

ООО Инжиниринговая компания «Центр реновации энергетики»



# Руководство по использованию фирменного стиля






# Руководство по использованию фирменного стиля

ООО Инжиниринговая Компания «Центр реновации энергетики»

103808, Россия, г. Москва, Глинищевский пер., д. 3  
Тел.: (095) 917-14-02, 917-17-78, факс: 916-39-70  
[www.B2B-Energo.ru](http://www.B2B-Energo.ru), [Info@B2B-Energo.ru](mailto:Info@B2B-Energo.ru)

 Руководство по использованию фирменного стиля разработано «Триумвират Девелопмент», [www.triumvirat.ru](http://www.triumvirat.ru)  
Россия, г. Москва, 2002 г.

# Использование фирменного стиля «Центра реновации энергетики»

**Предлагаемая система построения элементов фирменного стиля позволяет выгодно использовать созданный фирменный стиль, формируя образ компании и удовлетворяя различные потребности ООО ИК «Центр реновации энергетики».**

Компания должна повсеместно придерживаться нижеизложенных стандартов и сохранять целостность фирменного стиля.

Важно формировать и поддерживать легкоузнаваемый и чётко идентифицируемый образ ООО ИК «Центр реновации энергетики».

Программа корпоративного стиля, которая предлагается ниже, может быть универсальным средством для активного и постоянного воздействия на формирование позитивного имиджа компании среди ключевых аудиторий, где бы они ни находились.

В данном руководстве изложены основные принципы построения корпоративного фирменного стиля, которые должны помочь увеличить узнаваемость логотипа и фирменной атрибутики ООО ИК «Центр реновации энергетики».

Концепция фирменного стиля отражает особенности деятельности компании. Как следствие, логотип и фирменные цвета отлично сочетаются с атрибутикой РАО «ЕЭС России».

Фирменный стиль создает следующий ассоциативный ряд, связанный с деятельностью организации: стабильность, активность, обновление, созидание.

Компания призвана объединить поставщиков и потребителей услуг, ресурсов, технологий в области поддержания и обновления основных производственных фондов энергетики. Поэтому ассоциативный ряд должен быть связан с добычей электроэнергии, но не должен включать элементы передачи электроэнергии.

Это руководство определяет как главенствующие направления при подготовке канцелярских и бизнес форм, так и основы для создания рекламных и презентационных материалов, а также других визуальных приложений.

## Обзор руководства

Вся продукция с использованием символики «Центра реновации энергетики» должна соответствовать единому фирменному стилю. Необходимость соответствия всех материалов ниже описанным правилам продиктована стремлением создать твёрдый и устойчивый имидж. Следуя несложным правилам по использованию фирменной символики, можно достичь максимальной эффективности в узнаваемости и идентификации атрибутов компании.

Основными составляющими фирменного стиля являются три элемента, которые постоянно остаются неизменными или меняются в соответствии с настоящим руководством.

Этими элементами являются:

- **Фирменный знак**
- **Шрифты**
- **Цвета**

Данное руководство состоит из двух частей. Первая—подробное описание составляющих фирменного стиля. Вторая часть описывает примеры использования этих элементов в различного рода приложениях.

Резюме, размещённое в желтом поле необходимо для того, чтобы быстро определять суть и назначение главы.

### Оглавление

<b>Логотип компании</b> . . . . .	<b>4</b>
<b>Построение логотипа</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>Графические символы</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>Использование шрифтов</b> . . . . .	<b>7</b>
<b>Фирменные цвета</b> . . . . .	<b>8</b>
<b>Цвет и печать</b> . . . . .	<b>9</b>
<b>Запрещённые приёмы</b>	
<b>использования логотипа</b> . . . . .	<b>10</b>
<b>Построение приложений</b> . . . . .	<b>11</b>
<b>Визитная карточка</b> . . . . .	<b>12</b>
<b>Бланк</b> . . . . .	<b>13</b>
<b>Конверт</b> . . . . .	<b>14</b>
<b>Папка</b> . . . . .	<b>15</b>
<b>Фоновая сетка</b> . . . . .	<b>16</b>

## Логотип компании

**Логотип является базовым элементом фирменного стиля и представляет собой единое и неделимое целое. Логотип состоит из фирменного знака и надписи.**

Логотип «Центра реновации энергетики» составлен из оболочки, состоящей из девяти подобных частей и круглой центральной части. Оболочка является стилизованным изображением турбины. Круглая центральная часть сочетает изображение электрического разряда и принцип В2В: «бизнес ту бизнес». В центральной части изображение разрядов напоминает две буквы В, соприкасающиеся друг с

другом и взаимодействующие в пределах одного кольца. Таким образом, центр логотипа олицетворяет принцип В2В, а внешний круг—символизирует оборудование предприятий энергетической отрасли.

Оранжевый цвет логотипа соответствует энергетической отрасли и отлично сочетается со знаками других предприятий отрасли.

Минимальный размер логотипа должен удовлетворять условиям воспроизведения, при которых он остаётся узнаваемым. При печати на лазерном принтере с разрешением 600dpi этот размер равен 8 мм по высоте.



Минимальный размер логотипа при печати на принтере



Минимальное пространство вокруг логотипа



## Построение логотипа

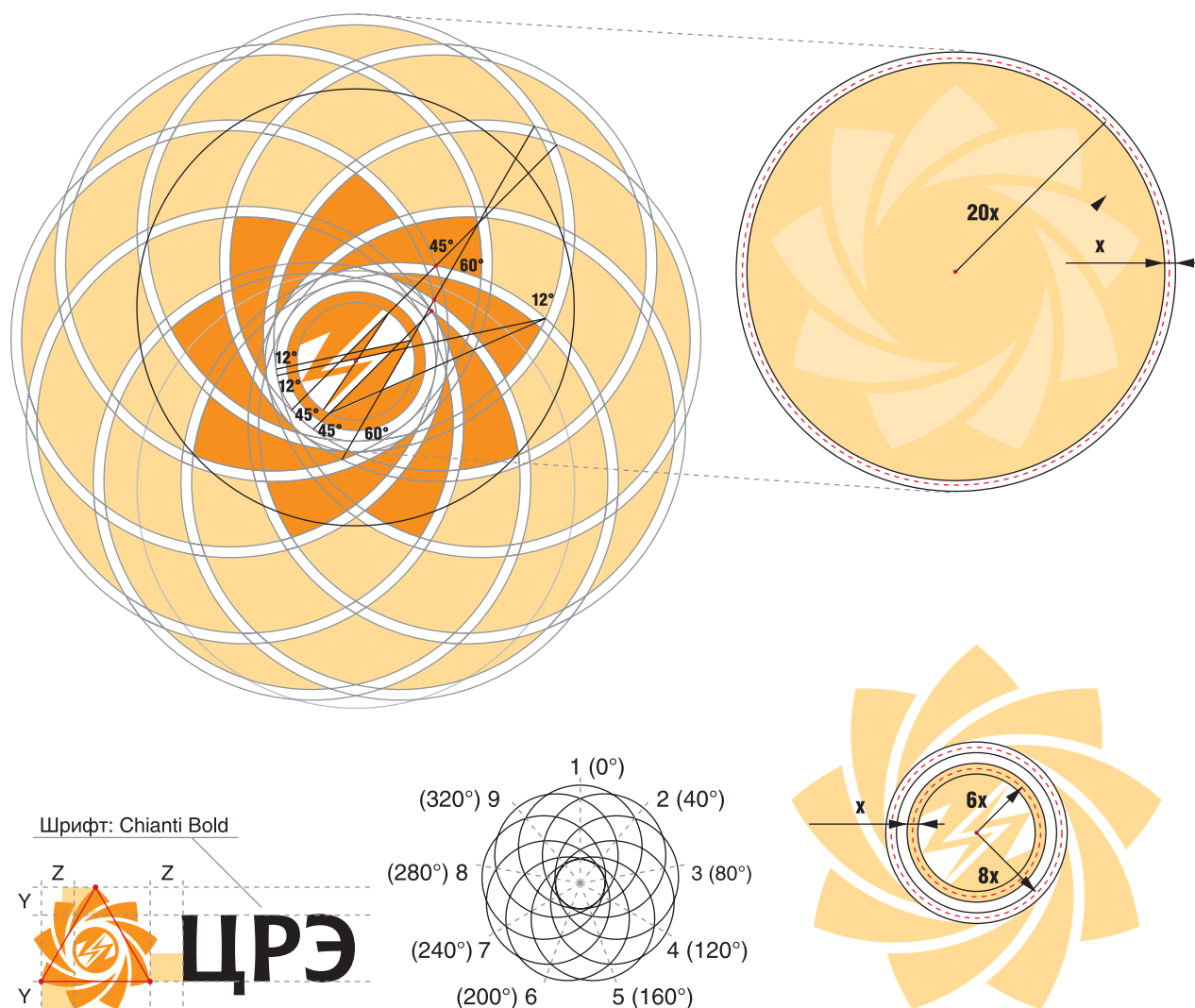
Всегда используйте логотип соответствующего разрешения.

Логотип всегда располагается по центру или слева.

Во избежание визуального смещения вокруг всех границ логотипа должно оставаться свободное пространство, по горизонтали равное  $Z$  и по вертикали  $Y$ . В этом случае логотип будет лучше восприниматься и запоминаться.

**Фирменный знак компании можно воспроизвести, используя лишь циркуль и линейку.**

При использовании логотипа в различных рабочих и рекламных материалах применяется центральная выключка или выключка по левому краю.



## Графические символы

**Дополнительные графические символы используются для расширения творческих возможностей представления рекламных материалов компании.**

Дополнительные графические символы гармонично дополняют использование логотипа и могут использоваться для:

- акцентирования внимания;
- «оживления» фона;
- обозначения принадлежности рекламного материала к определённой категории;
- выделения текста;
- создания фигур;
- обозначения областей;

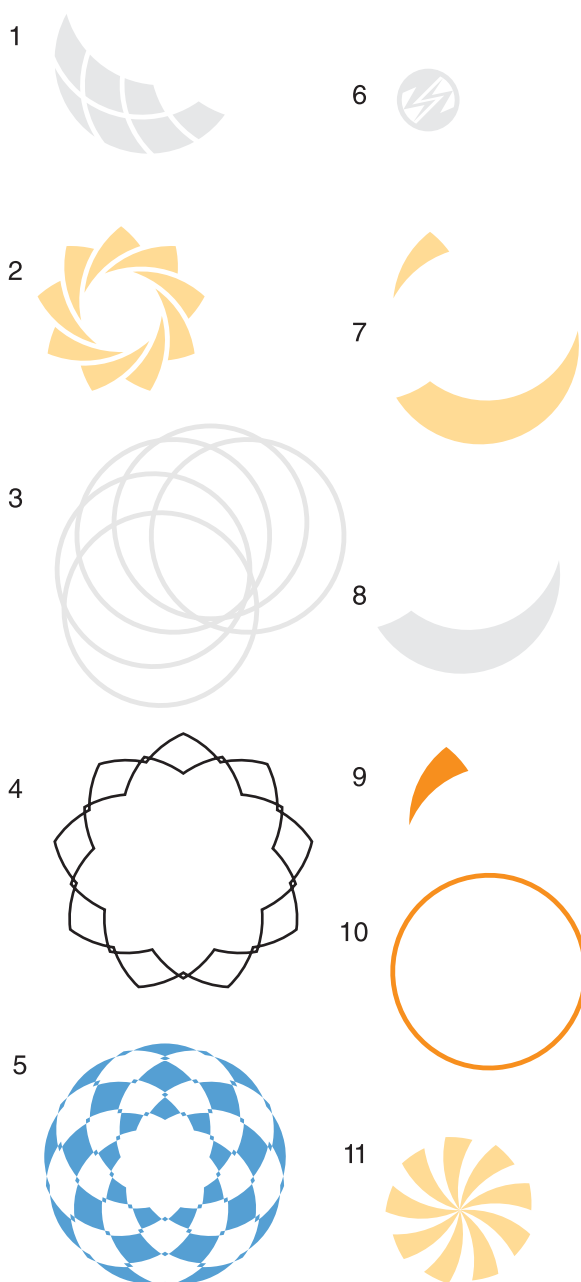
Графические символы возникают из схемы построения логотипа и являются неотъемлемой частью фирменного стиля.

При использовании символов соблюдаются следующие правила:

- каждый элемент не может быть изменён каким-либо образом;
- каждый символ может быть урезан по краям графических блоков, но не может быть повернут;
- символ может быть представлен любым оттенком фирменного цвета, быть чёрным, выполнен в виде контура;
- дополнительные символы возникают из схемы построения логотипа.

Символ №1 используется в макетах конвертов, имитируя сеть из параллелей и меридианов. Инверсное дополнение этого символа в виде фигуры № 3 используется на бланках, символизируя вложенность бланка в конверт как продолжение вложенности фигур. Символ №7 используется на визитных кар-

точках. Символ №4 может использоваться для создания фоновой сетки.



# Использование шрифтов

Для поддержания корпоративного стиля во всех материалах необходимо использовать одинаковый набор шрифтов.

Шрифт является главным оформительским элементом, отражающим характер передаваемой информации и несущим исторические традиции. Начертание шрифта чётко отражает характер эпохи его происхождения. Поскольку деятельность компании связана с объединением многих предприятий энергетической отрасли, шрифт должен быть нейтральным, деловым и иметь простые удобочитаемые формы.

Шрифт Гелиос принадлежит к семейству новых гротесков и обладает интернациональным типографическим сти-

**Фирменный шрифт должен усиливать смысл текста, а также способствовать закреплению информации в памяти.**

лем. Формы букв имеют чёткие геометрические начертания, что согласуется со схемой построения логотипа.

Важным достоинством данной гарнитуры является широкий набор начертаний.

Для набора текстовых блоков используется прямое начертание гарнитуры размера 12 пунктов.

Для заголовков используется либо Helios Extended, либо Helios Bold.

## Helios (Гелиос)

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## Helios Bold

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

## Helios Condens

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
0123456789 «»,:?. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## Helios Condens Black

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя**  
**0123456789 «»,:?. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

## Helios Extended

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## Helios Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



# Фирменные цвета

**Цвет служит мощным средством идентификации и потому является существенным компонентом фирменного стиля.**


Фирменные цвета разделяются на основные, дополнительные и вспомогательные.

Каждый цвет представлен в четырёх цветовых пространствах: Pantone (печать спецкрасками), CMYK (печать офсетными красками), RGB (экранный цвет), Web (цвет в Интернете).

## Основные цвета

**Основные цвета предназначены для передачи основного варианта логотипа на белом или светлом фоне.**

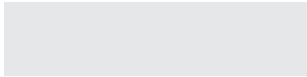
Оранжевый. Яркий оранжевый цвет ассоциируется с солнцем, энергией, активностью, динамикой.

 Pantone Orange 021;  
CMYK. C: 0, M: 53, Y:100, K: 0;  
RGB. R:255, G:153, B:51; Web:#FF9933

Чёрный. Используется для чётких текстовых надписей и придания контраста оранжевому цвету.

 Pantone Black 6  
CMYK. K: 100

Серый. Используется для нанесения дополнительных графических символов и оживления фона.


 Pantone Cool Gray 2;  
CMYK. C:0, M:0, Y:0, K: 10;  
RGB. R:214, G:214, B:214; Web:#D6D6D6

## Дополнительные цвета


**Используются для воспроизведения логотипа, расположенного на тёмном**

**фоне, и активных вспомогательных фоновых полей.**

Светло-песочный. Этот цвет хорошо сочетается с оранжевым цветом логотипа и используется для выделения вспомогательной информации или на тёмном фоне.

 Pantone 1345;  
CMYK. C:0, M:14, Y:47, K: 0;  
RGB. R:255 G:225 B:152; Web:#FFE198


Бордовый. Используется при печати материалов, предполагающих продолжительное использование: обложек, папок и т.п.

 Pantone 209;  
CMYK. C:0, M:100, Y:100, K: 53;  
RGB. R:102, G:42, B:66; Web:#662A42


## Вспомогательные цвета

**Применяются только для выделения пассивных вспомогательных текстовых блоков и не используются в сочетании с логотипом.**

Голубой. Применяется для вспомогательных фоновых полей, является пассивным цветом по сравнению со светло-песочным.

 Pantone 543;  
CMYK. C:62, M:22, Y:0, K: 3;  
RGB. R:155, G:179, B:210; Web:#9BB3D2

Ультрамарин. Используется для создания рамок, и набора текста на голубом и белом фоне.

 Pantone 541;  
CMYK. C:100, M:57, Y:0, K: 38;  
RGB. R:65, G:99, B:137; Web:#416389

# Цвет и печать

Предпочтение всегда отдаётся основным цветам. Использование нестандартного цвета может быть связано с технологиями процесса печати, нестандартностью используемых материалов, особенностью графического решения и т. п.

В таком случае допускается использование вариантов, изложенных в данном разделе. Следует учесть, что комбинация различных цветовых решений в одном документе или приложении недопустима.

Цвета фирменного знака и подписи

**При производстве различных материалов с фирменной символикой компании часто возникает потребность в применении цветового решения, отличного от стандартного.**

ЦРЭ должны различаться, за исключением чёрно-белого вариантов.

Для каждого отдельного приложения должен быть выбран один тип цветового решения.

## Светлый фон



Основной вариант

## Тёмный фон



На бордовом фоне (Pantone 209) надпись ЦРЭ выделяется песочным цветом (pantone 541)

## Иллюстрация



Светлая иллюстрация может быть использована в сочетании с основным вариантом



Оттенок цвета pantone 1345



При нанесении логотипа на тёмный фон одним цветом используется сочетание бордовый-серебро



На тёмном фоне используется белый логотип



Чёрно-белая печать



Белый логотип на чёрном фоне



На светлом фоне, оттенок которого отличается от светло-серого используется чёрный логотип



Серый фон (Black 10%)



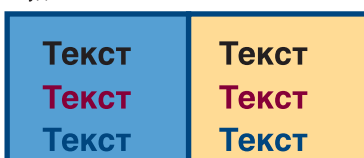
На тёмном фоне основной вариант является неудобочитаемым



Запрещается использование высококонтрастной фотографии



Запрещается использовать нестандартный цвет фона



В качестве дополнительных фоновых цветов для выделения текстовых блоков, не содержащих логотип используется

# Запрещённые приёмы использования логотипа

При построении логотипа не допускается использование деформирования графического начертания, а также добавление или удаления каких-либо элементов.

Логотип никогда не меняется и всегда должен приводиться полностью.

Запрещается изменять координатную сетку логотипа (деформировать), менять отдельные части или соотношение

частей (искажать за исключением случаев анимирования), менять цвет, добавлять или удалять отдельные элементы в пределах свободного пространства вокруг логотипа.

Логотип всегда должен воспроизводиться с чёткими краями, не более чем двумя цветами. В электронной документации запрещается хранить логотип в форматах со значительной потерей качества, таких как jpeg со сжатием.

## Деформации



Поворот



Сжатие



Скос

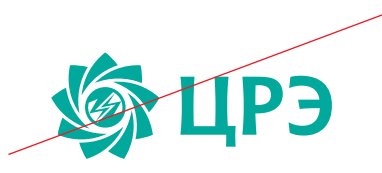


Растяжка



Перспектива

## Искажения



Изменение цвета



Изменение положения частей



Изменение соотношения частей

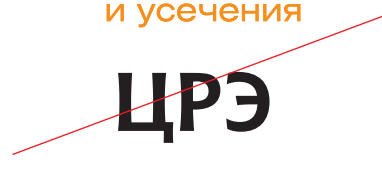


Использование нестандартного сочетания фирменных цветов



Использование нестандартного шрифта

## Дополнения и усечения



Отдельное использование части логотипа



Добавление тени



Придание псевдообъёмности



Добавление обводки



Дополнительные элементы в поле логотипа

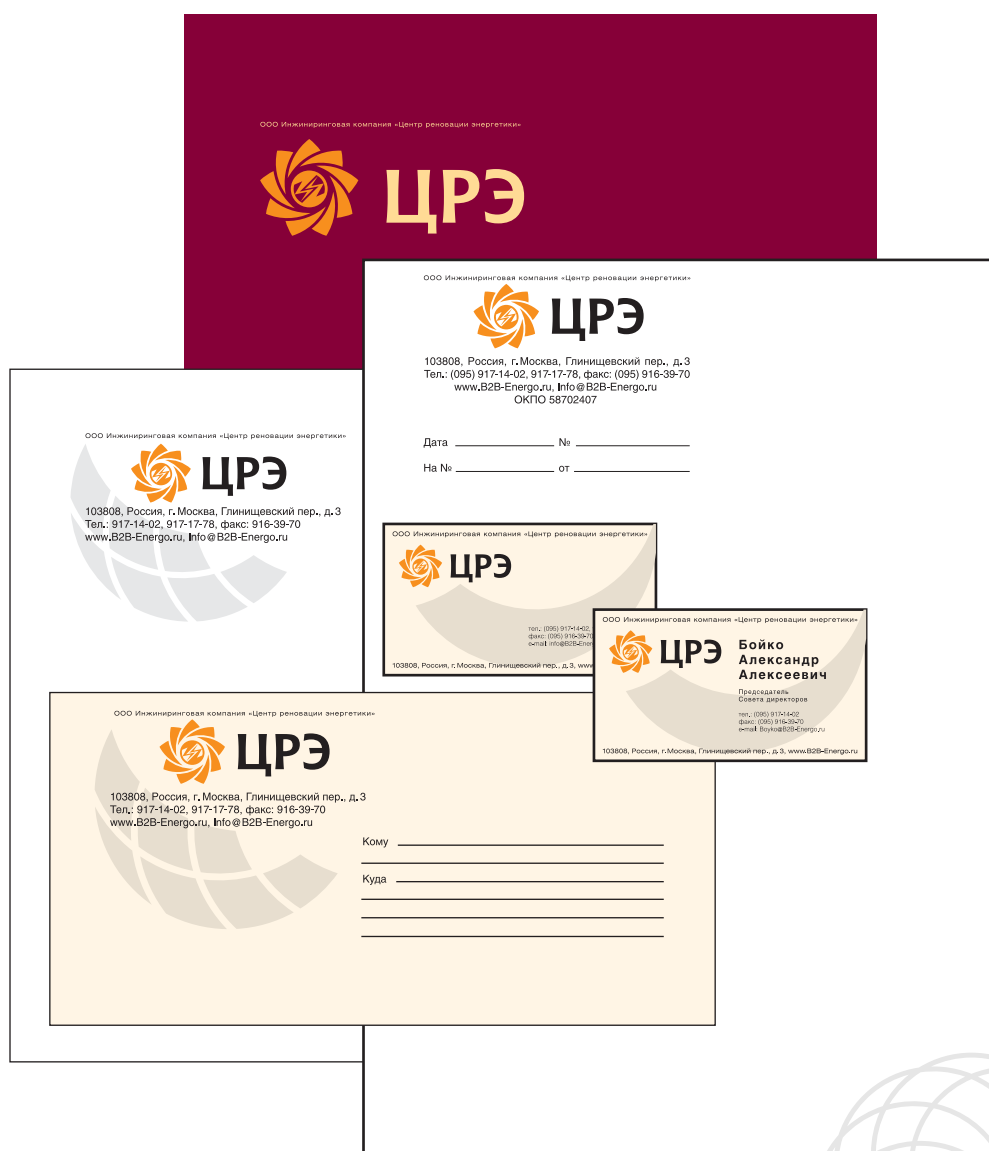
# Построение приложений

Основные элементы фирменного стиля, принципы построения которых были изложены выше, не существуют сами по себе, а всегда являются частью какого-либо офисного документа, сувенирной или рекламной продукции, презентационных материалов и других приложений. Некоторые приложения, наиболее часто используемые в текущей деятельности компании, могут и должны быть унифицированы с точки зрения размеров, компоновки основных элементов, цветового, шрифтового решения и типа бумаги. При таком подходе они также становятся

**При использовании элементов фирменного стиля (логотип, цвета и шрифты) в стандартных приложениях следует руководствоваться нижеизложенными правилами. Это обеспечит унификацию документооборота внутри офисов компании и узнаваемость приложений для внешнего использования.**

частью фирменного стиля компании.

Вторая часть данного руководства описывает правила композиции и построения этих приложений.



## Визитная карточка

**Визитная карточка часто является первичным коммуникационным средством и ни при каких обстоятельствах не может отличаться от стандартной формы.**

Визитная карточка всегда имеет размер 90x50 мм и не может быть двухсторонней.

Плотность бумаги: 285 г/м<sup>2</sup>.

Визитная карточка воспроизводится на бумаге DALI BIANCO коллекции CHA-GALL-DALI фабрики Cordenons с тиснением типа «микровельвет» и лёгким кремовым оттенком, сочетающимся с цветом логотипа.



# Бланк

Размеры бланка: 210x297 мм (формат А4). Текст на бланке набирается гарнитурой Helios, 12 pt с выравнением по ширине и расстановкой переносов.

Качество бумаги должно гарантировано соответствовать для использования в копировальных аппаратах, лазерных и струйных принтерах, а также иметь следующие характеристики:

Плотность бумаги: 80 г/м<sup>2</sup>.

Белизна: не менее 98 %.

**Угловой бланк с фирменной символикой компании используется при отправке официальных документов и для ведения учётной системы по переписке.**

The diagram illustrates the layout of a document template on an A4 sheet (210x297 mm). The layout is defined by a grid of red dashed lines. Key dimensions and elements are as follows:

- Top Margins:** 20 mm (left), 88 mm (center), 13 mm (right).
- Right Margins:** 5 mm (top), 25 mm (middle), 24 mm (bottom).
- Bottom Margin:** 26 mm.
- Text Elements:**
  - Top header: "ООО Инжиниринговая компания «Центр репутации энергетик»" (font: Helios Extended, 6pt).
  - Logo: "ЦРЭ" (font: Helios, 10pt).
  - Address: "103808, Россия, г. Москва, Глинцевский пер., д.3" (font: Helios, 10pt).
  - Contact: "Тел.: (095) 917-14-02, 917-17-78, факс: (095) 916-39-70" (font: Helios, 10pt).
  - Website: "www.B2B-Energo.ru, info@B2B-Energo.ru" (font: Helios, 10pt).
  - Registration: "ОКПО 58702407" (font: Helios, 10pt).
  - Form fields: "Дата \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_" and "На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_" (font: Helios, 10pt).
- Decorative Elements:** A stylized globe graphic is located in the bottom right corner.

# Конверт

**Конверт с фирменной символикой компании используется при отправке почтовых и курьерских отправлений.**

- страна (для международной корреспонденции);
- почтовый индекс.

Вне зависимости от размера конверта фирменный знак и адрес всегда имеют одинаковые размеры.

Их размещение отвечает требованиям государственной почтовой службы, касающимся оформления.

**Конверт стандарта DL**, евростандарт: 110x220 мм. В него помещается лист формата A4, сложенный втрое.

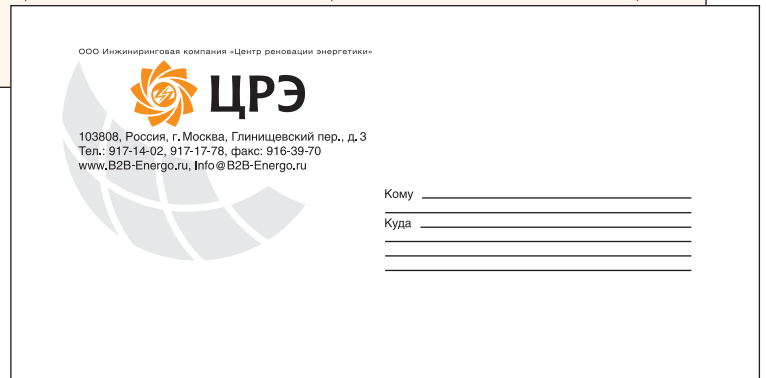
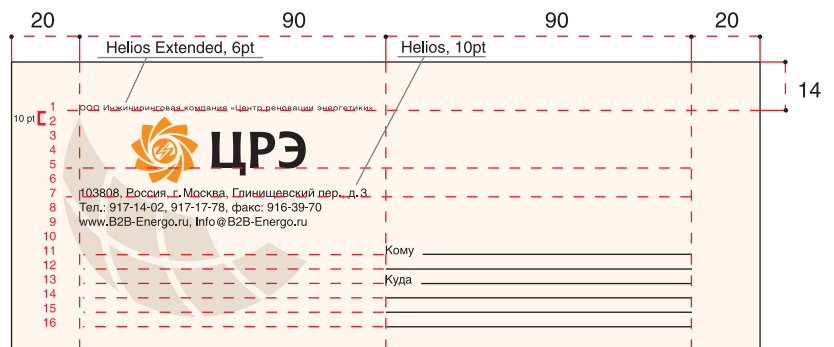
**Конверт C4**: 229x324 мм. Используется как пакет для пересылки журналов или документов, напечатанных на листах формата A4.

Представительский конверт печатается на тонированной бумаге Corolla Buste (№00816) фабрики «Fedrigoni». Обычный конверт печатается на белой бумаге.

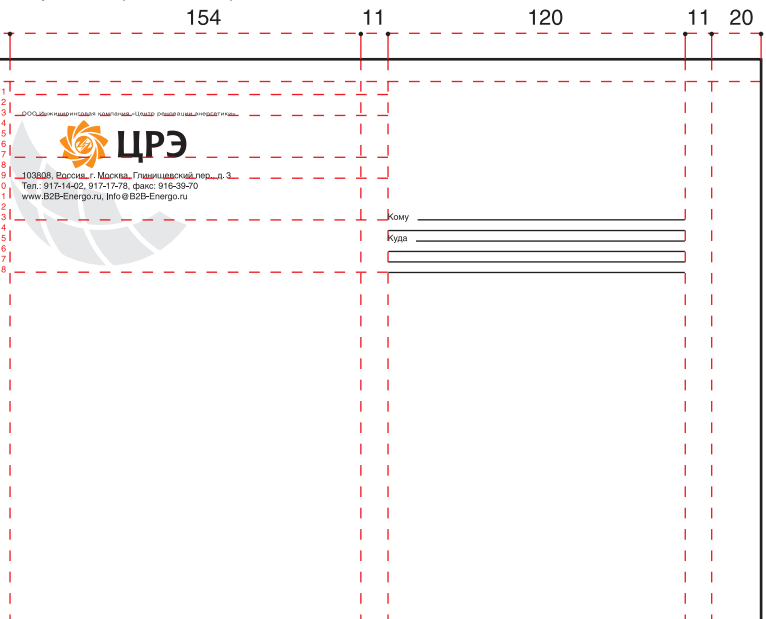
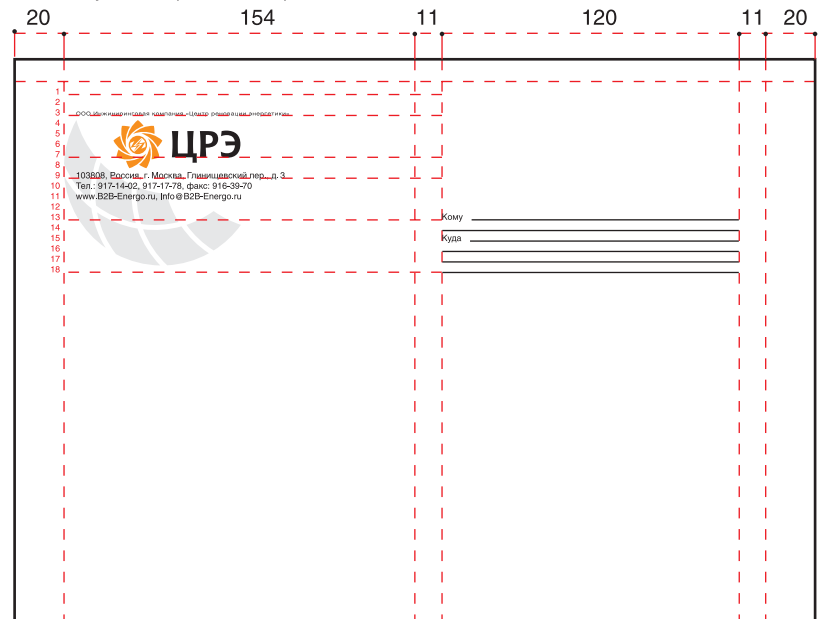
В правом нижнем углу конверта пишется адрес получателя и индекс в таком порядке:

- фамилия, имя, отчество получателя;
- улица, номер дома, квартиры;
- наименование населенного пункта;

Конверты DL (110x220)



Конверт C4 (229x324)



## Папка

Папка воспроизводится на бумаге DALI BORDEAUX коллекции CHAGALL-DALI фабрики Cordenons с тиснением типа «микровельвет» бордового цвета, схожего с фирменным цветом pantone 209. Фактура бумаги совпадает с фактурой визитных карточек.

**Фирменная папка используется для хранения и передачи документов формата А4, а также способствует созданию положительного образа компании.**

Размер папки: С4 (229х324 мм).

Плотность бумаги: 285 г/м<sup>2</sup>.

