



**РУКОВОДСТВО
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

1	ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ.....	3
1.1.	О компании.....	4
1.2.	Мы меняемся.....	5
1.3.	Визуализация слогана.....	6
2.	КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА.....	9
2.1.	Миссия и ценности.....	10
2.2.	Определение ценностей.....	11
2.3.	Визуализация ценностей.....	12
2.4	Общий логотип ценностей.....	13
3.	ЛОГОТИП КОМПАНИИ.....	15
3.1.	Основная версия логотипа.....	16
3.2.	Английская версия логотипа.....	17
3.3.	Дополнительные версии логотипа.....	18
3.4.	Фирменный знак.....	20
3.5.	Построение логотипа.....	21
3.5.	Взаимодействие логотипа со слоганом.....	22
3.6.	Цветовые вариации.....	23
3.7	Недопустимые варианты использования.....	25
4.	ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА.....	26
4.1.	Концепция энергий.....	27
4.2.	Иерархия цветов.....	28

5.	ТИПОГРАФИКА.....	31
5.1.	Фирменные шрифты.....	32
6.	АРХИТЕКТУРА БРЕНДА.....	34
6.1.	Иерархия.....	35
6.2.	Концепция цвета.....	36
6.3.	Стиль логотипов дочерних компаний.....	37
6.4.	Стиль логотипов внутрикорпоративных проектов.....	40
7.	ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ.....	42
7.1.	Основной паттерн «Волны энергии».....	43
7.2.	Внутренние коммуникации – паттерн «Ценности».....	50
8.	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДБОРУ ФОТОМАТЕРИАЛОВ.....	58
9.	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТИПОГРАФСКОМУ ПРОИЗВОДСТВУ.....	67

ПРИЛОЖЕНИЕ #1 ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

ПРИЛОЖЕНИЕ #2 WEB

**ПРИЛОЖЕНИЕ #3 КОРПОРАТИВНАЯ АЙДЕНТИКА
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

1.1 / О КОМПАНИИ /

«Зарубежнефть» – государственная российская нефтегазовая компания стратегического значения

Компания специализируется на разработке нефтегазовых месторождений в России и за границей, обеспечивая эффективную и комплексную добычу углеводородных ресурсов на суше и на континентальном шельфе



1.2 / МЫ МЕНЯЕМСЯ /

В 2021 году в компании «Зарубежнефть» была актуализирована корпоративная **Стратегии развития до 2030 года**. Для достижения поставленных целей Стратегии была пересмотрена модель корпоративной культуры. В результате в «Зарубежнефти» были внедрены новые элементы корпоративной культуры – ценности и слоган.

Ценности – ориентиры и принципы, которых мы придерживаемся и на которые опираемся в принятии решений. Они построены на концепции **«Я – ОСНОВА компании»**. В ней четко прослеживается сквозное движение от смысла и цели деятельности «Зарубежнефти» к конкретному поведению каждого сотрудника, которое обеспечивает эффективность всех процессов.

Слоган – **«Заряжаем мир энергией»** – емко характеризует все направления бизнеса Группы компаний АО «Зарубежнефть», служит универсальным ответом на вопрос о том, на что направлена ее деятельность.

Эти составляющие модели корпоративной культуры нашли отражение в обновленном фирменном стиле «Зарубежнефти»: мы разработали визуализацию ценностей, концепцию фирменных цветов, вдохновленную энергиями природных стихий, паттерны, основанные на пиктограммах ценностей и линиях энергии, а также другие стилеобразующие элементы.

Теперь изменения корпоративной культуры закреплены на всех уровнях – смысловом, визуальном, прикладном – и стали неотъемлемой частью бренда «Зарубежнефти» как в периметре Группы компаний, так и вне его.



ЗАРЯЖАЕМ МИР ЭНЕРГИЕЙ

Слоган выполнен в две строки.
Используется сочетание шрифтов:
- Montserrat Italic
- Montserrat Bold Italic

Курсивное начертание добавляет
динамики и движения.
Смысловой и визуальный акцент
на слове «Энергия»



ВАРИАНТЫ НАПИСАНИЯ СЛОГАНА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

ЗАРЯЖАЕМ МИР
ЭНЕРГИЕЙ

ЗАРЯЖАЕМ МИР
ЭНЕРГИЕЙ

ЗАРЯЖАЕМ
МИР
ЭНЕРГИЕЙ

ВАРИАНТЫ НАПИСАНИЯ СЛОГАНА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

EMPOWERING THE WORLD
WITH ENERGY

EMPOWERING THE WORLD
WITH ENERGY

EMPOWERING
THE WORLD
WITH ENERGY

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА



ОСНОВА

ОПЫТ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

НАДЕЖНОСТЬ

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

АМБИЦИОЗНОСТЬ

МИССИЯ КОМПАНИИ

Мы добываем ресурсы, чтобы создавать энергию, внедряя самые передовые технологии.

Главное для нас – безопасность людей и сохранение природы, а наш профессионализм – прочная **основа** процветания стран, в которых мы работаем.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ КОМПАНИИ

ОПЫТ

Мы – сообщество профессионалов высочайшего класса.
Мы опираемся на многолетний практический опыт, работаем на результат, делимся нашей экспертизой с коллегами и профессиональным сообществом

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Мы способствуем эволюции компании, совершенствуя бизнес-процессы, осваивая новые компетенции, адаптируясь к изменениям.
Мы постоянно учимся у лучших представителей отрасли, перенимаем передовой опыт из других сфер.
Всё, чему мы научились сами, мы активно транслируем миру

НАДЕЖНОСТЬ

Для нас бесценна человеческая жизнь и здоровье, поэтому мы ставим безопасность на первое место.
Проактивно работая в узких местах, мы предотвращаем сбои и минимизируем риски.
При возникновении проблемы мы обсуждаем ее, проводим анализ и работу над ошибками

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Мы отвечаем за деньги акционеров и инвесторов.
Мы работаем с максимальной отдачей, чтобы быть более эффективными.
Мы отвечаем за свои решения и действия.
Наша глубинная ответственность – моральные требования, которые мы предъявляем к себе

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Мы работаем честно и открыто, учитываем культурные различия и ориентированы на соблюдение взаимных интересов.
Мы ищем оптимальный баланс между соблюдением формальных правил и выстраиванием искренних человеческих связей

АМБИЦИОЗНОСТЬ

Мы реализуем самые амбициозные проекты, справляемся со сложными вызовами внешней среды, проявляем инициативу в идеях, решениях и действиях

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ КОМПАНИИ



ОБЩИЙ ЛОГОТИП ЦЕННОСТЕЙ КОМПАНИИ



горизонтальная версия на русском языке



горизонтальная версия на английском языке

ОБЩИЙ ЛОГОТИП ЦЕННОСТЕЙ КОМПАНИИ



вертикальная версия на русском языке



вертикальная версия на английском языке

ЛОГОТИП КОМПАНИИ

3.1 / ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА /

ДАННЫЕ ВЕРСИИ РЕКОМЕНДОВАНЫ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
НА БОЛЬШИНСТВЕ НОСИТЕЛЕЙ



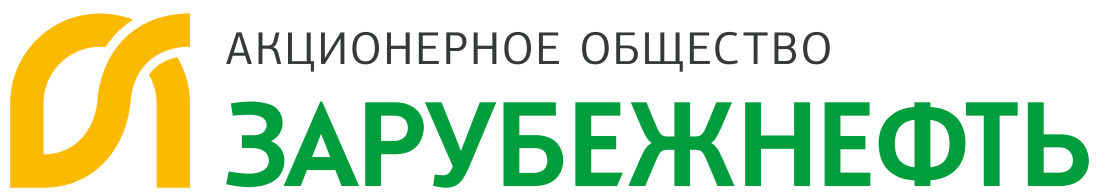
основная горизонтальная версия логотипа без дескриптора



основная вертикальная версия логотипа без дескриптора

ЛОГОТИП КОМПАНИИ

ДАННЫЕ ВЕРСИИ РЕКОМЕНДОВАНЫ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
НА ОФИЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТАХ КОМПАНИИ



горизонтальная версия логотипа с дескриптором



вертикальная версия логотипа с дескриптором

3.2 / АНГЛИЙСКАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА /



Основная горизонтальная версия логотипа без дескриптора



Основная вертикальная версия логотипа без дескриптора

ЛОГОТИП КОМПАНИИ



Горизонтальная версия логотипа с дескриптором



Вертикальная версия логотипа с дескриптором

ДАННЫЕ ВЕРСИИ РЕКОМЕНДОВАНЫ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ТОЛЬКО В СЛУЧАЕ НЕДОСТАТОЧНОЙ ЧИТАЕМОСТИ НАЗВАНИЯ КОМПАНИИ (НАПРИМЕР, НА УЗКИХ МАКЕТАХ)



Дополнительная горизонтальная версия логотипа на русском языке с увеличенной высотой названия компании



Дополнительная горизонтальная версия логотипа на русском языке, все элементы имеют одинаковую высоту



Дополнительная горизонтальная версия логотипа на английском языке с увеличенной высотой названия компании



Дополнительная горизонтальная версия логотипа на английском языке, все элементы имеют одинаковую высоту

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ЛОГОТИПА
ДЛЯ КВАДРАТНЫХ МАКЕТОВ

Допустимо использование только с учетом читаемости названия





**Фирменный знак
NESTRO**

является узнаваемым элементом стиля,
может использоваться как самостоятельный элемент

ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ О ФИРМЕННОМ ЗНАКЕ КОМПАНИИ

Мало кто знает, что его история началась в 1988 году. Тогда Всесоюзное объединение «Зарубежнефть» было реорганизовано и на его основе создана новая структура. Новое предприятие получило название – Всероссийское производственное объединение «ЗарубежНЕфтеСТРОй».

Отсюда и название фирменного знака компании – NESTRO, который стал неотъемлемой частью современного логотипа.

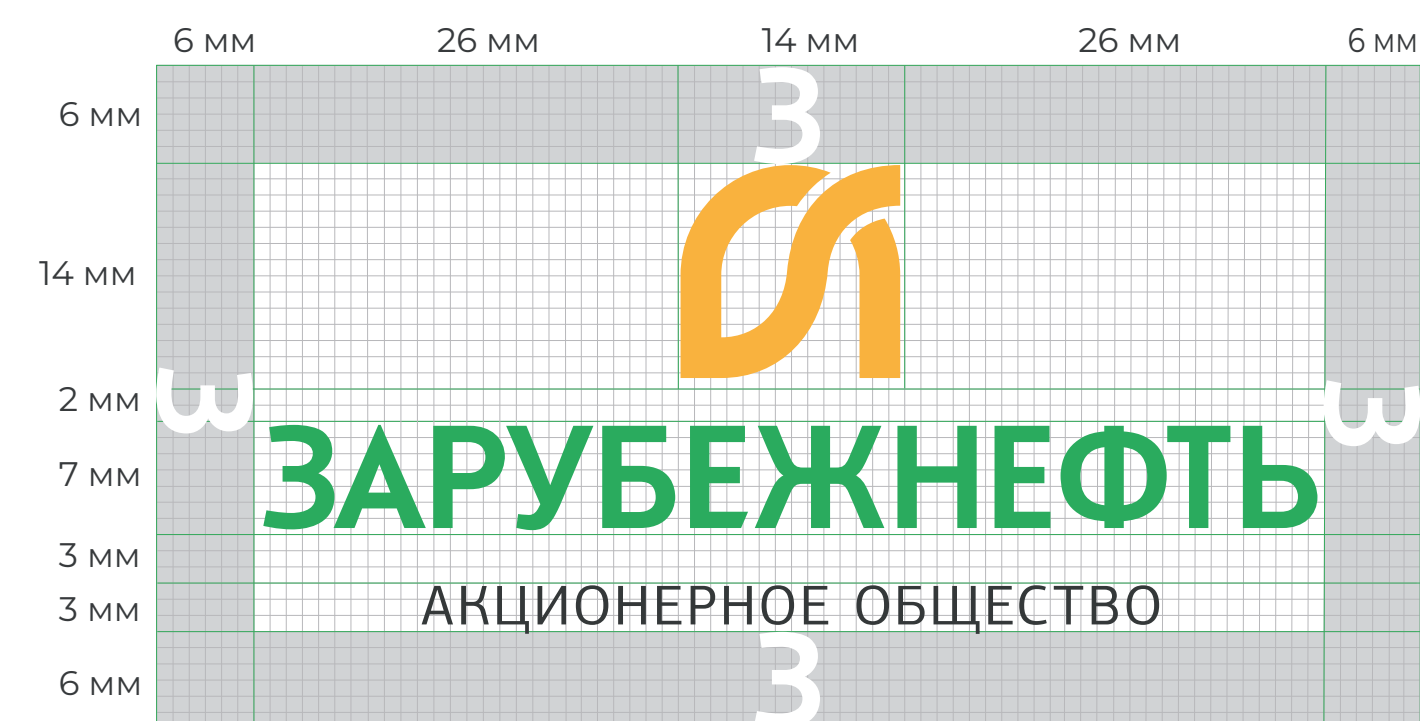
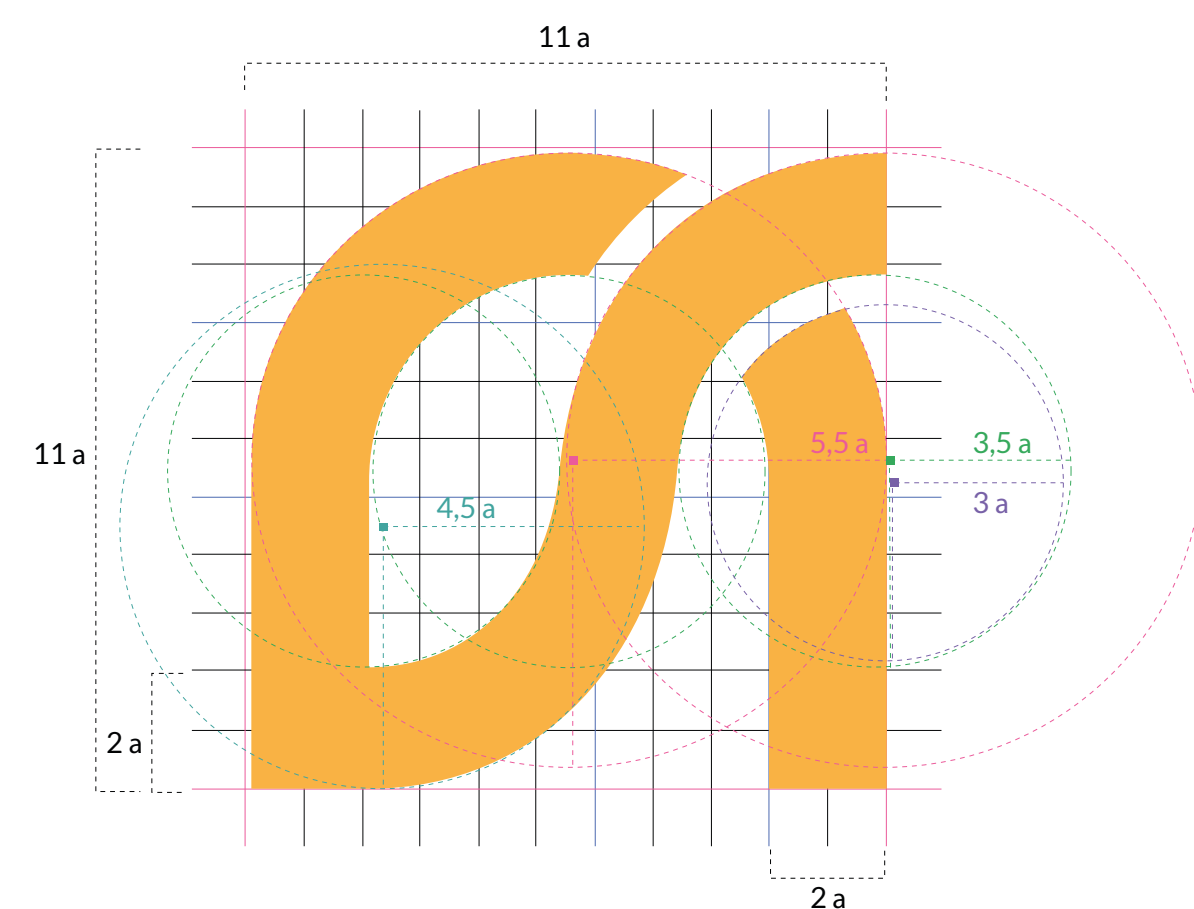
ЛОГОТИП КОМПАНИИ



Разрешено использование фирменного знака
в основных фирменных цветах компании



Цветовые вариации фирменного знака



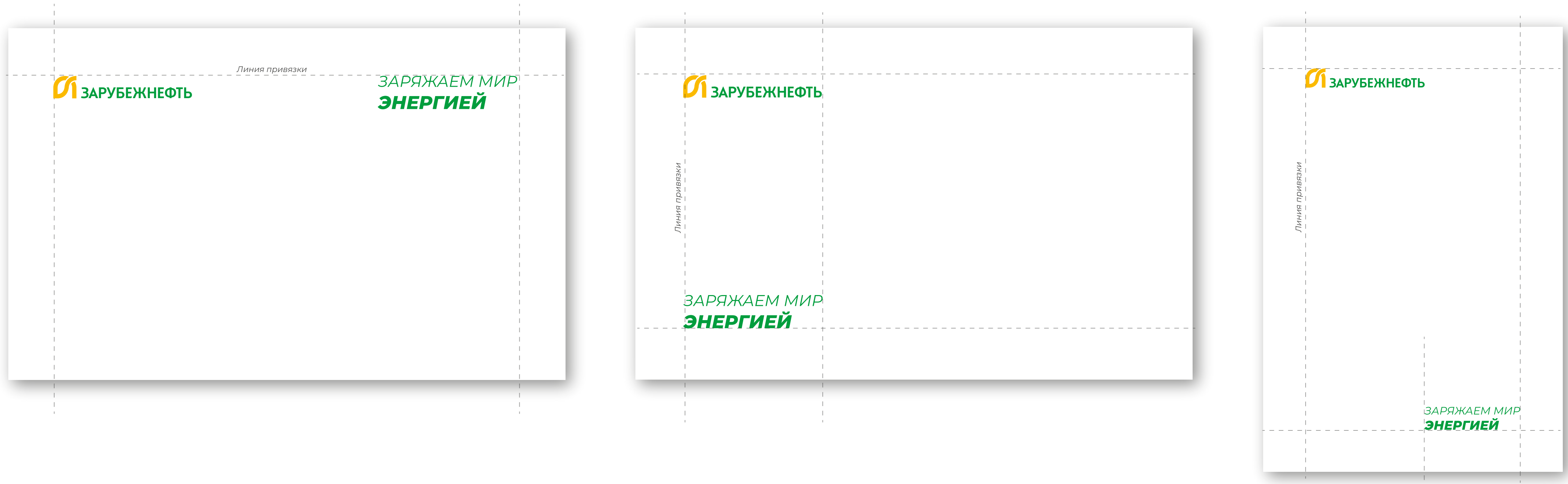
Графическое начертание названия компании исполнено в виде авторской шрифтовой композиции. Шрифтовое решение дескриптора – PF Agora Sans Pro.

Для построения фирменного блока используется модульная сетка.

Охранное поле – это минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от какой-либо графики и текста.

Охранное поле выделено на схеме серым цветом и соответствует высоте букв в названии компании.

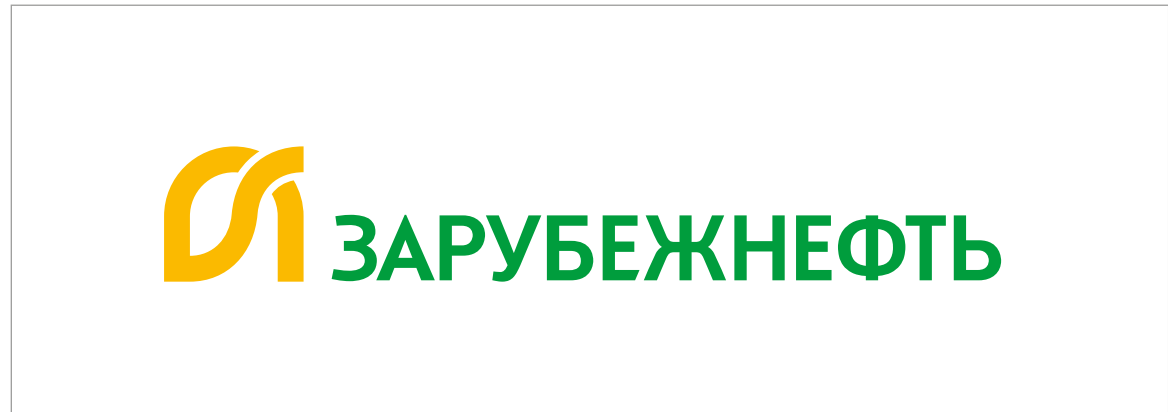
В большинстве случаев воспроизведения логотипа рекомендуется предоставлять ему больше свободного пространства от какой-либо графики, чем охранное поле.



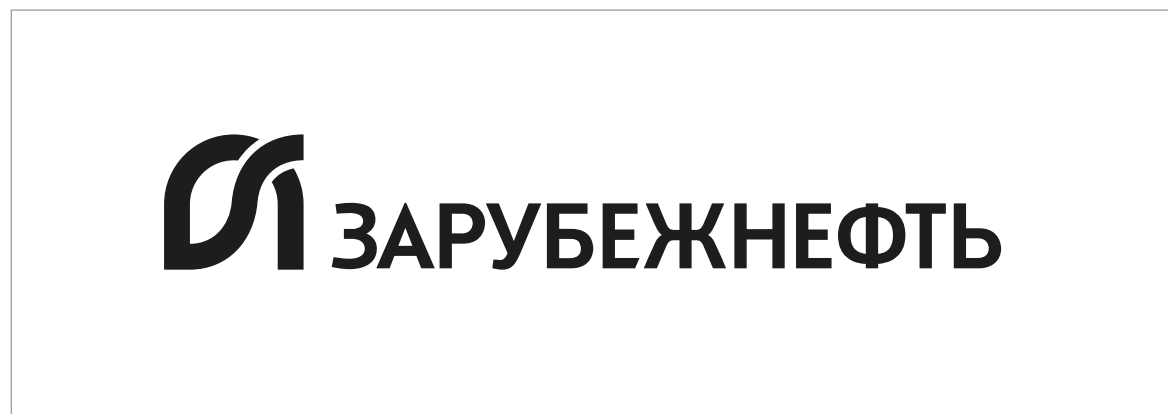
Слоган компании рекомендовано выравнивать по линиям привязки, если это оправдано для целостности макета. Обязательно соблюдение охранной зоны

ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЛОГОТИП НА ЛЮБОМ ЦВЕТЕ ФОНА РЕКОМЕНДОВАНО ТОЛЬКО ПРИ ДОСТАТОЧНОЙ КОНТРАСТНОСТИ С ФОНОМ, ПОЛНОСТЬЮ ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ ЛОГОТИПА

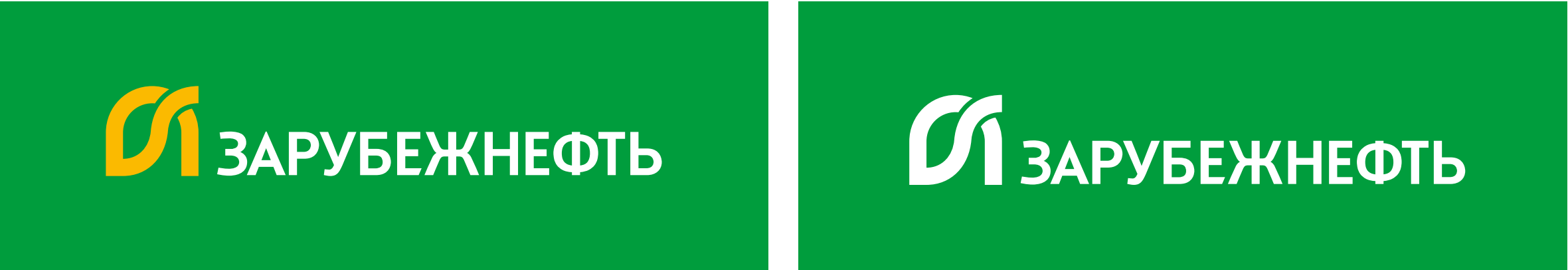
Основная позитивная версия



Допускается использование монохромной версии в зеленом и в черном цветах



Инверсия логотипа на зеленом фоне возможна в двух вариантах



Инверсия логотипа в белом цвете применяется на светло-зеленом фоне и большинстве других оттенков (например, синем фоне)



Инверсия на черном фоне допустима в белом и зеленом цветовом решении



ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЛОГОТИП НА ФОТО РЕКОМЕНДОВАНО ТОЛЬКО ПРИ ДОСТАТОЧНОЙ КОНТРАСТНОСТИ С ФОНОМ, ПОЛНОСТЬЮ ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ ЛОГОТИПА



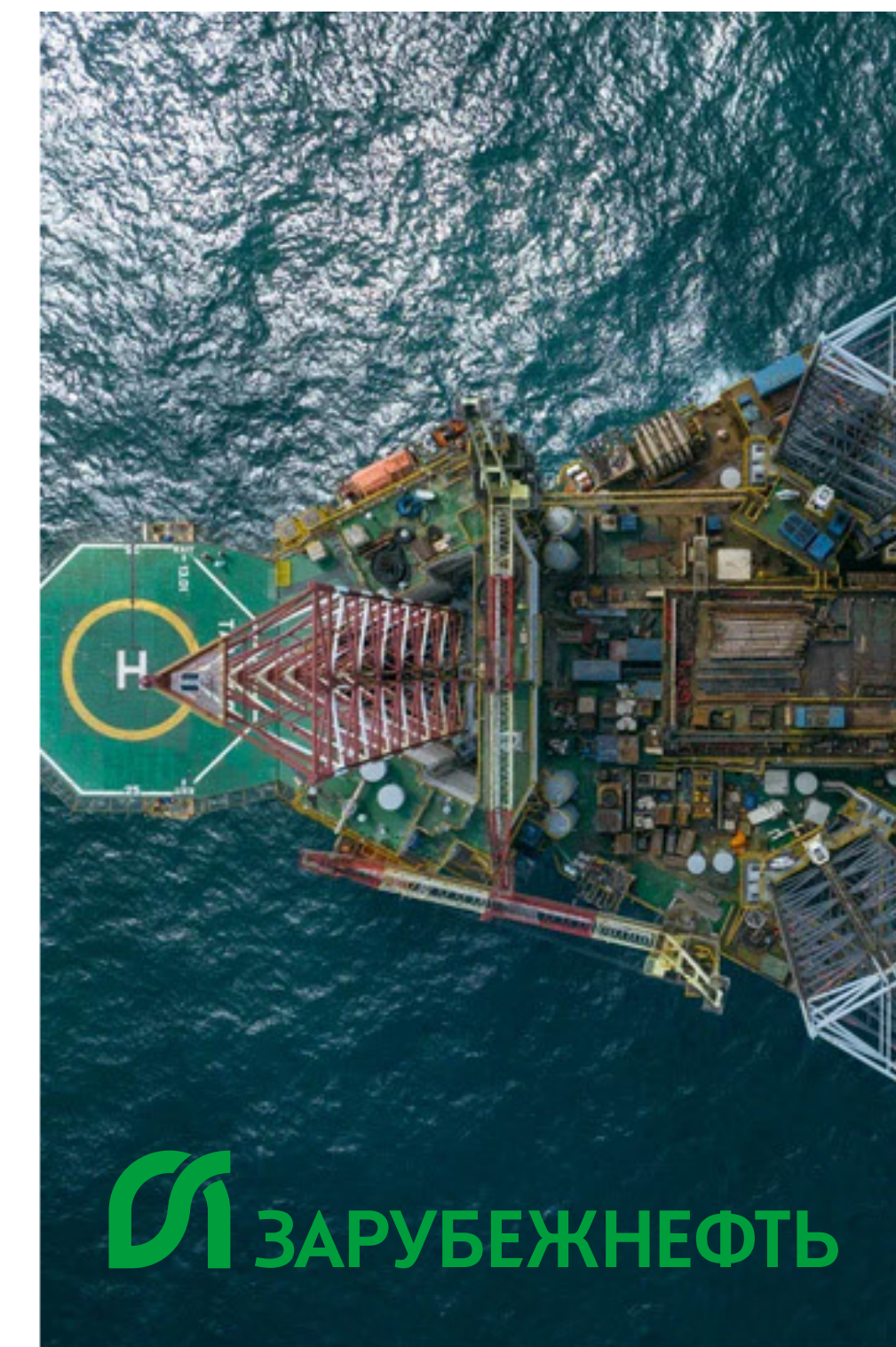
На светлом фоне рекомендовано использовать основную версию логотипа



На большинстве фонов средних тонов рекомендовано использовать белую версию логотипа



На темном фоне рекомендовано использовать белую версию логотипа

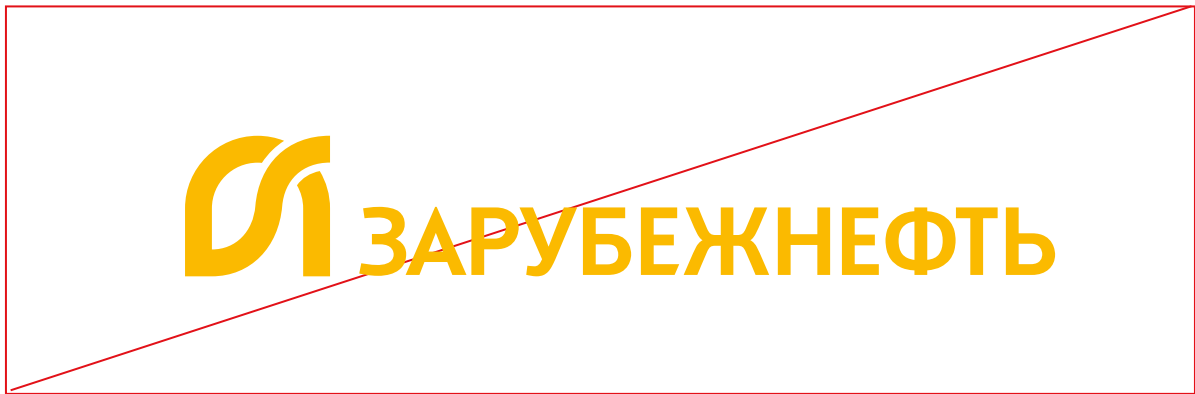


При соблюдении контрастности на темном фоне может быть использована зеленая версия логотипа

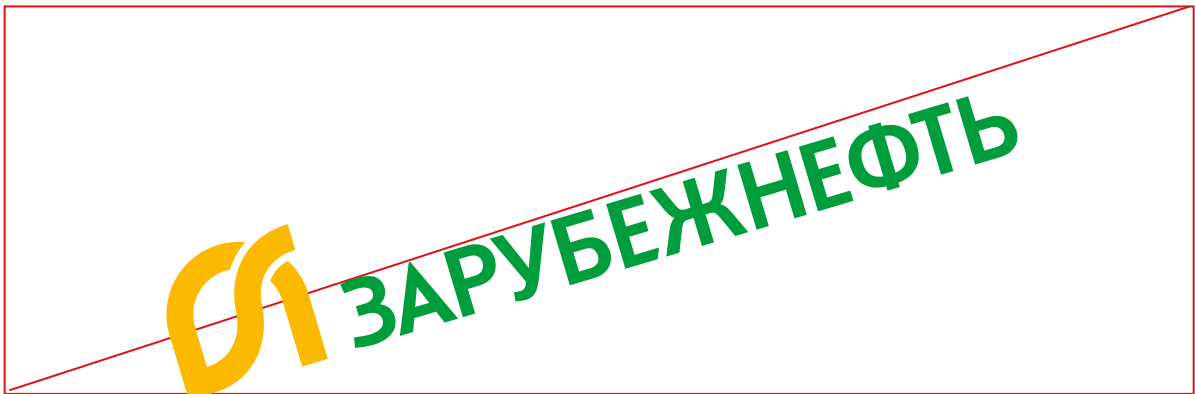
3.8 / НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ЛОГОТИП КОМПАНИИ

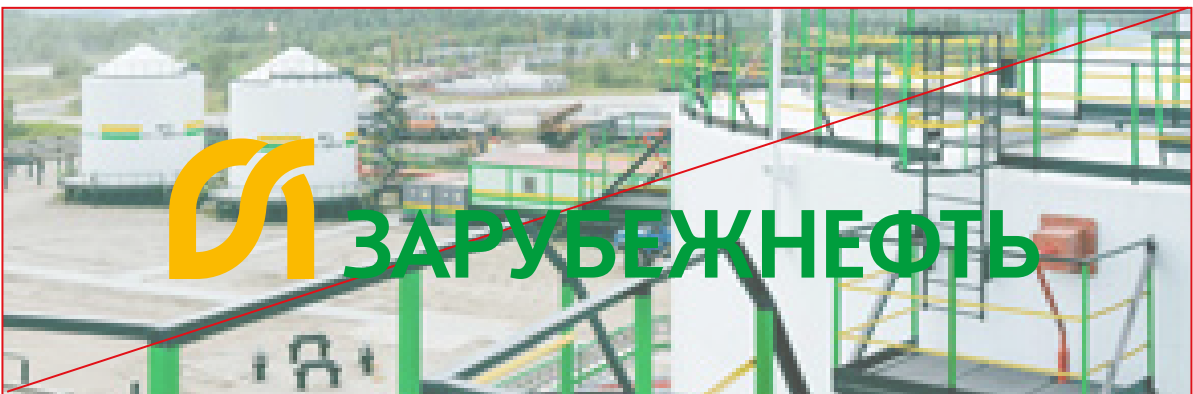
ВО ВСЕХ СЛУЧАЯХ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТОЛЬКО ОФИЦИАЛЬНО УТВЕРЖДЕННЫЙ ЛОГОТИП



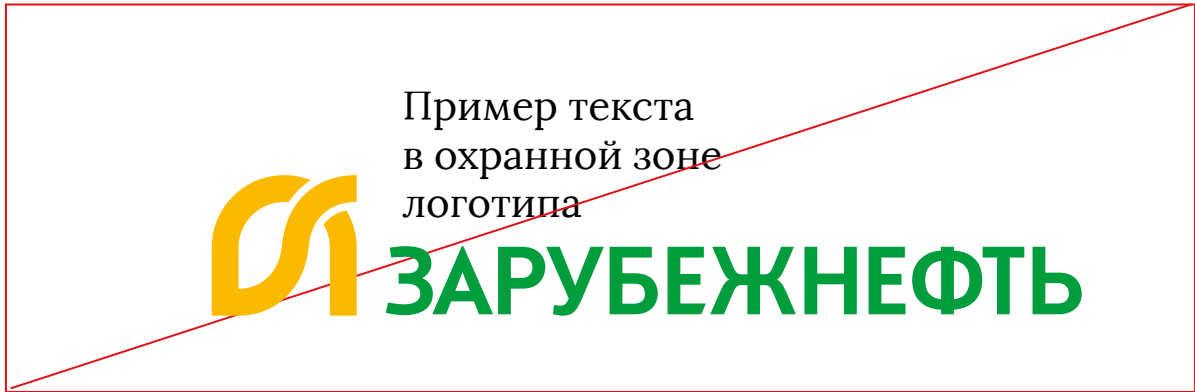
Не допускается версия логотипа в желтом цвете



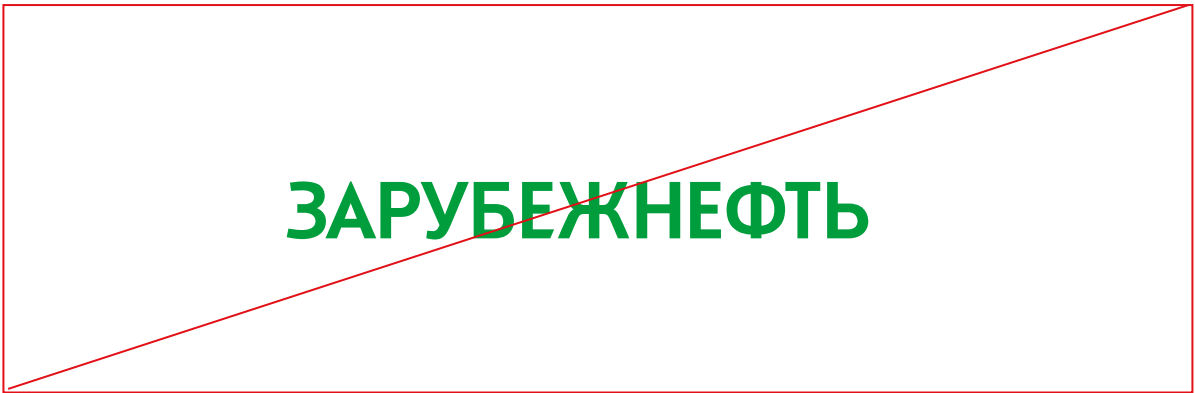
Не допускается поворот логотипа или отдельных его элементов



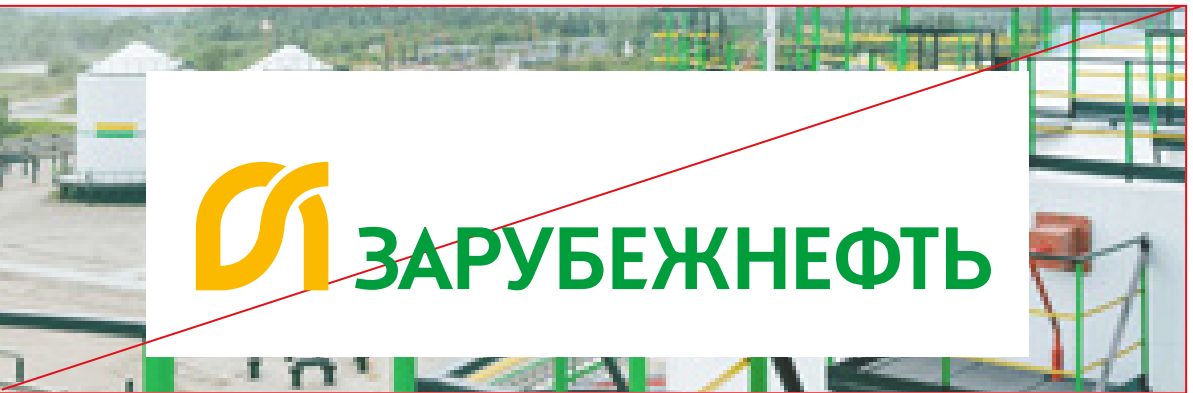
Не допускается размещение логотипа на неоднородном фоне, ухудшающем читабельность



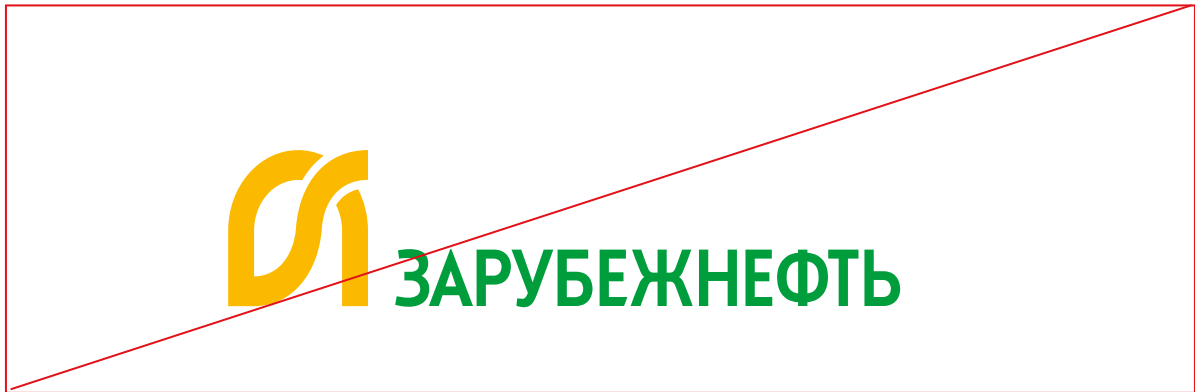
Не допускается нарушение охранной зоны



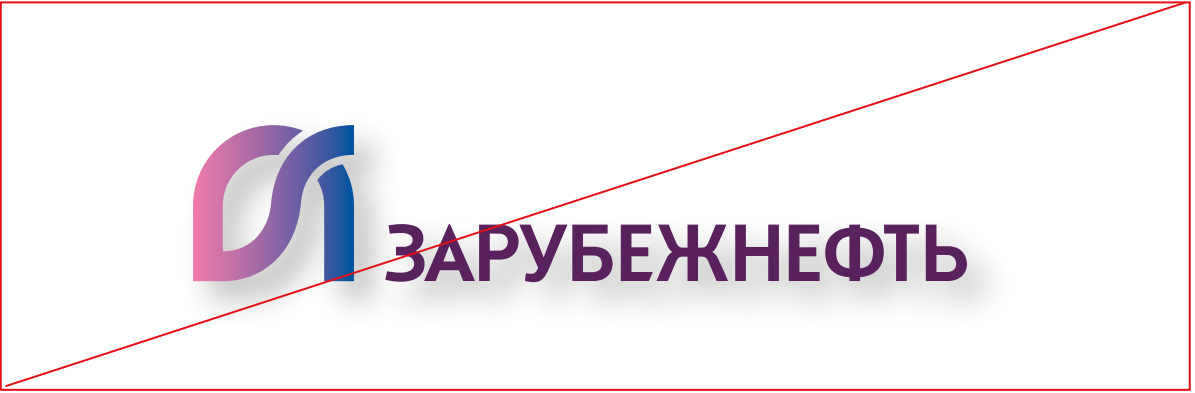
Не допускается использование в качестве логотипа только названия компании без фирменного знака



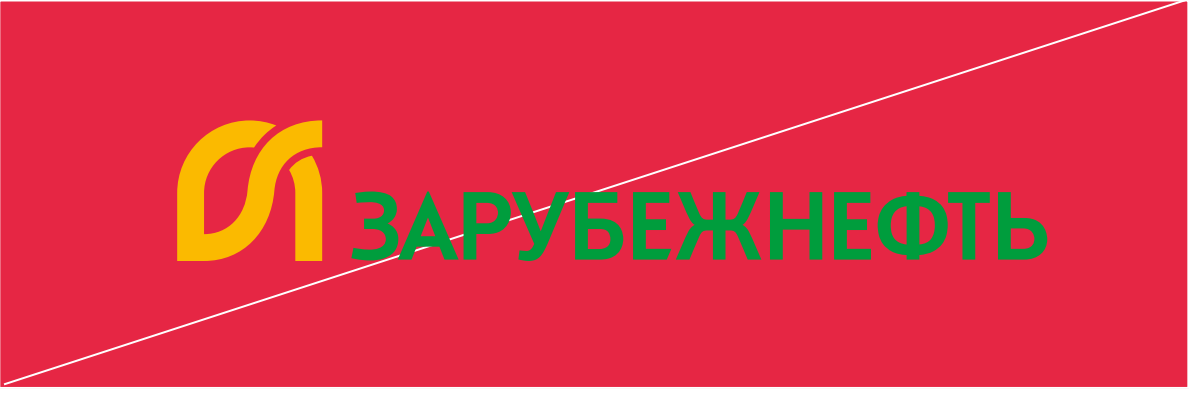
Не допускается размещение логотипа на плашке на любых фонах



Не допускается деформация пропорций логотипа или отдельных его элементов



Не допускается изменение цвета логотипа или отдельных его элементов, применение тени, свечения, объема, градиента, отражения, обводки и т. д.



Не допускается размещение логотипа на агрессивных по цвету фонах

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

4.1/ КОНЦЕПЦИЯ ЭНЕРГИЙ/

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

ВДОХНОВЕНИЕ

«Зарубежнефть» имеет широкую географию присутствия, деятельность компании связана с использованием и сохранением природных ресурсов в России и за границей, что нашло отражение в фирменных цветах компании.

Палитра цветов вдохновлена энергиями природных стихий и условно делится на четыре цветовые гаммы.

ЭНЕРГИЯ СОЛНЦА



ЭНЕРГИЯ ЗЕМЛИ



ЭНЕРГИЯ ВОДЫ



ЭНЕРГИЯ ВЕТРА



Основной желтый	Оранжевый	Основной зеленый	Светло-зеленый	Синий	Белый
CMYK: 0/30/100/0 RGB: 234/170/0 Pantone: 124 C / 7406 U HTML: EAAA00 RAL (K7): 1004 ORACAL (641): 019	CMYK: 0/67/94/0 RGB: 237/110/28 Pantone: P 30-8 C / P 30-8 U HTML: ED6E1C RAL (K7): 2011 ORACAL (641): 036	CMYK: 91/0/100/0 RGB: 0/150/57 Pantone: 355 C / 355 U HTML: 009639 RAL (K7): 6037 ORACAL (641): 062	CMYK: 48/5/100/0 RGB: 155/189/30 Pantone: 2301 C / 382 U HTML: 9BBD1E RAL (K7): 6018 ORACAL (641): 063	CMYK: 100/52/0/0 RGB: 0/103/178 Pantone: P 106-8 C / P 106-8 U HTML: 0067B2 RAL (K7): 5015 ORACAL (641): 052	CMYK: 0/0/0/0 RGB: 255/255/255 HTML: FFFFFFFF RAL (K7): 9003 ORACAL (641): 010
80%	80%	80%	80%	80%	
50%	50%	50%	50%	50%	

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Соответствуют цветовым гаммам энергий.

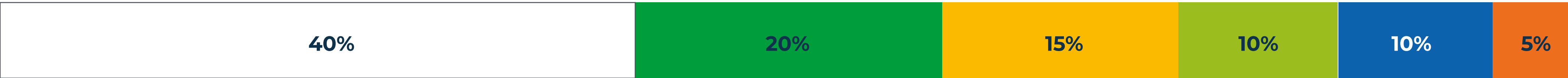
Цвета используются с наибольшей частотой, формируя узнаваемый стиль компании.

Палитра подразумевает использование цветов и их сочетаний с прозрачностью.

ПРОЦЕНТНОЕ СООТНОШЕНИЕ ОСНОВНЫХ ЦВЕТОВ В ОБЩИХ МАКЕТАХ КОМПАНИИ

Соотношение может быть изменено, если макет связан с отдельным видом деятельности компании (раздел «Архитектура бренда»)

Процентные значения являются усредненными относительными показателями для общего понимания распределения приоритетов в фирменных цветах. Приведенные значения не следует использовать как абсолютные величины, обязательные к применению



Необходимо следовать принципам минимализма и сохранения «воздуха» (свободного пространства), поэтому белый цвет должен занимать максимум площади макета

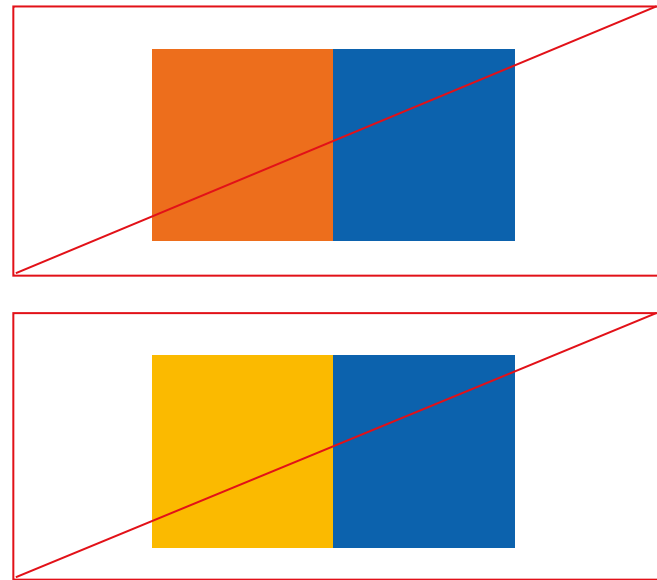
ВАЖНО!
В большинстве макетов обязателен для использования хотя бы один из цветов логотипа (основной зеленый и/или желтый)

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ СОЧЕТАНИЯ ОСНОВНЫХ ЦВЕТОВ

при частичном использовании



НЕ РЕКОМЕНДУЮТСЯ СОЧЕТАНИЯ



4.2 / ИЕРАРХИЯ ЦВЕТОВ /

<div>Желто-зеленый</div> <div>СМУК: 22/0/91/0 RGB: 217/219/35 Pantone: P 166-15 C / P 166-15 U HTML: D9DB23 RAL(K7): 1016 ORACAL(641): 025</div>	<div>Темно-зеленый</div> <div>СМУК: 89/31/100/22 RGB: 11/108/49 Pantone: 349 C / 348 U HTML: 0B6C31 RAL (K7): 6035 ORACAL (641): 061</div>	<div>Светло-серый</div> <div>СМУК: 33/15/16/1 RGB: 182/199/207 Pantone 5445 C / 2176 U HTML: B6C7CF RAL (K7): 7001 ORACAL (641): 090</div>
--	--	--

<div>Глубокий синий</div> <div>СМУК: 100/47/0/62 RGB: 0/55/95 Pantone: P 108-16 C / P 108-16 U HTML: 00375F RAL(K7): 5017 ORACAL(641): 067</div>	<div>Серый 1 (85% черного)</div> <div>СМУК: 0/0/0/85 RGB: 83/86/90 Pantone: Cool Gray 11 C / Cool Gray 11 U HTML: 53565A RAL (K7): 9017 ORACAL (641): 070</div>	<div>Серый 2 (смешанный)</div> <div>СМУК: 72/59/50/31 RGB: 76/82/90 Pantone 425 C / 5463 U HTML: 4C525A RAL (K7): 7024 ORACAL (641): 073</div>
--	---	--

<div>Яркий желтый</div> <div>СМУК: 0/5/100/0 RGB: 255/229/0 Pantone: P Progress Yellow C / P 4-8 U HTML: FFE500 RAL(K7): 1021 ORACAL(641): 022</div>	<div>Красный</div> <div>СМУК: 0/100/100/0 RGB: 227/6/19 Pantone: P 48-8 C / P 48-8 U HTML: E30613 RAL(K7): 3020 ORACAL(641): 032</div>
--	--

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА
БЛОК 1

Цвета используются в макетах относительно часто, дополняя основной блок

Не рекомендуется использовать дополнительные цвета без основных

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА
БЛОК 2

Применимы для набора заголовков (глубокий синий) и текста

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА
БЛОК 3

Вспомогательные цвета, применяются в макетах минимально: для ярких акцентов. В иллюстрациях/графических элементах/паттернах цвета блока 3 не рекомендованы

ТИПОГРАФИКА

В качестве основного шрифта для большинства проектов используется шрифт Montserrat – современный геометрический гротеск

ШРИФТ ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ
MONTSERRAT EXTRABOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
W XYZABCDEFGHIJKLMN O PQR
STUVW XYZ1234567890

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУ
ФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯАБВГДЕЁЖ
ЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪ
ЫЬЭЮЯ

Основной текст:
Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФ
ХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯабвгдеёжзийк
лмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Альтернативный системный шрифт
Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcde
fghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

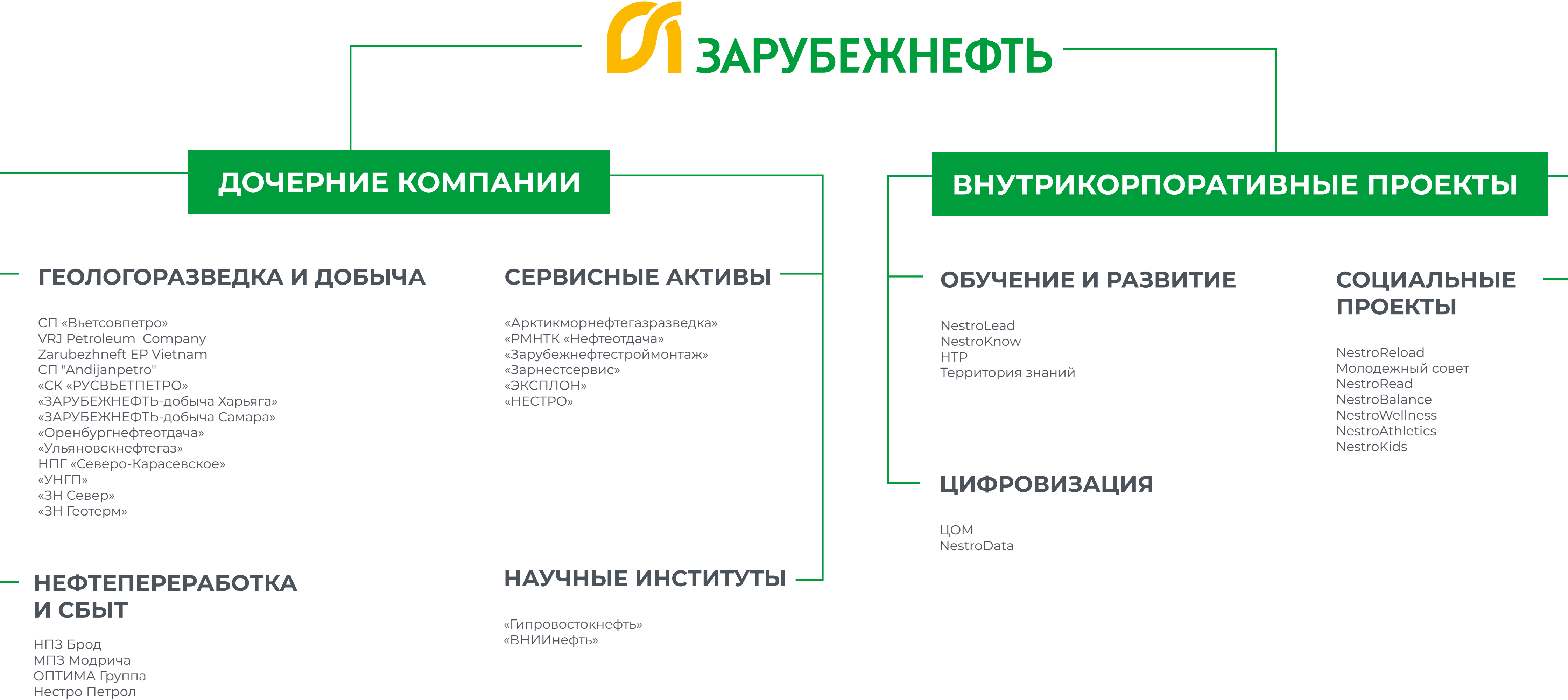
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫ
ЬЭЮЯабвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщ
ъыьэюя



В макетах рекомендуется использовать крупные, хорошо читаемые заголовки, набранные буквами верхнего регистра (CAPS LOCK)

Для дизайнерских задач допустимо использовать дополнительные начертания семейства шрифтов Montserrat

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА



ЦВЕТ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СЕГМЕНТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АО «Зарубежнефть» реализует полный спектр проектов - от добычи до сервисных услуг. Дочерние компании по виду деятельности подразделяются на 4 сегмента. В сегменте «Геологоразведка и добыча» можно условно выделить два блока:

- блок «Земля» – добыча углеводородных ресурсов на материковой части;
- блок «Вода» – добыча углеводородных ресурсов на континентальном шельфе.

Для визуального разделения активов компании в соответствии с видом деятельности каждому сегменту соответствует цвет из основной фирменной палитры.



ЦВЕТ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СЕГМЕНТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



В стилистике компаний из каждого сегмента рекомендовано преобладание соответствующей цветовой гаммы.

Цвет сегмента используется в инфографике, цветных заголовках, линиях и других графических элементах.


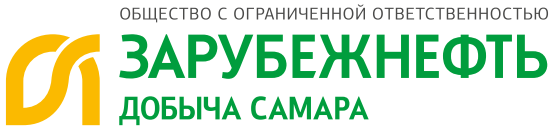








Наиболее рекомендован цветовой подход в макетах, где сегменты деятельности представлены совместно (презентации, годовой отчет, карта деятельности и т.п.). Если макет посвящен только одному сегменту деятельности, допустимо использование всей основной палитры цветов компании.

Цвет сегмента должен быть преобладающим в макете, но может быть не единственным, цвета могут сочетаться в соответствии с рекомендациями к основной фирменной палитре.

ВАЖНО! При разработке макета нужно обязательно соблюдать принцип читабельности. Если, например, заголовок в цвете сегмента плохо читается, следует изменить цвет его на основной зеленый.

ГИБРИДНАЯ СТРУКТУРА САББРЕНДОВ

Исторически у Группы компаний АО «Зарубежнефть» сложилась визуальная гибридная структура саббрендов, включающая 3 типа логотипов

Саббренды с оригинальным фирменным знаком	Саббренды с фирменным знаком белого цвета на зеленой подложке	Саббренды с собственными фирменными знаками
<div>  </div> <p>Использование оригинального фирменного знака рекомендовано для логотипов вновь создаваемых предприятий</p>	<div>   </div> <p>Данный визуальный подход рекомендован для логотипов вновь создаваемых предприятий сегмента «Нефтепереработка и сбыт»</p>	<div>  </div> <p>При создании логотипов с собственными фирменными знаками для вновь создаваемых предприятий необходимо использовать основной желтый, основной зеленый цвет и серый 1 (85% черного) фирменной палитры</p>

САББРЕНДЫ С СОБСТВЕННЫМИ ФИРМЕННЫМИ ЗНАКАМИ

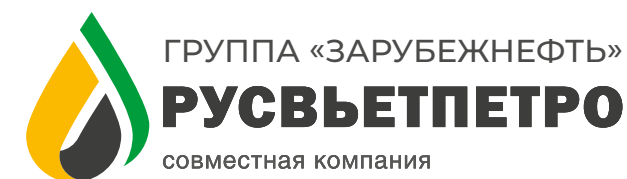
В случае необходимости обозначения визуальной принадлежности дочерней компании к основному бренду в логотипе используется дескриптор – ГРУППА «ЗАРУБЕЖНЕФТЬ»

Компаниям, в логотипах которых уже присутствует дескриптор с обозначением организационной формы (например, акционерное общество), рекомендовано заменить его, чтобы остался только один дескриптор.

В общих макетах компании, где присутствует основной логотип АО «Зарубежнефть», дескриптор ГРУППА «ЗАРУБЕЖНЕФТЬ» можно не использовать

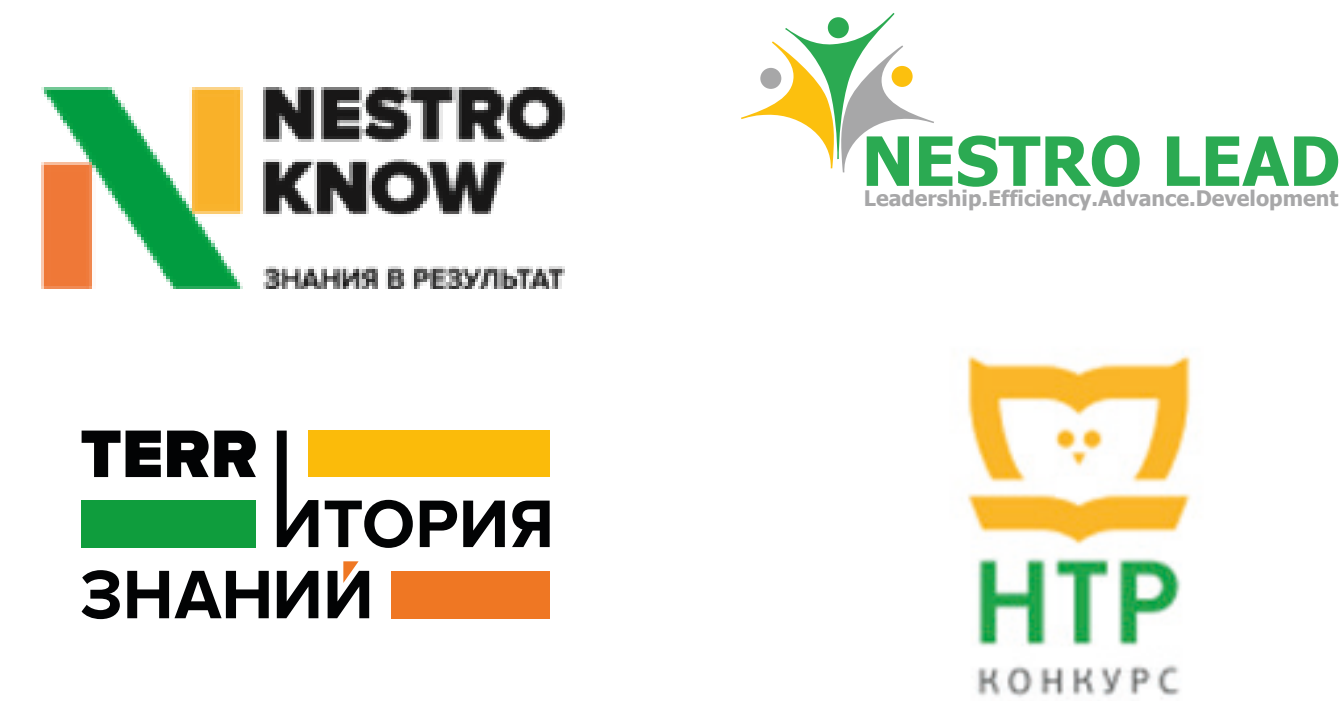
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ:
(для вновь создаваемых логотипов)

Цвет дескриптора: серый 1 (85% черного)
Шрифт: Montserrat Medium



Компания имеет большое количество внутренних проектов, которые можно условно разделить на три категории. Примеры существующих логотипов по категориям приведены ниже

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ



ЦИФРОВИЗАЦИЯ



СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ



В категориях «Обучение и развитие» и «Цифровизация» для вновь создаваемых логотипов рекомендуется использовать четкие линии, уверенные символы, легко считываемые образы.
Не рекомендуется применять градиенты и режимы наложение цветов

В категории «Социальные проекты» для вновь создаваемых логотипов рекомендован легкий стиль, возможно применение прозрачностей в наложении цветов

ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ЛОГОТИПОВ
ДЛЯ ВНУТРЕННИХ ПРОЕКТОВ КОМПАНИИ

Подход к визуальному стилю логотипа предполагает относительную свободу для дизайнера, с соблюдением следующих рекомендаций:

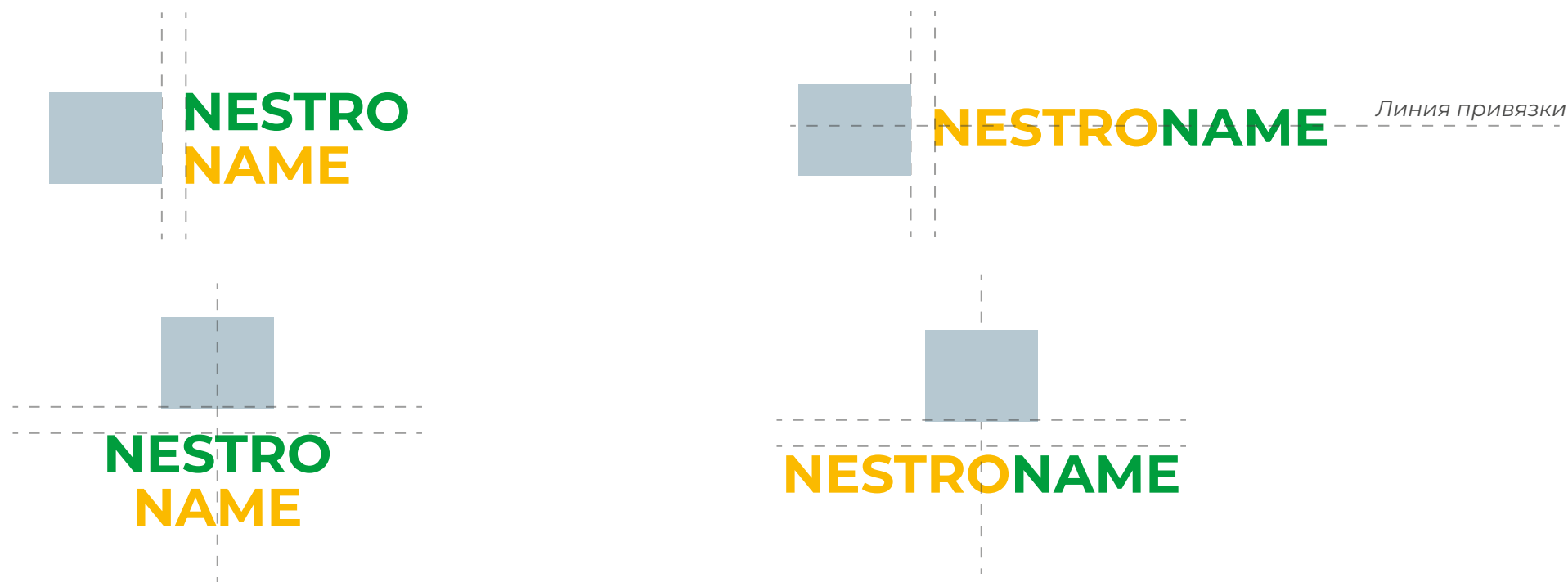
Логотип должен состоять из двух частей: графической (знака) и текстовой (название проекта).

ГРАФИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ:

- должна соответствовать общему фирменному стилю компании;
 - должна соответствовать целям и задачам проекта;
 - не должна быть визуально перегружена мелкими элементами;
 - обязательные цвета для графической части - фирменный основной зеленый и/или основной желтый цвет.
- Допустимо дополнительное включение цветов из основной фирменной палитры:



АРХИТЕКТУРА БРЕНДА
Внутрикорпоративные проекты



Примеры вертикальной и горизонтальной сетки

ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ:

- возможно написания названия проекта в одну или несколько строк;
- при написании названия используется фирменный шрифт Montserrat;
- в названии новых проектов рекомендовано использовать слово NESTRO, набранное заглавными буквами;
- при написании названия используется фирменный основной зеленый, основной желтый и серый 2 (смешанный):



ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

7.1/ ОСНОВНОЙ ПАТТЕРН /

ПАТТЕРН #1 (БАЗОВЫЙ)

Паттерн основан на взаимодействии линий, выходящих из одного «пучка», стремительно разлетающихся, символизирующих энергию, движение, стремление и т.д.

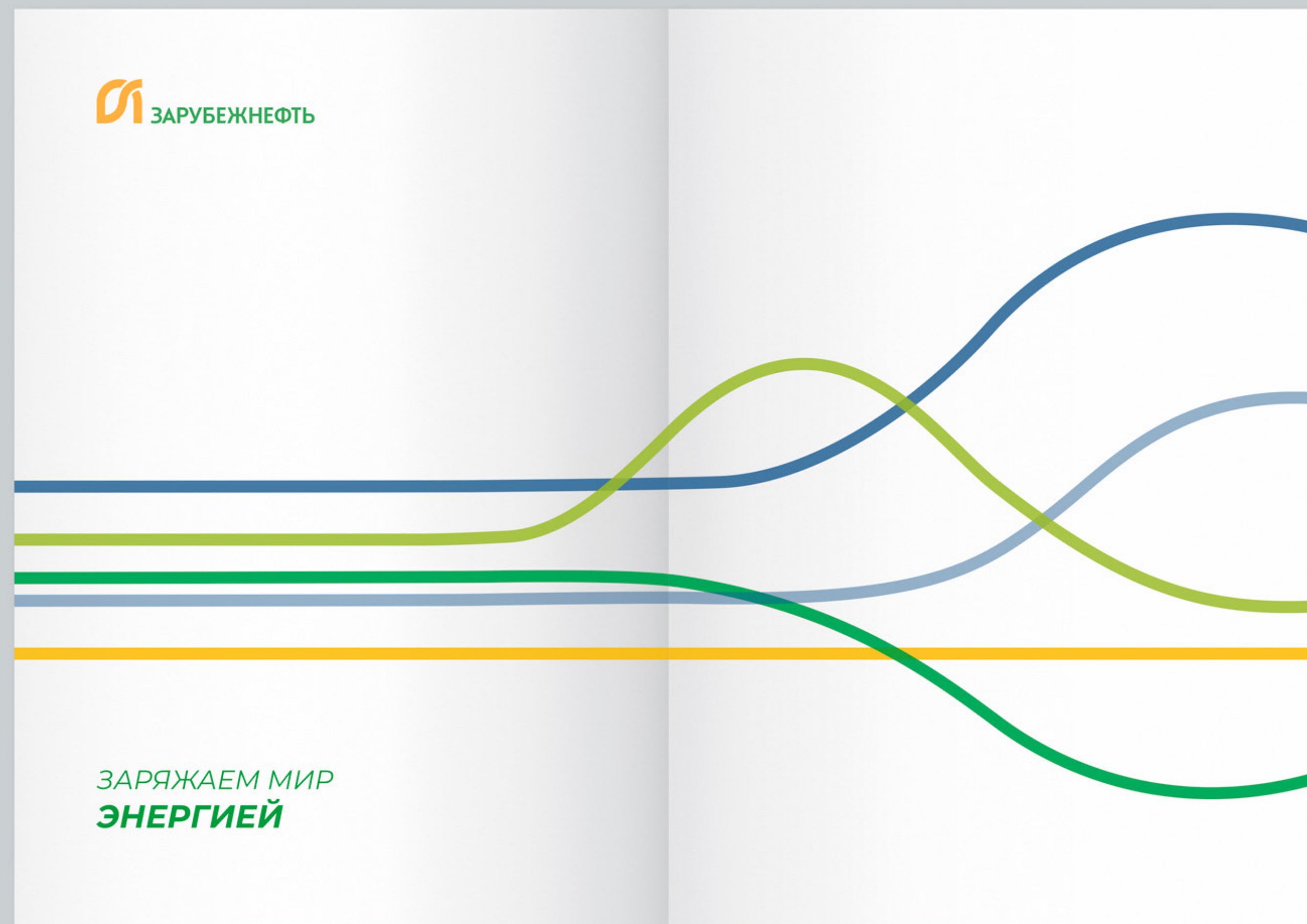
Паттерн применяется с обязательным сохранением свободного пространства в макете, волны могут переходить на несколько страниц, символизируя непрерывные потоки энергии.

Цветовое сочетание может варьироваться в зависимости от сегмента деятельности.

В базовом варианте предполагается использование 5 цветов:



ВОЛНЫ ЭНЕРГИИ



ПАТТЕРН #2

Паттерн переплетения линий, волн, потоков энергии.

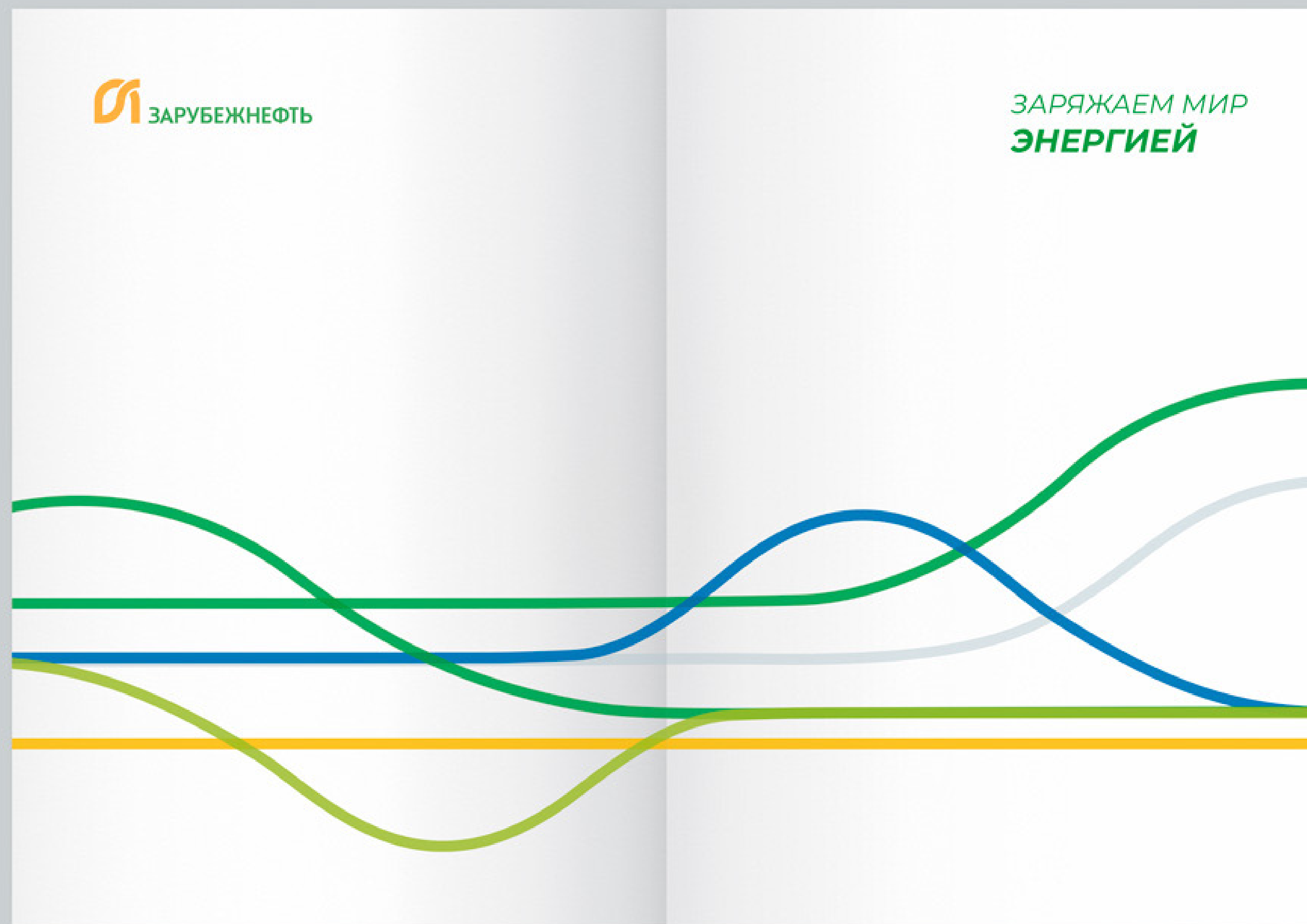
Применяется для шмуц-титолов, баннеров и других макетов, в которых не предполагается дополнительных элементов.

Цветовое сочетание может варьироваться в зависимости от сегмента деятельности.

В базовом варианте предполагается использование 5 цветов:



ВОЛНЫ ЭНЕРГИИ



7.1/ ОСНОВНОЙ ПАТТЕРН

ПАТТЕРН #3

Паттерн потоков энергии с широкими линиями и с использованием прозрачности наложения линий.

Применяется как для свободных макетов с минимальным количеством элементов, так и для «подвала» страниц.

Обязательное условие применения: Волны в пределах одного макета должны быть одинаковой ширины.

Цветовое сочетание может варьироваться в зависимости от сегмента деятельности.

В базовом варианте предполагается использование 3 цветов:



ВОЛНЫ ЭНЕРГИИ



ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ

Паттерны группы «Волны энергии» могут применяться в различных сочетаниях фирменных цветов.

Рекомендуется использовать преобладающий цвет сегмента деятельности (раздер «Архитектура бренда»), либо базовую цветовую палитру.

Допустимо отклонение от предложенных вариантов для наилучшей визуализации бренда, исходя из конкретной задачи. Но обязательно использование основного зеленого цвета фирменной палитры.

Обязательное условие применения:
Линии в пределах одного макета должны быть одинаковой ширины.

ВОЛНЫ ЭНЕРГИИ

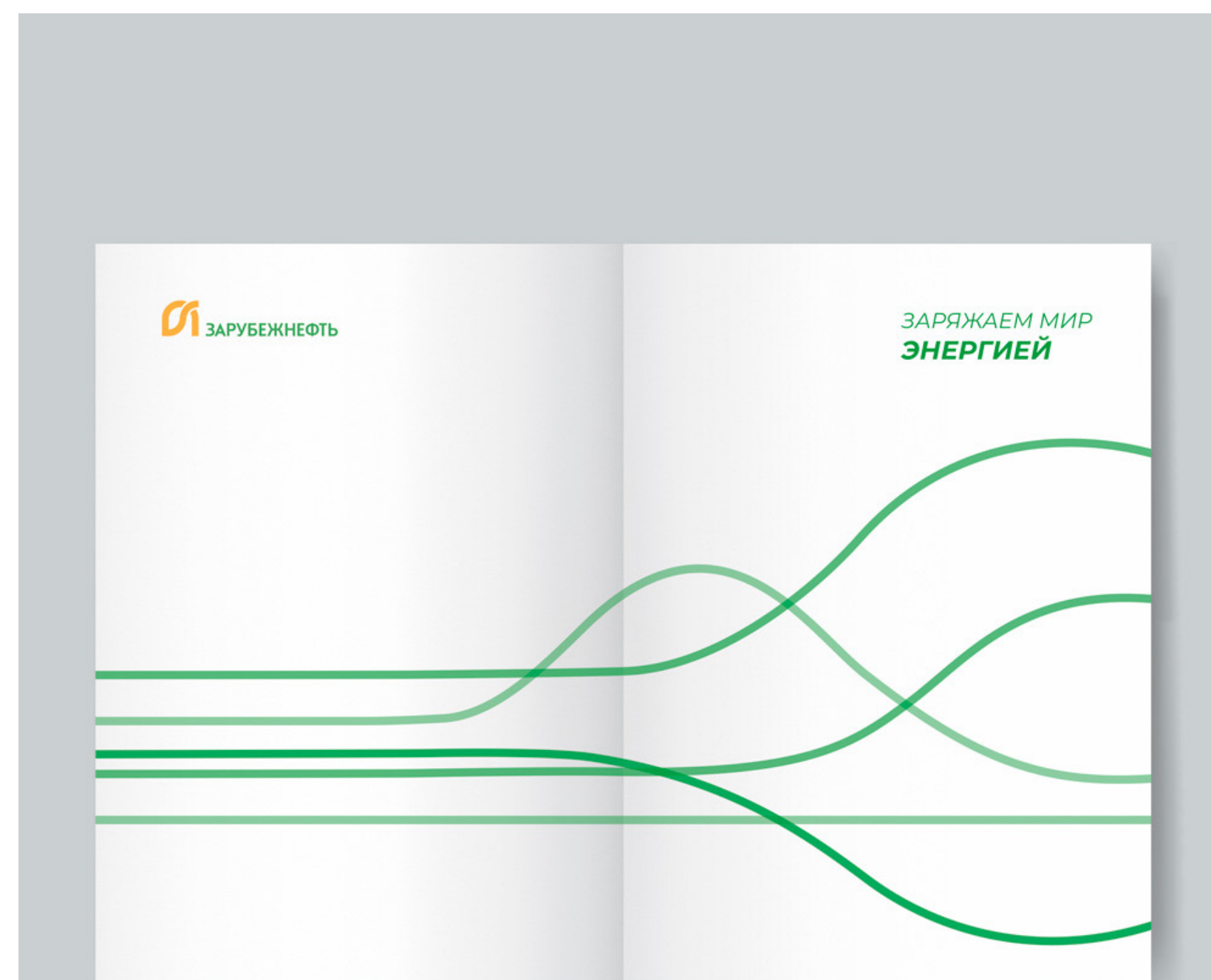
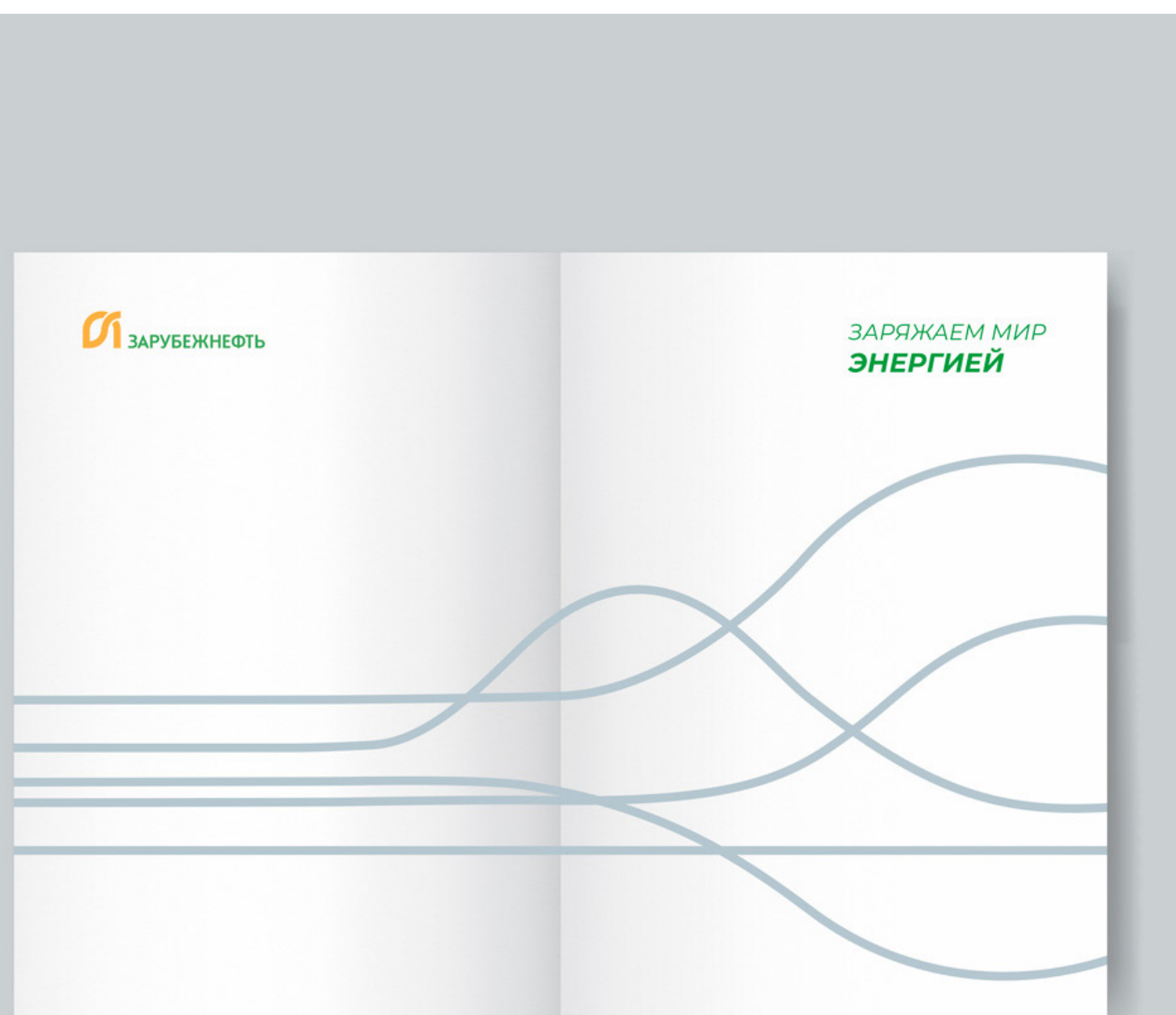
Варианты цветовых сочетаний линий



ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ

Монохром

Допустимы монохромные сочетания волн, в т. ч. с использованием специальных полиграфических эффектов (см. раздел «Рекомендации по типографскому производству»).



ПРИМЕР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФОТО

Линии паттерна трансформируются под любые форматы.

Линии могут «проходить» и по фотографиям.

Обязательное условие: четкое отслеживание, чтобы линии не «резали» головы людей, наличие свободного пространства в макете, создание легкости, отсутствие перегруженности элементами



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ФОТО

Пример наложения линий
на фотографии



ВОЛНЫ ЭНЕРГИИ

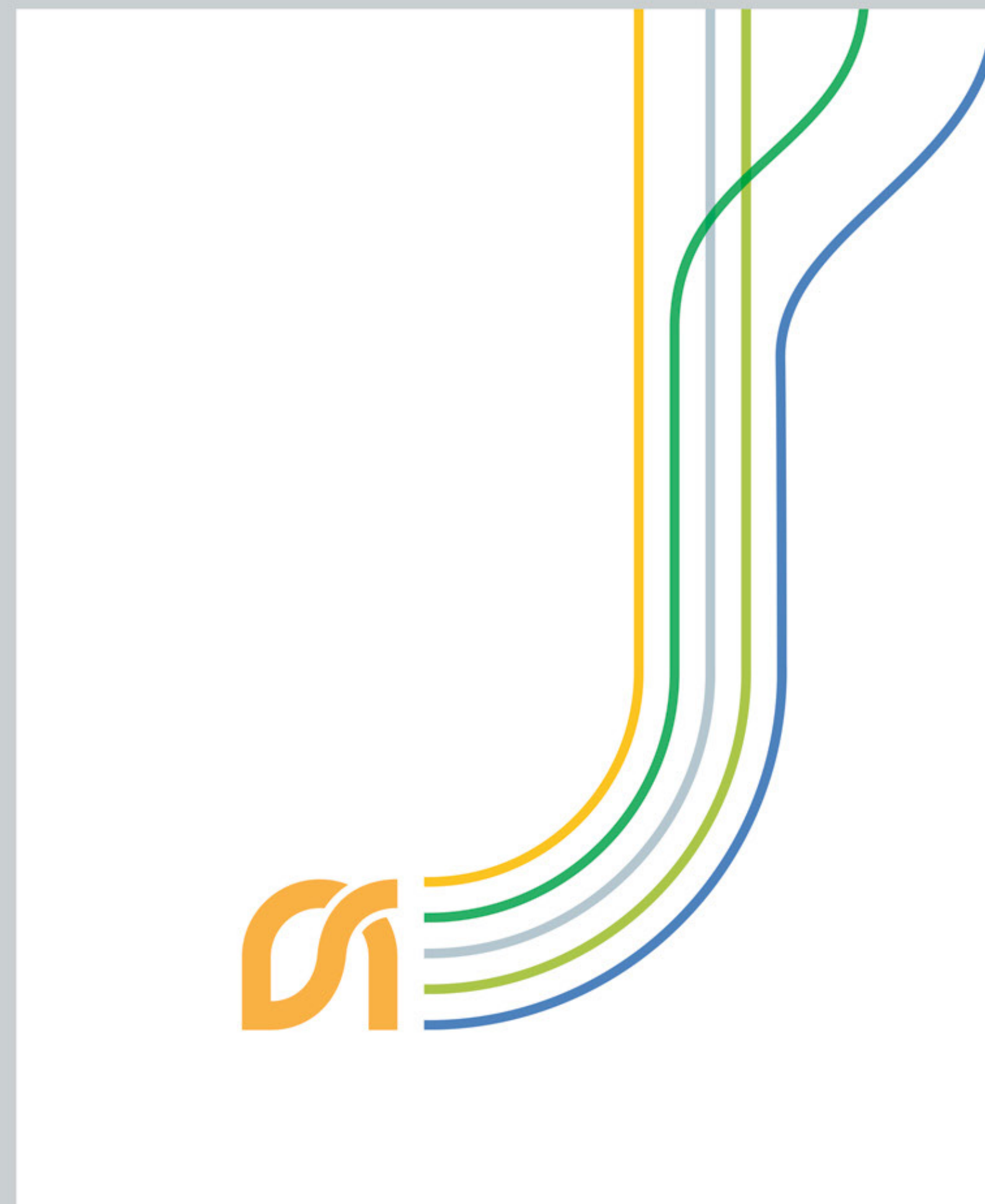


ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ С ЗАГОЛОВКОМ

Линии паттерна трансформируются под любые форматы.

Пример использования паттерна в вертикальном формате с заголовком.

Обязательное условие:
минимальное количество
элементов, сохранение
легкости макета



ПРИМЕР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФОТО

Линии паттерна образуют сетку, ячейки которой можно использовать в качестве масок для фотографий



ПРИМЕР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФОТО

Ячейки волн можно
использовать
в качестве масок
без цветных линий



Паттерн основан на взаимодействии пиктограмм ценностей компании

ПАТТЕРН ЦЕННОСТИ #1 (БАЗОВЫЙ)

двухцветные пиктограммки по горизонтали и по вертикали



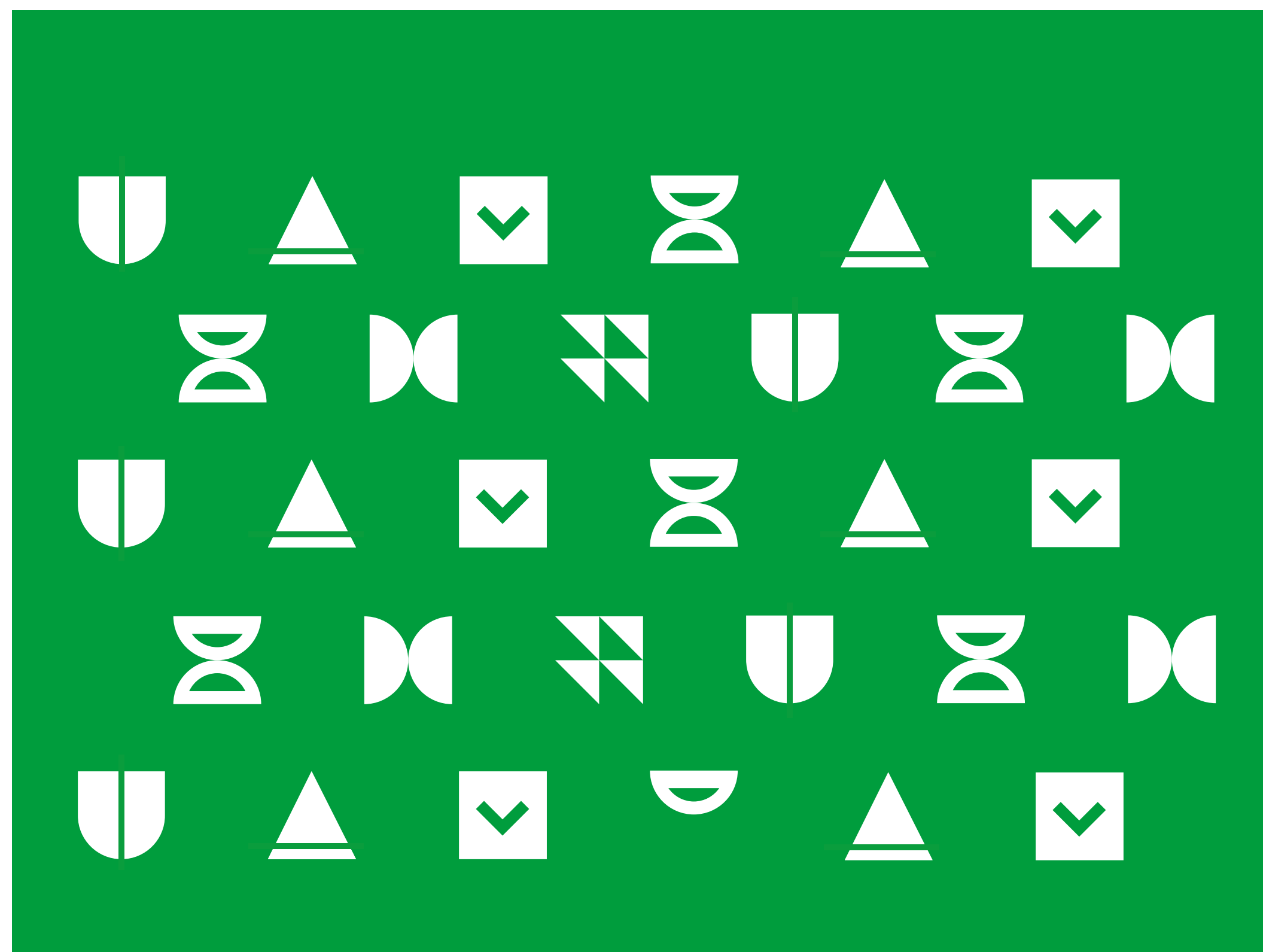
ЦЕННОСТИ



ПАТТЕРН ЦЕННОСТИ #2

иконки, выполненные в одном цвете в виде свободной сетки

Условие использования в макете – наличие свободного пространства и достаточный отступ от логотипа

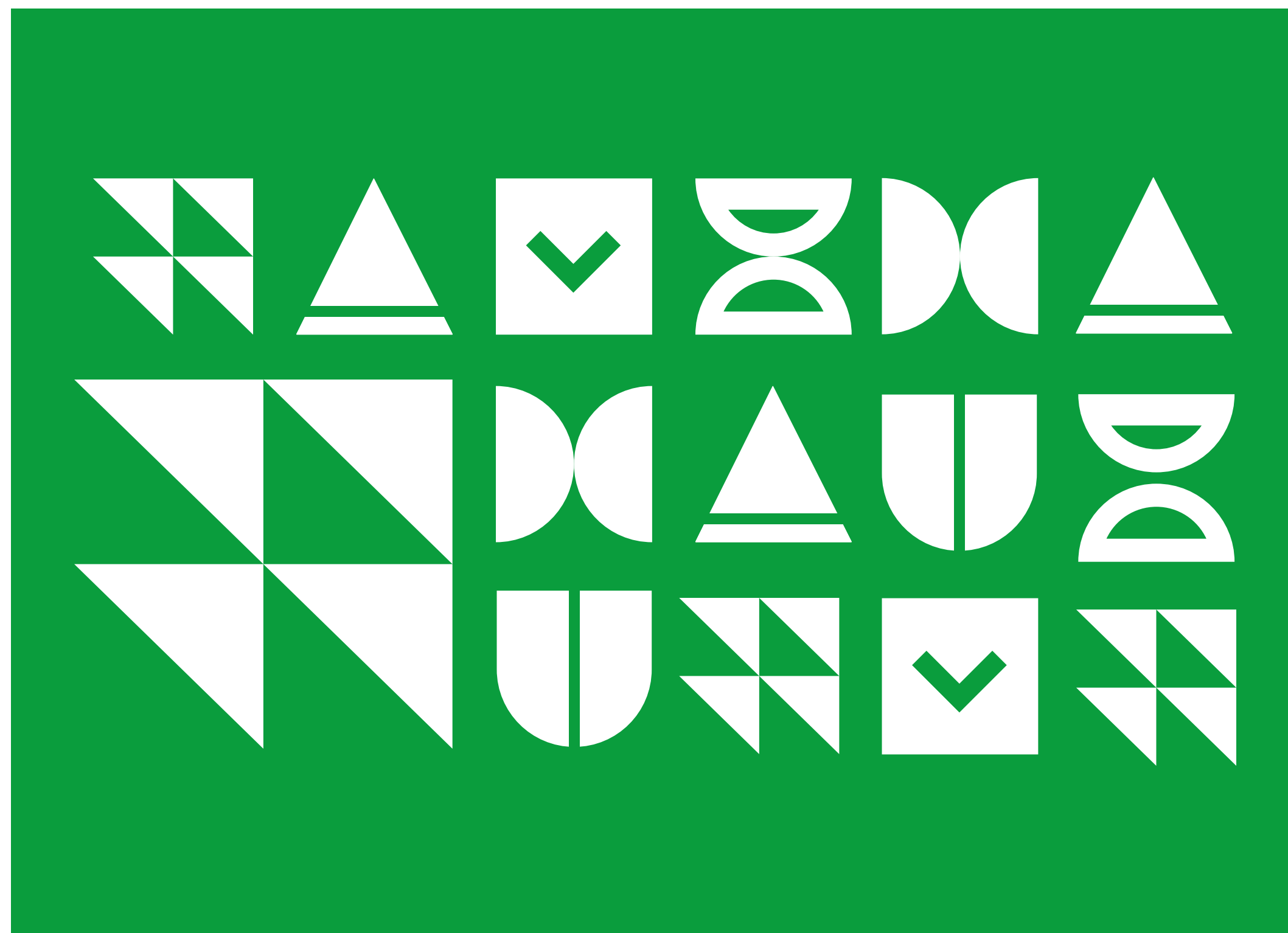


ПАТТЕРН ЦЕННОСТИ #3

иконки, выполненные в одном цвете в виде плотной сетки

Условие использования в макете – наличие свободного пространства и достаточный отступ от логотипа

Один из элементов может быть увеличен



ЦЕННОСТИ



7.2 / ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ / ЦЕННОСТИ

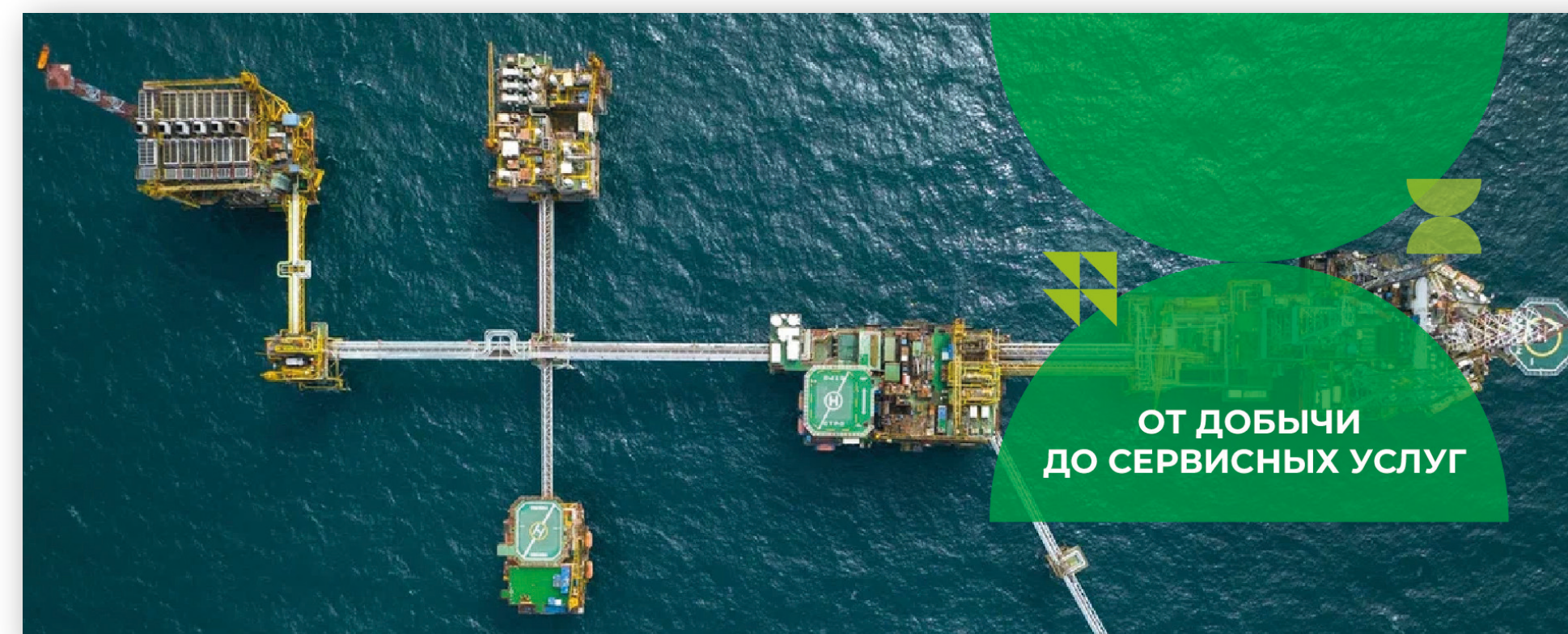
ПРИМЕР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФОТО

Иконки паттерна можно использовать в качестве масок для фото – по отдельности, во взаимодействии отдельных иконок или выстраивая слово ОСНОВА, а также можно накладывать иконки в режиме multiply.

Важное условие – необходимо следить, чтобы элементы на фото считывались, лица людей не обрезались.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ПОДХОДА:

веб-баннеры, слайды-разделители во внутрикорпоративных презентациях и отчетах. Кроме того, подход можно использовать с анимацией в корпоративном видео.



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ФОТО ПОДХОД «КВАДРАТ»

В качестве одного из вариантов макетирования предлагается подход с разбиением фото на квадраты и включением в отдельные квадраты пиктограмм ценностей.

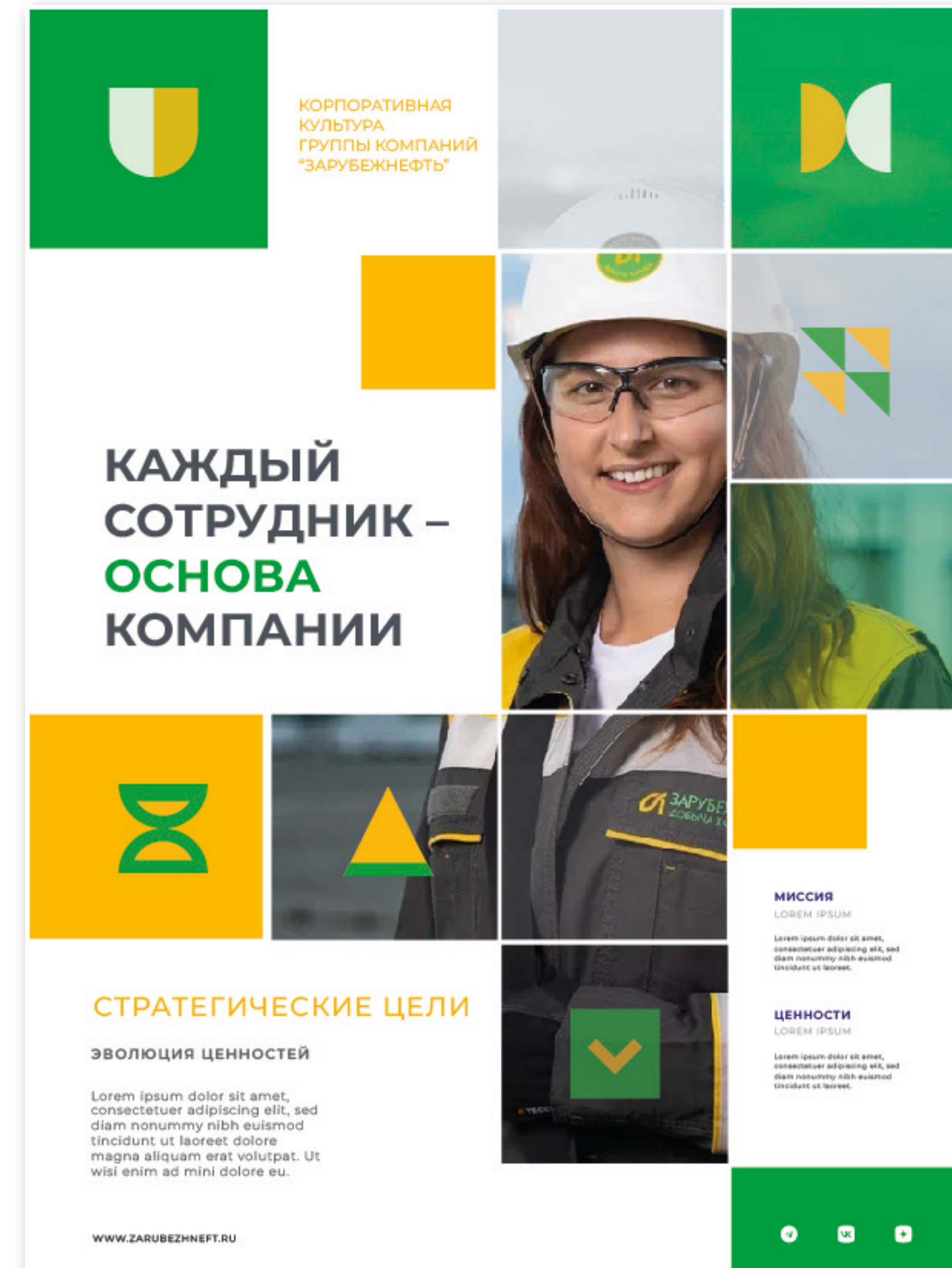
Подход логически продолжает использование квадратной формы в логотипе и иконках ценностей.

Это подход «конструктор» – адаптируется для любого формата, подзвояет менять фото и заголовки, тексты.

Иконки можно использовать в качестве наложения на фото и подложки с прозрачной заливкой в режиме multiply.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

применение подхода для внутрикорпоративных макетов



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДБОРУ ФОТОМАТЕРИАЛОВ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ОБЪЕКТЫ ПО СФЕРАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общая стилистика:
качественные высококонтрастные фото
с четким, высоким разрешением.

Фотоизображения должны отражать:

- масштабность
- многолетний опыт в различных регионах мира
- технологичность
- стабильность
- оснащенность
- экологичность

Для фоновых подложек следует
использовать максимально чистые
изображения нейтрального фона
для легкости прочтения текстов.

Ночные фотографии должны быть
четкими, объекты хорошо освещены.
Допустимы незначительные оптические
абберации
от света фонарей и мелкий шум в темных
частях фотографии, не мешающий
качественной печати фотоизображения.



ЛЮДИ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

К фото работников на производственных объектах предъявляются следующие требования:

1. 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.

На спецодежде застегнуты все пуговицы и молнии, на спецобуви завязаны шнурки.

Требования к СИЗ обязательны к соблюдению даже на постановочном фото.

2. В кадре не должны демонстрироваться опасные условия и действия, которые могут привести к травмированию персонала, аварийным ситуациям и другим нежелательным последствиям.



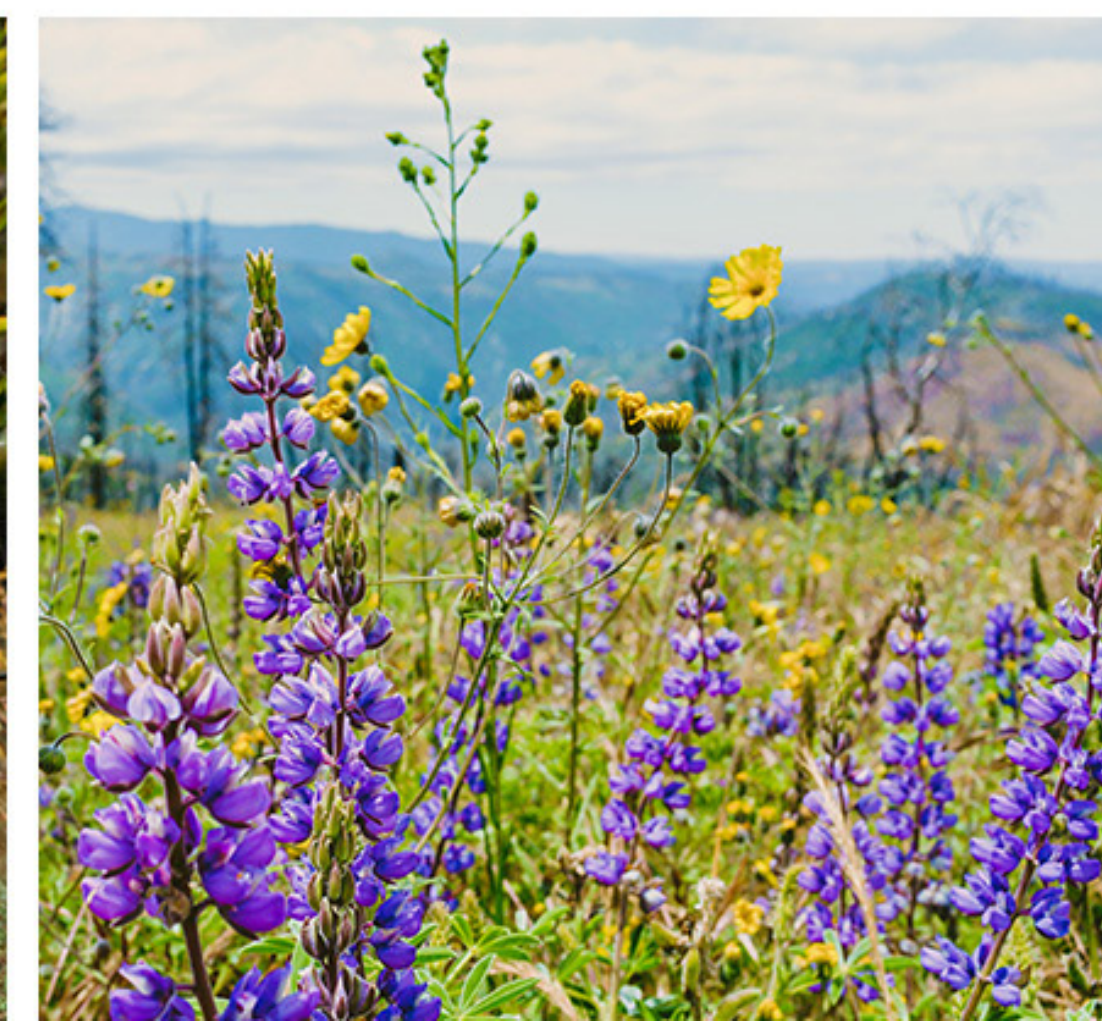
ПРИРОДА

При подборе изображения необходимо обратить внимание на соответствие флоре и фауне регионов присутствия компании.

Панорамная и аэрофотосъемка должны быть четкими без оптических искажений, иметь хорошее освещение, иметь большой угол обзора, отражать масштаб природы, региона, экологии.

При подборе изображения с животными, важно, чтобы они были в фокусе, хорошо считывались на фоне, выглядели здоровыми и чистыми.

При подборе изображений растений с близким фокусным расстоянием следует обратить внимание на композицию, при кадрировании изображения образ и вид растения должен быть узнаваем.



КОРПОРАТИВНЫЙ ЦЕНТР И МЕНЕДЖМЕНТ

При подборе изображений сотрудников компании следует руководствоваться следующими правилами:

- Внешний вид работника должен соответствовать «Кодексу корпоративной этики» и «Этикету делового общения и стиля», а также формировать деловой образ работника, достойно представляющего интересы Компании в России и за рубежом.

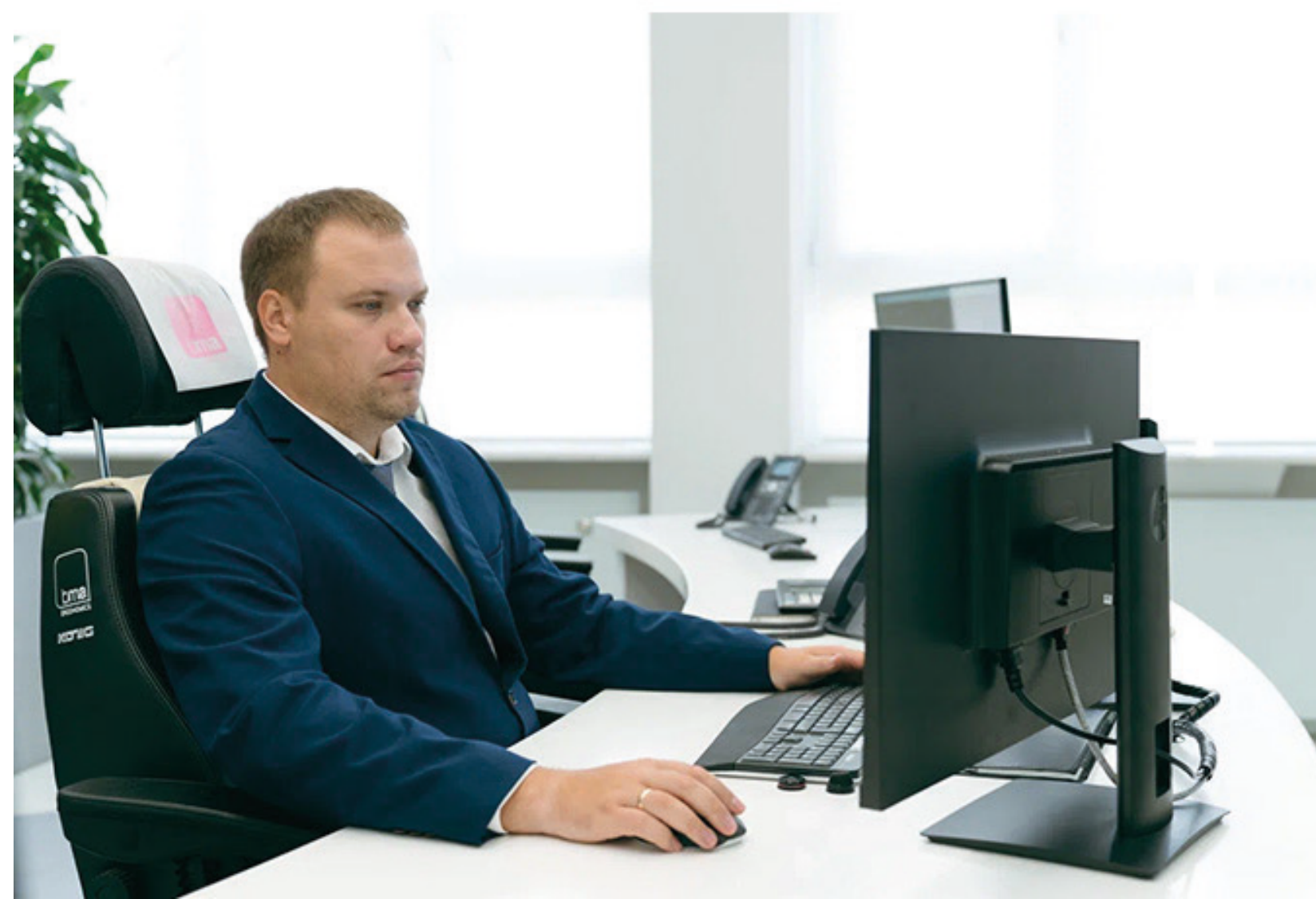
- Улыбка работника должна быть доброжелательная.

- Рабочая зона должна быть убрана, в кадре должно быть минимальное количество мелких деталей (бумаги, канцелярия и т.п.)

- Фотографии должны иметь мягкое освещение без резких контрастов света и тени.

- Портретные фотографии топ-менеджмента и руководства компании необходимо снимать на однородном фоне спокойного тона. Если нет возможности проведения дополнительной фотосессии, то необходимо произвести замену фона в фоторедакторе.

Не рекомендуется выбирать шаблонные, хорошо узнаваемые стоковые фотоизображения.



МЕРОПРИЯТИЯ

При работе с репортажными фотографиями важно обратить внимание на четкость изображения, а также считываемость корпоративной символики.

Логотипы мероприятия и компании должны хорошо просматриваться.

Фотоизображения мероприятий (как корпоративных, так и спортивных) должны быть яркими, позитивными, динамичными и направлены на развитие корпоративной культуры, создание благоприятного имиджа компании.

Для групповых снимков рекомендовано выбирать только фото, на которых комплиментарно большинство участников.



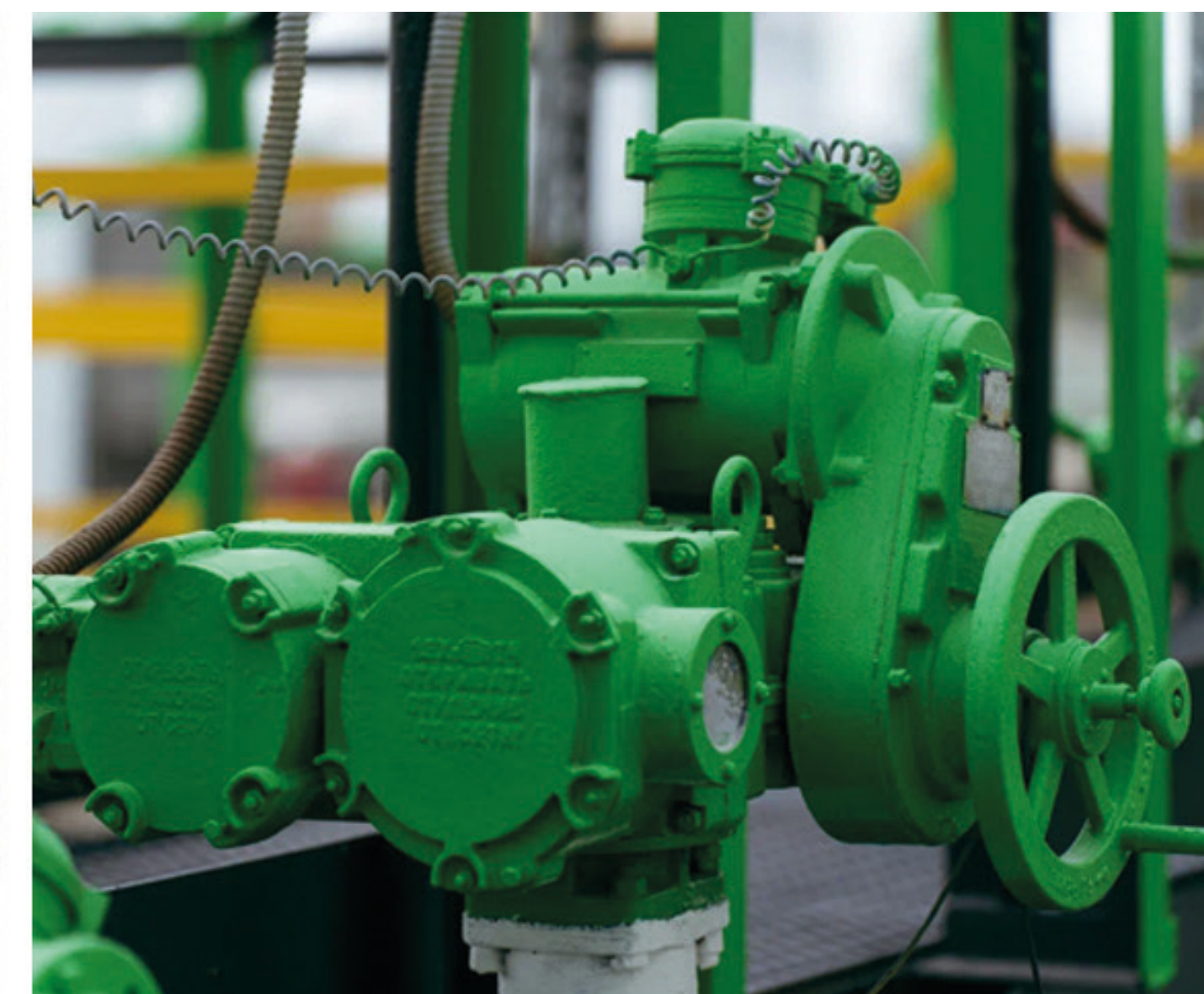
МАКРО И КРУПНЫЕ ПЛАНЫ

При работе с макро и крупными планами важно обратить внимание на четкость и качество снимков.

Важно, чтобы фотографируемый объект весь, либо его важная часть находился в фокусе, а также был узнаваем.

На изображениях продукции должна четко прослеживаться корпоративная символика.

Для фотосъемки рекомендуется использовать профессиональное оборудование с хорошим освещением.



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОБРАБОТКЕ ФОТО

При обработке фотоизображений необходимо следовать общепринятым правилам по настройке цветового и светового баланса, кадрировать фото исходя из целостности композиции.

Фото после коррекции должно выглядеть максимально реалистично.

Необходимо исправлять линию горизонта, а также следить за правильным (вертикальным и горизонтальным) расположением линий конструкций на производственных объектах.

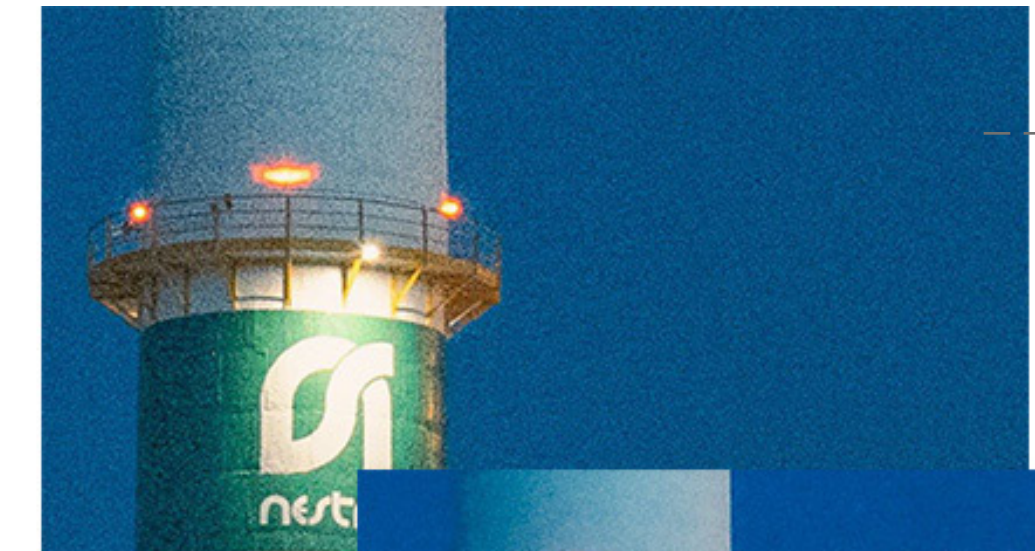
На фотографиях следует скорректировать уровень шума, чтобы фон был более однородный.

На портретных фото возможна замена или полное удаление фона.

В дизайнерских макетах разрешено использовать наложение масок на фото, цветовых элементов в режиме multiply, допускается черно-белое тонирование.

Незначительную ржавчину, грязь, небольшие фрагменты отвалившейся краски необходимо тщательно ретушировать или заменить фото.

Примеры обработки фото



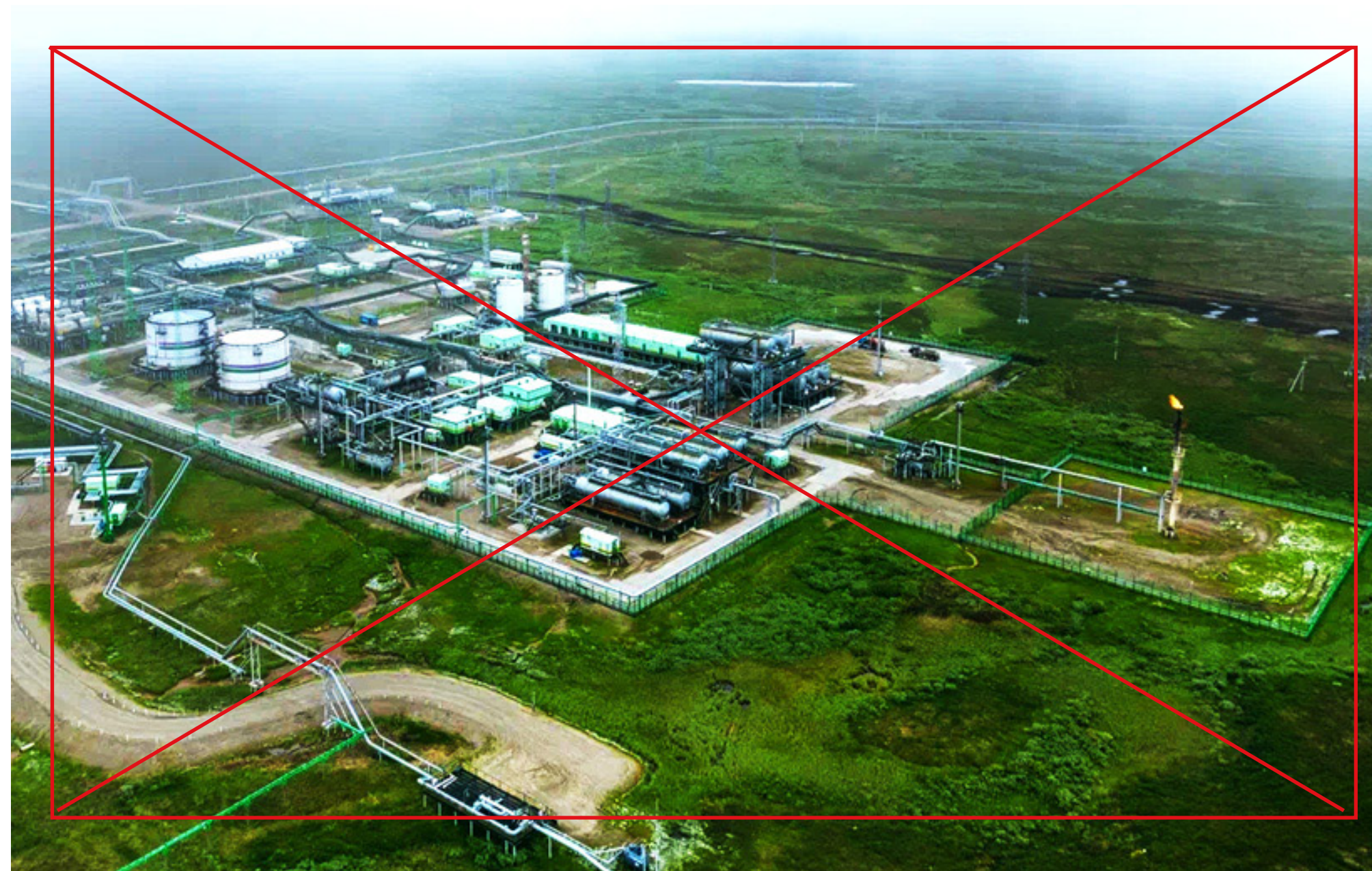
НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ФОТО

Недопустимо использовать фото с чрезмерными эффектами, искажающими реальную картину: слишком насыщенные цвета, чрезмерная резкость и т. д.

Недопустимы пересветы (например, свет фонарей, ламп и т. д.), а также провалы (например, теневая часть темных объектов, небо и т. д.) фотоизображения, только если это не является дизайнерской задумкой.

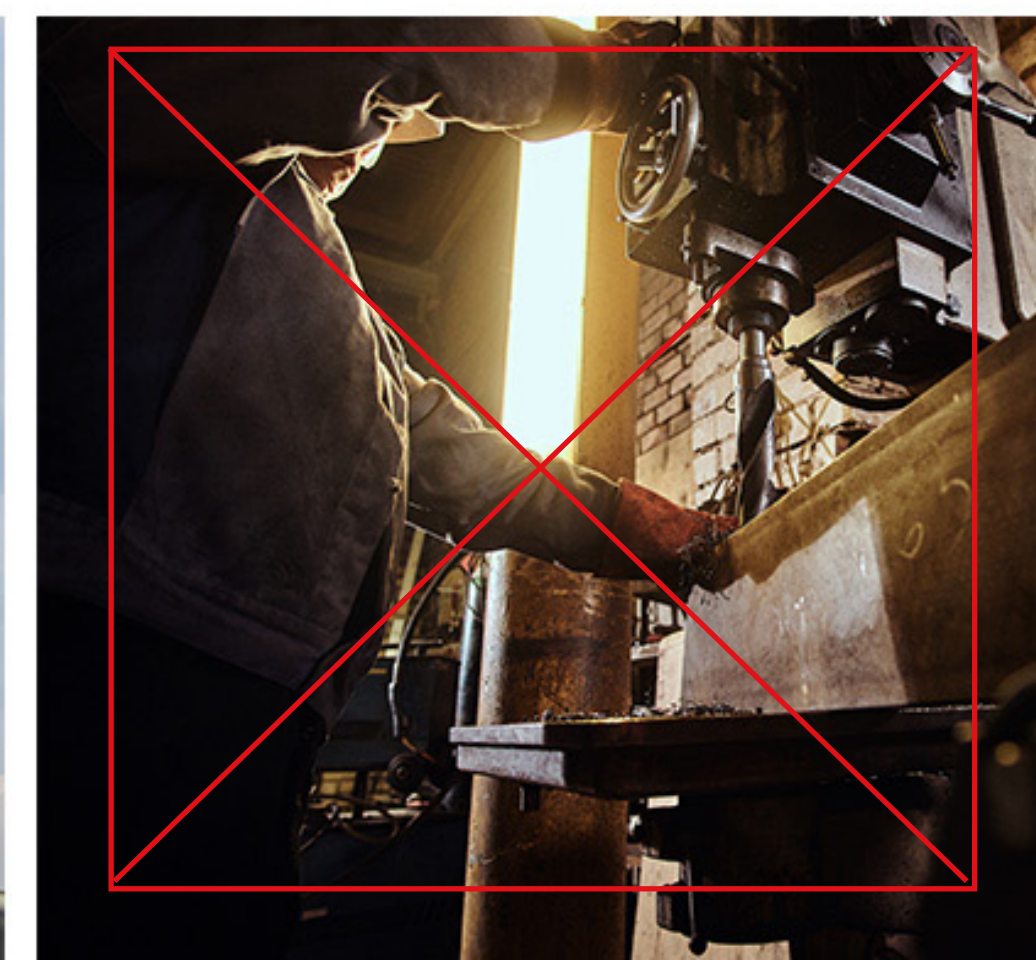
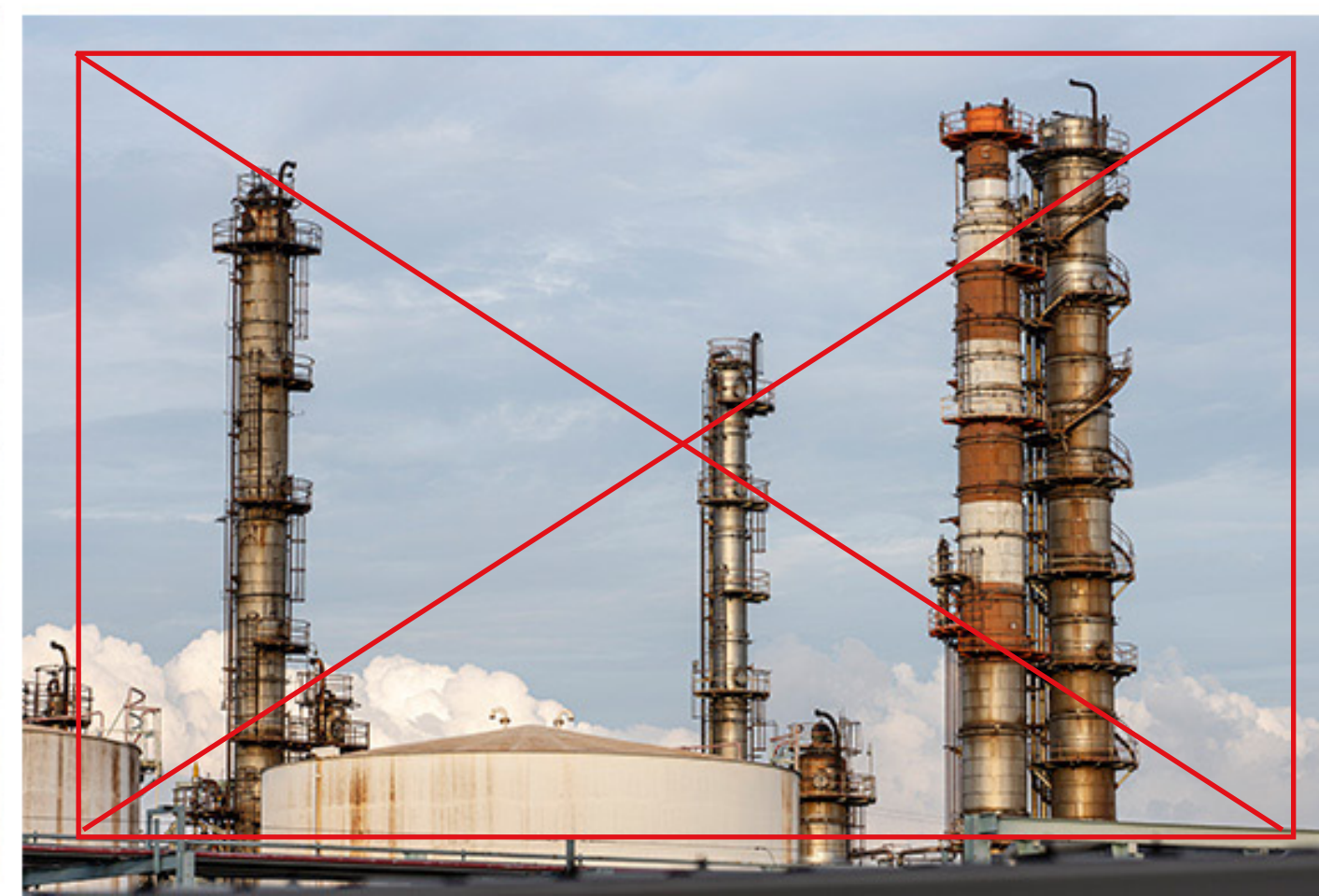
Не следует использовать депрессивные образы, людей в неестественных позах, с искаженными лицами, закрытыми глазами.

Фотографии с ржавчиной, грязью, неподдающиеся ретуши, использовать запрещено.



ЗАПРЕЩАЕТСЯ!

Использовать изображения с нарушением правил безопасности при нахождении на производстве



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТИПОГРАФСКОМУ ПРОИЗВОДСТВУ

ПОЛИГРАФИЯ

СТАНДАРТНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Печать типографским способом без специальных эффектов.

Наиболее распространенный, наименее затратный вариант для быстрой печати многополосных изданий и раздаточной продукции.

Материалы

- Бумага – матовая мелованная

Плотность бумаги:

- Блок многостраничного издания – не менее 100 г/м²
- Обложка – не менее 300 г/м²
- Раздаточная продукция – не менее 200 г/м²

Цвета

- CMYK

Методы печати

- Цифровая
- Офсетная

Рекомендованный способ крепления

- Клеевое бесшвейное скрепление (КБС)
- Скоба

ДИЗАЙНЕРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

Применения специальных полиграфических эффектов.

Возможность сделать эксклюзивную фирменную продукцию.

Применяется для премиальных изделий, обложек буклетов, vip-визиток, эксклюзивной продукции небольшого тиража.

Вариант требует тщательного подбора материалов, рекомендована консультация с типографией в каждом случае для строгого соблюдения технических требований.

Материалы

- Бумага – матовая мелованная, дизайнерская (Curious Skin, Keaykolor, Colorplan и др), синтетическая бумага (Monotex), мелованный картон, самоклеющаяся бумага для создания эффектов.

Плотность бумаги:

- не менее 200 г/м²

Рекомендуется (в качестве примера, либо подбора аналога):

Мелованная бумага 300 г/м³, Keaykolor 250 г/м³, Curious Skin 270 г/м³, Мелованный картон 300 г/м³, Monotex L 360 г/м³, Colorplan 270 г/м³, самоклеющаяся бумага Colorplan 206 г/м³.

Цвета

- CMYK
- Pantone

Методы печати

- Цифровая
- Офсетная
- Шелкография (в т. ч. металлизированное серебро, металлизированное золото)
- УФ-печать

ПОЛИГРАФИЯ

ДИЗАЙНЕРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ

■ Ламинация:

матовая ламинация sort touch 32 мкр

Рекомендованное сочетание:

Матовая ламинация sort touch + выборочный УФ-лак
Матовая ламинация sort touch + выборочный объемный УФ-лак

■ Блинтовое тиснение

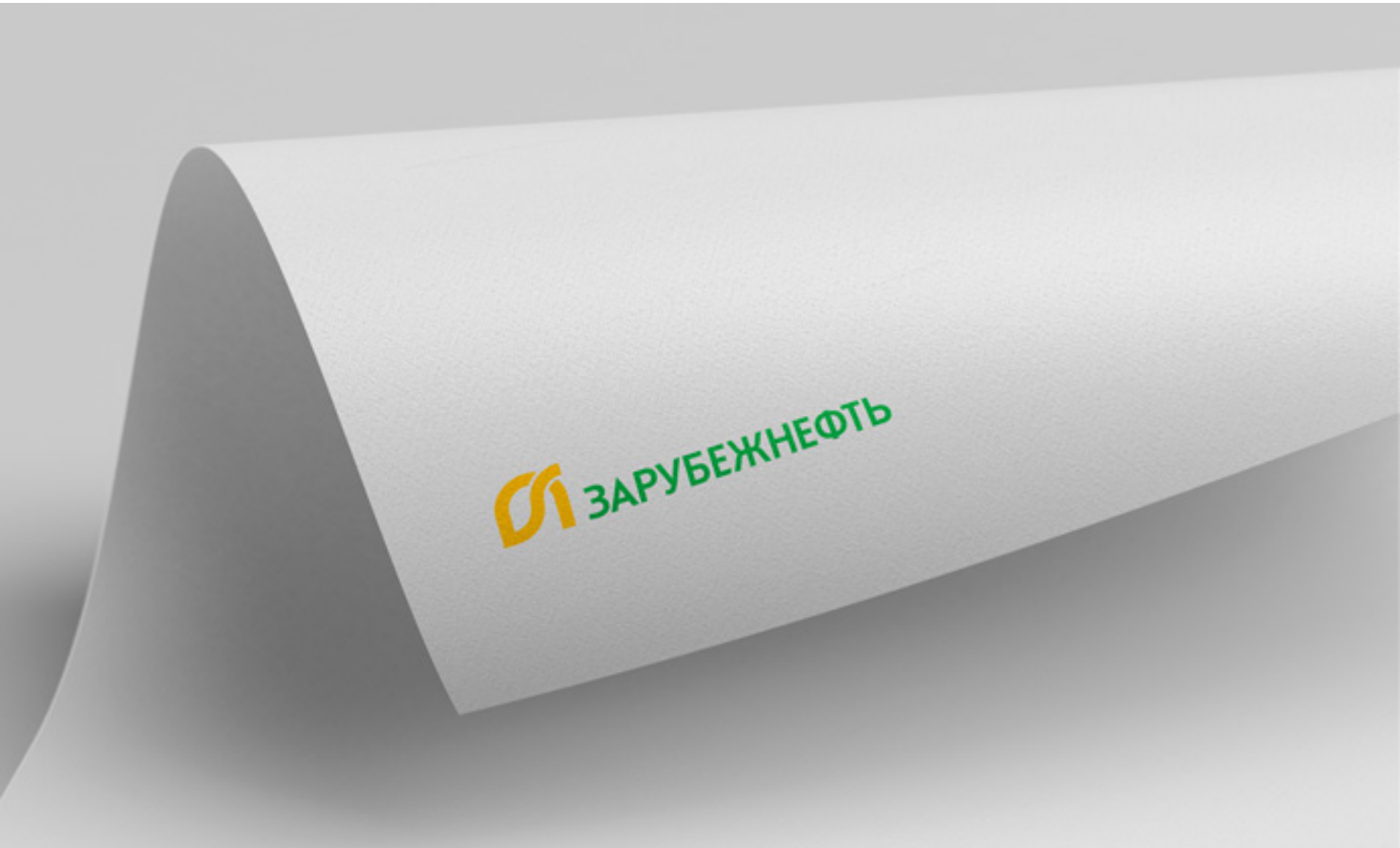
Рекомендованное сочетание:
Матовая ламинация sort touch + блинтовое тиснение

■ Тиснение фольгой

Золото матовое (Luxor 429) и глянцевое (Luxor 233), серебро матовое (Colorit Metallic Silver) и глянцевое (Alufin Satingloss), зеленая фольга (Luxor 336), голографическая серебрянная фольга

■ Плоттерная резка/вырубка

Рекомендованное сочетание (достигается эффект рельефа):
Дизайнерская бумага Colorplan 270 г/м3, самоклеющаяся бумага Colorplan 206 г/м3



КОЖА

Цвет
Благородные оттенки природных цветов, в т. ч. яркие, а также темная гамма (черный, темно-серый)

- Метод нанесения**
- Тиснение, в т. ч. тиснение золотой и серебряной фольгой (для кожи с крупной текстурой для лучшей читаемости рекомендовано делать тиснение только фирменного знака).
 - Объемный шильд с фирменным знаком.



МЕТАЛЛ

Цвет
матовые или хромированные варианты цветов: черный, темно-серый, темно-зеленый, золотой в сегменте VIP

- Метод нанесения**
- лазерная гравировка
 - допустимы тампопечать и шелкография, дополнительное покрытие гравировки эмалью



СТЕКЛО

Цвет
Приоритет - прозрачное и белое матовое

- допустимо - черное глянцевое, а также цветное стекло
- Метод нанесения**
- Лазерная гравировка
 - Все виды печати (в приоритете - УФ-печать)



ТЕКСТИЛЬ

Цвет
Белый, черный,
цвета из фирменной палитры

Метод нанесения
Вышивка
Шелкография
Прямая печать
Сублимация



ПЛАСТИК

Цвет
Белый, черный,
цвета из фирменной палитры

Метод нанесения
Тампопечать
Накатка пленки
УФ-печать
Прямая печать



КАМЕНЬ

Цвет
Холодные оттенки черного,
светло- и темно-серого

Метод нанесения
Металлические шильды
Лазерная гравировка

ДЕРЕВО

Цвет
темные оттенки дерева

Метод нанесения
металлические шильды

допустима лазерная
гравировка при соблюдении
читаемости логотипа



РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЗУЕМЫХ МАКЕТОВ

БЛОКНОТ
■ блокнот на склейке

Метод нанесения:
печать СМУК 4+0

БЛОКНОТ
■ блокнот на пружине

Метод нанесения:
печать СМУК 4+0

ЕЖЕДНЕВНИК
■ в мягкой обложке

Метод нанесения:
УФ-печать 1+0

Примеры визуализации с использованием минималистичного паттерна «Ценности»



РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЗУЕМЫХ МАКЕТОВ

ПАПКА А4

Метод нанесения:
печать 4+0

ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ
■ горизонтальный

Метод нанесения:
печать 4+0

ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ
■ вертикальный

Метод нанесения:
печать 4+0

Примеры визуализации с использованием паттерна «Волны энергии»

