

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ



СОДЕРЖАНИЕ

1. ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.1 Знак и логотип. Основной вид.

1.2 Логотип. Свободное поле.

1.3 Логотип. Инвертное начертание.

1.4 Логотип. Расположение.

1.5 Логотип. Минимальный размер логотипа.

1.6 Логотип. Ошибки начертания.

1.7 Логотип. Корпоративные цвета.

1.8 Логотип. Цветовые сочетания.

1.9 Корпоративный шрифт.

1.10 Фотографический стиль.

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.1 ЗНАК И ЛОГОТИП. ОСНОВНОЙ ВИД

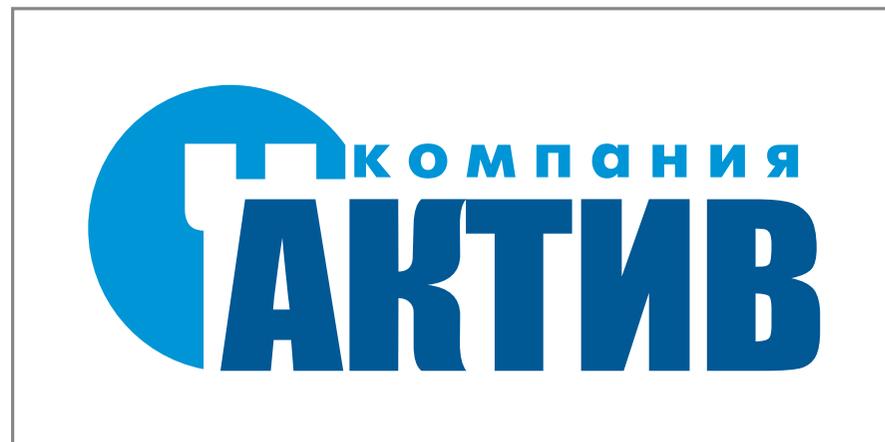
Основу корпоративной идентификации составляет знак «Башня». Знак может использоваться только в сочетании с оригинальным написанием названия компании. Сочетание знака с оригинальным написанием образует логотип. Взаимное расположение элементов логотипа и их размеры относительно друг друга не должны изменяться. Не следует использовать оригинальное написание отдельно от знака.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.2 ЛОГОТИП. СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Всегда следует соблюдать свободное поле вокруг логотипа — это пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст. Свободное поле также определяет минимальное расстояние до границ листа или другого носителя. Чтобы определить границы свободного поля, нужно отмерить от габаритов логотипа с каждой стороны расстояние, равное половине высоты букв оригинального написания.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.3 ЛОГОТИП. ИНВЕРТНОЕ НАЧЕРТАНИЕ



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.4 ЛОГОТИП. РАСПОЛОЖЕНИЕ

В печатной продукции логотип должен располагаться в одном из нижних углов документа или внизу по центру. При этом расстояние до обреза не должно быть меньше, чем свободное поле логотипа.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.5 ЛОГОТИП.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.6 ЛОГОТИП. ОШИБКИ НАЧЕРТАНИЯ

1. Использование оригинального написания отдельно от знака.
2. Непропорциональное масштабирование.
3. Изменение взаимного расположения элементов.
4. Контурное начертание.
5. Поворот.
6. Изменение оригинального написания.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.7 ЛОГОТИП. КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая палитра компании состоит из трех основных цветов: синего, голубого и белого. Дополнительно в материалах компании используются оттенки основных цветов и серый.

На этой странице указаны соответствующие корпоративным цветам краски Pantone и CMYK.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



Pantone 301C
C100 M53 Y4 K19

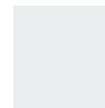
Pantone 2925C
C68 M1 Y8 K8

White

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



Pantone Cool Gray 3C
C24 M18 Y18 K0



30 % от Pantone Cool Gray 3C
C9 M6 Y6 K0

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.8 ЛОГОТИП. ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ

1. Основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах.

2. Инвертный знак выполняется только в белом и черном цвете.

3. В собственных материалах основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах на белом фоне.

4. В собственных материалах инвертный логотип выполняется только на фоне в фирменных цветах.

5. В материалах сторонних компаний допускается использование основного вида логотипа только на белом фоне.

6. В материалах сторонних компаний допускается использование инвертного логотипа на небелом нефотграфическом фоне, при условии хорошей читаемости.

7–8. Допускается использование черного цвета, когда цветное воспроизведение невозможно (например, в факсимильных бланках или черно-белых периодических изданиях).



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.9 КОРПОРАТИВНЫЙ ШРИФТ

Во всех материалах компании используется семейство шрифтов Myriad Pro.

В электронной и бумажной корреспонденции следует использовать шрифт Arial из стандартного набора операционной системы MS Windows.

Myriad Pro Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Italic

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Semibold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Black

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Condensed

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

1.10 ФОТОГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

Все имиджи для рекламных материалов представляют из себя цветные фотоизображения.

Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер и подбираются соответственно направлениям.

Освещение — естественное, дневное, без резких источников света. В изображении не должно быть контрастных по светотени объектов, темных силуэтов на переднем плане.

Имиджи должны представлять из себя объекты (предметы), абстрактные текстуры. В них должна присутствовать продукция компании.

Фон фотографий должен быть белым, белым с затемненными углами или фотографическим.

На белом фоне все фотографии размещаются в бирюзовой рамке. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть белое поле равной ширины.

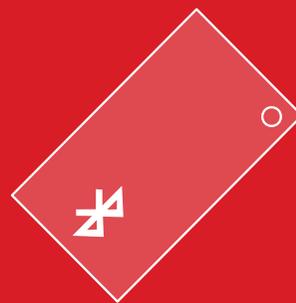
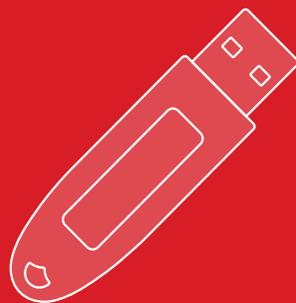
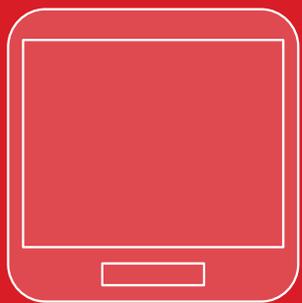
На цветном нефотографическом фоне все фотографии размещаются в белой рамке или без нее. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть поле равной ширины.

верно



неверно





РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

РУТОКЕН

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.1 Логотип. Основной вид.

1.2 Логотип. Свободное поле.

1.3 Логотип. Инвертное начертание.

1.4 Логотип. Расположение.

1.5 Логотип. Минимальный размер логотипа.

1.6 Логотип. Ошибки начертания.

1.7 Логотип. Корпоративные цвета.

1.8 Логотип. Цветовые сочетания.

1.9 Корпоративный шрифт.

1.10 Фотографический стиль.

1.1 ЛОГОТИП. ОСНОВНОЙ ВИД

Основу корпоративной идентификации продукта Рутокен составляет оригинальное написание названия продукта компании. Оригинальное написание образует логотип. Взаимное расположение элементов логотипа и их размеры относительно друг друга не должны изменяться.



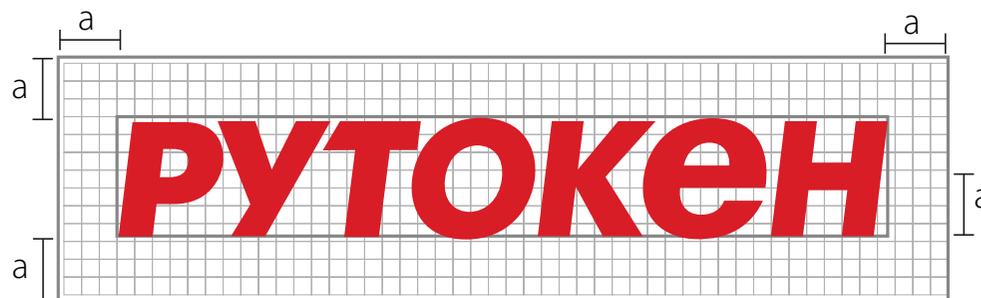
РУТОКЕН

1.2 ЛОГОТИП. СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Всегда следует соблюдать свободное поле вокруг логотипа — это пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст.

Свободное поле также определяет минимальное расстояние до границ листа или другого носителя.

Чтобы определить границы свободного поля, нужно отмерить от габаритов логотипа с каждой стороны расстояние, равное половине высоты букв оригинального написания.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

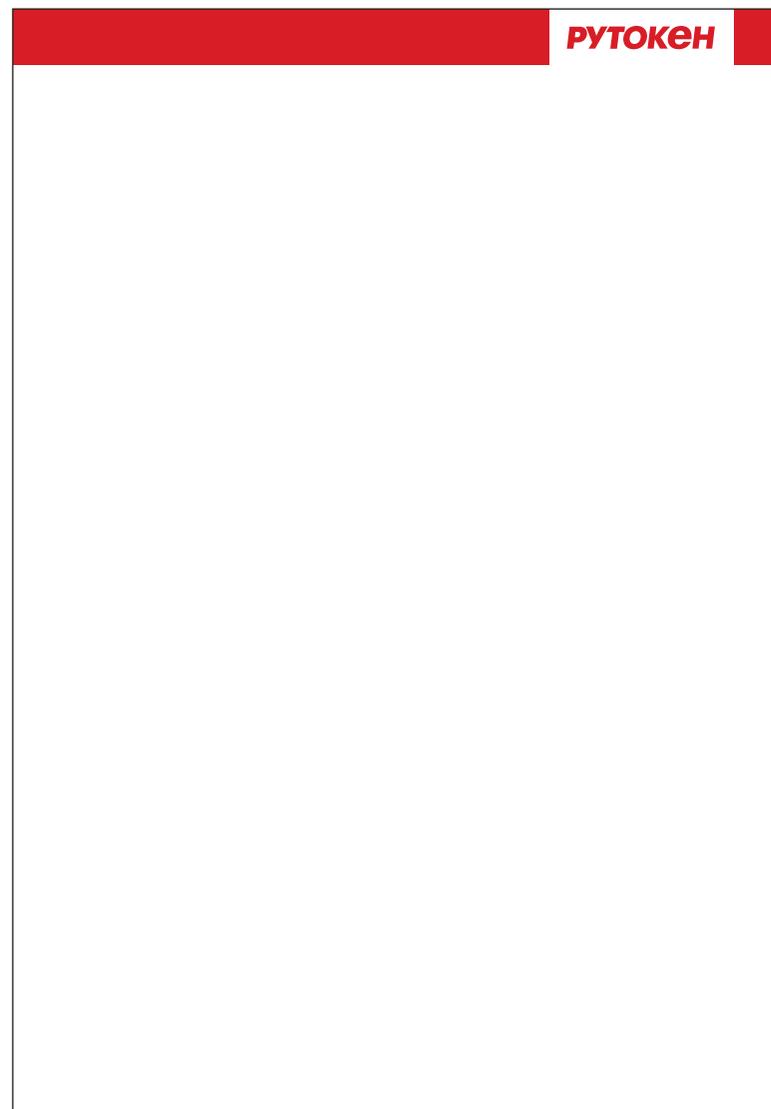
1.3 ЛОГОТИП. ИНВЕРТНОЕ НАЧЕРТАНИЕ



РУТОКЕН

1.4 ЛОГОТИП. РАСПОЛОЖЕНИЕ

В печатной продукции логотип должен располагаться в правом верхнем углу. При этом расстояние до обреза не должно быть меньше, чем свободное поле логотипа.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.5 ЛОГОТИП.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

РУТОКЕН
|-----|
15 мм

1.6 ЛОГОТИП. ОШИБКИ НАЧЕРТАНИЯ

1. Непропорциональное масштабирование.
2. Контурное начертание.
3. Изменение оригинального написания.
4. Поворот.

1. **РУТОКЕН**

2. **РУТОКЕН**

3. **РУТОКЕН**

4. **РУТОКЕН**

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.7 ЛОГОТИП. КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая палитра бренда Рутокен состоит из трех основных цветов: красного, бирюзового и белого. Дополнительно в материалах компании используются оттенки основных цветов и серый.

Для продукта Рутокен Web помимо основных и дополнительных цветов в качестве основного используется зеленый.

На этой странице указаны соответствующие корпоративным цветам краски Pantone и CMYK.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



Pantone 485C
C7 M97 Y88 K1

Pantone 3145C
C96 M3 Y35 K12

White

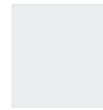


Pantone 340C
C99 M0 Y84 K0

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



Pantone Cool Gray 3C
C24 M18 Y18 K0



30 % от Pantone Cool Gray 3C
C9 M6 Y6 K0

1.8 ЛОГОТИП. ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ

1. Основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах.

2. Инвертный знак выполняется только в белом цвете.

3. В собственных материалах основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах на белом фоне.

4. В собственных материалах инвертный логотип выполняется только на фоне в фирменных цветах.

5. В материалах сторонних компаний допускается использование основного вида логотипа только на белом фоне.

6. В материалах сторонних компаний допускается использование инвертного логотипа на небелом нефотografическом фоне, при условии хорошей читаемости.

7–8. Допускается использование черного цвета, когда цветное воспроизведение невозможно (например, в факсимильных бланках или черно-белых периодических изданиях).



1.9 КОРПОРАТИВНЫЙ ШРИФТ

Во всех материалах компании используется семейство шрифтов Myriad Pro.

В электронной и бумажной корреспонденции следует использовать шрифт Arial из стандартного набора операционной системы MS Windows.

Myriad Pro Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Italic

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Semibold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Black

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Condensed

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

1.10 ФОТОГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

Все имиджи для рекламных материалов представляют из себя цветные фотоизображения.

Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер и подбираются соответственно направлениям.

Освещение — естественное, дневное, без резких источников света. В изображении не должно быть контрастных по светотени объектов, темных силуэтов на переднем плане.

Имиджи должны представлять из себя объекты (предметы), абстрактные текстуры. В них должна присутствовать продукция компании.

Фон фотографий должен быть белым, белым с затемненными углами или фотографическим.

На белом фоне все фотографии размещаются в бирюзовой рамке. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть белое поле равной ширины.

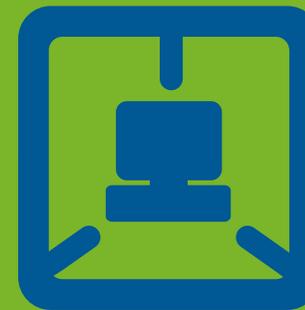
На цветном нефотографическом фоне все фотографии размещаются в белой рамке или без нее. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть поле равной ширины.

верно



неверно





РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

Guardant

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

- 1.1** Логотип. Основной вид.
- 1.2** Логотип. Свободное поле.
- 1.3** Логотип. Инвертное начертание.
- 1.4** Логотип. Расположение.
- 1.5** Логотип. Минимальный размер логотипа.
- 1.6** Логотип. Ошибки начертания.
- 1.7** Логотип. Корпоративные цвета.
- 1.8** Логотип. Цветовые сочетания.
- 1.9** Корпоративный шрифт.
- 1.10** Фотографический стиль.

1.1 ЛОГОТИП. ОСНОВНОЙ ВИД

Основу корпоративной идентификации продукта Guardant составляет оригинальное написание названия продукта компании. Оригинальное написание образует логотип. Взаимное расположение элементов логотипа и их размеры относительно друг друга не должны изменяться.

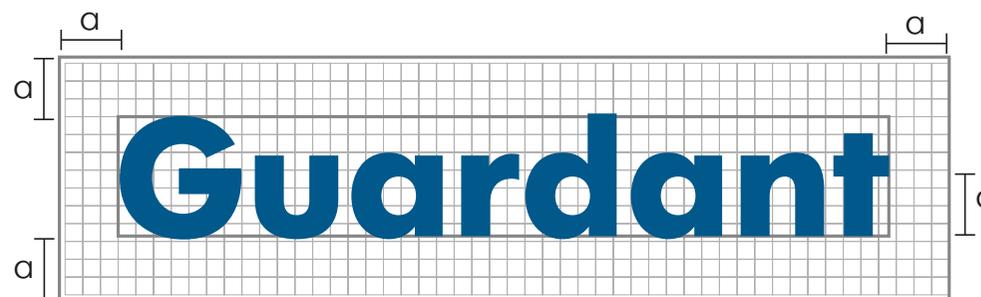
The image shows the Guardant logo, which consists of the word "Guardant" in a bold, blue, sans-serif typeface. The letter "G" is significantly larger than the other letters, and the "a" and "n" are also notably large, creating a distinctive and balanced visual structure.

1.2 ЛОГОТИП. СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Всегда следует соблюдать свободное поле вокруг логотипа — это пространство, внутри которого не могут быть расположены другие графические элементы или текст.

Свободное поле также определяет минимальное расстояние до границ листа или другого носителя.

Чтобы определить границы свободного поля, нужно отмерить от габаритов логотипа с каждой стороны расстояние, равное половине высоты букв оригинального написания.

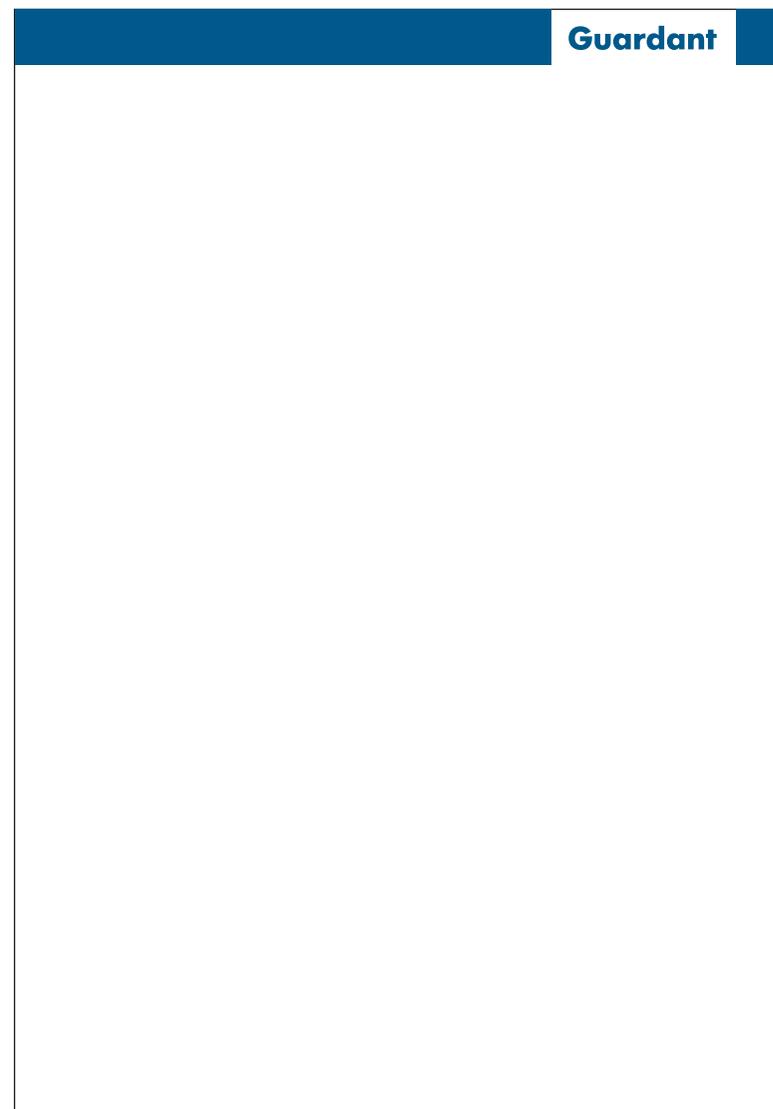


1.3 ЛОГОТИП. ИНВЕРТНОЕ НАЧЕРТАНИЕ



1.4 ЛОГОТИП. РАСПОЛОЖЕНИЕ

В печатной продукции логотип должен располагаться в правом верхнем углу. При этом расстояние до обреза не должно быть меньше, чем свободное поле логотипа.



ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.5 ЛОГОТИП.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

Guardant
|-----|
15 мм

1.6 ЛОГОТИП. ОШИБКИ НАЧЕРТАНИЯ

1. Непропорциональное масштабирование.
2. Контурное начертание.
3. Изменение оригинального написания.
4. Поворот.

1. **Guardant**

2. **Guardant**

3. **Guardant**

4. **Guardant**

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1.7 ЛОГОТИП. КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая палитра бренда Guardant состоит из трех основных цветов: синего, салатного и белого. Дополнительно в материалах компании используются оттенки основных цветов и серый.

На этой странице указаны соответствующие корпоративным цветам краски Pantone и СМУК.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



Pantone 301C
C100 M53 Y4 K19

Pantone 368C
C59 M2 Y100 K0

White

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



Pantone Cool Gray 3C
C24 M18 Y18 K0



30 % от Pantone Cool Gray 3C
C9 M6 Y6 K0

1.8 ЛОГОТИП. ЦВЕТОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ

1. Основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах.

2. Инвертный знак выполняется только в белом цвете.

3. В собственных материалах основной вид логотипа выполняется только в фирменных цветах на белом фоне.

4. В собственных материалах инвертный логотип выполняется только на фоне в фирменных цветах.

5. В материалах сторонних компаний допускается использование основного вида логотипа только на белом фоне.

6. В материалах сторонних компаний допускается использование инвертного логотипа на небелом нефотografическом фоне, при условии хорошей читаемости.

7–8. Допускается использование черного цвета, когда цветное воспроизведение невозможно (например, в факсимильных бланках или черно-белых периодических изданиях).

1. **Guardant** 2. **Guardant** 3. **Guardant**

4. **Guardant** **Guardant** 5. **Guardant**

6. **Guardant** 7. **Guardant** 8. **Guardant**

1.9 КОРПОРАТИВНЫЙ ШРИФТ

Во всех материалах компании используется семейство шрифтов Myriad Pro.

В электронной и бумажной корреспонденции следует использовать шрифт Arial из стандартного набора операционной системы MS Windows.

Myriad Pro Light
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Regular
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Italic
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Semibold
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Bold
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Black
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

Myriad Pro Condensed
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

1.10 ФОТОГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

Все имиджи для рекламных материалов представляют из себя цветные фотоизображения. Используемые сюжеты носят максимально спокойный, естественный, неагрессивный, легкий характер и подбираются соответственно направлениям.

Освещение — естественное, дневное, без резких источников света. В изображении не должно быть контрастных по светотени объектов, темных силуэтов на переднем плане.

Имиджи должны представлять из себя объекты (предметы), абстрактные текстуры. В них должна присутствовать продукция компании.

Фон фотографий должен быть белым, белым с затемненными углами или фотографическим.

На белом фоне все фотографии размещаются в бирюзовой рамке. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть белое поле равной ширины.

На цветном нефотографическом фоне все фотографии размещаются в белой рамке или без нее. С каждой стороны между фотоизображением и рамкой должно быть поле равной ширины.

верно



неверно



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

2. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

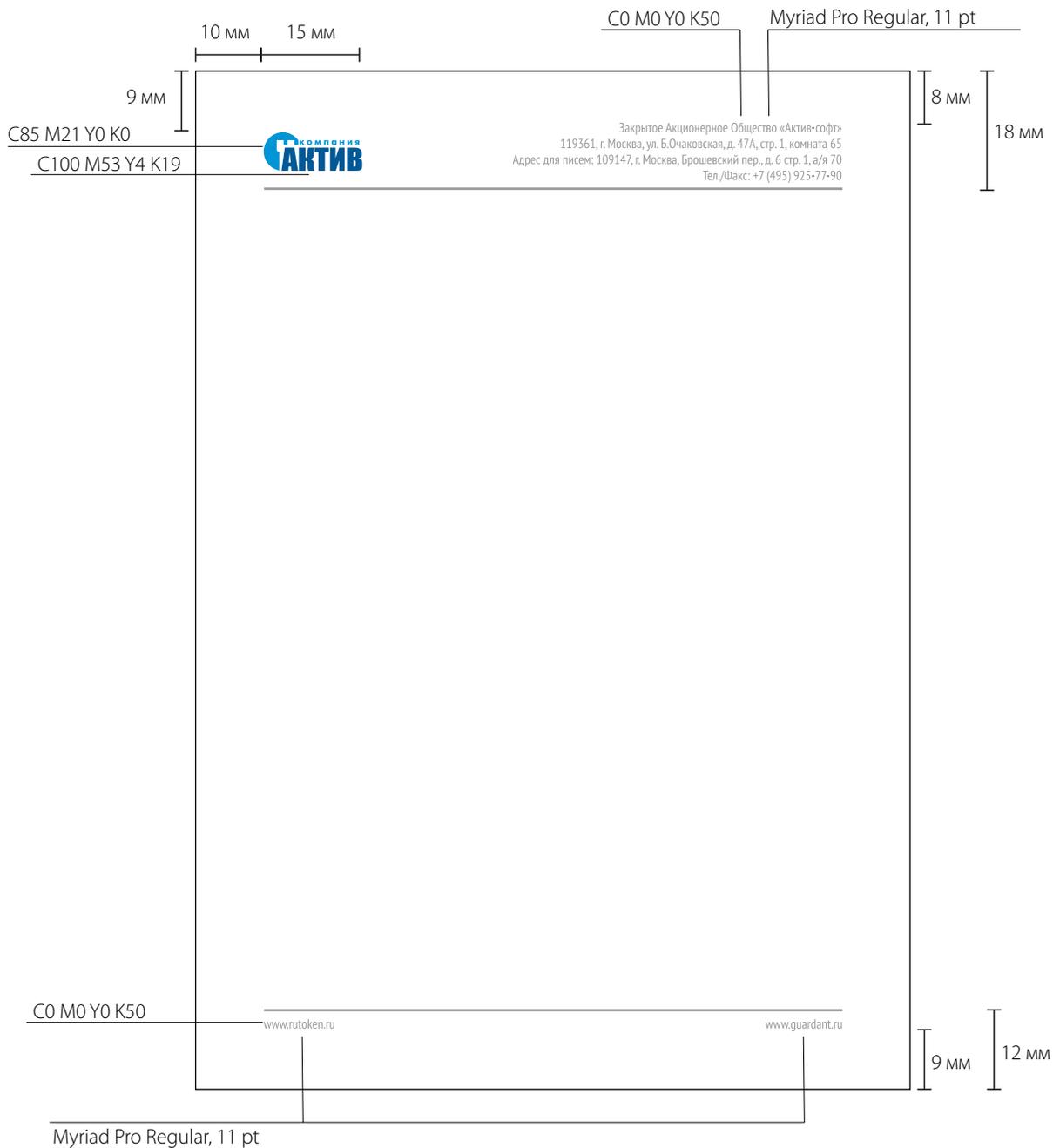
- 2.1 Фирменный бланк.
- 2.2 Корпоративная визитная карточка.
- 2.3 Персональная визитная карточка.
- 2.4 Конверты.
- 2.5 Блокнот для записей.
- 2.6 Сертификаты о партнерстве.

3. ОФОРМЛЕНИЕ ФИРМЕННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- 3.1 Титульный лист презентации.
- 3.2 Текстовый слайд презентации.
- 3.3 Слайд с изображением.
- 3.4 Шаблон слайда.
- 3.5 Оформление CD.

2.1 ФИРМЕННЫЙ БЛАНК

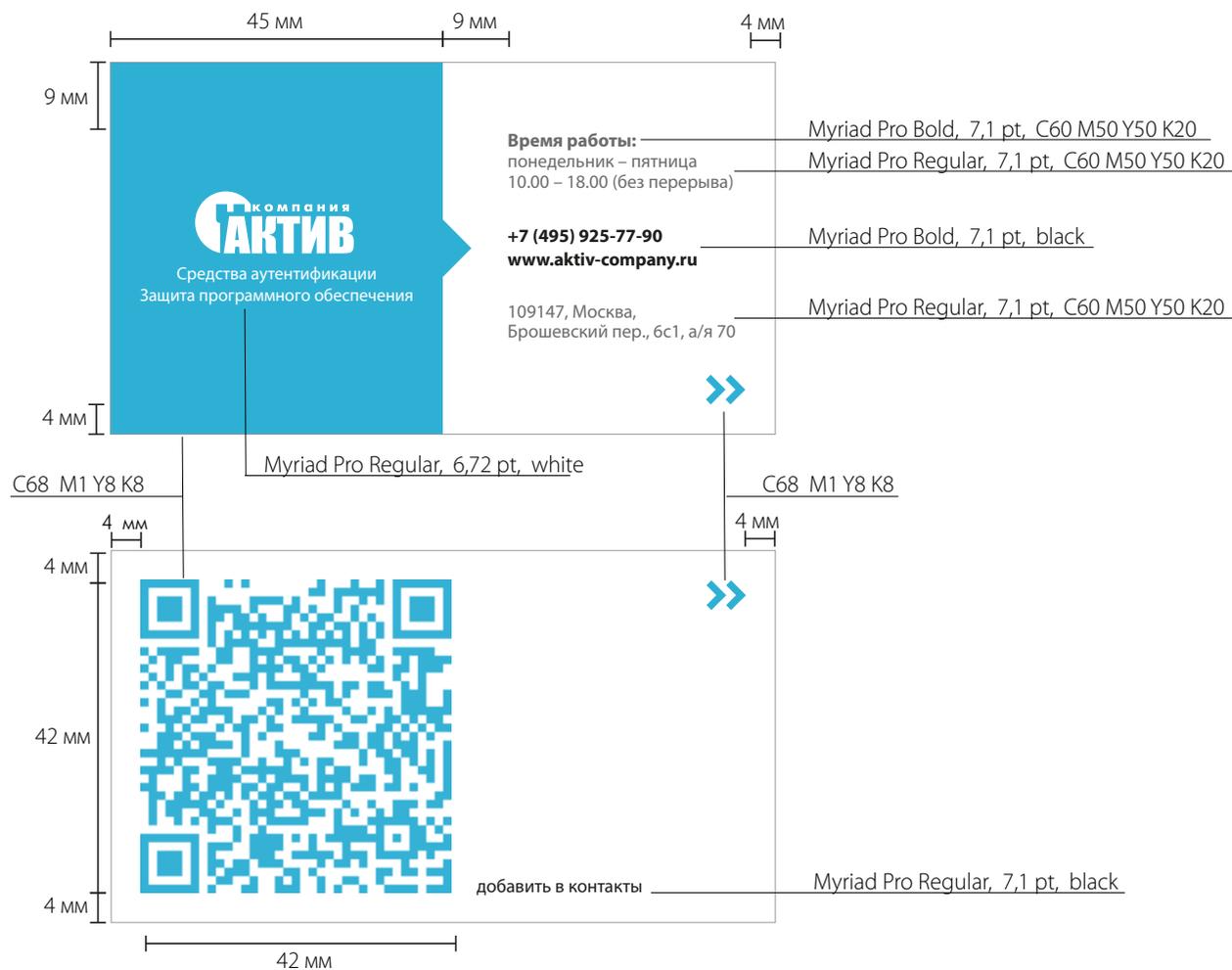
Формат: 210x297 мм
Красочность: 4+0 (СМУК)
Бумага: офсетная, 80 г
Печать: офсетная



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

2.2 КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Формат: 90x50 мм
Красочность: 2+2 (СМУК)
Бумага: IvoBel, 350 г
Печать: офсетная



2.3 ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА АКТИВ

Формат: 90x50 мм

Красочность: 2+2 (СМУК)

Бумага: Ivobel, 350 г

Печать: офсетная



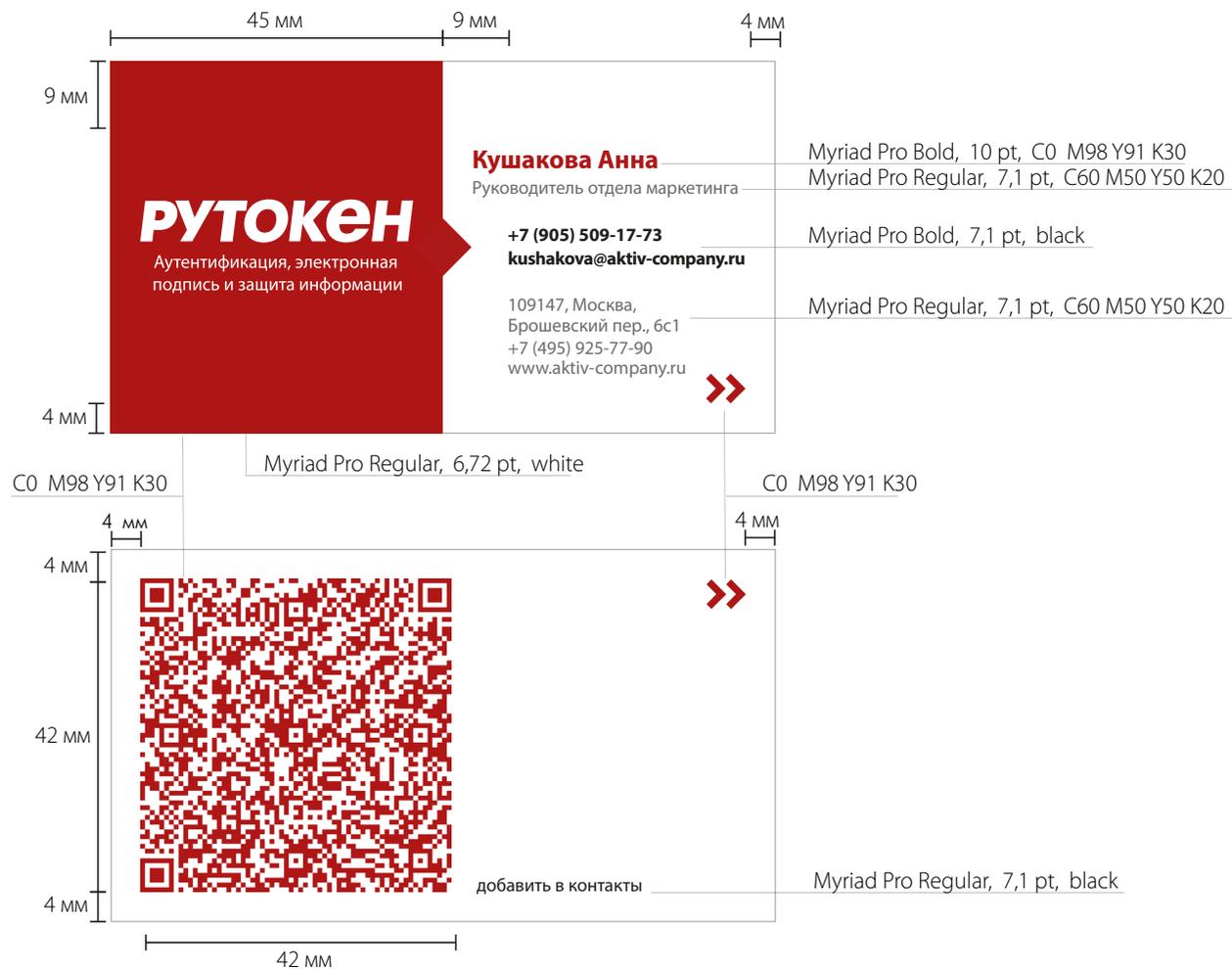
2.3 ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА РУТОКЕН

Формат: 90x50 мм

Красочность: 2+2 (СМУК)

Бумага: IvoBel, 350 г

Печать: офсетная



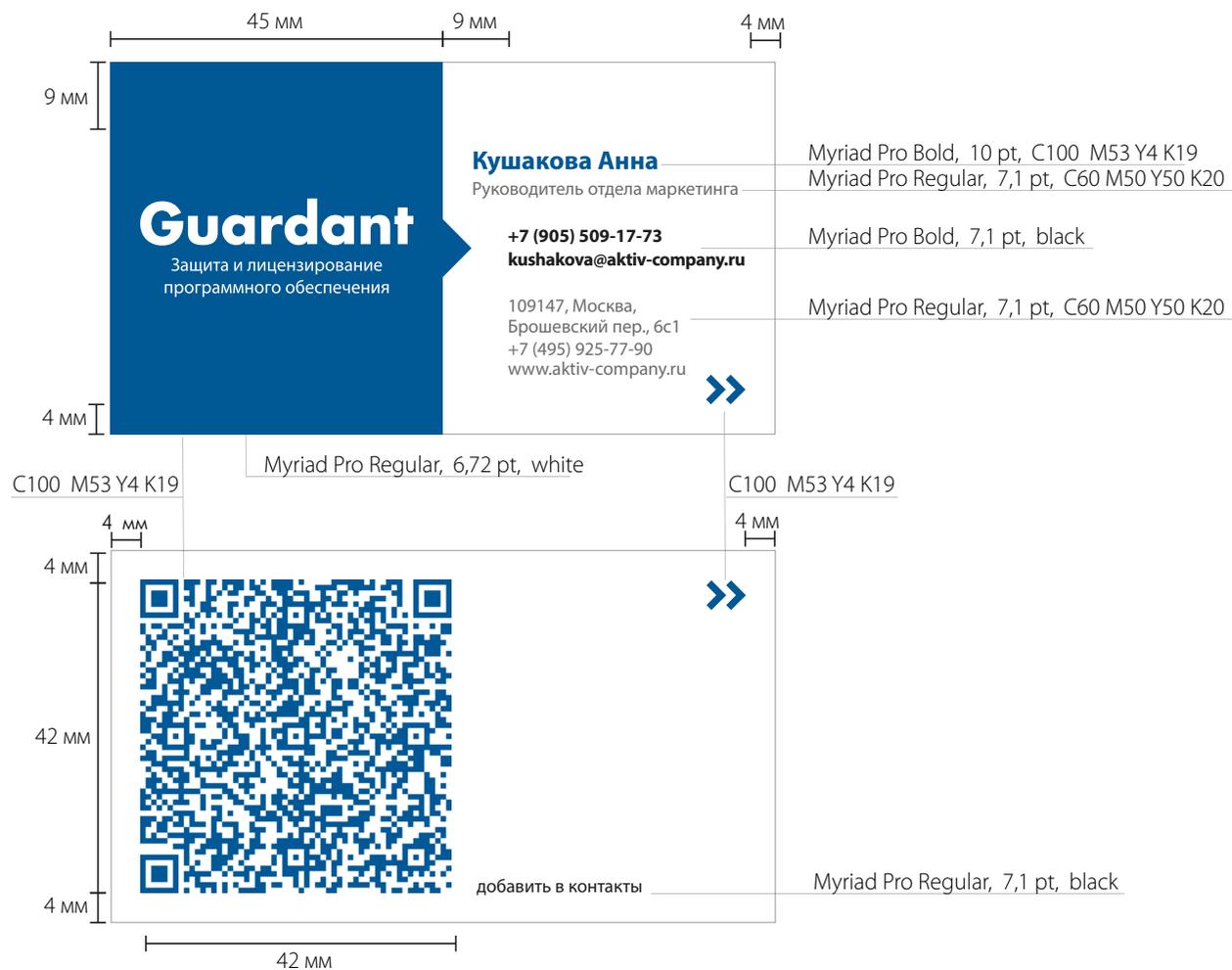
2.3 ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА GUARDANT

Формат: 90x50 мм

Красочность: 2+2 (СМУК)

Бумага: Ivobel, 350 г

Печать: офсетная



2.4 КОНВЕРТЫ

Формат: 220x110 мм

Красочность: 4+0 (СМУК)

Печать: офсетная



109147, Москва,
Брошевский пер., 6с1, а/я 70
тел.: +7 (495) 925-77-90
www.aktiv-company.ru



2.5 БЛОКНОТ ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

Формат: 150x210 мм (в сложенном виде)

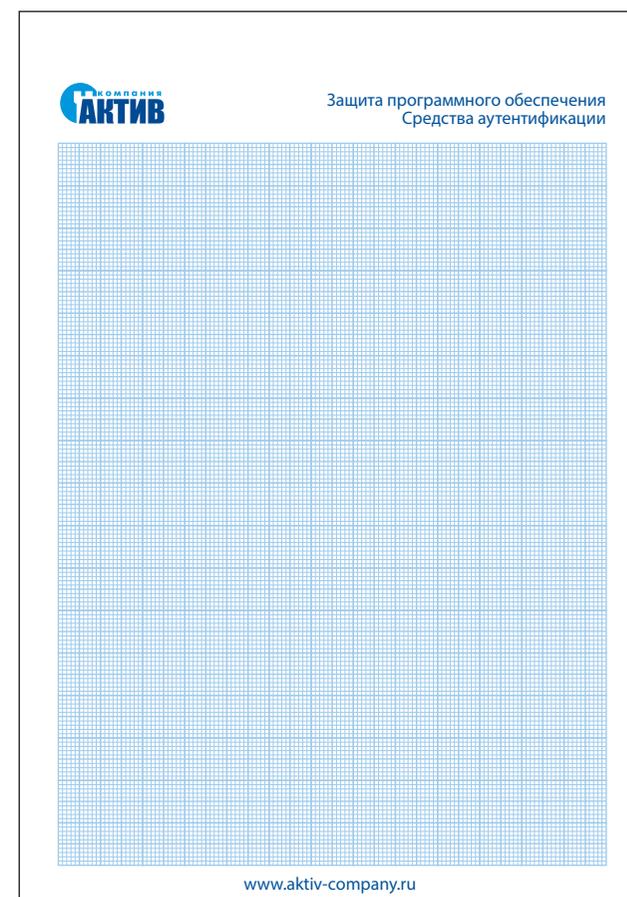
Красочность обложки: 4+0 (СМУК)

Красочность блока: 4+0 (СМУК)

Бумага на обложку: мелованная матовая, 300 г

Бумага на блок: офсетная, 80 г

Печать: офсетная



2.5 БЛОКНОТ ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

Формат: 210x297 мм (в сложенном виде)

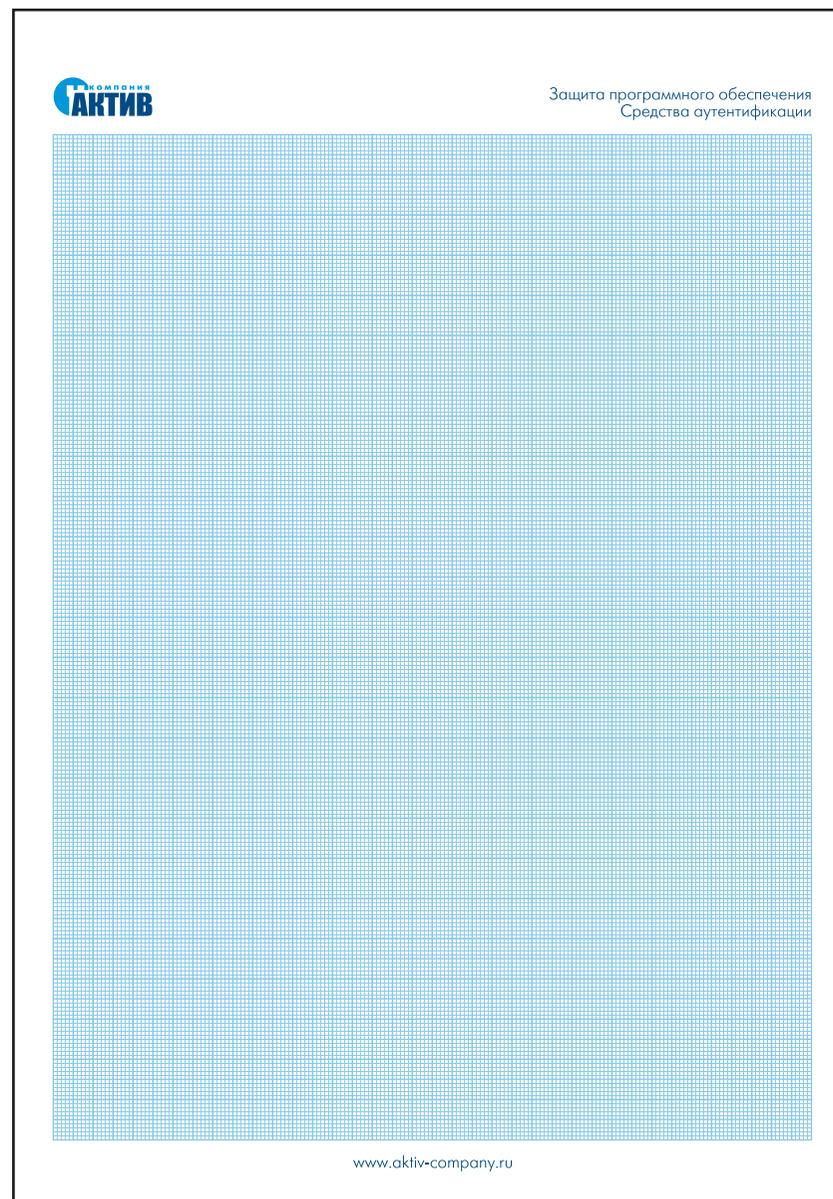
Красочность блока: 4+4 (СМУК)

или 2+2 (Pantone 301 C, 2925 C))

Бумага на обложку: мелованная матовая, 300 г

Бумага на блок: офсетная, 80 г

Печать: офсетная

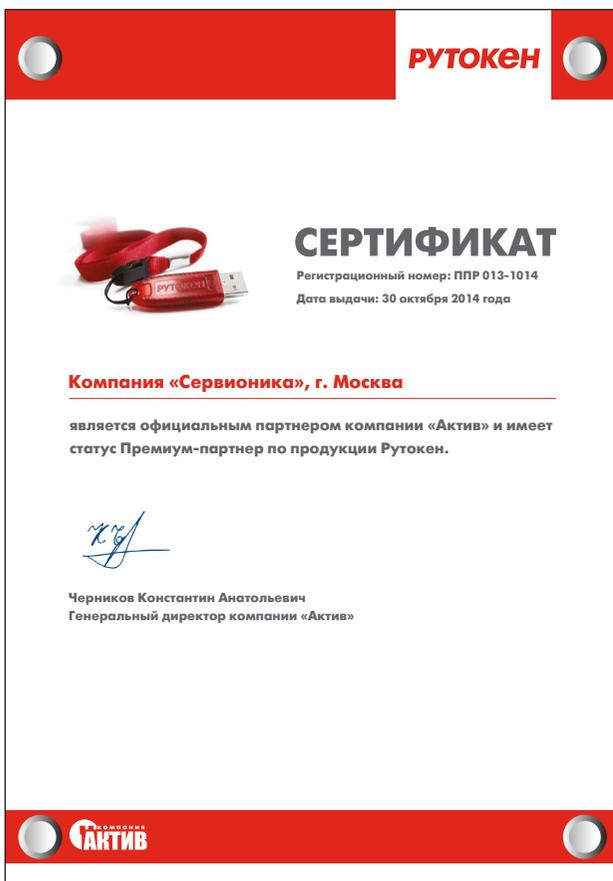


2.6 СЕРТИФИКАТЫ О ПАРТНЕРСТВЕ

Сертификат Премиум-партнера. Формат: 210x297 мм. Материал: белое матовое оргстекло 3 мм, прозрачное оргстекло 5 мм.
Печать: прямая на оргстекле, заливка краской. Крепление: болты, петля.

Сертификат Бизнес-партнера
Формат: 210x297 мм
Бумага: мелованная матовая, 250 г
Печать: цифровая

Сертификат Технологического партнера
Формат: 210x297 мм
Бумага: мелованная матовая, 250 г
Печать: цифровая



3.1 ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Для оформления титульного листа использованы стилеобразующие элементы.

АКТИВ

Название мероприятия

Дата и место проведения

Название доклада

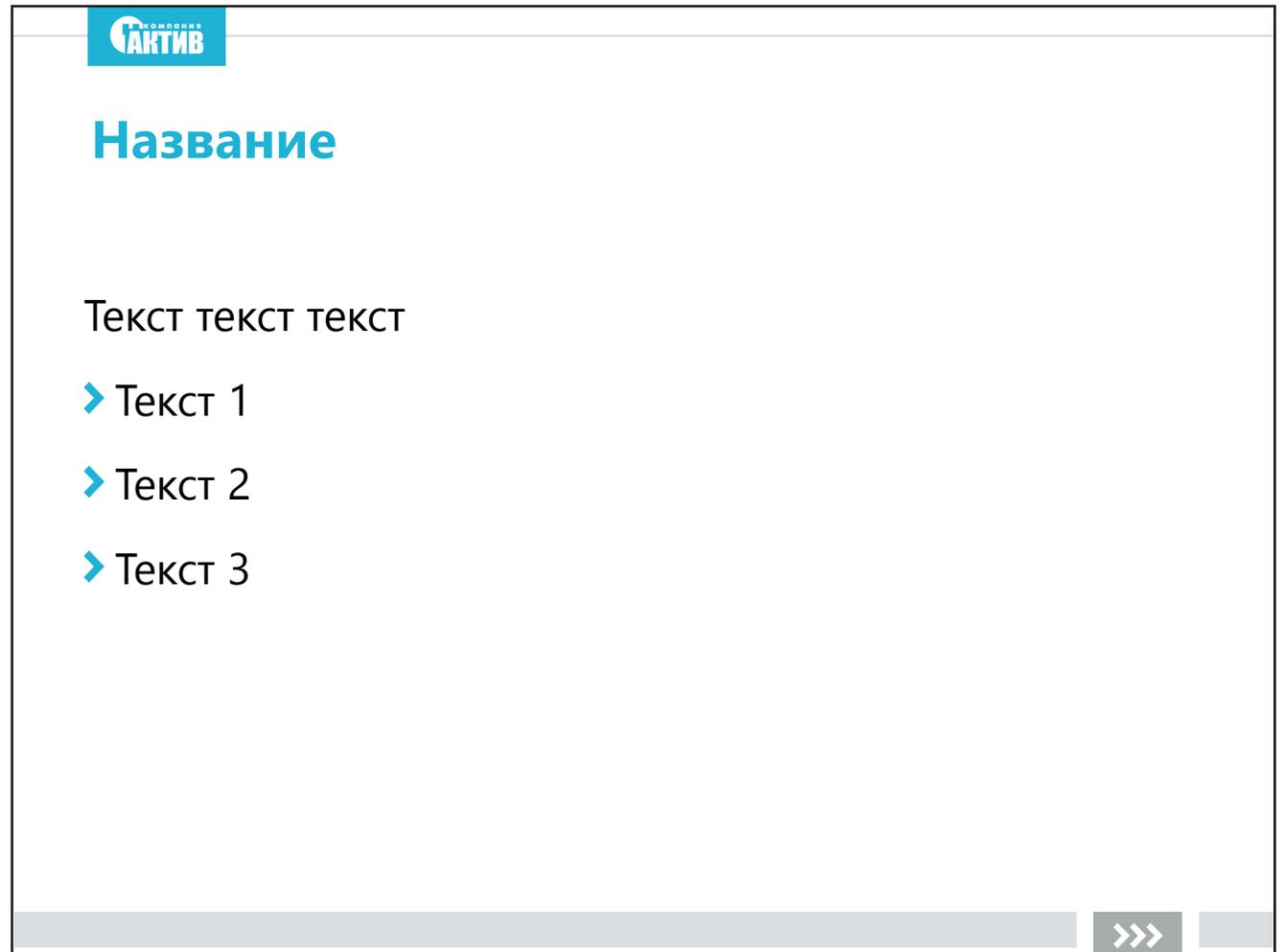
ФИО докладчика
Должность докладчика

>>>

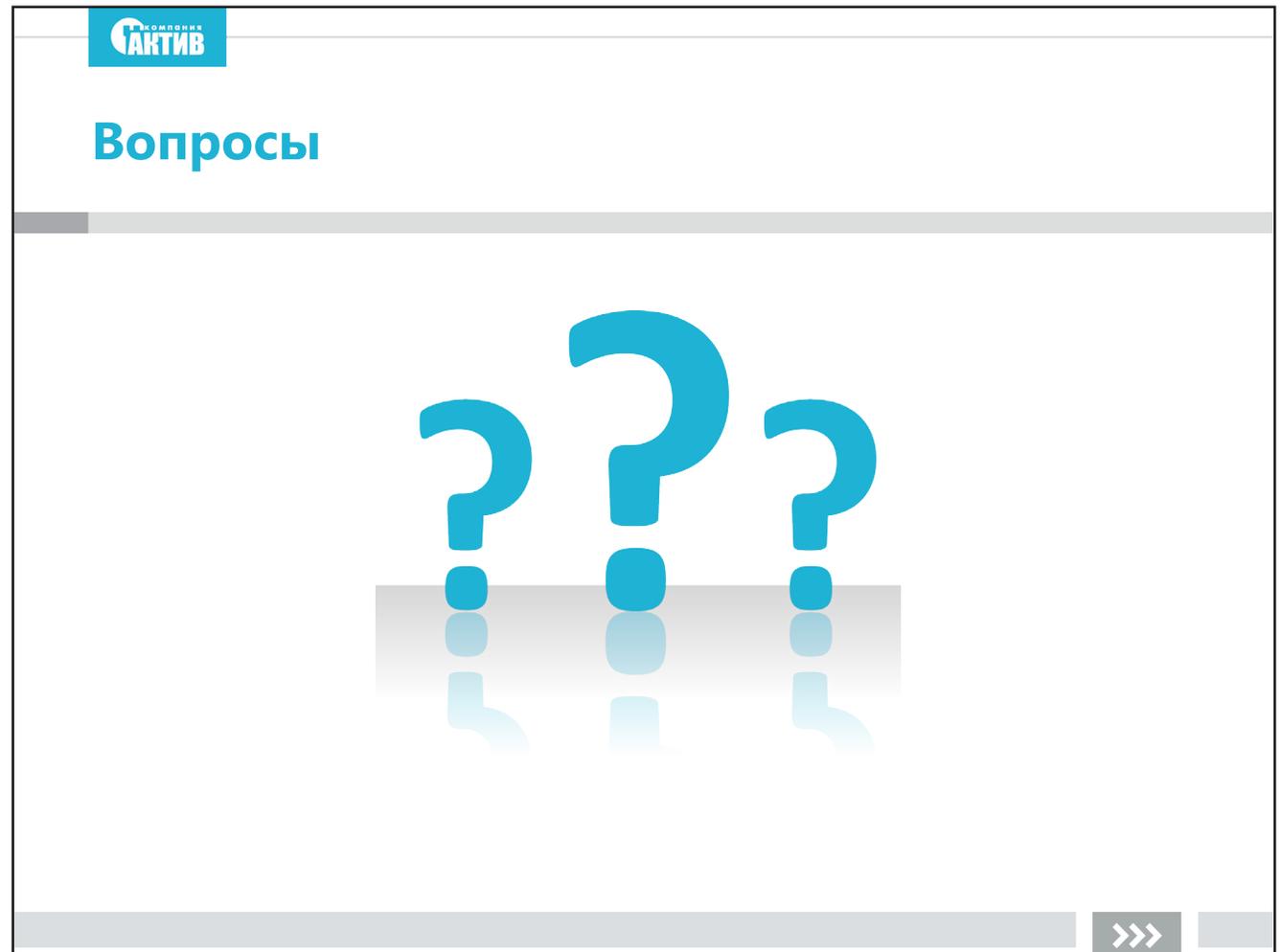
3.2 ТЕКСТОВЫЙ СЛАЙД ПРЕЗЕНТАЦИИ

Шрифт для заголовков: Segoe UI, 30 pt

Шрифт для основного текста: Segoe UI, 25 pt



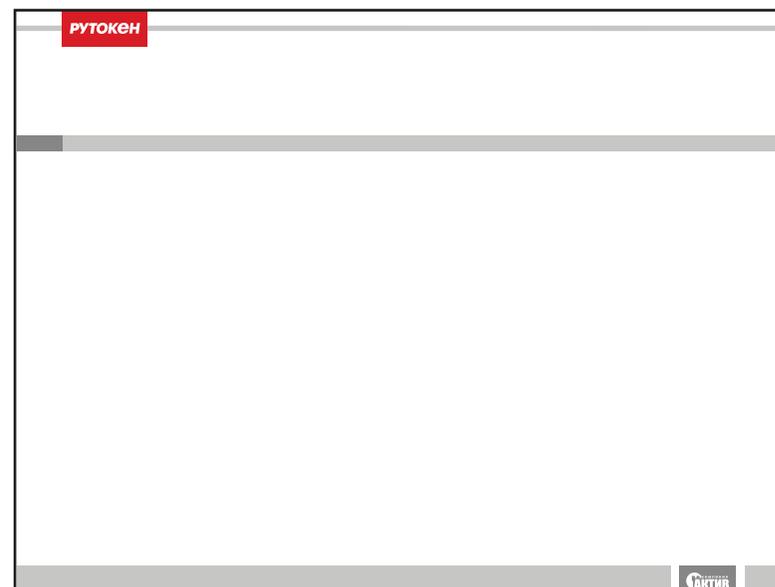
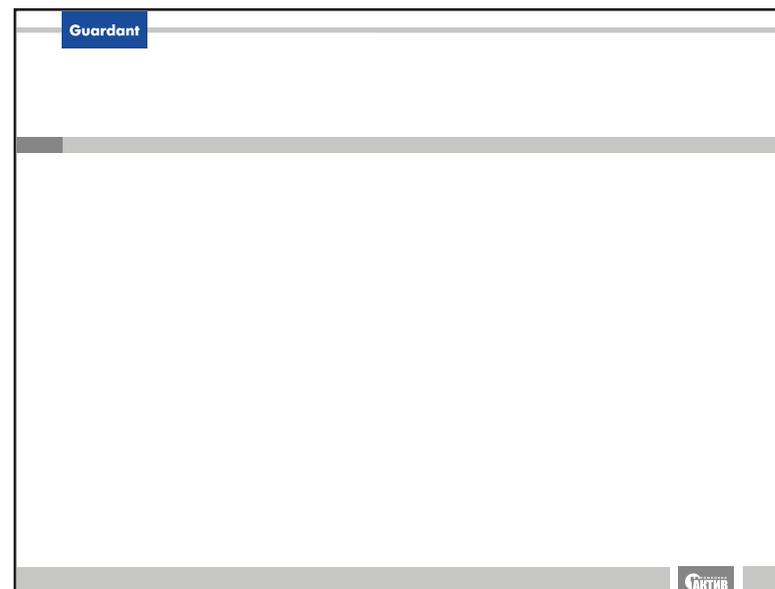
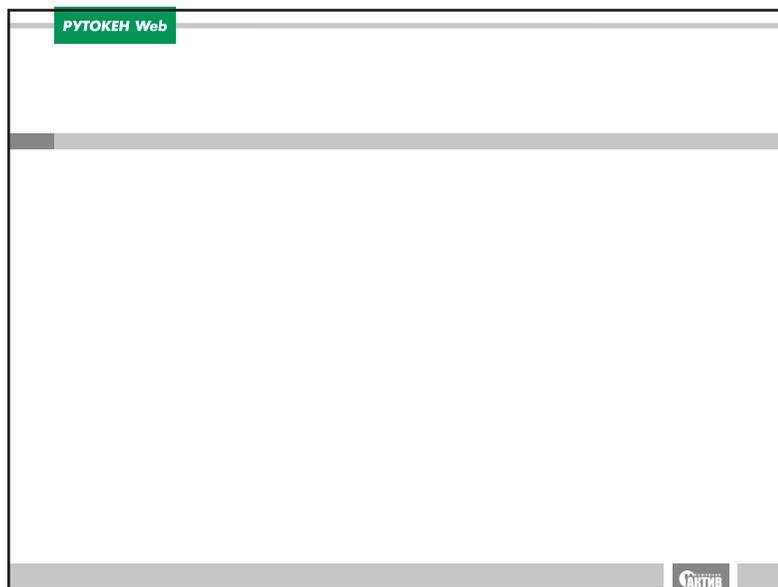
3.3 СЛАЙД С ИЗОБРАЖЕНИЕМ



ОФОРМЛЕНИЕ ФИРМЕННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

3.4 ШАБЛОН СЛАЙДА

Для оформления презентации для продуктов компании используются те же принципы, что и в фирменной презентации компании. Для каждого продукта используется шаблон слайда в фирменных цветах.



ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ПОЛИГРАФИИ

4. ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ПОЛИГРАФИИ

- 4.1 Рекламная листовка и рекламный буклет.
- 4.2 Рекламная брошюра.

5. ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ФИРМЕННОЙ УПАКОВКИ

- 5.1 Блистерная упаковка.
- 5.2 Фирменный бумажный пакет
- 5.3 Фирменный полиэтиленовый пакет

4.1 РЕКЛАМНАЯ ЛИСТОВКА И РЕКЛАМНЫЙ БУКЛЕТ

1. Главный заголовок

- Шрифт Myriad Pro Bold, Кегль 24
- Отступ до начала последующего текста (фотоизображения) 7 мм

2. Подзаголовок главного заголовка

- Шрифт Myriad Pro Bold, Кегль 24
- Интерлиньяж - 14
- Отступ до начала последующего текста (фотоизображения) 7 мм

3. Подзаголовки обычные

- Шрифт Myriad Pro Bold, Кегль 14
- Отступ до начала текста 7-10 пунктов

4. Основной текст

- Шрифт Myriad Pro Bold, Кегль не более 10, Интерлиньяж 14
- Расстояние до начала следующего подзаголовка – примерно 20 пунктов

5. Буллиты

- Отступают от общей линии начала набора на 3 мм
- Текст отступает от буллитов минимум на 3 мм

- 6.** Если текст помещен в серую рамку, допускается уменьшение кегля на 0,5 -1 пункт. Можно дополнительно увеличить интерлиньяж.

7. Иллюстрации

- Должны располагаться в рамке толщиной примерно 1 пт
- Между рамкой и иллюстрацией с каждой стороны должно быть белое поле шириной 2 пт (1мм)

8. Шапка и подвал

- Шапка - плашка шириной 20 мм с логотипом бренда
- Подвал - на первой (и последующих полосах, кроме последней) плашка шириной 10 мм с логотипом Компании. На последней полосе на плашке помимо логотипа Компании размещается адресный блок



РУТОКЕН

Рутокен KeyBox

Средство администрирования и управления жизненным циклом ключевых носителей

Рутокен KeyBox ориентирован на работу с различными ключевыми носителями, при этом все поддерживаемые устройства можно использовать в рамках одной инфраструктуры. Архитектура решения построена таким образом, чтобы иметь возможность оперативной поддержки новых носителей.

Что дает использование Рутокен KeyBox

- Упрощение внедрения двухфакторной аутентификации
- Удобное управление процессами жизненного цикла ключевых носителей
- Выпуск, отзыв, продление сертификатов в «три клика»
- Оперативное решение проблем пользователей
- Доступ к пользовательскому сервису из любой точки мира
- Журналирование событий в системе
- Поддержка ключевых носителей разных производителей

> Хотите попробовать?

Для ознакомления может быть предоставлена полнофункциональная демо-версия решения Рутокен KeyBox. Для ее получения необходимо отправить запрос на info@rutoken.ru

СЕРВИС

4.2 РЕКЛАМНАЯ БРОШЮРА

Все фотографии для рекламных материалов соответствуют требованиям фирменных имиджей. Основной цвет фона — белый. Используются фирменные шрифты.

ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ФИРМЕННОЙ УПАКОВКИ

5.1 БЛИСТЕРНАЯ УПАКОВКА



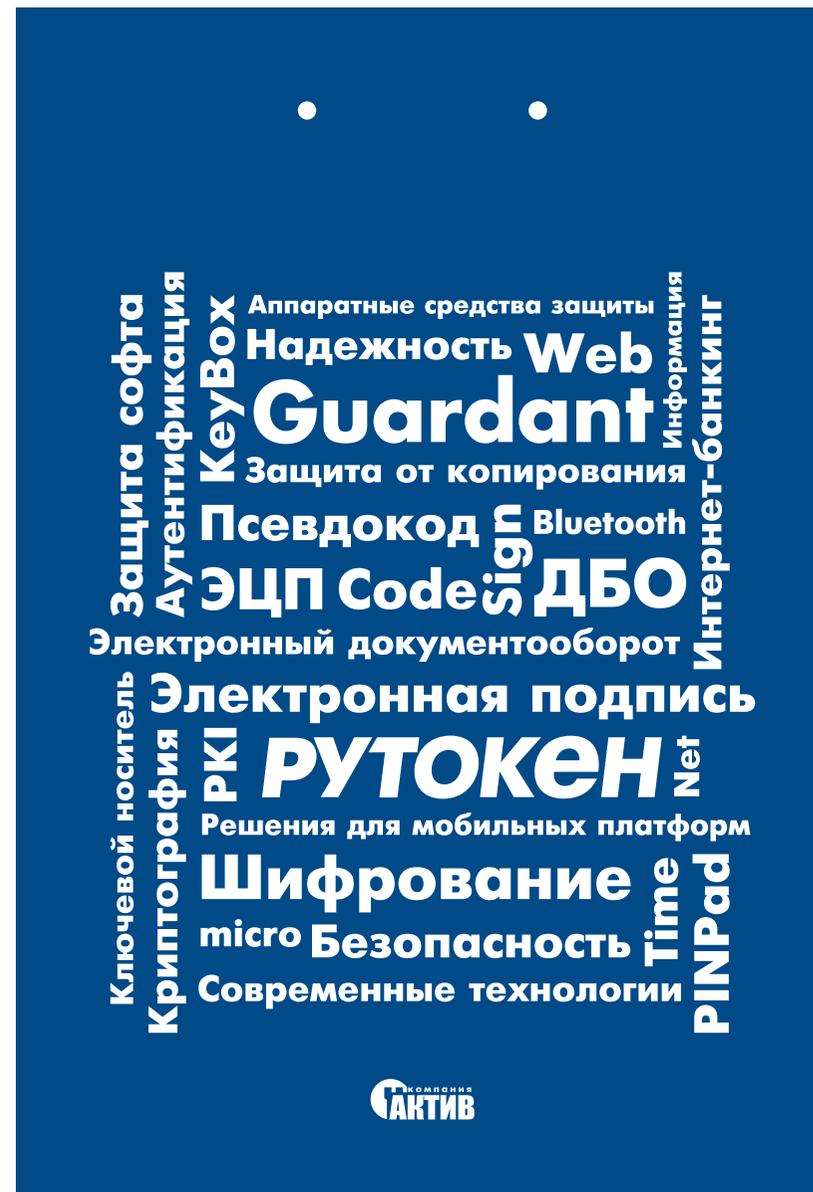
ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ФИРМЕННОЙ УПАКОВКИ

5.1 ФИРМЕННЫЙ БУМАЖНЫЙ ПАКЕТ

Формат: 220x320 мм

Красочность: 4+0 (СМУК)

Печать: офсетная



ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ФИРМЕННОЙ УПАКОВКИ

5.1 ФИРМЕННЫЙ ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЙ ПАКЕТ

Формат: 250x400 мм

400x500 мм

450x500 мм

Красочность: 1+1 (Pantone 301C)

Вырубные укрепленные ручки,

донная складка

