



**Промагролизинг**

**РУКОВОДСТВО  
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ**

**БРЕНДБУК**



## СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**Биговка** — операция нанесения прямолинейной бороздки на лист бумаги. Необходима для последующего сложения по линии бумаги или картона.

**Брендинг** — процесс размещения логотипа или элементов корпоративного стиля в рекламных целях.

**Брошюра** — непериодическое текстовое книжное издание, небольшая книга, обычно без переплёта, в обложке.

**Буклет** — многократно сфальцованное издание, имеющее различные размеры, объем и варианты фальцовки.

**Градиент** — изменение, перетекание одного цвета в другой на заданном промежутке.

**Дескриптор** — лексическая единица (слово, словосочетание), которая служит для описания дополнительного смысла.

**Дизайн-макет** — изображение, которое представляет собой предполагаемый внешний вид объекта (сайта, каталога, кружки, и др.).

**Корпоративный стиль** — характерный внешний вид рекламно-информационной продукции ОАО «Промагролизинг» (далее – Общество), который позволяет однозначно понять принадлежность продукции к Обществу.

**Корпоративные элементы** — графические элементы, формы, которые формируют корпоративный стиль Общества.

**Логотип** — специально разработанное оригинальное начертание полного или сокращенного наименования Общества.

**Начертание** — специально разработанный рисунок названия, обладающий стилистическими особенностями и определенными пропорциями; особый рисунок шрифта (например: шрифт «Arial» имеет такие начертания как Regular, Italic, Bold и Bold Italic).



Промагролизинг

**Охранное поле** — пространство вокруг логотипа, свободное от графики и текста.

**Полноцветные варианты** — все варианты основного и вертикального логотипа с многоцветным фирменным блоком (сюда входят двух- и трёхцветные варианты логотипа).

**Полутоновое изображение** — изображение, состоящее из сплошных оттенков серого или любого другого цвета, которые плавно переходят друг в друга. Примером полутонового изображения является цветная или черно-белая фотография.

**Проспект** — хорошо иллюстрированное, сброшюрованное или сфальцованное издание, посвященное одному товару/услуге или нескольким товарам/услугам.

**Реклама** — информация об объекте рекламирования, размещаемая (распространяемая) в любой форме с помощью любых средств, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке.

**Рекламная продукция** — приобретаемые (изготавливаемые) Обществом товарно-материальные ценности, содержащие рекламную информацию (фирменную символику, логотип и т.п.) с целью привлечения внимания потенциальных покупателей, информирования целевой аудитории о деятельности Общества, его услугах и продуктах, а также об определенных событиях, связанных с деятельностью Общества.

**Тиснение** — выдавливание каких-либо изображений, узоров.

**Фальцовка** — в типографском деле – процесс складывания листов (сгибания по обозначенной линии) для получения книжных и брошюрных изданий. Сама линия сгиба называется фальцем.

**Шелкография** — трафаретный способ печати, который позволяет наносить изображение на носители почти любой формы.



## СОДЕРЖАНИЕ

### 1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ

1.1. Основной вариант логотипа .....	4
1.2. Логотип на белорусском и английском языках .....	5
1.3. Однотонный и трехцветный логотип .....	6
1.4. Правила построения логотипа...	7
1.5. Корпоративный шрифт .....	8
1.6. Элемент фирменного стиля.....	9
1.7. Корпоративная цветовая палитра .....	10
Основные фирменные цвета ..	11
Дополнительные фирменные цвета .....	12
1.8. Недопустимые варианты использования логотипа .....	13

### 2. ОФОРМЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ПРОДУКЦИИ

2.1. Примеры оформления папок	14
2.2. Примеры оформления визитных карточек .....	15
2.3. Примеры оформления блокнотов .....	16
2.4. Примеры оформления награждений .....	17
2.5. Примеры оформления пакетов .....	18
2.6. Примеры оформления презентаций .....	19
2.7. Примеры оформления имиджевой продукции .....	20
2.8. Примеры оформления календарей .....	21
2.9. Примеры оформления иллюстрации к статьям .....	22

### 3. ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

3.1. Примеры оформления табличек и стенда .....	23
3.2. Примеры оформления роллапов .....	24

### 4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

4.1. Примеры оформления вывески рекламного характера на фасаде здания .....	25
4.2. Примеры оформления баннера.....	26
4.3. Примеры оформления выставочного стенда .....	27

## 1.1. ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ ЛОГОТИПА

Логотип Общества состоит из фирменного знака и начертания названия.

Фирменный знак представляет собой совокупность трех бумерангов, образующих треугольник.

Начертание названия состоит из надписи «Промагролизинг» корпоративным шрифтом Общества.

Допустимо самостоятельное использование фирменного знака отдельно от начертания названия.

*фирменный знак*

*начертание названия*



**Промагролизинг**

*логотип*

## 1.2. ЛОГОТИП НА БЕЛОРУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В нашей стране государственными являются русский и белорусский языки. Английский язык является языком бизнеса. Поэтому кроме русской версии логотипа используется белорусская и английская версии. Они обладают теми же свойствами и приоритетом, что и основная версия логотипа.

Все версии логотипа на белорусском и английском языках используются только в случаях, когда формат мероприятия или контент носителя, где размещается логотип, обязывает к использованию только белорусского или только английского языков.

*Логотип на белорусском языке*



**Прамагравалізінг**

*Логотип на английском языке*



**Promagroleasing**

### 1.3. ОДНОЦВЕТНЫЙ И ТРЕХЦВЕТНЫЙ ЛОГОТИП

Помимо основного варианта допустимо использование одноцветного и трехцветного (без градиента) вариантов логотипа.

*На русском языке*



Промагролизинг



Промагролизинг

*На белорусском языке*



Прамагралізінг



Прамагралізінг

*На английском языке*



Promagroleasing



Promagroleasing

## 1.4. ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГОТИПА

Правила построения логотипа нужны для проверки качества реализации брендированной продукции.

В случае нарушения правил построения логотипа композиция логотипа может выглядеть неестественно.

Вокруг знака необходимо оставлять пустое пространство — «охранное поле». Знак в пределах охранного поля не должен пересекаться с иными элементами.

Для всех вариантов логотипа Общества значение размера охранного поля задает высота буквы «П» в логотипе.





1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ  
КОРПОРАТИВНОГО  
СТИЛЯ

## 1.5. КОРПОРАТИВНЫЙ ШРИФТ

Корпоративные шрифты — важный элемент корпоративного стиля. Они используются во всей рекламно-информационной и другой фирменной продукции.

«Рекламный» шрифт предназначен для набора текста рекламных сообщений и корпоративных изданий.

«Деловой» шрифт предназначен для набора текстовых блоков деловой переписки.

### «РЕКЛАМНЫЕ» ШРИФТЫ

*Основной*

**MagistralC**

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

*Дополнительный*

**Arial**

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

*АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef*

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

### «ДЕЛОВОЙ» ШРИФТ

**Times New Roman**

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

*АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef*

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**

**АБВГД абвгд 12345  
ABCDIF abcdef**



## 1.6. ЭЛЕМЕНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Элементом фирменного стиля Общества является образ сокола.

Сокол – олицетворение высоких результатов на рынке лизинговых услуг, сохранение лидирующих позиций, символ благородства и силы.

*Цветная версия*



*Однотонная версия*



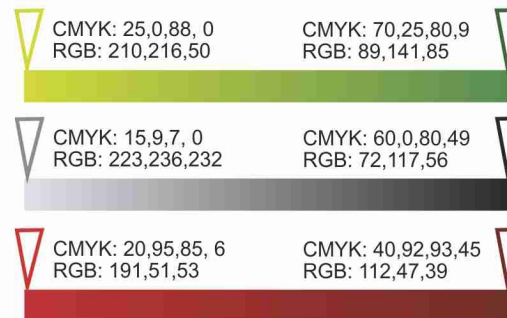
*Версия с шестеренками*



## 1.7. КОРПОРАТИВНАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТОВ В ЛОГОТИПЕ

*Версия с градиентной заливкой фирменного знака*



*Трехцветная версия*



*Однотонные версии*



## 1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ

В данном разделе представлены основные и дополнительные цвета и градиенты.  
Носители корпоративного стиля Общества следует оформлять с использованием рекомендуемых цветов.

### ОСНОВНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



Pantone 377C  
CMYK: 40,0,85,20  
RGB: 149,174,60



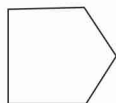
Pantone 364C  
CMYK: 60,0,80,49  
RGB: 72,117,56



Pantone Cool Gray 7C  
CMYK: 0,0,0,50  
RGB: 157,158,158



Pantone 433C  
CMYK: 0,0,0,100  
RGB: 35,31,32



Pantone White  
CMYK: 0,0,0,0  
RGB: 255,255,255



CMYK: 25,0,88, 0  
RGB: 210,216,50

CMYK: 60,0,80,49  
RGB: 72,117,56



CMYK: 25,0,88, 0  
RGB: 210,216,50

CMYK: 60,0,80,49  
RGB: 72,117,56

## 1. ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ КОРПОРАТИВНОГО СТИЛЯ






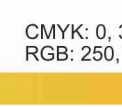






## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Дополнительные цвета используются в случаях:

когда возникает необходимость ввести цветовую дифференциацию;

когда необходимо усилить эмоциональные послы Общества (например, раскрыть спектр возможностей Общества);

когда необходимо изобразить логотип в металле или придать дизайн-макету праздничный вид.

	Pantone 381C CMYK: 25,0,88, 0 RGB: 210,216,50		CMYK: 25,0,88, 0 RGB: 210,216,50		CMYK: 40,0,85,20 RGB: 149,174,60
	Pantone 1235C CMYK: 0,34,88,0 RGB: 250,180,42		CMYK: 25,0,88, 0 RGB: 210,216,50		CMYK: 0, 34,88, 0 RGB: 250,180,42
	Pantone 3125C CMYK: 100,0,30, 0 RGB: 0,156,180		CMYK: 25,0,88, 0 RGB: 210,216,50		CMYK: 100,0,30,0 RGB: 0,156,180
	Pantone 428C CMYK: 0,0,0,30 RGB: 198,198,198		CMYK: 0,34,88, 0 RGB: 250,180, 42		CMYK: 40,0,85,20 RGB: 149,174,60

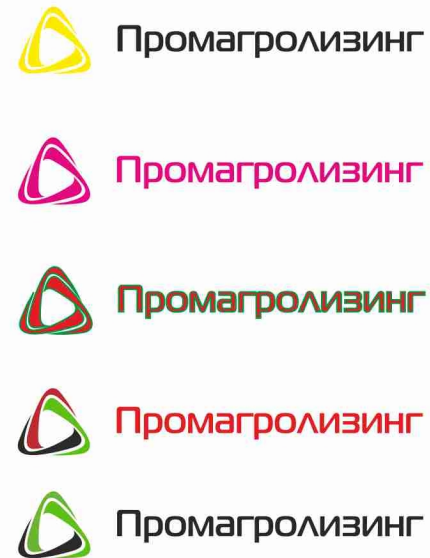
	«Платина» Pantone 8003		«Золото» Pantone 871		«Серебро» Pantone 877	<i>Металлизированная краска. Применяется только в сувенирной продукции и полиграфии</i>
---	---------------------------	---	-------------------------	---	--------------------------	---

## 1.8. НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

### ПРОПОРЦИИ



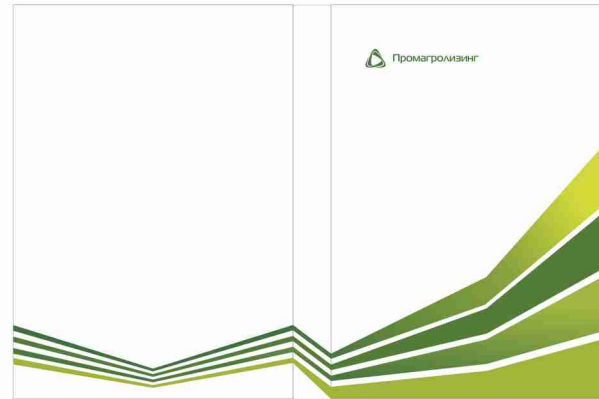
### ЦВЕТ



**2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ**

## 2.1. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ПАПОК

Вариант 1



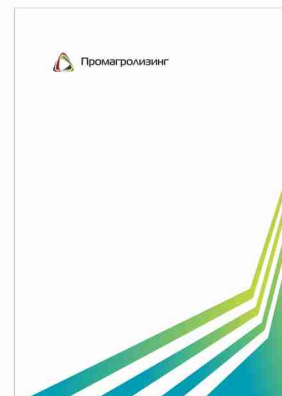
Вариант 2



Вариант 3



Вариант 4



Вариант 5



## 2. ОФОРМЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ПРОДУКЦИИ

### 2.2. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК

Вариант 1



Вариант 2



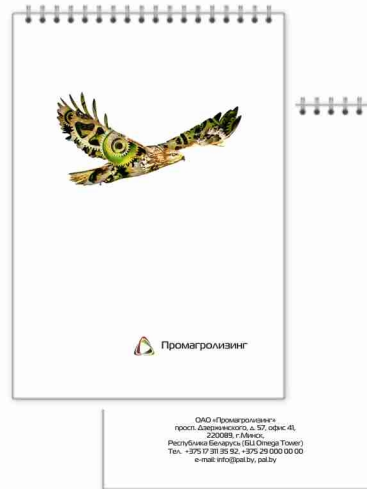
Вариант 3



2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

## 2.3. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ БЛОКНОТОВ

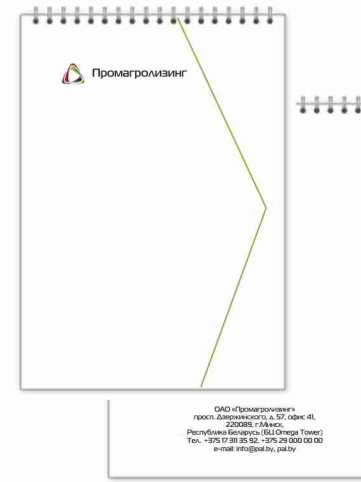
Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3





2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

## 2.4. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ НАГРАЖДЕНИЙ

Вариант 1



Вариант 2



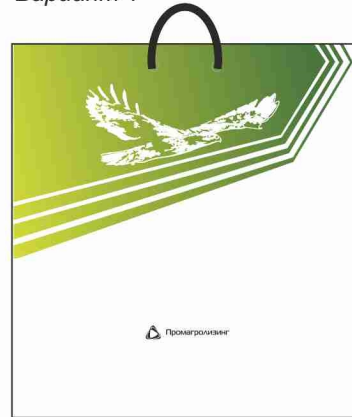
Вариант 3



2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

2.5. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ  
ПАКЕТОВ

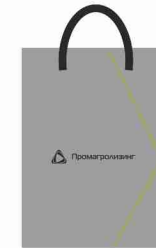
Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



Вариант 4



Вариант 5



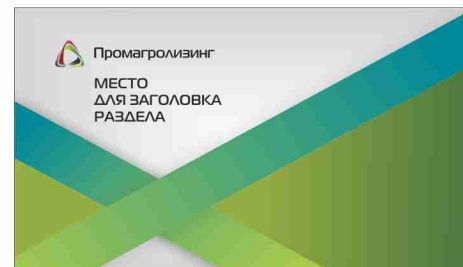
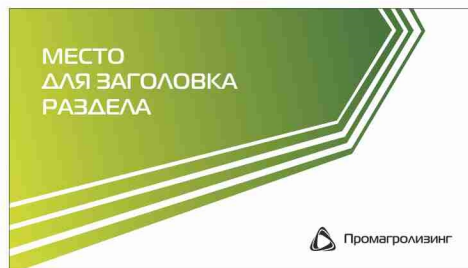
Вариант 6



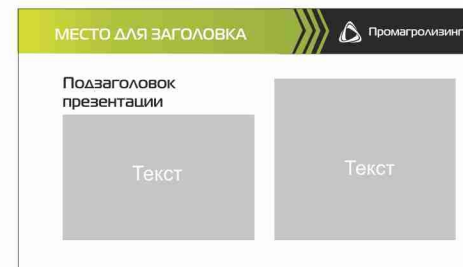
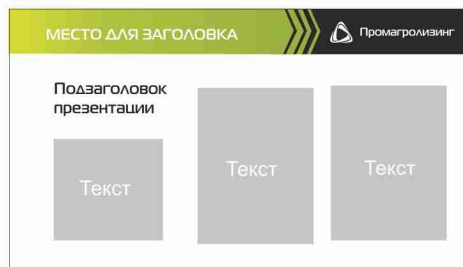
2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

## 2.6. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

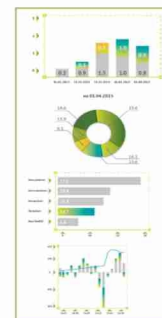
Титульный слайд



Слайд с текстом



Оформление графиков



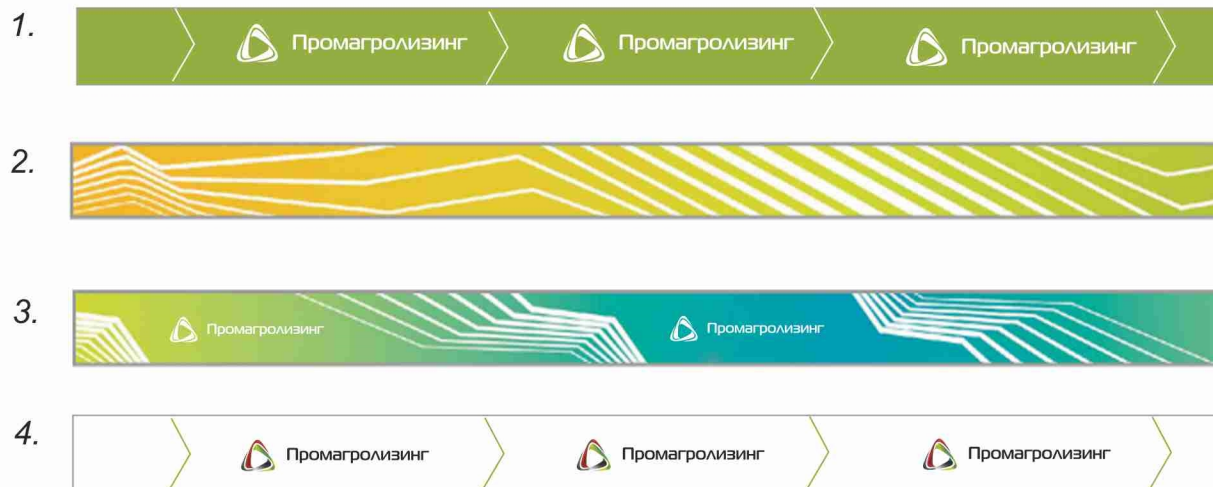
2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

2.7. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ  
ИМИДЖЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Брелок-пропуск



Ланьярд



2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

## 2.8. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ КАЛЕНДАРЕЙ

Квартальный отрывной



Настольный перекидной



Нестандартной формы



2. ОФОРМЛЕНИЕ  
КОРПОРАТИВНОЙ  
ПРОДУКЦИИ

## 2.9. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ИЛЛЮСТРАЦИЙ К СТАТЬЯМ

Пример 1



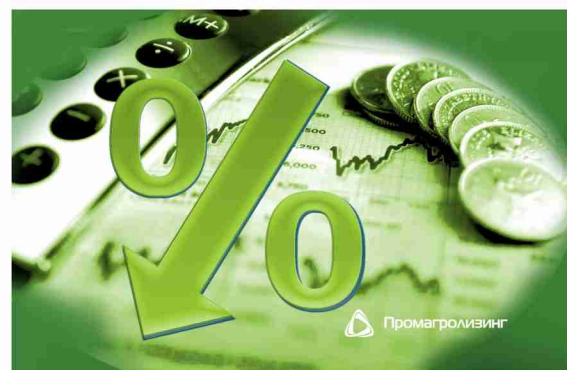
Пример 2



Пример 3

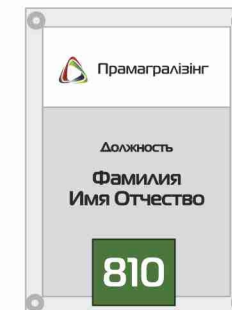


Пример 4

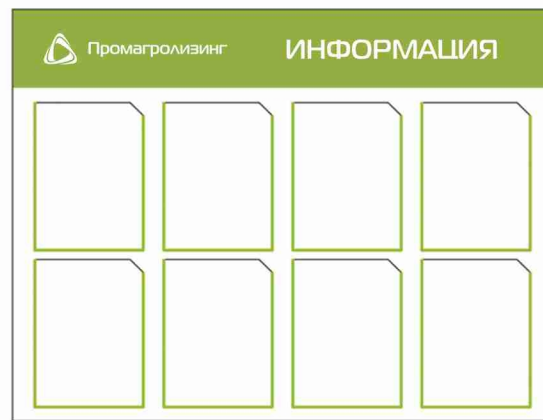


### 3.1. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЧЕК И СТЕНДА

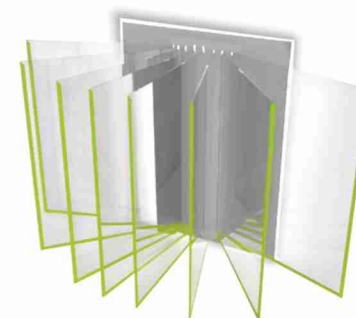
*Варианты табличек на кабинеты*



*Информационный стенд*



*Стенд-книга*



### 3.2. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ РОЛЛАПОВ





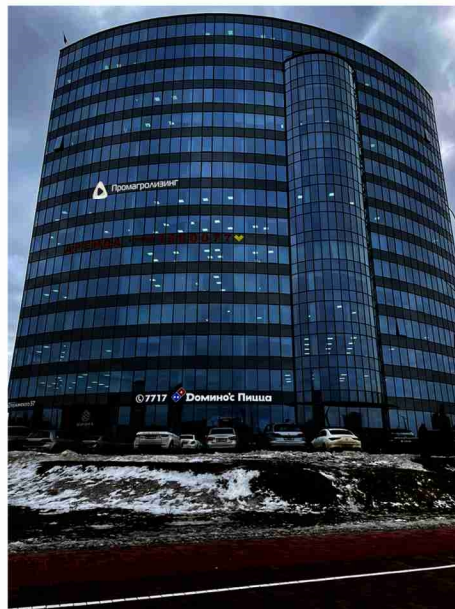
4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

# 4.1. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ВЫВЕСКИ РЕКЛАМНОГО ХАРАКТЕРА НА ФАСАДЕ ЗДАНИЯ



Общий вид

Ночной вид



## 4.2. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ БАННЕРА



4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

### 4.3. ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ВЫСТАВОЧНОГО СТЕНДА

