Зарубежнефть
АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

Приложение №1

УТВЕРЖДЕНО
приказом АО «Зарубежнефть»

от _____ № _____

Руководство по использованию фирменного стиля АО «Зарубежнефть»

2026

Платформа бренда

Почему мы меняемся?

Компания одновременно выполняет несколько важных системных ролей:

- Ведущий участник международных энергетических проектов
- Ответственный работодатель
- Один из лидеров среди госкомпаний по доходности для акционера

Мы движемся вперёд и берём на себя ряд обязательств в рамках бизнес-стратегии:



- Инициировать и масштабировать новые передовые направления энергетики
- Цифровизироваться и развивать технологии
- Расширять проектный портфель
- Развивать международные проекты и укреплять международное сотрудничество

Следуя стратегии, мы выходим
за рубеж нефти и заявляем миру
о себе как об энергетической компании:
надёжной, масштабной, ответственной
и динамично развивающейся.

Что самое главное должны о нас знать?

Позиционирование бренда

Позиционирование Группы компаний «Зарубежнефть»

Отражает масштаб, переход от нефти и газа к энергии в целом, широкую географию деятельности и, конечно же, важную роль для государства.

Российская государственная энергетическая компания, реализующая значимые проекты в России и за рубежом.

К чему мы стремимся?

Миссия бренда

Миссия Группы компаний «Зарубежнефть»

Объединять интересы партнёров вокруг энергетических проектов, создавая надёжную и прочную основу для сотрудничества и экономического развития стран, в которых мы работаем.

Миссия Группы компаний «Зарубежнефть» | Детали

- Важная роль проактивного интегратора — энергетического дипломата, способного найти точки пересечения интересов партнёров в РФ и за её пределами. Также демонстрируем масштаб деятельности компании.
- Демонстрируем переход от добычи и переработки углеводородов в статус энергетической компании, реализующей широкий пул разных проектов.
- Показываем не только масштаб, но и ценности компании, её прочность и устойчивость к меняющемуся контексту, вне зависимости от сферы энергетики и географии.

Объединять интересы партнёров вокруг энергетических проектов, создавая надёжную и прочную основу для сотрудничества и экономического развития стран, в которых мы работаем.

Какие мы? Что мы транслируем в мир?

Атрибуты бренда

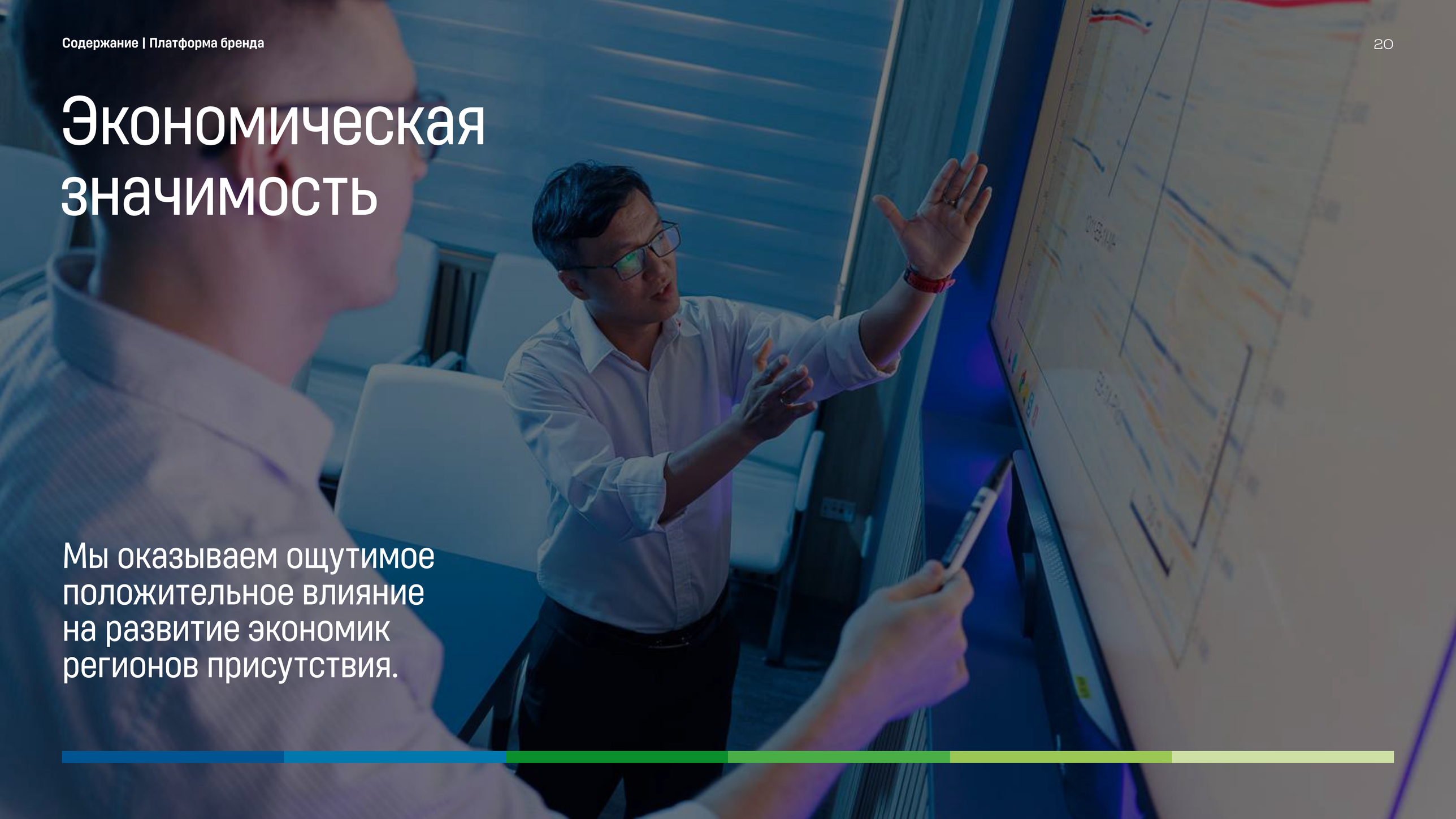
С учётом миссии и международного профиля деятельности компании, ключевые атрибуты бренда должны отражать не только отраслевую принадлежность, но и системную роль компании в реализации энергетических проектов за рубежом.

Проектная экспертиза



Мы умеем реализовывать
сложные и многоуровневые
энергетические проекты
в различных странах
и условиях.

Экономическая значимость



Мы оказываем ощутимое положительное влияние на развитие экономик регионов присутствия.

Энергетическая дипломатия



Мы взаимодействуем
со стратегическими партнёрами
России по всему миру и подкрепляем
сотрудничество делом: запускаем новые
проекты, внедряем технологии, налаживаем
процессы и укрепляем отношения.

Надёжное исполнение обязательств

Мы — государственная компания, поэтому во всей своей деятельности придерживаемся культуры дисциплины и предсказуемости при реализации принятых решений.

Постоянно совершенствующиеся технологии

Мы опираемся на накопленный за годы опыт и непрерывно совершенствуем свои технологии, применяя их как в добыче нефти и газа, так и в новых отраслях, таких как геотермальная энергетика.

Как мы проявляемся?

Характер определяет, как бренд проявляется
и какое он оставляет ощущение при взаимодействии.
Отражается в тональности коммуникации
и фирменном стиле.

Характер бренда

Характер бренда

Кем мы точно НЕ являемся:

Не стартап
Не шоумен
Не страстный реформатор

Мы:

Опытный переговорщик
Инженер-практик
Сильный администратор проектов

Спокойный

Действуем уверенно, последовательно и компетентно в самых сложных условиях.

Уверенный

Мы не сомневаемся в своей экспертизе и не нуждаемся
во внешнем подтверждении своей значимости.

Ответственный

Выполняем обязательства и ценим дела выше громких заявлений.

Требовательный к себе

Мы поддерживаем высокие стандарты исполнения и дисциплины.

Исследующий

Мы постоянно исследуем энергетическую сферу, ищем
и успешно находим новые перспективные направления.

Всё вместе

«Зарубежнефть» — российская государственная энергетическая компания, реализующая значимые проекты в России и за рубежом.

Миссия

Объединять интересы партнёров вокруг энергетических проектов, создавая надёжную и прочную основу для сотрудничества и экономического развития стран, в которых мы работаем.

Атрибуты

- Проектная экспертиза
- Экономическая значимость
- Энергетическая дипломатия
- Надёжное исполнение обязательств
- Постоянно совершенствующиеся технологии

Характер

- Спокойный
- Уверенный
- Ответственный
- Требовательный к себе
- Исследующий

Архитектура бренда

Тип архитектуры бренда

Архитектура бренда Зарубежнефть смешанного/ гибридного типа с преобладанием признаков монолитной архитектуры.

При данном типе архитектуры айдентика дочерних обществ строится на базе вербальных и/или визуальных атрибутов материнского бренда «Зарубежнефть», также в исключительных случаях допускается использование собственной символики для дочерних обществ.

ДО с наследованием названия

Зарубежнефть
ДОБЫЧА ХАРЬЯГА

ДО с собственным названием

Гипровостокнефть

ДО с собственным названием и принадлежностью к группе компаний в виде приставки ЗН

ЗН Геотерм

С собственной айдентикой

VIETSOVPETRO

Внутрикорпоративные проекты

ЗН Здоровье

Основные константы бренда

Карта констант

На слайде для наглядности представлены,
и далее подробно описаны все основные константы
бренда (для перехода к описанию достаточно
нажать на подпись).

Логотипы ДО

Гипровостокнефть
ГРУППА ЗАРУБЕЖНЕФТЬ

Логотипы внутрикорпоративных проектов

ЗН Здоровье

Типографика

TT Bluescreens Pro
Normal

TT Bluescreens Pro
Expanded

Логотип

Зарубежнефть

Суперграфика



Цветовая палитра



Полоса



Слоган

Заряжаем мир энергией

Базовые пиктограммы



Фотостиль



HR бренд

ОСНОВА



Логотип

Концепция логотипа

Знак в логотипе повторяет форму земного шара, отражает глобальность компании и масштабность интересов по всему миру. Градиентный переход цвета внутри знака от тёмно-синего к зеленому символизирует внедрение энергоэффективных технологий.



Версии логотипа

Состоит из фирменного знака и наименования (выполнено на основе фирменной шрифтовой гарнитуры TT Bluescreens Pro Normal, начертанием Medium).

! Наименование всегда используется только со знаком.

Знак

Может выступать в роли самостоятельного элемента брендирования, например в случаях дефицита пространства. Главное условие — в контексте должна прослеживаться явная принадлежность носителя бренду «Зарубежнефть».

Латинская версия

Используется в коммуникациях с зарубежной аудиторией. Все правила и рекомендации, представленные на примере кириллической версии, полностью применимы для латинской.

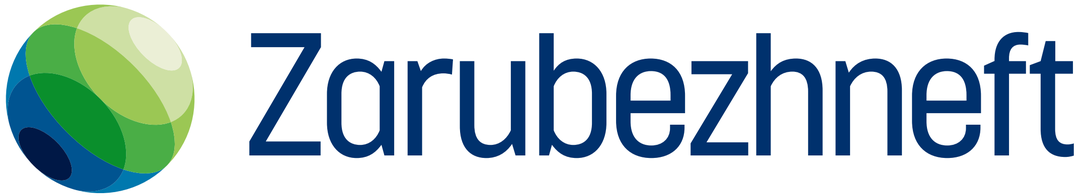
Кириллическая версия



знак

наименование

Латинская версия



Знак



Варианты компоновок

Горизонтальная компоновка является основной, ее необходимо использовать во всех возможных случаях.

Вертикальная компоновка применяется при необходимости, например в условиях дефицита горизонтального пространства или при других целесообразных обстоятельствах.

Используйте только оригинальные файлы, прилагаемые к Руководству. Недопустимы какие-либо нерегламентированные изменения цвета, пропорций, расстояний и начертаний.

Горизонтальная компоновка (основная)



Вертикальная компоновка (дополнительная)



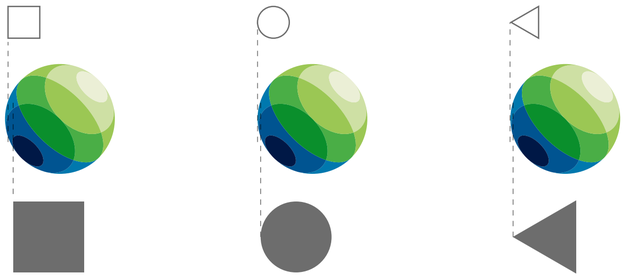
Линии привязок

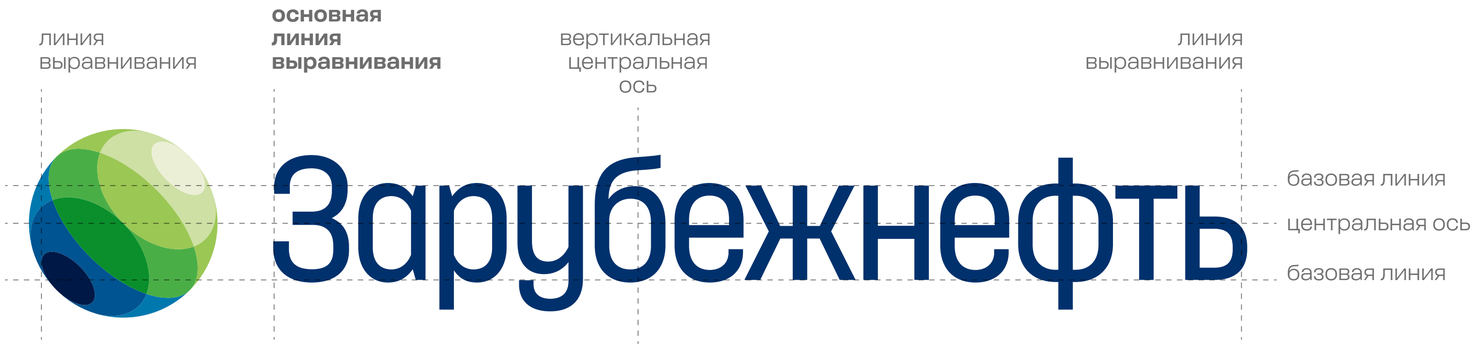
При конструировании дизайн-макета для выравнивания элементов дизайна относительно логотипа, а также для выравнивания самого логотипа относительно сетки или края макета рекомендуется использовать линии, указанные на схеме.

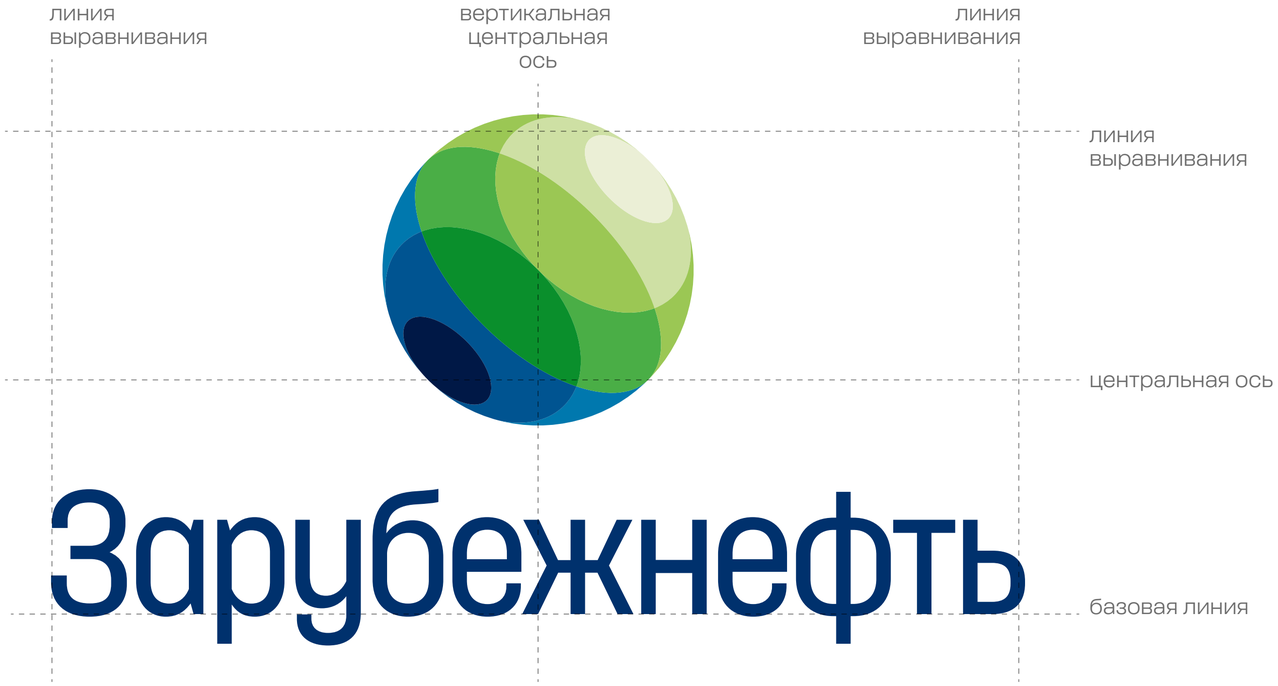
Базовые линии (линии шрифта) — воображаемые линии, проходящие по нижнему и верхнему краям строчных знаков без учёта свисаний и выносных элементов.

Линии выравнивания, проходящие по знаку, показаны для ориентира, из-за формы круга точного положения они не имеют и могут смещаться внутрь для визуальной компенсации. Степень их смещения зависит от формы и размера выравниваемого объекта.

Примеры выравнивания объектов относительно левого края знака







Основные пропорции и модульная сетка

Назначение данной схемы — облегчить воспроизведение логотипа крупного формата на больших поверхностях (например, при нанесении на стену здания, граффити или при монтаже конструкции на крыше), а также для проверки выполненных работ подрядчиками. На схеме обозначены основные пропорции элементов и расстояния между ними в условных единицах.

Логотип является цельной композицией, все пропорции элементов и расстояния между ними строго определены. Соблюдение данных параметров обязательно во всех случаях его воспроизведения.

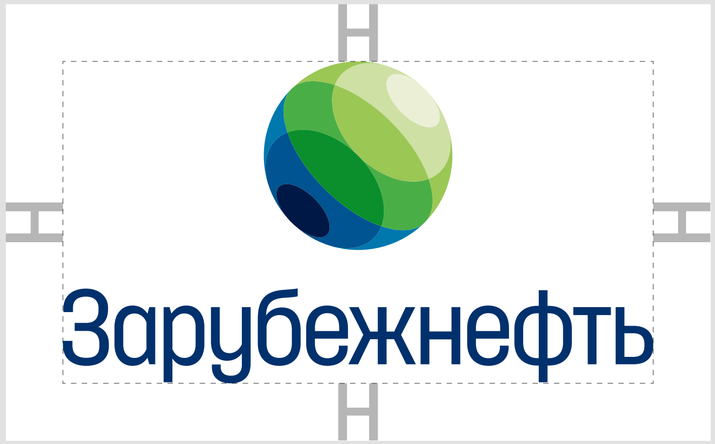


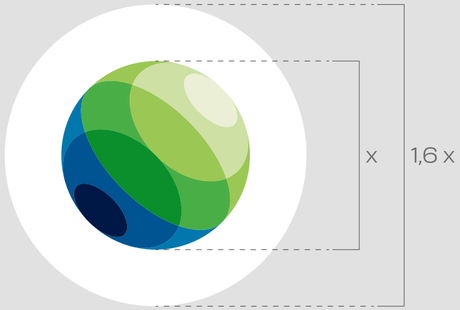


Охранное поле

С целью обеспечения узнаваемости и целостности восприятия логотипа следует оставлять вокруг него минимальное свободное пространство — охранное поле. В него не должны попадать края макета, а также текст и иная активная графика. Ширина поля отмеряется от касательных линий и равна высоте литеры «Н» (Z в латинской версии). Диаметр охранного поля знака больше диаметра знака в 1,6 раза.







Охранное поле





Базовые цветовые сочетания

Цветной логотип на белом и его инверсия на фирменном тёмно-синем фоне — основные сочетания бренда.

Необходимо использовать данные сочетания во всех возможных случаях.





Дополнительные версии

Для применения логотипа в условиях технологических или иных ограничений разработаны специальные версии, позволяющие его воспроизведение в два или один цвет.

Версия, в которой фирменный знак выполнен линиями, является приоритетной. При необходимости увеличить визуальную массу логотипа, и/или повысить акцент применяется версия со знаком, выполненным плашками.

приоритетное использование



при необходимости повысить акцент



! Используйте файлы, прилагаемые к Руководству.

приоритетное использование



при необходимости повысить акцент



Одноцветные вариации дополнительных версий

При необходимости допускается расположение дополнительных версий белого цвета на фоне фирменного зеленого и синего цвета.

приоритетное использование



при необходимости повысить акцент



приоритетное использование



при необходимости повысить акцент



Чёрно-белые вариации дополнительных версий

В случае макетов, предназначенных для черно-белой печати, необходимо использовать **одноцветную вариацию одной из дополнительных версий** логотипа. Их применение возможно и в случае других технологий ограничивающих воспроизведение цвета (например, штампы, гравировка, фрезеровка и пр.).

Также данная вариация может использоваться на фонах, неконтрастных основной и дополнительным вариациям.

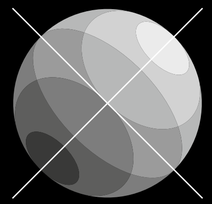
приоритетное использование

Зарубежнефть

при необходимости повысить акцент

Зарубежнефть

! Не допускается использовать основную версию знака в черно-белом исполнении.



приоритетное использование

Зарубежнефть

при необходимости повысить акцент

Зарубежнефть

Расположение на фоне

Основные цвета фона для расположения логотипа — белый и фирменный тёмно-синий.

! Основную вариацию логотипа допускается располагать только на белом или тёмно-синем фоне.

При расположении логотипа на равномерных участках фотоизображений и фонах других цветов необходимо добиваться его максимальной контрастности и читабельности. Для этого необходимо использовать **дополнительную версию** в цветовой вариации, соответствующей по контрасту оттенку фона.

! Следует избегать расположения логотипа на агрессивных и неконтрастных фонах. В случае крайней необходимости следует использовать подложку со скруглёнными углами по размеру равную охранному полю логотипа.

Основные цвета фона



при расположении на фотоизображениях и постороннем фоне



в крайних случаях следует использовать плашку со скруглеными углами



Недопустимые цветовые сочетания

Приведённые на слайде сочетания логотипа и фона с использованием основных цветов фирменной палитры запрещены.

























Минимальные размеры

На слайде приведены минимальные размеры, при которых в нормальных условиях все элементы логотипа хорошо считываются.

В случае приближения размера логотипа к минимальному и для технологий воспроизведения с особенными требованиями рекомендуется выводить сигнальный образец.

Основная версия

6 мм
40 px



6 мм
40 px



10,2 мм
70 px



10 мм
66 px



6 мм
40 px













6 мм
30 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

8 мм
40 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

6 мм
30 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

8 мм
40 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

10,5 мм
52 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

13,7 мм
70 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

10 мм
48 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

13 мм
66 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

6 мм
30 px

8 мм
40 px

10 мм
50 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

8 мм
40 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

10 мм
50 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

8 мм
40 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

17 мм
85 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

13,7 мм
70 px

Зарубежнефть

Зарубежнефть

16 мм
85 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

13 мм
66 px

Zarubezhneft

Zarubezhneft

10 мм
50 px

8 мм
40 px

Ошибки использования

На слайде представлены наиболее грубые и распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа. Избегайте их и следите за правильностью его использования подрядчиками.

Во всех случаях необходимо использовать оригинальный файл с требуемой версией логотипа (не извлекать логотип из тела Руководства)!

Зарубежнефть

не допускается использование наименования отдельно от знака



не допускается использование других шрифтов

Зарубежнефть

не допускается изменение местоположения элементов в логотипе



не допускается поворачивать логотип

Текст текст



не допускается нарушение правила охранного поля логотипа

Текст текст текст текст текст текст текст текст текст Зарубежнефть текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст

не допускается использование логоблока в тексте и нарушение правил минимальных размеров



не допускается искажение пропорций логотипа или его отдельных элементов



не допускается некорректная пикселизация логотипа



не допускается использование монохромного логотипа



не допускается окрашивание логотипа в нерегламентированные цвета



не допускается искажение фирменных цветов



не допускается изменение насыщенности цветов или применение эффекта прозрачности



не допускается нарушение правил расположения логотипа на неконтрастном и агрессивном фоне



не допускается использование обводок



не допускается использование эффекта тени



не допускается использование градиентов

Логотипы для официальных документов

Используются при необходимости (например, на фирменных бланках).

! При использовании данных версий необходимо по аналогии применять и соблюдать правила, представленные для основного логотипа.

! Используйте прилагаемые к Руковдоству файлы.

на русском

Зарубежнефть
АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

на английском

Zarubezhneft
JOINT STOCK COMPANY

Зарубежнефть
АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

Zarubezhneft
JOINT STOCK COMPANY

Логотипы дочерних обществ

Варианты конструкций

Согласно архитектуре бренда логотипы ДО строятся на основе логотипа «Зарубежнефть».

Возможны четыре варианта конструкций:

- если в наименовании общества присутствует «Зарубежнефть», дополняющая его часть переходит в дескриптор
- «Зарубежнефть» заменяется на наименование общества
- наименование общества дополняется приставкой ЗН
- при необходимости подчеркнуть принадлежность общества к «Зарубежнефти» добавляется дескриптор «Группа Зарубежнефть»

! При использовании логотипов ДО необходимо по аналогии применять и соблюдать правила, представленные для основного логотипа.

ДО с наследованием названия

Зарубежнефть
ДОБЫЧА ХАРЬЯГА

ДО с собственным названием

Гипровостокнефть

ДО с собственным названием и принадлежностью к группе компаний в виде приставки ЗН

ЗН Геотерм

ДО с собственным названием и дескриптором

Гипровостокнефть
ГРУППА ЗАРУБЕЖНЕФТЬ

Правила построения

Наименования и дескриптор в логотипах оформляются с помощью фирменной шрифтовой гарнитуры TT Bluescreens Pro Normal, с определёнными текстовыми параметрами (представлены на слайде).

В окрашивании используются только фирменные цвета.

> ! Для создания блоков используйте прилагаемые к Руководству шаблоны.

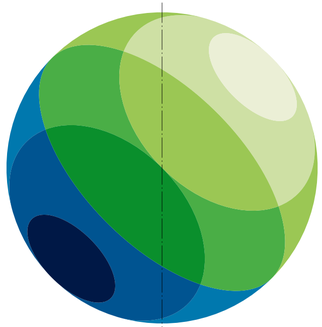


линия выравнивания

Общество
ГРУППА ЗАРУБЕЖНЕФТЬ

выравнивание — выключка влево

центральная ось



Общие параметры

шрифт — TT Bluescreens Pro Normal
кернинг — Optical
выравнивание — выключка по центру

начертание — Medium, с заглавной буквы в одну строку
трекинг — - 25

начертание — DemiBold, только прописные символы в одну строку
трекинг — 25

Общество
ГРУППА ЗАРУБЕЖНЕФТЬ

Основные пропорции и модульная сетка

Положение элементов должно быть идентичным основному логотипу.

Для создания блоков используйте прилагаемые к Руководству шаблоны.





Версии на русском

Для создания блоков используйте прилагаемые к Руководству шаблоны.

без дескриптора









с дескриптором









Версии на английском

! Для создания блоков используйте прилагаемые к Руководству шаблоны.

без дескриптора

Zarubezhneft

Company

Zarubezhneft

Company

с дескриптором

Zarubezhneft
COMPANY

Company
ZARUBEZHNEFT GROUP

Zarubezhneft
COMPANY

Company
ZARUBEZHNEFT GROUP

Логотипы внутрикорпоративных проектов

Правила построения

Базовые логотипы проектов имеют схожую конструкцию с основным логотипом «Зарубежнефть» (на рисунке представлены примеры).

Вместо «Зарубежнефть» набирается наименование проекта с соблюдением текстовых параметров, обозначенных на слайде.

Знак

Для каждого проекта создаётся индивидуальный знак, но он должен соответствовать определённым параметрам:

- необходимо выдержать общую стилистику, когда форма создаётся словно из наложенных друг на друга полупрозрачных слоёв и тем самым делится на сегменты
- в окрашивании необходимо использовать фирменную палитру, стараясь соблюсти порядок цветов
- необходимо визуально выдержать пропорции и местоположение между знаком и наименованием, ориентируясь на основной логотип

! При использовании логотипов проектов ориентируйтесь на правила, представленные для основного логотипа.

основной логотип

Зарубежнефть

примеры логотипов для внутрикорпоративных проектов

ЗН Здоровье

ЗН Баланс

шрифт — TT Bluescreens Pro Normal Medium,
с заглавной буквы в одну строку
кернинг — Optical
трекинг — - 13
выравнивание — выключка влево

Фирменная цветовая палитра

Группы цветов

Визуальный образ «Зарубежнефти» рассчитан на широкое применение с большим разнообразием носителей и решений для их оформления. В связи с этим имеет широкую палитру состоящую из основного и вспомогательного наборов.

! Для упрощения процесса работы с цветами, каждому из них присвоен порядковый номер.

Основные цвета

ZN_01
DarkBlue
main

ZN_06
Green
main

белый

черный

ZN_10

Вспомогательная палитра

ZN_02

ZN_03

ZN_04

ZN_05

ZN_07

ZN_08

ZN_09

Значения цветов

Необходимо следить за точным отображением фирменных цветов! Экран или распечатка Руководства не дают их точного отображения. При печати или подборе красок в качестве ориентира необходимо пользоваться веером Pantone.

	Основные цвета					Вспомогательная палитра						
Имя цвета	ZN_01 DarkBlue main	ZN_06 Green Main	белый	черный	ZN_10	ZN_02	ZN_03	ZN_04	ZN_05	ZN_07	ZN_08	ZN_09
Значения в различных палитрах												
Pantone C	4154 C	3529 C	белила	Process Black		295 C	7692 C	7690 C	2426 C	368 C	580 C	6190 C
Pantone U	2945 U	3529 U	белила	Process Black		295 U	2186 U	7690 C	2426 U	3561 U	580 U	6190 U
CMYK:	100.70.0.40	70.0.90.0	0.0.0.0	0.0.0.100	0.0.0.80	100.70.0.70	100.50.0.25	85.30.0.20	80.0.100.20	47.0.80.0	25.0.45.0	10.0.20.0
RGB:	0.50.110	75.175.70	255.255.255	0.0.0	90.90.90	0.25.70	0.85.145	0.120.175	10.143.45	155.200.85	205.225.165	235.240.215
HEX #	00326E	4BAF46	FFFFFF	000000	5A5A5A	001946	005591	0078AF	0A8F2D	9BC855	CEE1A5	EBF0D7
RAL	5003	6018	9003	9004	7022							

К Руководству прилагаются файлы с цветовой палитрой для продуктов Adobe.

Pantone — система, гарантирующая наиболее точную цветопередачу при печати.

Модель CMYK — полноцветная печать.

Модели RGB (HEX) — обозначения цветов, рассчитанных на воспроизведение на экранах.

Модель RAL — краски и отделочные материалы.

Типографика

Фирменные шрифты

Фирменная шрифтовая гарнитура бренда «Зарубежнефть» — TT Bluescreens Pro в различных вариациях и начертаниях. Использование исключительно данной гарнитуры позволит достичь единого визуального образа и обеспечить более чёткую идентификацию.

Правообладателем гарнитуры TT Bluescreens Pro является компания TypeType. С информацией о приобретении лицензий на использование можно ознакомиться на их сайте.

Акцентная гарнитура

TT Bluescreens Pro Normal

Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Гарнитура для наборного текста

TT Bluescreens Pro Expanded

Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Системный шрифт

Системный шрифт применяется только в случаях невозможности или нецелесообразности использования фирменных шрифтов.

Например, в случаях, когда технически возможно использование только стандартных системных шрифтов (документы PowerPoint, Excel, Word и пр.), следует применять шрифт Arial.

Только для программных продуктов,
где нет возможности интегрировать сторонние шрифты

Arial

Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт
Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890

Правила написания наименования бренда

При употреблении наименования «Зарубежнефть» в текстах:

- **на русском языке** следует набирать его с заглавной буквы и заключать в кавычки «ёлочки». В текстах и дикторской озвучке наименование компании склоняется
- **на английском** — без кавычек с заглавной буквы

Определяющими могут быть слова «**компания**» (Company) или «**Группа компаний**» (Group of Companies).

> ! Обратите внимание на расстановку заглавных букв в определяющих словах.

Адрес сайта в текстовом виде следует набирать строчными символами без дополнительных приставок.

На русском

всегда в кавычках «ёлочках», с заглавной буквы
склоняется без определяющего слова

В «Зарубежнефти»

не склоняется с определяющими словами

В компании «Зарубежнефть»
В Группе компаний «Зарубежнефть»

На английском

без кавычек, с заглавной буквы

со строчной

с заглавных

In Zarubezhneft

определяющие слова

In Zarubezhneft Company
In Zarubezhneft Group of Companies

Адрес сайта

~~www.~~zarubezhneft.ru

Официальный сайт «Зарубежнефти» — zarubezhneft.ru

Правила набора текста

При вёрстке любого текста соблюдайте правила русского языка, но и не пренебрегайте правилами типографики и стандартами бренда:

- избегайте двойных пробелов
- не оставляйте в конце строк висячие союзы и предлоги
- следите за правильностью применения длинного и короткого тире, минуса и дефиса

! Данные правила в обязательном порядке необходимо соблюдать во всех внешних коммуникациях.

— **Длинное тире** Windows [Alt] + [0151] macOS [opt] + [Shift] + [-]

ДЛИННОЕ ТИРЕ —
не минус и не дефис

отбивается пробелами, не переносится

– **Короткое тире/минус** Windows [Alt] + [0150] macOS [opt] + [-]

март–апрель

для обозначения диапазонов не отбивается пробелами

5–6 октября

–50%

в качестве минуса

- **Дефис** Windows [-] macOS [-]

ТЁМНО-СИНИЙ
всё-таки красивый

внутри сложносоставных слов, для присоединения частиц и пр. не отбивается пробелами

Правила набора текста

- используйте кавычки «ёлочки» (кавычки „лапки“ используются только между кавычками «ёлочками»)
- отбивайте полупробелом тысячи в числах

Данные правила в обязательном порядке необходимо соблюдать во всех внешних коммуникациях.

Кавычки и буква Ё



КАВЫЧКИ ТОЛЬКО «ЁЛОЧКИ»
Не используйте «е» вместо «ё»

кавычки только «ёлочки»

Windows
« — [Alt] + [0171]
» — [Alt] + [0187]

macOS
[option] + [shift] + [=]
[option] + [=]

Полупробел

–7 000 ₽

полупробел для отделения тысяч и знака рубля

Суперграфика

Описание

Суперграфика — это основной декоративный стилеобразующий элемент визуального образа бренда. Представляет собой шар со сложными переливами между цветами фирменной палитры, явными границами и пиксельной текстурой. Графика внутри шара — вариативная и живая.

Суперграфика используется для яркого, акцентированного оформления носителей. В зависимости от задачи она может занимать практически всю площадь носителя или выступать в качестве небольшого акцента.

! Для упрощения процесса оформления носителей к Руководству прилагается набор суперграфики и генератор для создания новых версий.

! Множество примеров применения суперграфики представлены далее в разделах с носителями.

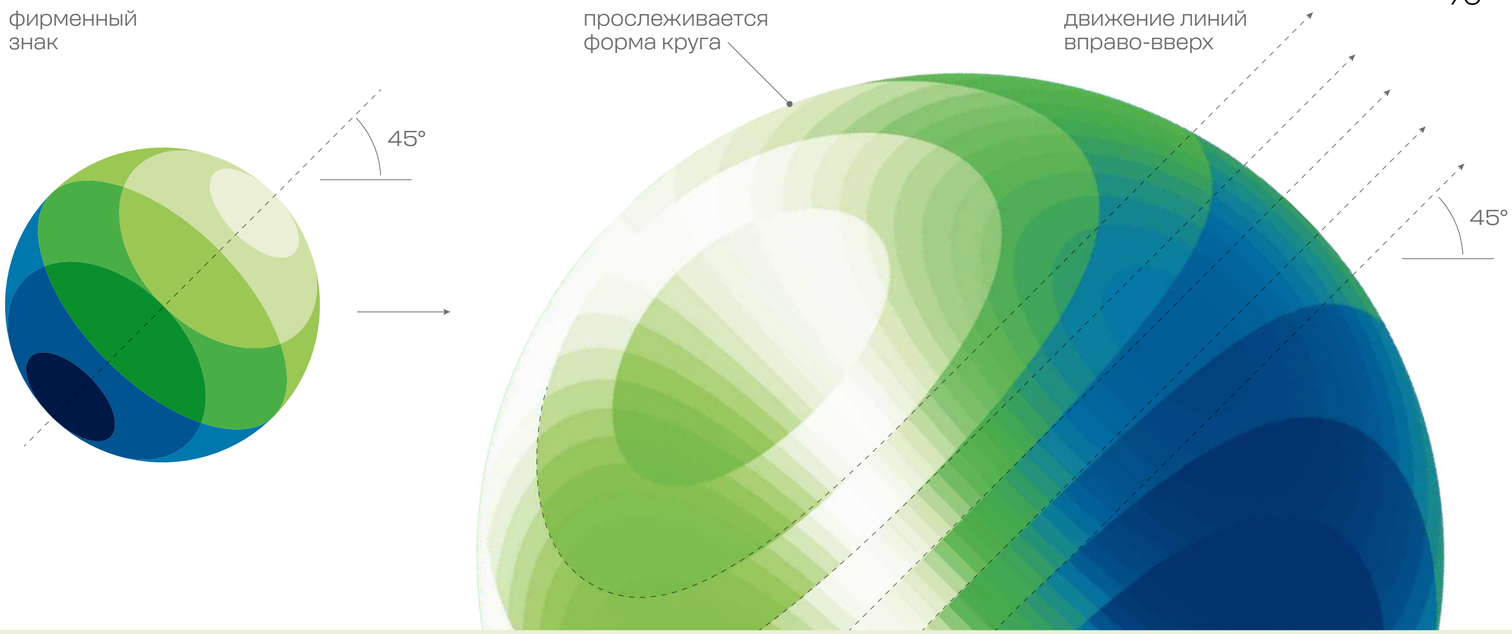




Правила использования

Суперграфика по своей сути это расширенная и более красочная версия фирменного знака, и должна поддерживать заданную в знаке диагональную динамику, символизирующую движение вправо-вверх.

Элементы суперграфики всегда располагаются под углом 45°



Суперграфика всегда кадрируется краями макета (частично уводится под обрез).

В случае, когда в кадре прослеживается форма круга, в получившемся рисунке на графике всегда должно прослеживаться движение линий вверх.

При более легком оформлении макета (оформление уголка, низа и пр.) и в случаях, когда форма круга не прослеживается, допускается более свободное расположение линий графики.

декорирование без прослеживания формы круга



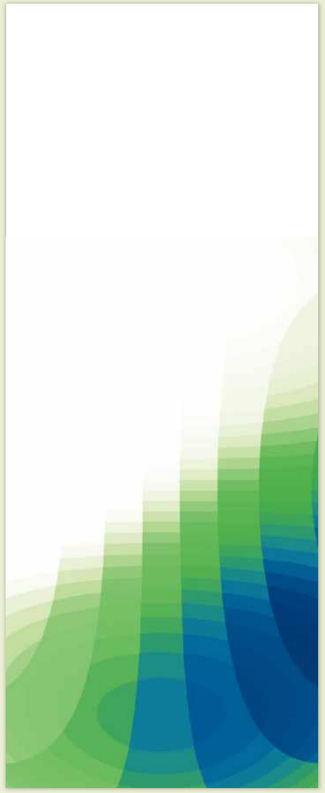


Примеры кадрирования

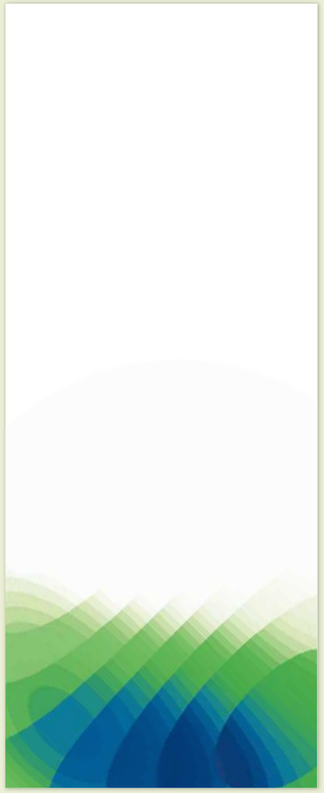






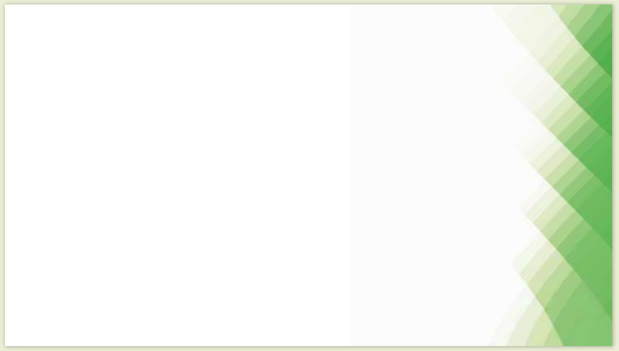










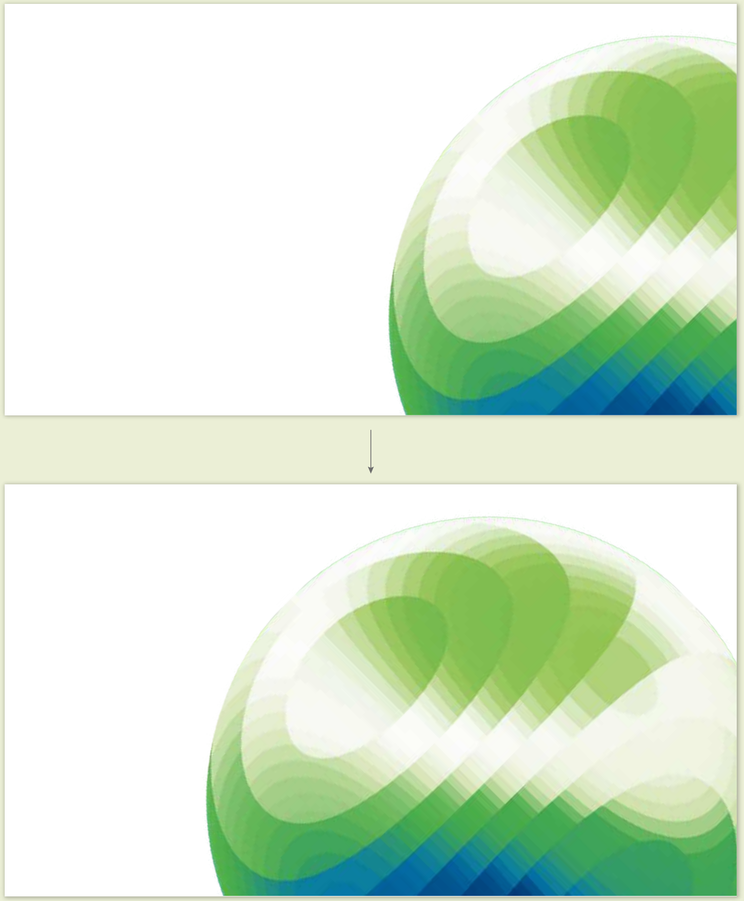




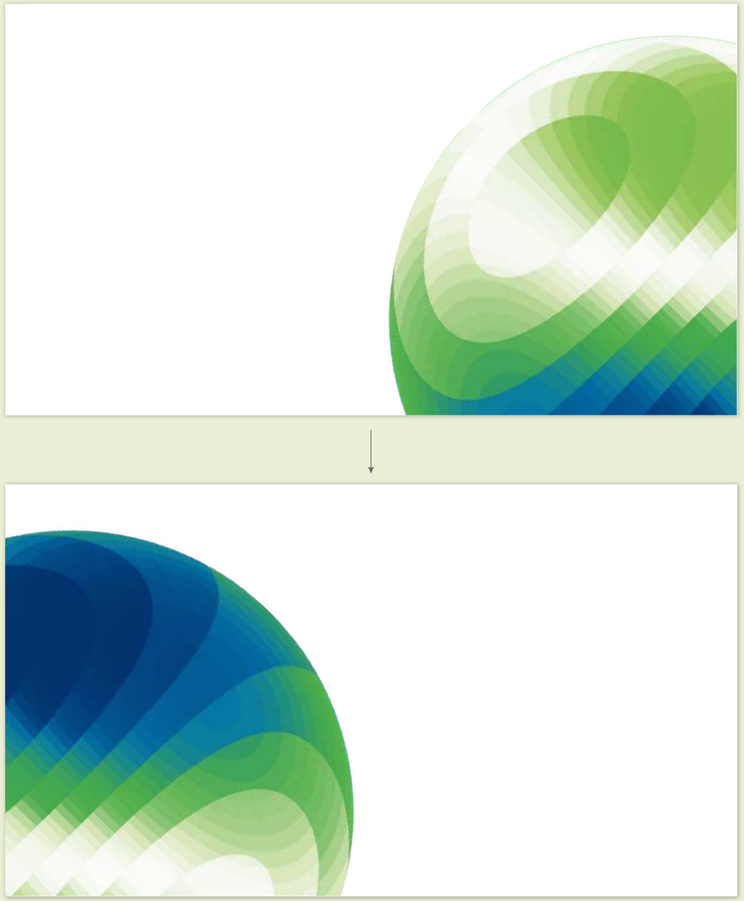
Правила трансформации

Для достижения требуемого расположения изображения суперграфики на носителе допускается её перемещать, отображать относительно осей и производить строго пропорциональное масштабирование.

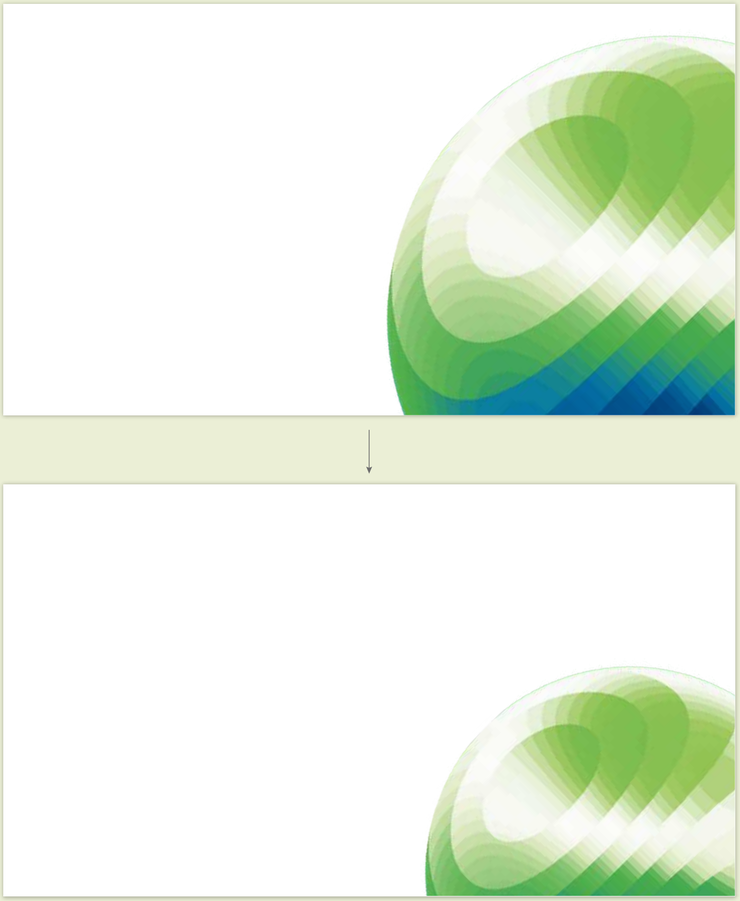
перемещение



отображение с поворотом на 90° или поворот на 180°

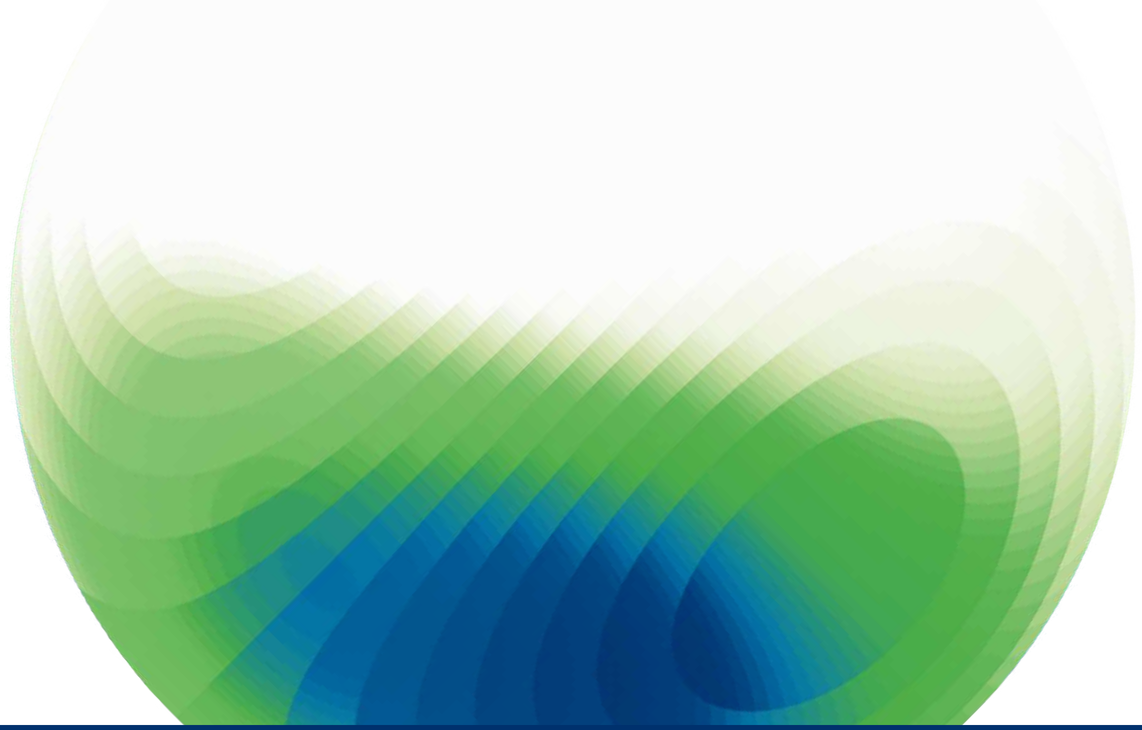


пропорциональное масштабирование



Цветовые сочетания

Суперграфика может располагаться только на белом или фирменном тёмно-синем фоне.





Набор суперграфики

Для каждого цвета фона созданы отдельные версии графики.

Используйте прилагаемые к Руководству файлы.

для белого фона

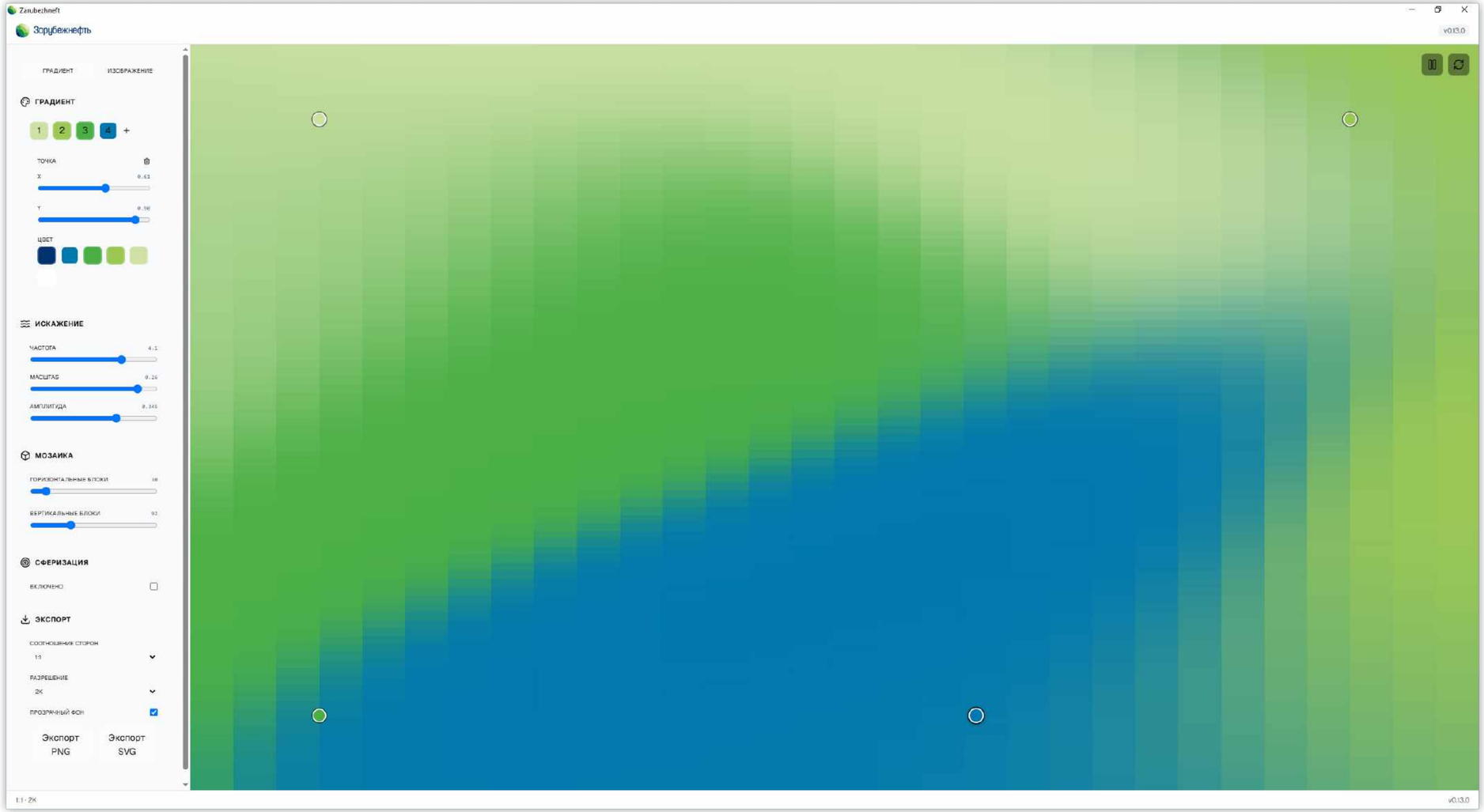


для темно-синего фона



Генератор суперграфики

Специально для создания новых форм и вариаций суперграфики разработан генератор.



Декоративная полоса

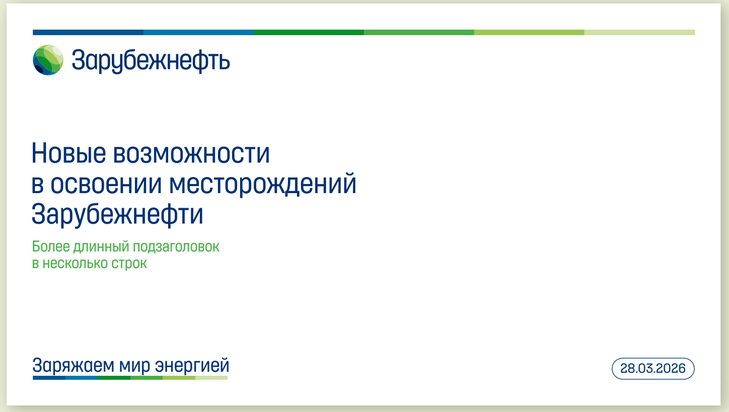
Описание

Декоративная полоса — это многофункциональный декоративный элемент для легкого и деликатного брендирования носителей или отдельных элементов макетов.

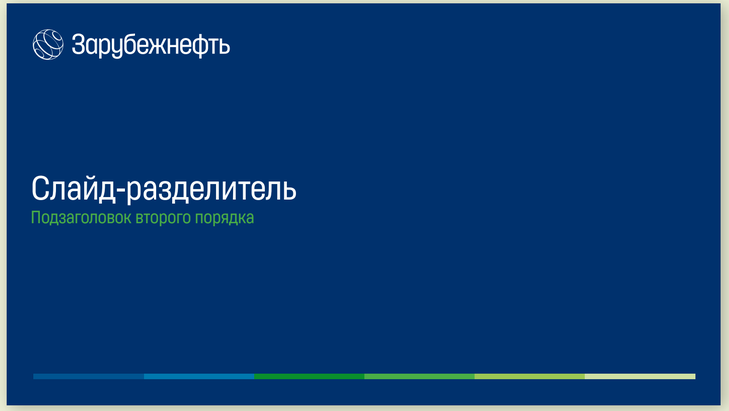
Состоит из шести прямоугольников определённых цветов фирменной палитры, распололоженных последовательно по горизонтали с примыканием друг к дургу.

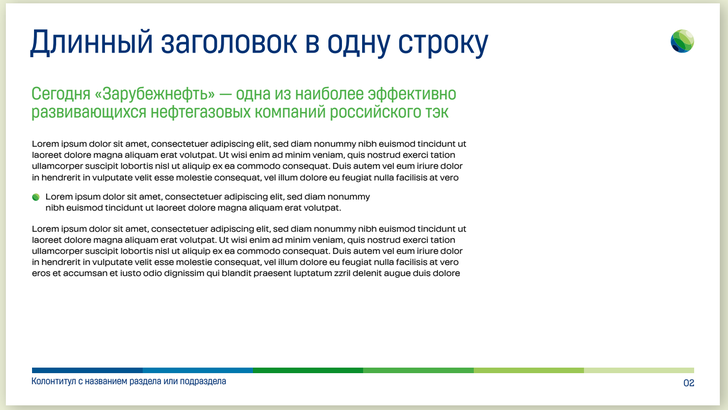
Обязательно присутствует в блоке со слоганом.

! Используйте прилагаемые к Руководству файлы.













Цветовые сочетания

Декоративная полоса может располагаться только на белом или фирменном тёмно-синем фоне. Значения цветов представлены в разделе «Цветовая палитра».



наименования фирменных цветов

ZN_03 ZN_04 ZN_05 ZN_06 ZN_07 ZN_08



Правила использования

- полоса всегда располагается строго горизонтально
- должна состоять из шести прямоугольников фирменных цветов, расположенных в определённой последовательности (слева направо от тёмно-синего к светло-зеленому)
- может примыкать к объектам/краям макета или располагаться на расстоянии от них
- между текстом и полосой необходимо оставлять равномерное свободное пространство

Полоса не должна выглядеть слишком тонкой и слишком толстой, поэтому имеет ограничения для соотношения ее сторон.

! Длина полосы должна быть минимум в 20 раз и максимум в 150 раз больше ее высоты.

min 20**x**



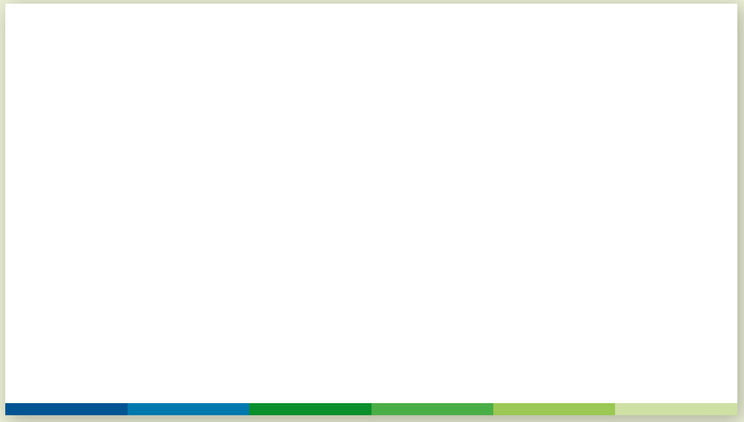
max 150**x**



расположение на расстоянии от объектов и краев макета



расположение с примыканием к объектам и краям макета





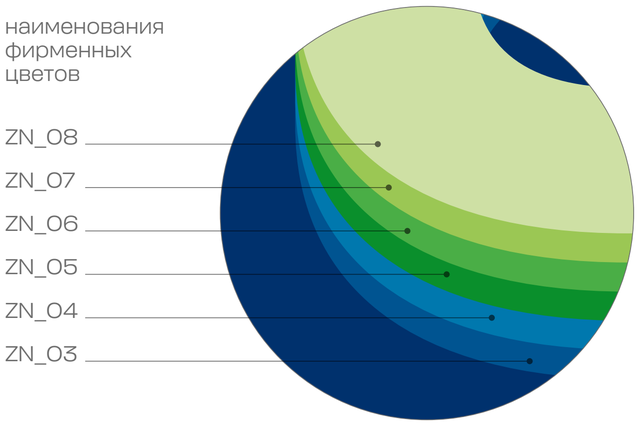


Дополнительные приёмы декорирования

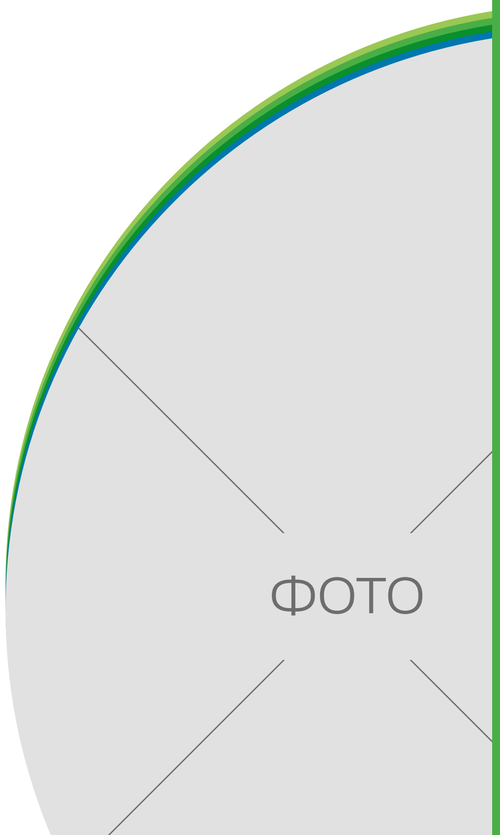
Данные приёмы используются в качестве акцентного декорирования объектов (цифры, буквы, контейнеры с изображениями и пр.) на носителях (например, в презентациях, брошюрах, социальных сетях и пр.).

Форма объекта дублируется в одном направлении от 2 до 5 раз, с небольшим равномерным шагом. Получившиеся полоски окрашиваются в цвета фирменной палитры.

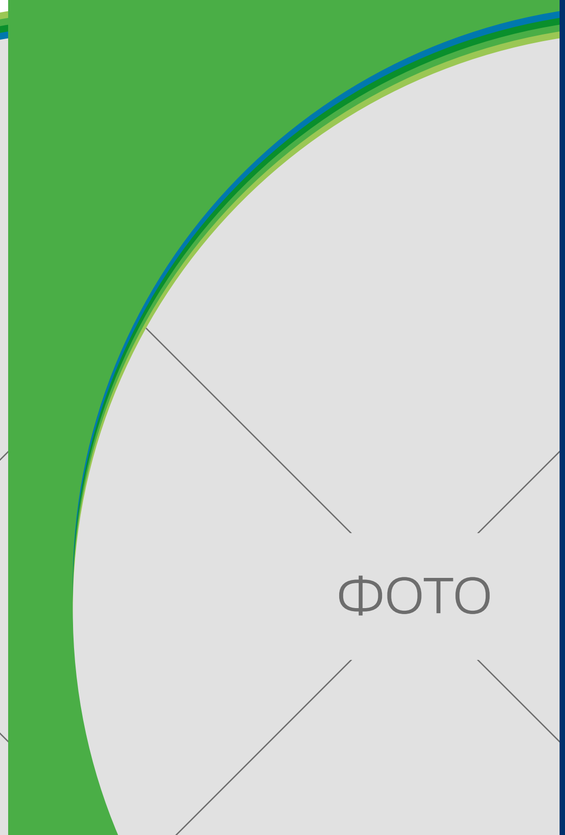
На слайде продемонстрированы рекомендуемые цветовые сочетания.



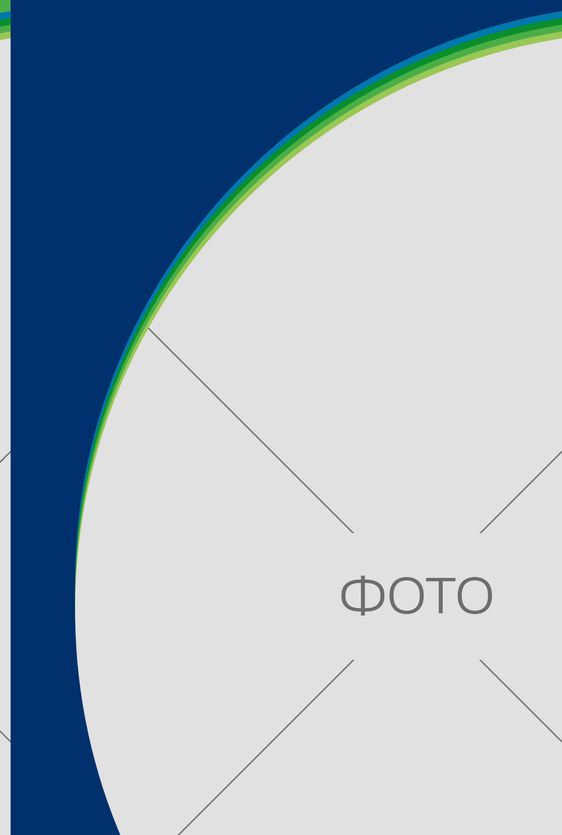












Слоган

Русская версия

Слоган всегда используется совместно с фирменной декоративной полосой. Элементы скомпонованы в единые блоки, их положение и пропорции относительно друг друга зафиксированы.

Слоган набран фирменной шрифтовой гарнитурой TT Bluescreens Pro Normal, начертанием Medium.

Русская версия может быть скомпонована в одну или две строки. Выбор компоновки зависит от конструкции макета.

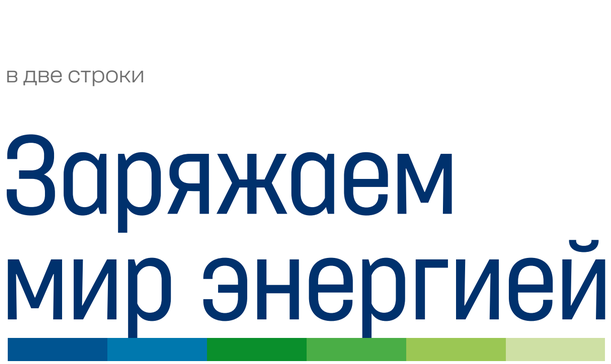
! Используйте только оригинальные файлы, прилагаемые к Руководству. Недопустимы какие-либо нерегламентированные изменения цвета, пропорций, расстояний и начертаний.

Русская версия

в одну строку



в две строки



Английская версия

Используется в коммуникациях с зарубежной аудиторией. Все правила и рекомендации, представленные на примере версии на русском, полностью применимы для английской.

Для английской версии существует дополнительная компоновка в три строки.

Используйте только оригинальные файлы, прилагаемые к Руководству.

Английская версия

в одну строку

Powering the world with energy

в две строки

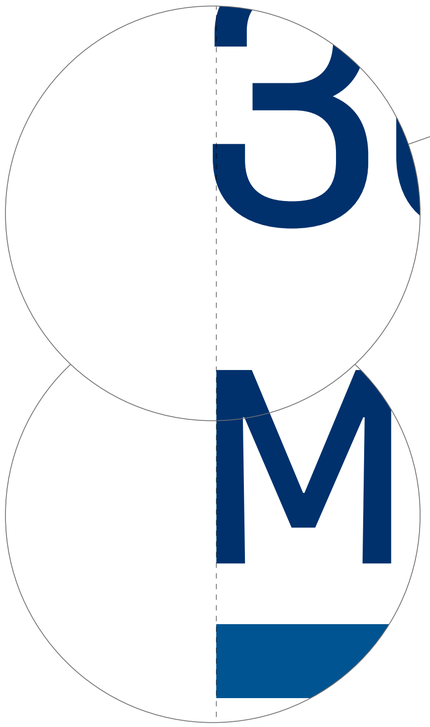
Powering the
world with energy

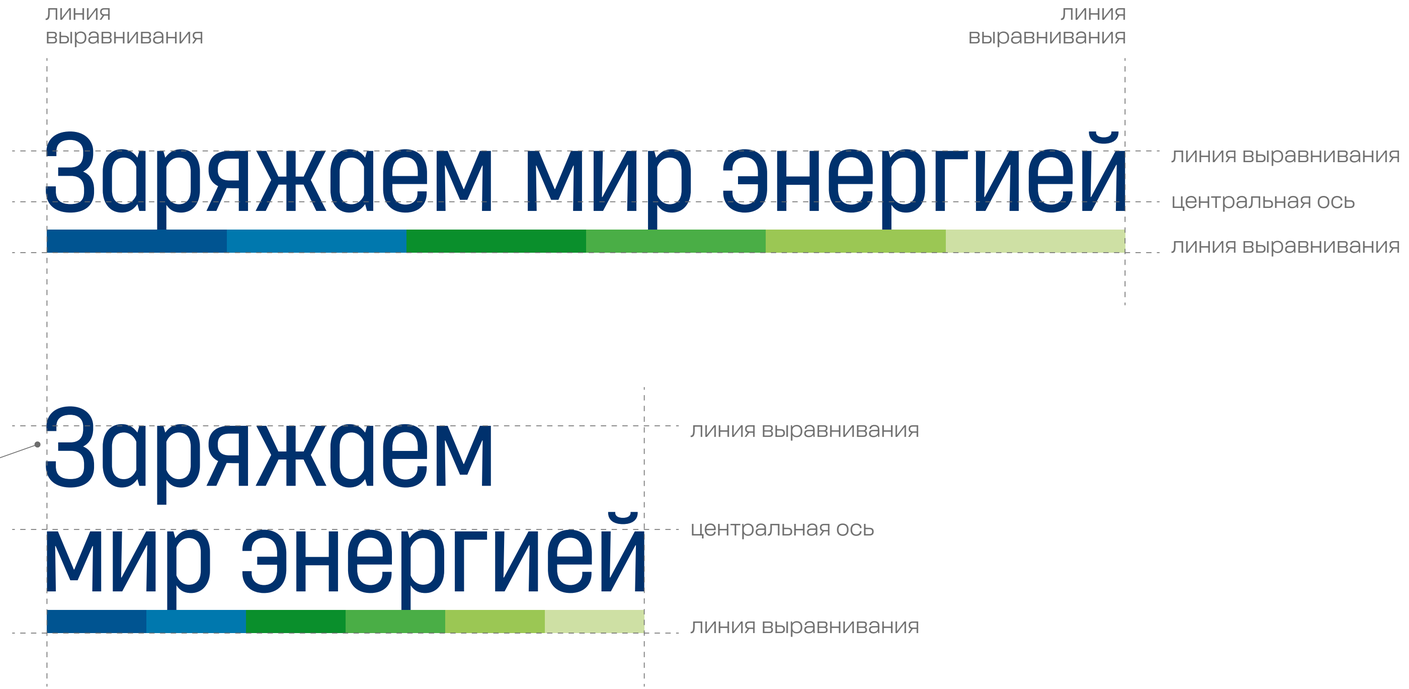
в три строки

Powering
the world
with energy

Линии выравнивания

При конструировании дизайн-макета для выравнивания элементов дизайна относительно блока со слоганом, а также для выравнивания самого блока относительно сетки или края макета рекомендуется использовать линии, указанные на схеме.





Цветовые сочетания

Блок с цветной декоративной полосой на белом фоне и его инверсия на фирменном тёмно-синем фоне — основные сочетания.

Необходимо использовать данные сочетания во всех возможных случаях.





Расположение на носителях

Слоган преимущественно располагается с примыканием к полям макета (с применением линий выравнивания), чтобы оставалось равномерное свободное пространство до его краёв.

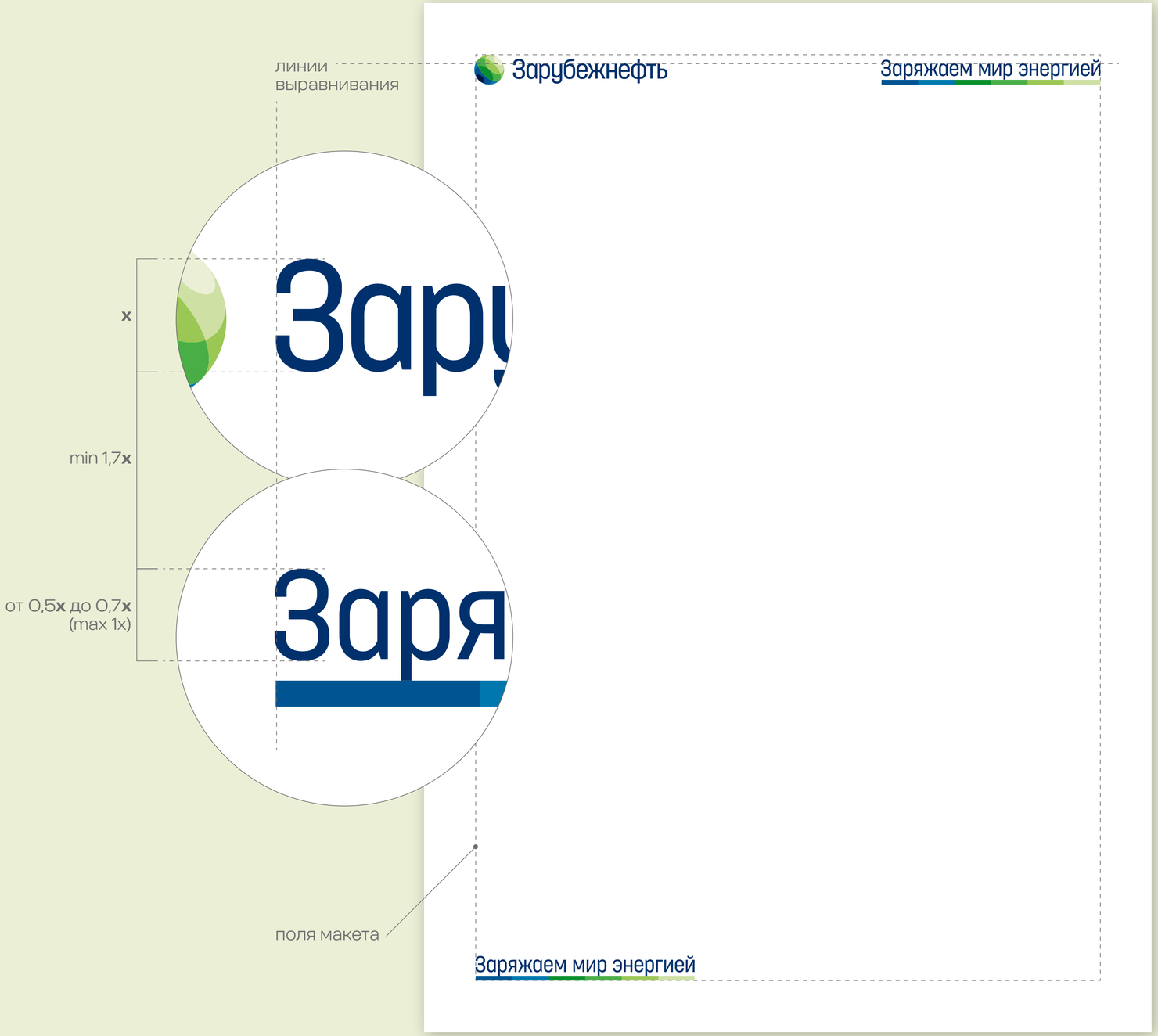
При расположении на одном макете совместно с логотипом необходимо стремиться максимально увеличить между ними расстояние, размещая слоган у противоположной от логотипа стороны носителя.

В случае их сближения необходимо соблюдать между ними минимальное расстояние, обозначенное на рисунке.

При выборе размера слогана ориентируйтесь на размер логотипа.

> ! Написание слогана всегда должно выглядеть мельче, чем написание наименования в логотипе («Зарубежнефть»).

Рекомендуемая высота заглавной буквы в слогане — 50–70% от высоты буквы «З» в наименовании. При этом слоган должен оставаться читаемым.

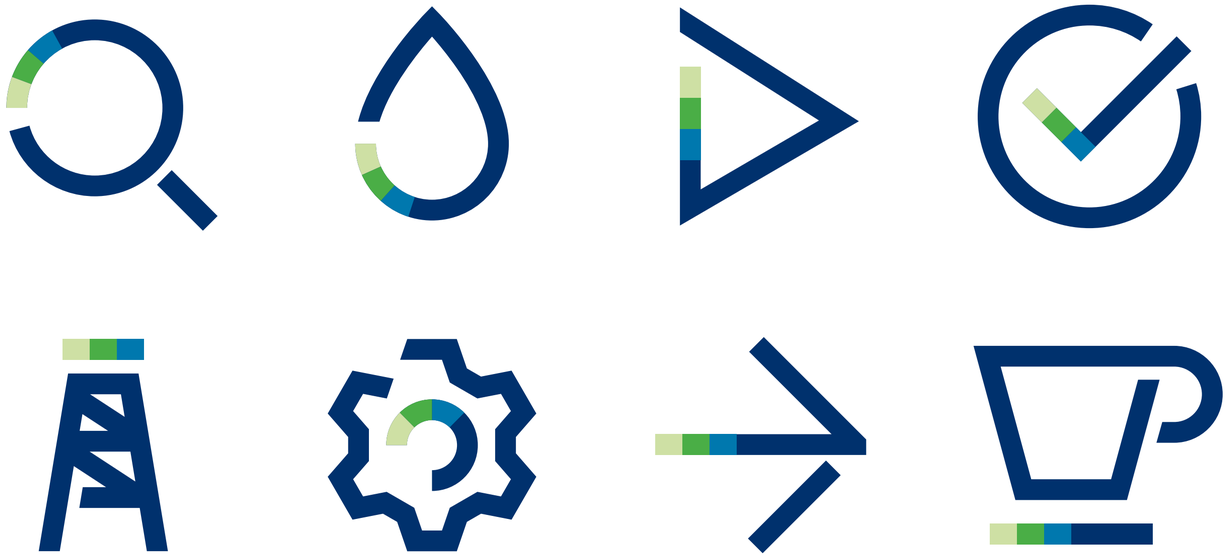


Базовые пиктограммы

Описание

Пиктограммы используются в качестве вспомогательных или декоративных элементов оформления носителей (например, в системе навигации и пр.).

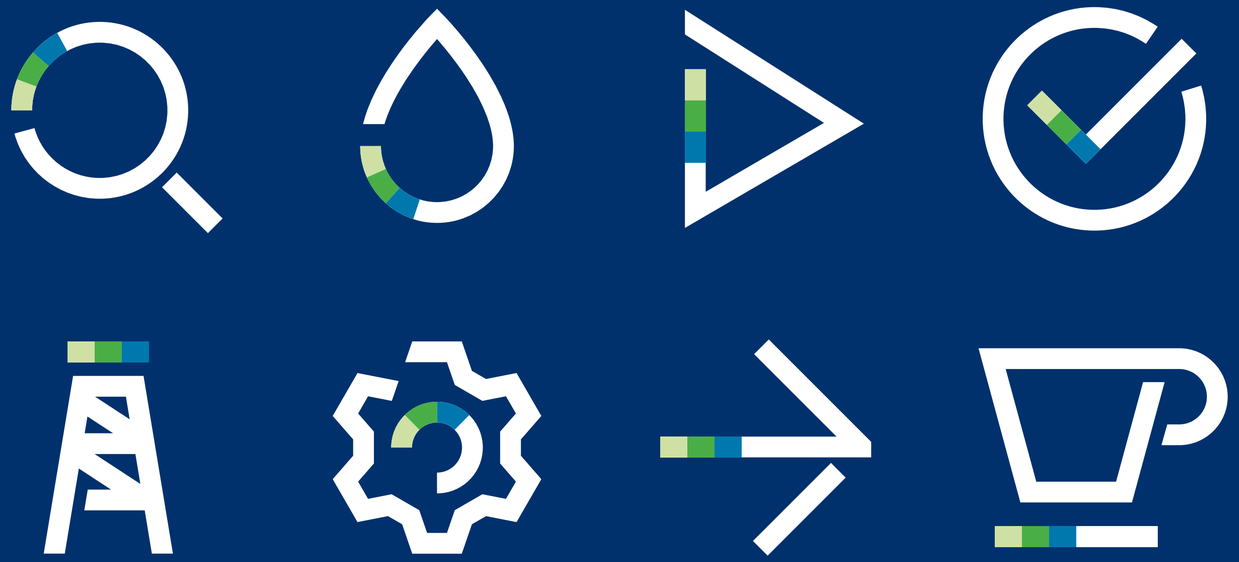
Фирменные пиктограммы выполнены в простой иллюстративной технике линиями одной толщины, с добавлением трех коротких последовательно расположенных отрезков фирменных цветов (ZN_04, ZN_06 и ZN_08).



Цветовые сочетания

Применяются пиктограммы фирменного тёмно-синего цвета (ZN_01) на белом фоне или их инверсия.

! К Руководству прилагается разработанный набор.
При необходимости его можно расширить, создавая уникальные пиктограммы по аналогии.



Фотостиль

Общий подход к фотоизображениям

Фотостиль бренда строится на сочетании технологичности, масштаба, профессионализма и человеческого присутствия. Изображения должны формировать образ современной, сильной, инженерно точной и открытой компании, работающей в крупных индустриальных и корпоративных контекстах.

Ключевые принципы фотостиля

Реальность и достоверность

Фотографии должны выглядеть документально и убедительно. В кадре — реальные объекты, сотрудники, процессы, инфраструктура и рабочая среда. Недопустим избыточно постановочный, рекламно-глянцевый или искусственный визуальный язык.

Технологичность и системность

Во всех категориях изображений важно подчеркивать порядок, инженёрную логику, масштаб и продуманность процессов. Композиция должна быть чистой, структурной, с ясной геометрией и читаемыми линиями.

Чистота кадра

Изображения должны быть аккуратными, визуально собранными, без случайного мусора, лишних предметов, хаотичных фонов и визуального шума. Даже в производственной среде кадр должен сохранять ощущение организованности.

Естественный свет и натуральная цветопередача

Предпочтение отдаётся естественному освещению или свету, имитирующему естественный. Цвета — реалистичные, чистые, без чрезмерной тонировки. Важна нейтрально-холодная или умеренно теплая профессиональная подача в зависимости от сюжета.

Акцент на фирменные цвета в среде

Во многих кадрах естественным образом присутствуют фирменные оттенки. Эти цвета не должны искусственно усиливаться, но их присутствие желательно как часть визуальной идентичности.

Масштаб и контекст

Фотографии должны показывать не только отдельные объекты, но и их место в системе: предприятие в ландшафте, оборудование в инфраструктуре, человек в производственном процессе, офис — в бизнес-контексте.

Люди как носители компетенции

Если в кадре присутствуют сотрудники, они должны восприниматься как профессионалы: уверенные, собранные, спокойные, компетентные. Эмоции — сдержанные, позитивные, без избыточной театральности.

Средства индивидуальной защиты

К фотоизображениям работников на производственных объектах предъявляются особые требования — правильное применение спецобуви и спецодежды, соответствующих должности и сезону года, погодным условиям, а также других средств индивидуальной защиты:

- головы — каска (обязательна на территории производственных объектов), подбородочный ремешок каски надет на подбородок и плотно затянут, а не висит на шее и т. д.
- глаз — защитные очки, защитная маска (надеты полностью, а не на лбу или на кончике носа)
- органов дыхания — маска, респиратор, противогаз и др.
- органов слуха — наушники, беруши
- рук — перчатки, варежки

Масштабные отраслевые и инфраструктурные объекты

Это фотографии, которые формируют восприятие бренда как крупного индустриального игрока. Они показывают размах деятельности, географию присутствия, сложность инфраструктуры и стратегический уровень бизнеса.

Отличительные особенности:

- очень важно сохранение линии горизонта как естественного символа перехода состояния вещества. И, по возможности, сочетания естественных зеленых и синих оттенков (неба и зелени или промышленных объектов)
- свет дневной, естественный, солнечный
- крупный масштаб
- широкие общие планы
- часто используется аэро- или дистанционная съёмка
- важна среда: море, степь, небо, промышленный ландшафт
- акцент на мощь, устойчивость, надёжность

Визуальное ощущение

Монументальность, системность, контроль над большими процессами.

- кадр должен быть просторным
- необходимо сохранять ощущение горизонта и воздуха
- объекты должны выглядеть устойчиво и значимо
- не перегружать композицию мелкими деталями. Объекты должны восприниматься цельно и масштабно













Аэрофотосъёмка и схемообразные виды сверху

Это наиболее системная и аналитичная категория. Такие фотографии показывают сложность и упорядоченность инфраструктуры, подчеркивают инженёрную точность, структуру и масштаб.

Отличительные особенности:

- съёмка строго сверху или с близкого к вертикальному угла
- выраженная геометрия
- сильный ритм линий, контуров, сеток и блоков
- минимальная эмоциональность, максимум структурности
- изображение воспринимается почти как карта, схема или чертёж

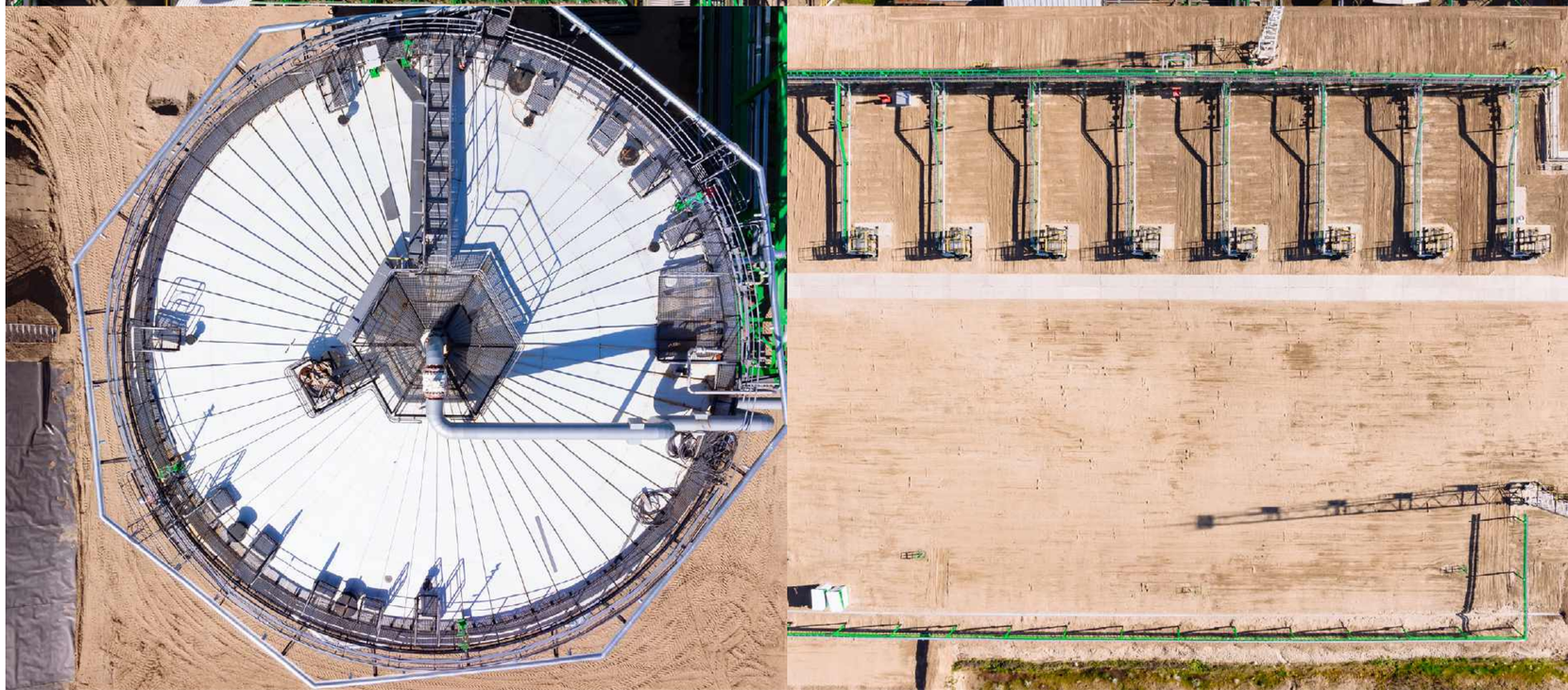
Визуальное ощущение

Контроль, логика, инженерное мышление, точность.

Правила:

- кадр должен быть максимально чистым и графичным
- важны ровные оси и корректная перспектива
- необходимо подчеркивать повторяемость элементов и композиционный ритм
- желательно избегать дымки, сильных теней и визуальной неразберихи





Ночная фотосъёмка

Ночью объекты и люди освещаются искусственным светом. Необходимо следить за уровнем шума на фотографиях. Итоговые снимки должны быть чистыми, а объекты сохранять четкость:

- можно использовать длинную выдержку, чтобы добавить динамики кадру
- в кадрах с людьми используем свет от планшетов/ телефонов в их руках или дополнительную подсветку для лиц
- снимаем дым, пар на фоне искусственного освещения для атмосферности и динамики кадра
- если есть возможность застать полярное сияние, обязательно используем его в кадрах. Зеленое свечение неба усилит связь фотосъёмки с брендом

В остальном для ночной съёмки действуют те же правила, что и для дневной.













Зимняя фотосъёмка

При зимней фотосъёмке необходимо следить за тем, чтобы снег был чистым (или чистить его при обработке фотографий). Также в белом окружении особый акцент стоит сделать на корпоративных цветах бренда:

Желательно сохранять холодный синий или голубой цвет неба, не высвечивать его в белый.

В остальном для зимней фотосъёмки действуют те же правила, что и для летней.













Производственные объекты и оборудование

Эта категория показывает предметную сторону бизнеса — качество инфраструктуры, технологическую оснащённость, уровень организации производственной среды.

Отличительные особенности

- объект — в центре внимания
- свет дневной, естественный, солнечный
- кадры более предметные и детализированные, чем в первой группе
- меньше природного контекста, больше инженерной среды
- акцент на состоянии оборудования: чистое, современное, обслуженное
- ракурсы либо фронтальные строгие симметричные, либо с активной перспективой. Так мы можем делать акцент и на устойчивости и надёжности, и на динамике развития

Визуальное ощущение

Надёжность, порядок, функциональность, техническая зрелость.

Правила:

- оборудование должно выглядеть ухоженным и безопасным
- так как оборудование достаточно сложное, в кадре не должно быть лишнего хаоса
- акцент на бренде и фирменной символике
- допускаются крупные планы деталей, если они считываются как часть технологической системы













Люди в производственной и полевой среде

Характер

Эта группа добавляет бренду человеческое измерение. Она показывает, что за технологиями стоят компетентные люди, умеющие работать в сложной среде и принимать решения.

Отличительные особенности

- главный объект — человек или группа людей
- фон контекстный: производство, производственные объекты, техника
- свет дневной, естественный
- ракурсы могут быть чуть более эмоциональными, с нижней точки и с небольшим поворотом камеры по оси (голландский угол)
- важны средства индивидуальной защиты, форма, рабочая экипировка
- позы собранные, уверенные, не театральные

Визуальное ощущение

Профессионализм, ответственность, уверенность, вовлечённость.

Правила:

- сотрудники должны выглядеть естественно и достойно
- жесты и выражения лица — спокойные, уверенные, рабочие
- средства индивидуальной защиты обязательны там, где это предусмотрено средой (форма, рабочая экипировка)
- постановка допустима, но должна выглядеть как реальный рабочий момент
- важно избегать натянутых улыбок и поз «для рекламы»













Наука, диспетчерские и высокотехнологичные процессы

Это изображения компетенции, инноваций и интеллектуальной составляющей бренда. Они показывают, что компания — не только про инфраструктуру, но и про знания, анализ, контроль, исследования и управление.

Отличительные особенности:

- положение камеры на уровне лиц людей или чуть ниже
- более камерные, концентрированные кадры;
- много приборов, стекла, экранов, индикаторов, элементов интерфейсов;
- акцент на внимательности и точности действий;
- свет более контролируемый, холодный, технологичный;
- глубина резкости для большего визуального погружения в процесс

Визуальное ощущение

Интеллект, точность, инновационность, контроль.

Правила:

- чистота среды особенно важна;
- рабочий процесс должен быть убедительным и профессиональным
- не перегружать кадр лишней бутафорией
- мониторы и приборы должны выглядеть рабочими, а не декоративными
- допустимы более холодные оттенки света, но без ощущения стерильной отчуждённости













Офисная среда и корпоративное взаимодействие

Эта группа показывает деловую культуру бренда: современность, открытость, командную работу, управленческую зрелость и качественную корпоративную среду.

Отличительные особенности

- камера на уровне лиц людей
- люди в бизнес-контексте
- интерьер играет важную роль
- свет естественный, софтбоксы
- в кадре больше мягкости и социального взаимодействия, чем в производственных сценах
- больше светлых поверхностей, воздуха, пространства
- акцент на взаимодействии, коммуникации и совместной работе

Визуальное ощущение

Партнёрство, современный менеджмент, открытость, деловая уверенность.

Правила:

- офис должен быть светлым, современным и аккуратным;
- люди — вовлечёнными в реальное действие: обсуждают, анализируют, презентуют, работают
- брендированные элементы могут присутствовать, но не должны доминировать
- важно избегать стоковых клише: рукопожатий, чрезмерных улыбок, неестественных поз
- кадры должны передавать ощущение живого рабочего процесса













Портреты сотрудников и представителей компании

Портреты формируют лицо бренда. Они должны подчеркивать профессиональный статус, человеческую надёжность и разнообразие компетенций внутри компании.

Отличительные особенности

- главный фокус — человек
- спокойная, уверенная подача
- фон светлый, нейтральный, студийный или рабочий средовой
- кадр более индивидуальный и персонализированный
- важна достоверность образа, а не стилизация

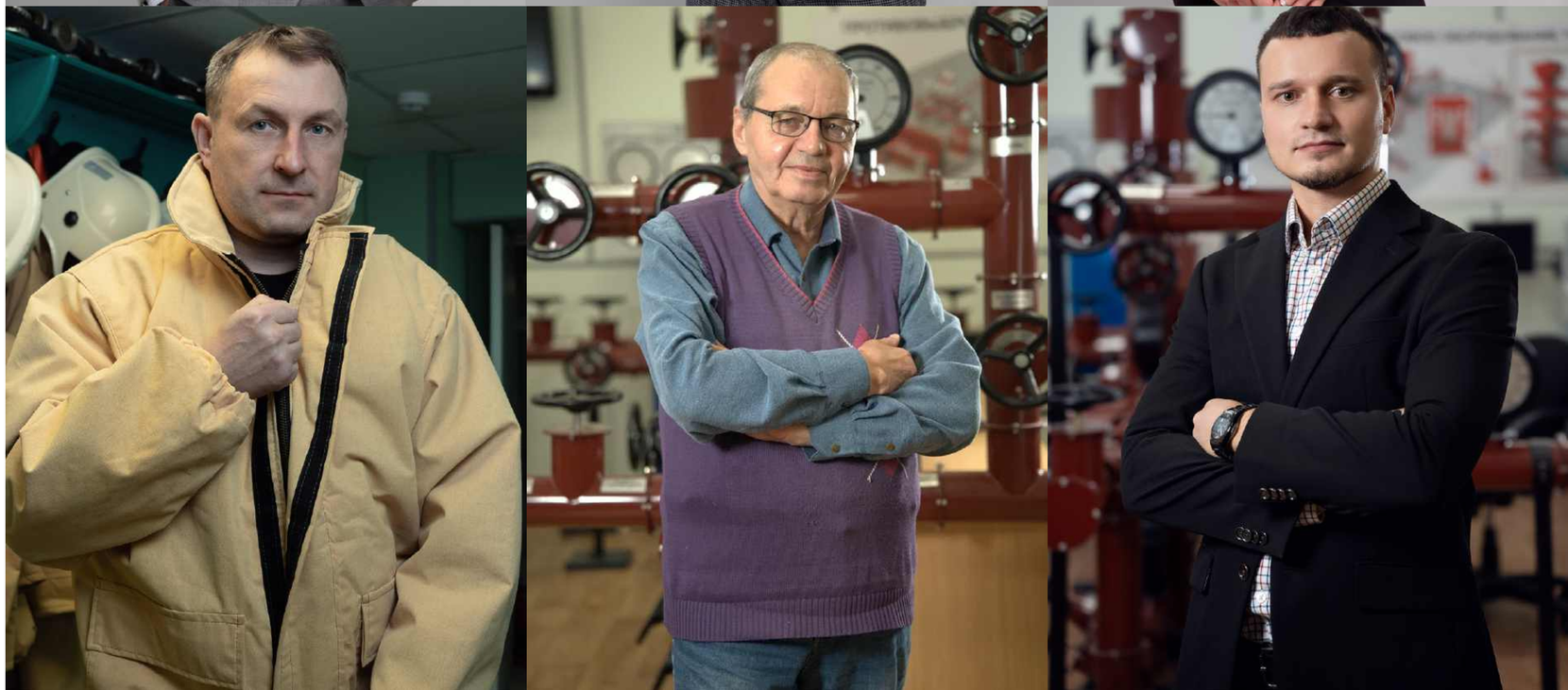
Визуальное ощущение

Доверие, экспертность, статус, личная ответственность.

Правила:

- позы естественные, собранные, без напряжения;
- одежда соответствует роли: деловой стиль, рабочая форма, специализированная экипировка;
- выражение лица — открытое, спокойное, уверенное;
- фон не должен отвлекать от человека;
- ретушь — минимальная, с сохранением естественности.





Корпоративная инфраструктура и внутренние пространства

Характер

Эта категория показывает заботу о сотрудниках, уровень организации внутренней среды и качество корпоративной инфраструктуры.

Отличительные особенности

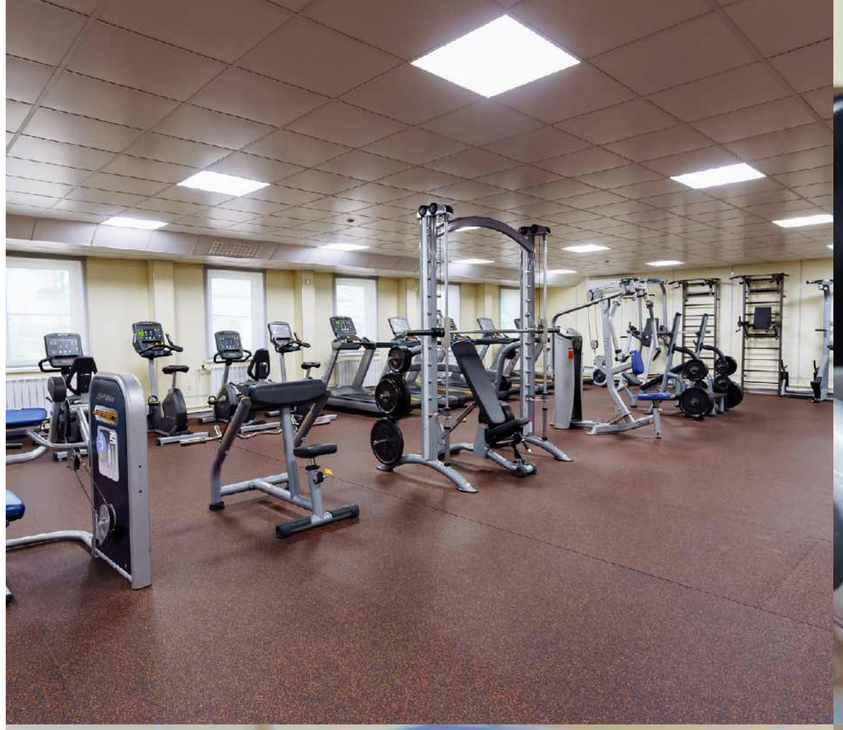
- в центре — пространство и его оснащение
- людей может не быть совсем
- кадры ближе к интерьерной и предметной съёмке
- важны порядок, чистота, удобство, современность
- композиция обычно статичная и уравновешенная

Визуальное ощущение

Комфорт, продуманность, забота, функциональность.

Правила:

- пространства должны быть безупречно подготовлены
- обязательны чистые поверхности, порядок и логичная расстановка предметов
- свет равномерный, без грязных теней
- желательно подчеркивать простор и удобство
- предметные кадры должны быть лаконичными и аккуратными









Обработка фотографий

Минималистичная, аккуратная.

Допустимы:

- выравнивание баланса белого
- повышение локальной чёткости
- коррекция перспективы
- чистка дефектов

Недопустимы:

- агрессивные фильтры
- HDR-эффект
- чрезмерная ретушь кожи
- искусственная драматизация неба и цвета

Возможно использование фирменного градиента в качестве фона для обтравленных людей или объектов



Корпоративная культура

Корпоративная культура

Объединять интересы партнёров вокруг энергетических проектов, создавая надёжную и прочную основу для сотрудничества и экономического развития стран, в которых мы работаем.

Каждый сотрудник — основа компании.

Ценности компании и их визуализация

О — ОПЫТ

С — СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Н — НАДЁЖНОСТЬ

О — ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В — ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

А — АМБИЦИОЗНОСТЬ



Часы

Символ времени, многолетнего практического опыта компании.



Стрелки прогресса

Поступательное движение вперёд, множественное развитие в разных сферах.



Щит

Как надёжная защита, символизирует сохранность, безопасность.



Контрольная отметка

Все пункты намеченных действий выполнены, компания ответственна к предъявляемым требованиям.



Баланс соприкосновения

Взаимосвязь двух форм разных цветов символизирует партнёрство, баланс пересечения.



Вершина

Стремление вверх, желание достичь вершины, добиться успеха.

Логотип ценностей

Логотип состоит из наименования HR бренда и пиктограмм визуализирующих ценности бренда.

Существует русская и английская версия в горизонтальной и вертикальной компоновках.

Цветовое решение — фирменный синий ZN_03 и зеленый ZN_07.

Используйте файлы, прилагаемые к Руководству.

горизонтальная вариация русской версии



горизонтальная вариация английской версии



вертикальная вариация русской версии



вертикальная вариация английской версии



Пиктограммы ценностей

Пиктограммы могут использоваться отдельно от логотипа в оформлении носителей.

Цветовое решение — фирменный синий ZN_03 и зеленый ZN_07.

! Используйте файлы, прилагаемые к Руководству.



Содержание

Руководство разработано
брендинговым агентством DDVB

ddvb.ru
+7 495 916-01-23