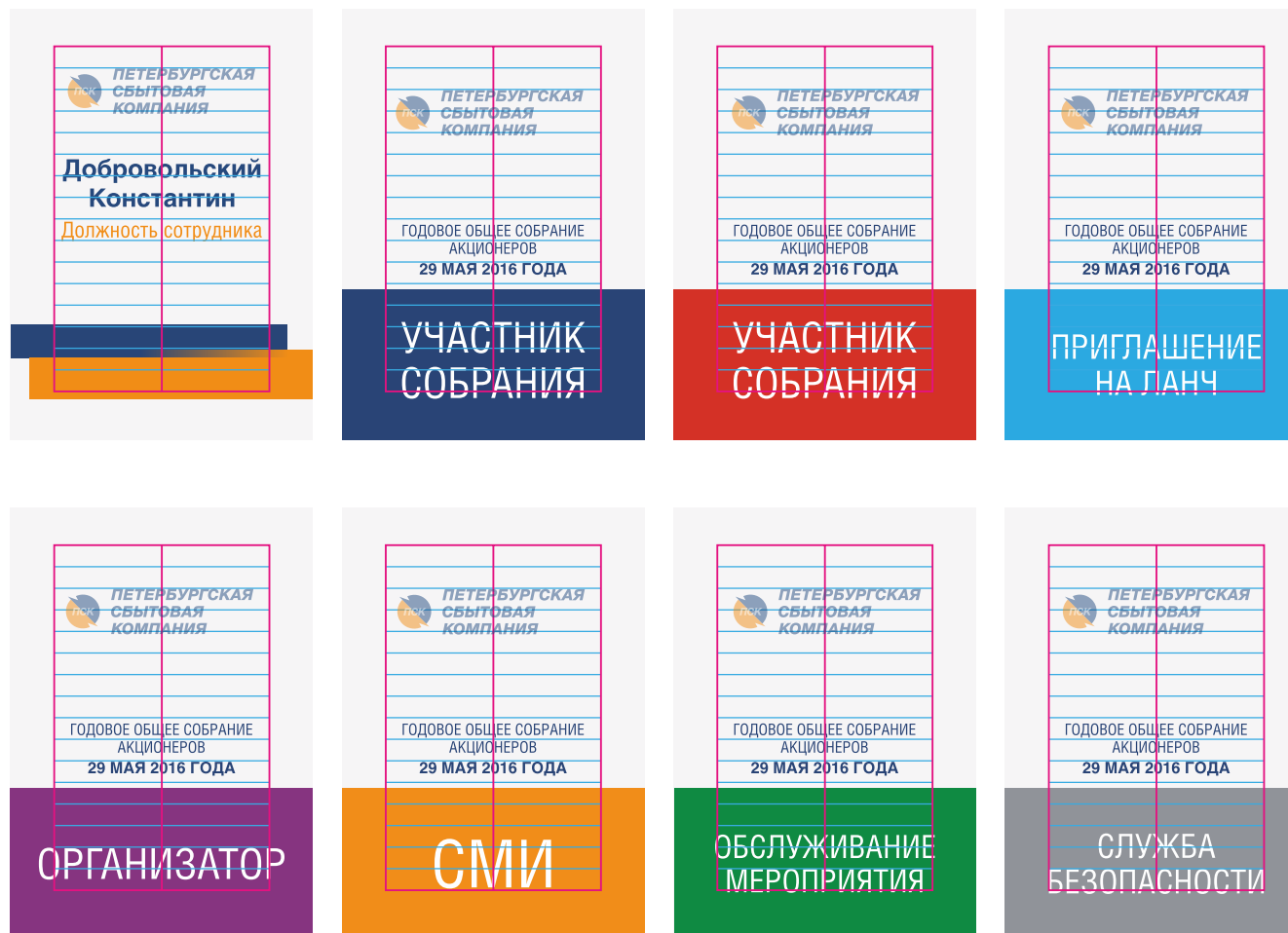
Формат: 88 x 56 мм.

Материал: бумага 250 гр/м².

Вид печати: цифровая.

Оформление мероприятий и выставок

9.4. Бейдж



Логотип
См. п.1.2.

Цвет
См. п.1.3.

Шрифт (pt)
См. п.1.4.

Дизайн-элемент
См. п.1.6.

Система дизайна
См. п.2.

Размер пресс-вола определяется по месту,
в зависимости от размеров помещения.

[Рекомендации для производства](#)

Вид печати: ШФП.



Размер пресс-вола определяется по месту,
в зависимости от размеров помещения.

[Рекомендации для производства](#)
Вид печати: ШФП.

Фирменная одежда

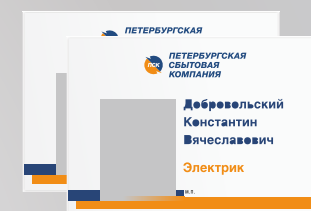
- 10.1. Обзор
- 10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников
- 10.3. Униформа технического персонала
- 10.4. Каска
- 10.5. Бейдж для электриков
- 10.6. Бейдж для выездного персонала, занимающегося сервисом
- 10.7. Бейдж для инспекторов

Фирменная одежда

10.1. Обзор



10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников



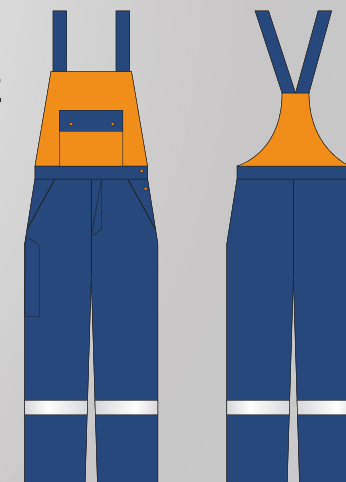
10.5. Бейдж для электриков
10.6. Бейдж для персонала,
занимающегося сервисом
10.7. Бейдж для инспекторов



10.4. Каска



10.3. Униформа технического персонала



Фирменная одежда

10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников

10.2.1. Рабочий костюм летний



Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: основной - шерсть;
подкладка - вискоза.

Фирменная одежда

10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников

10.2.2. Жилетка



Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: основной - шерсть;
подкладка - вискоза.

Фирменная одежда

10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников

10.2.3. Платок



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: шелк.

Фирменная одежда

10.2. Корпоративный стиль офисных сотрудников

10.2.4. Галстук



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: шелк.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

10.3.1. Рабочий костюм летний



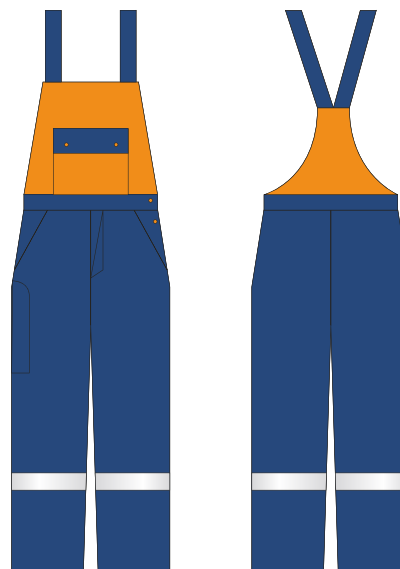
Куртка



Жилетка



Рубашка



Комбинезон



Каска

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

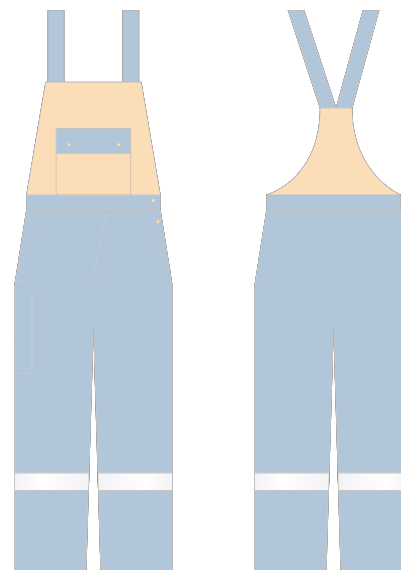
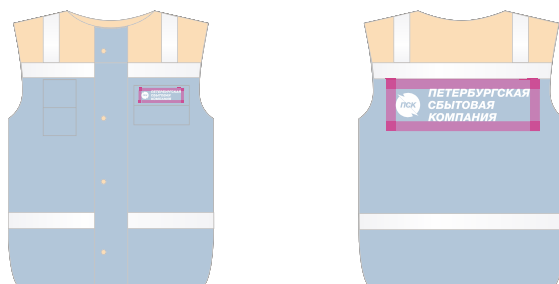
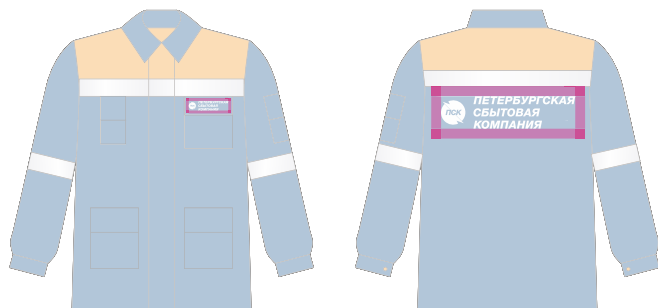
Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

10.3.1. Рабочий костюм летний



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

10.3.2. Рабочий костюм зимний



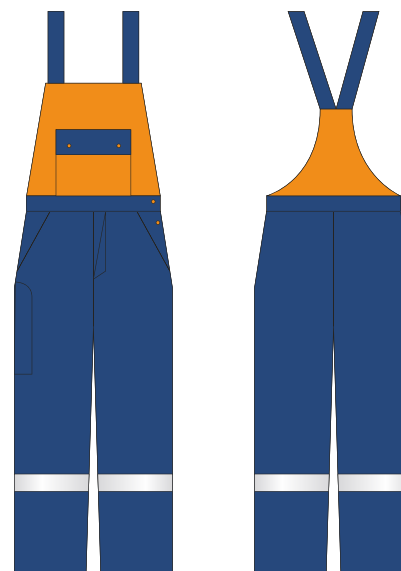
Куртка



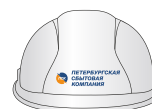
Жилетка



Рубашка



Комбинезон



Каска

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

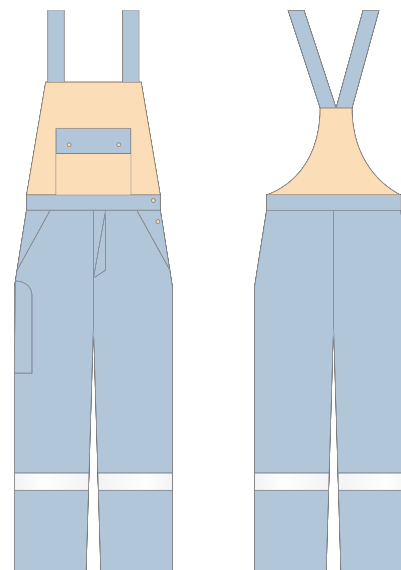
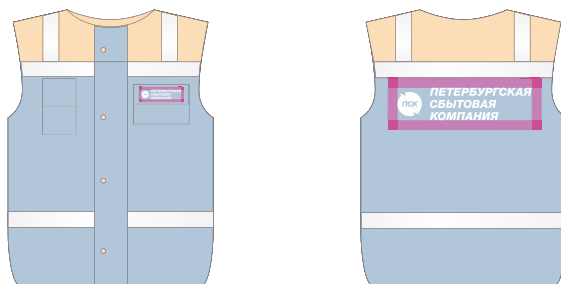
Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

10.3.2. Рабочий костюм зимний



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

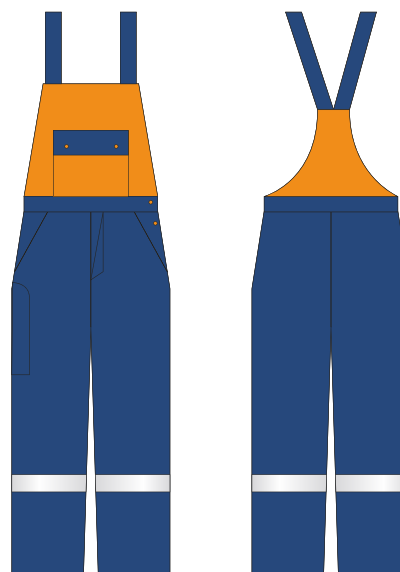
10.3.3. Рабочий костюм для помещений



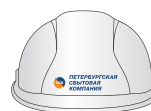
Халат



Рубашка



Комбинезон



Каска

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.3. Униформа технического персонала

10.3.3. Рабочий костюм для помещений



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0 /
вышивка.

Фирменная одежда

10.4. Каска



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

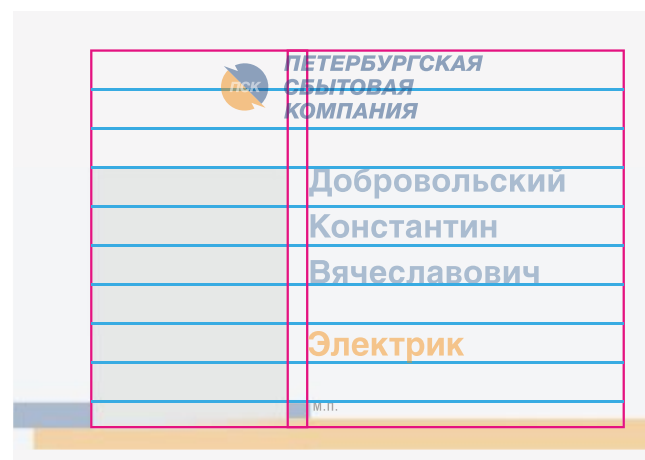
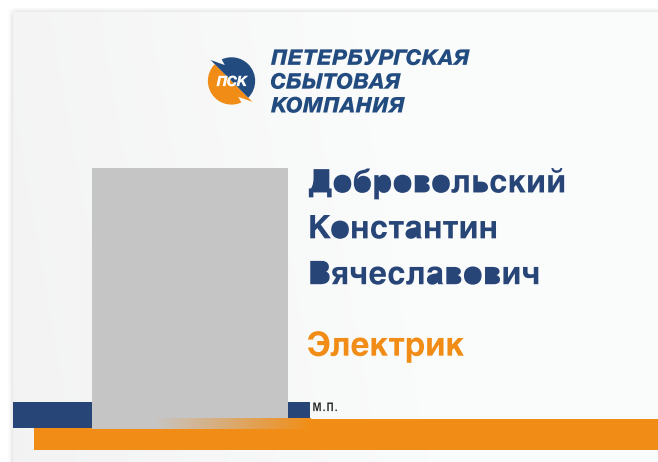
См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Вид нанесения: трафаретная печать, 2+0

Фирменная одежда

10.5. Бейдж для электриков



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

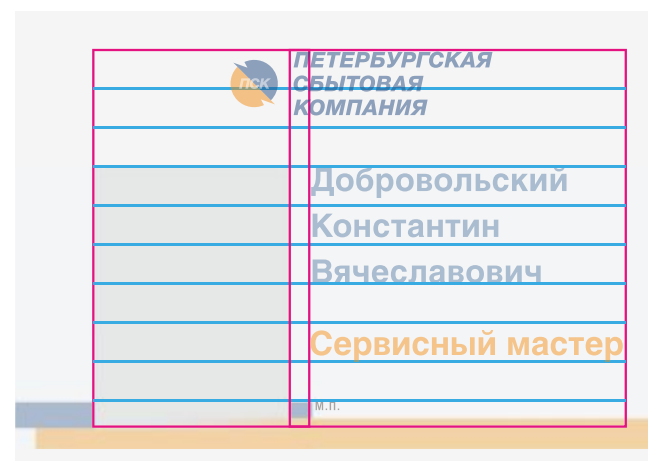
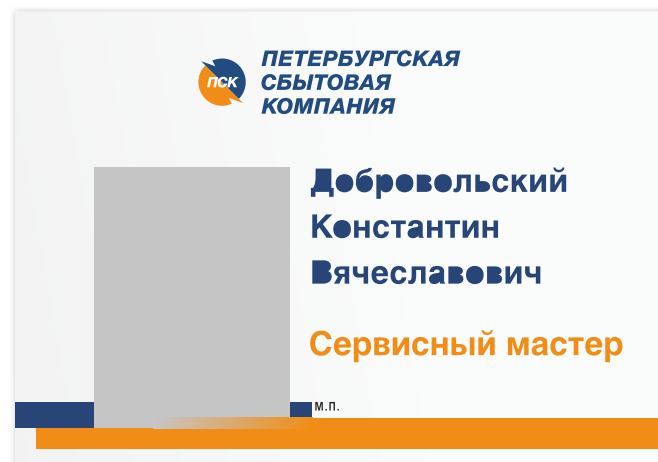
Рекомендации для производства

Формат: 5,5 x 8,5 см

Материал: бумага 300 гр/м²

Фирменная одежда

10.5. Бейдж для выездного персонала, занимающегося сервисом.



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

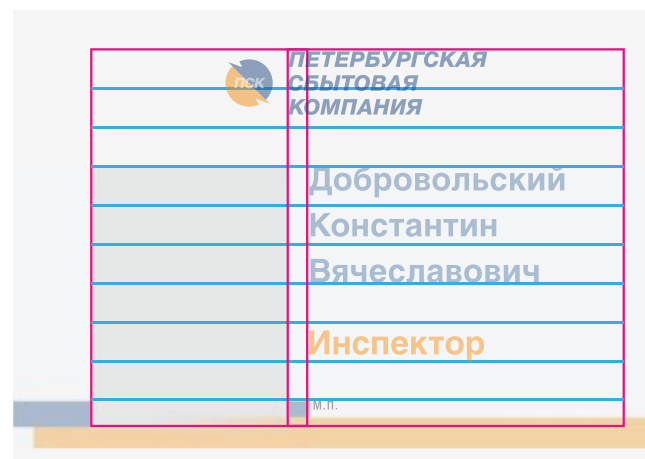
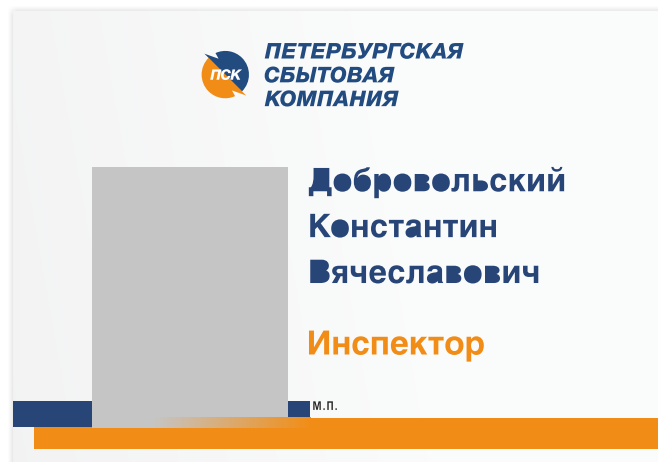
Рекомендации для производства

Формат: 5,5 x 8,5 см

Материал: бумага 300 гр/м²

Фирменная одежда

10.5. Бейдж для инспекторов



Построение

Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

Формат: 5,5 x 8,5 см

Материал: бумага 300 гр/м²

Вывески

- 12.1. Обзор
- 12.2. Стелла-указатель на подъезде
- 12.3. Пилон при въезде в центральный офис и клиентский офис
- 12.4. Пилон офисно-административного здания
- 12.5. Информационная табличка
- 12.6. Фасадная конструкция - наружная информационная вывеска
- 12.7. Крышная конструкция
- 12.8. Консольная конструкция
- 12.9. Примеры неправильного использования вывесок

12.

Вывески

12.1. Обзор



Вывески

12.2. Стелла-указатель на подъезде



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

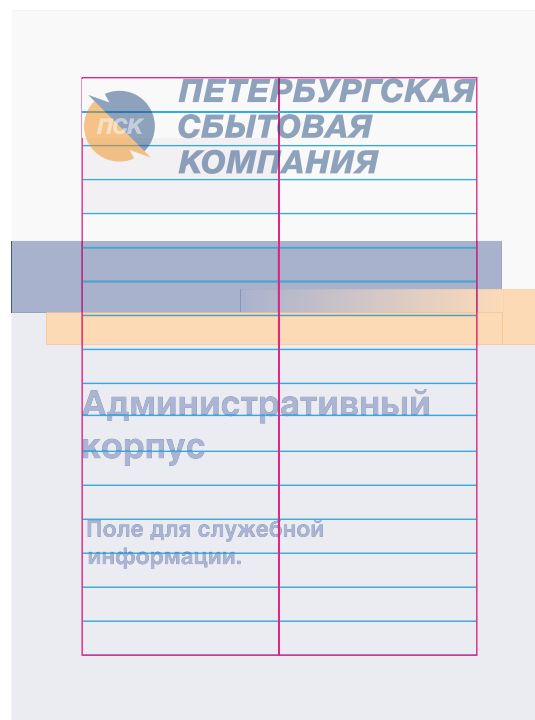
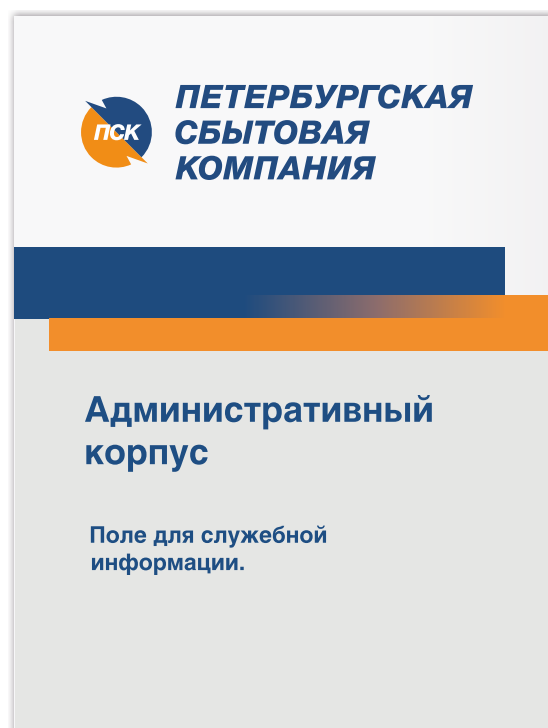
В виде исключения для данного формата
верхнее поле макета = 2X, левое, нижнее
и правое = X.

Рекомендации для производства

Формат: 500 x 1500 мм.

Материал: сталь, пластик, перфорация,
внутренняя подсветка. Конструкция пилона
требует уточнения у производителя.

Подсветка: внутренняя, LED-панель / внеш-
няя, направленными источниками.



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

См. п.1.3.

Шрифт (pt)

См. п.1.4.

Дизайн-элемент

См. п.1.6.

Система дизайна

См. п.2.

Рекомендации для производства

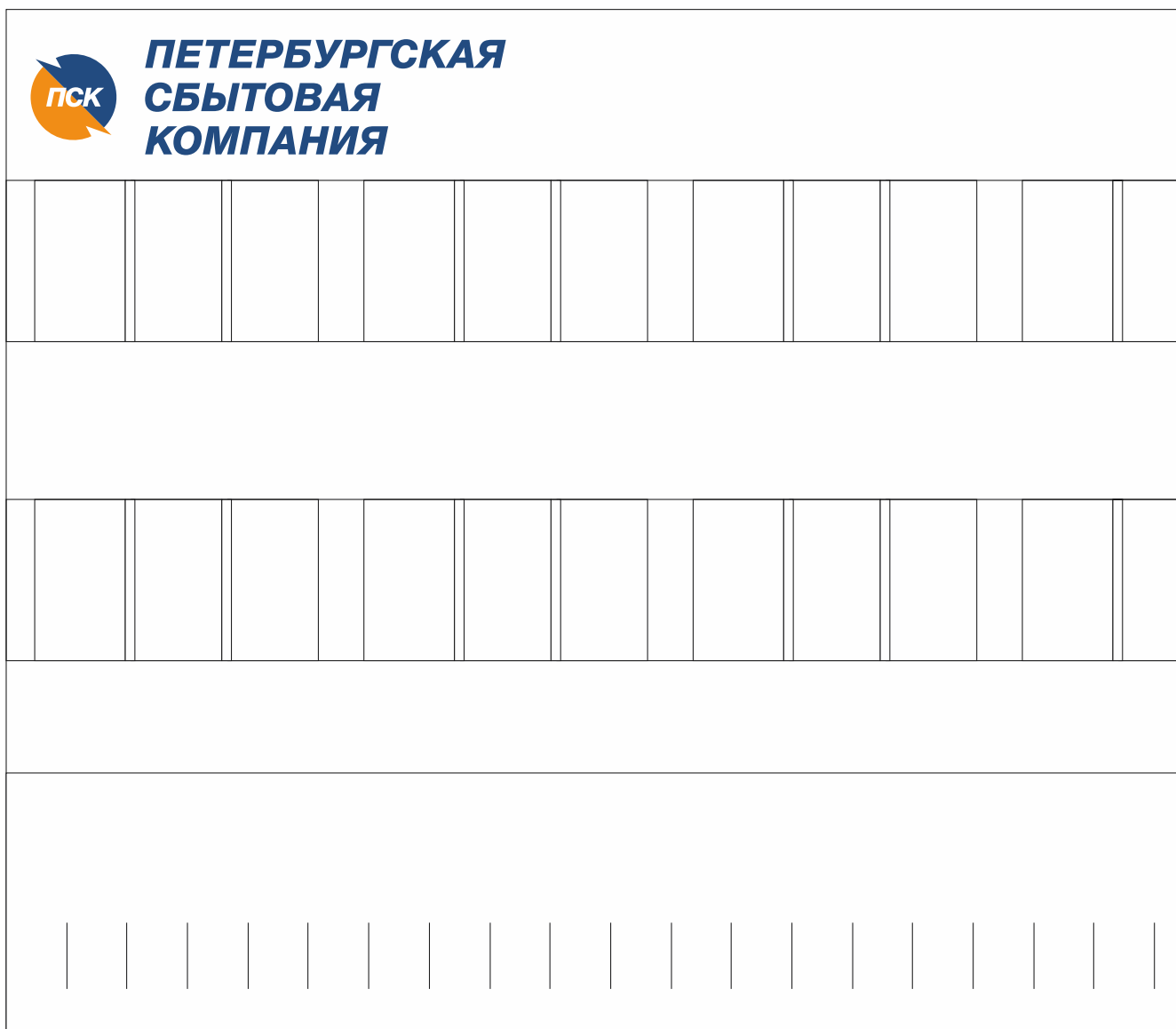
Формат: 300 x 400 мм.

Материал: металл.

Вид печати: гравировка / аппликация.

Вывески

12.6. Фасадная конструкция - наружная информационная вывеска



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

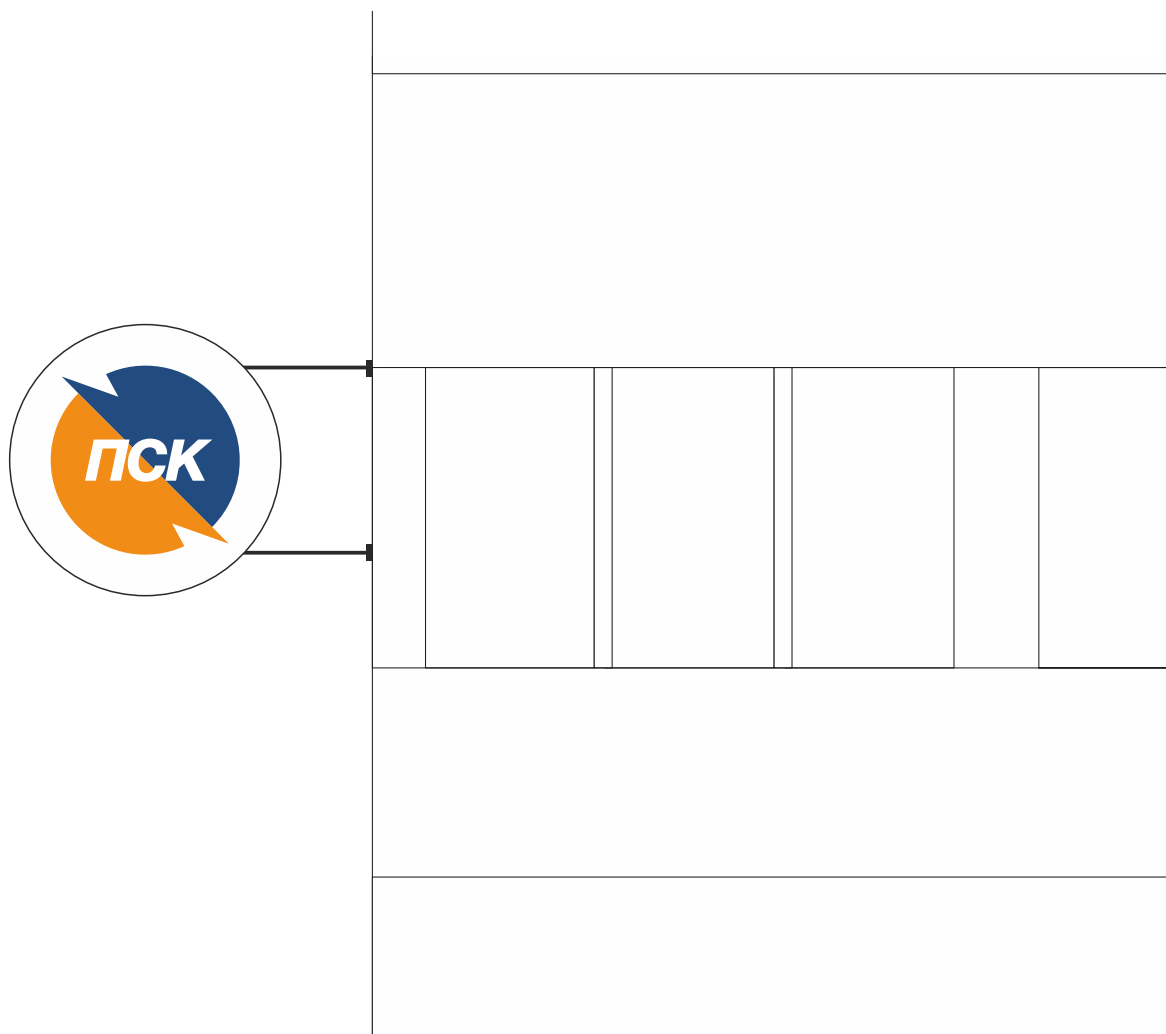
См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: требует уточнения
у производителя.

Подсветка: внутренняя, LED-панель / внеш-
няя, направленными источниками.

12.8. Консольная конструкция



Логотип

См. п.1.2.

Цвет

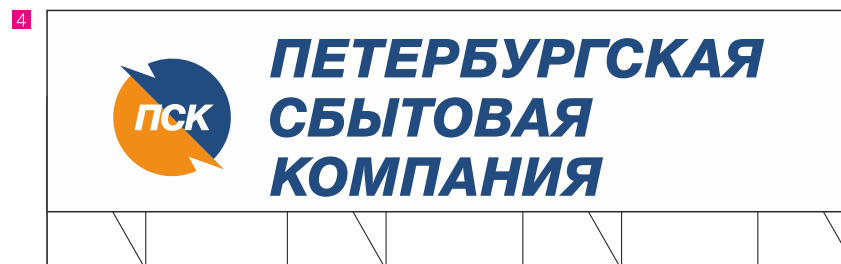
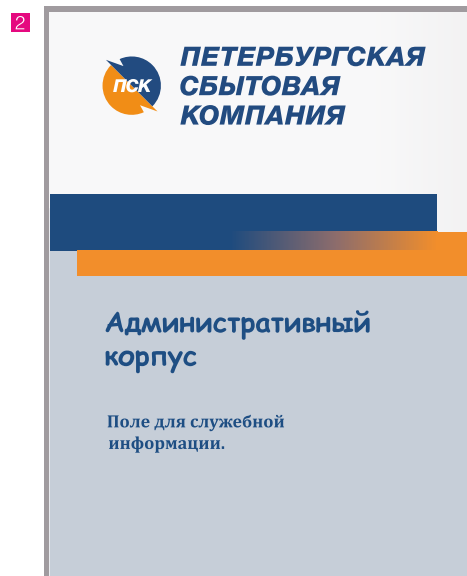
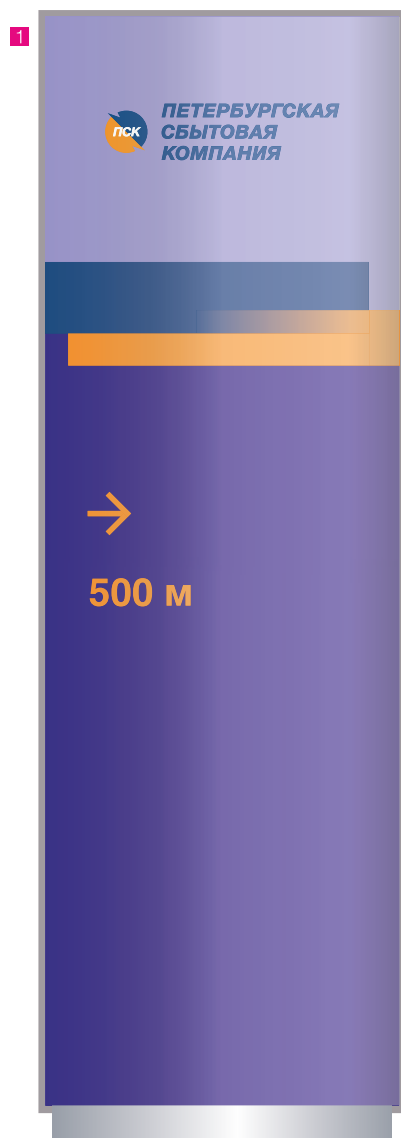
См. п.1.3.

Рекомендации для производства

Материал: требует уточнения
у производителя.

Подсветка: внутренняя, LED-панель / внеш-
няя, направленными источниками.

12.9. Примеры неправильного использования вывесок



Запрещаются любые искажения логотипа и дизайн-элемента, отклонения от правил, прописанных в Руководстве по использованию корпоративного фирменного стиля энергосбытовых компаний Группы «Интер РАО»

- 1 Неправильное окрашивание - несоответствие корпоративному цвету.
- 2 Неверное начертание шрифта.
- 3 Изменение угла наклона.
- 4 Деформирование логотипа.