



Руководство по применению  
элементов визуальной  
идентификации компании  
«Уралэнергосбыт»

# СОДЕРЖАНИЕ

1. О руководстве
2. Концепция
3. Базовые элементы
4. Примеры брендинга

В основе комплекса визуальной идентификации лежат несколько базовых элементов: графический знак, логотип, цвета, шрифт, паттерн и другие. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное руководство — инструкция по применению этих элементов для создания разнообразной визуальной коммуникационной продукции компании «Уралэнергосбыт».

Руководство также позволяет следить за соблюдением выработанных стилевых стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники и подрядные организации. Изложенные здесь правила помогут сделать работу корректно и качественно.

- Все макеты подготовлены с использованием программного пакета CorelDraw.
- Перед началом работы (при необходимости) нужно приобрести материалы, защищенные авторским правом.
- Всегда следует использовать готовые макеты.

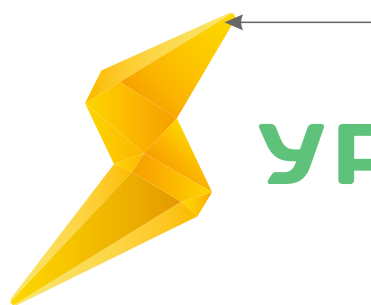
# КОНЦЕПЦИЯ

1. О руководстве
- 2. Концепция**
  - 2.1. Смысловая
  - 2.2. Графическая
  - 2.3. Эстетическая
3. Базовые элементы
4. Примеры брендинга

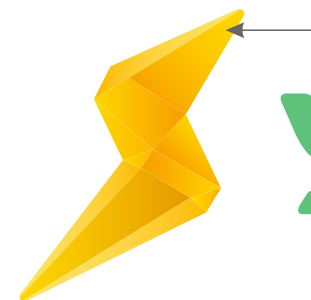
## СМЫСЛОВАЯ

---

Стилизованное изображение молнии олицетворяет основное направление деятельности компании – работу в энергетической сфере.



УРАЛЭНЕРГОСБЫТ



УЭС

## ГРАФИЧЕСКАЯ

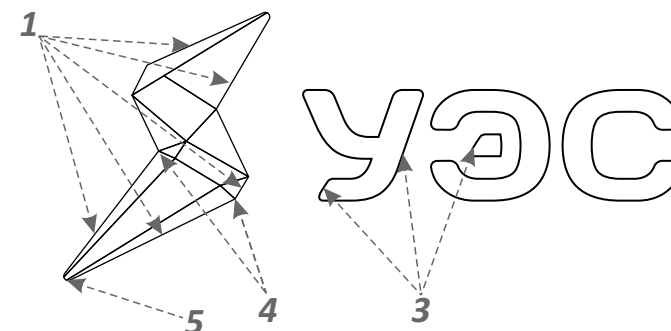
При разработке графических элементов, представленных в данном руководстве, использовался принцип динамичных и мягких форм.

Стилизованное изображение молнии обладает динамикой как за счёт акцента на диагональных линиях (1), так и за счёт более длинной нижней половины (2).

Диагональные линии также присутствуют и в логотипе. (3) Они позволяют связать динамичную молнию со статичным, преимущественно вертикальным текстом.

Графика знака и логотипа — это гармоничное единство острых (4) и мягких (5) форм, позволяющих создать и дополнить образ сильной и мощной энергосбытовой компании.

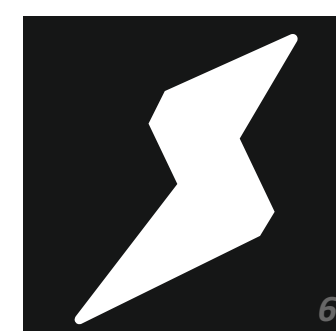
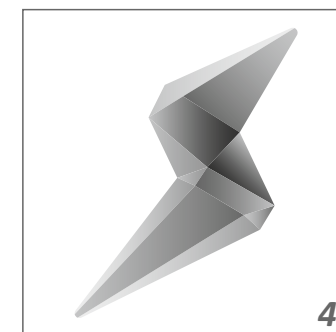
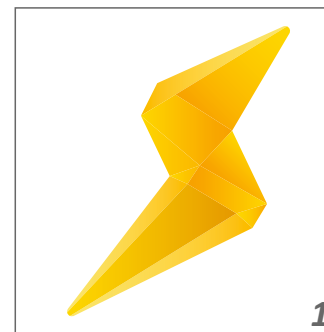
Во всех визуальных (графических, анимированных) решениях следует соблюдать этот принцип.



## ЭСТЕТИЧЕСКАЯ

Под эстетикой понимаются наиболее удачные цветовые комбинации графических объектов и фона. В фирменной графике следует использовать **6 БАЗОВЫХ ВИЗУАЛИЗАЦИЙ**:

1. полноцветный объект с градиентной заливкой на белом фоне;
2. белый объект на оранжевом фоне;
3. белый объект на зеленом фоне;
4. монохромный (в градациях серого) объект на белом фоне;
5. белый объект на сером фоне;
6. белый объект на черном фоне.



# БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1. О руководстве
2. Концепция
- 3. Базовые элементы**
  - 3.1. Логотип
  - 3.2. Основные цвета
  - 3.3. Типографика
  - 3.4. Пáттерн
  - 3.5. Молния
  - 3.6. Плашка
4. Примеры брендингования

## СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЛОГОТИПА

Логотип является одним из важнейших элементов визуальной коммуникации.

Логотип «Уралэнергосбыт» состоит из стилизованной молнии и текстовой части.

☹️ Текстовая часть не может использоваться отдельно без стилизованной молнии.



Стилизованная молния



Текстовая часть



+



Логотип

## ДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ

Расположение стилизованной молнии и текстовой части относительно друг друга не подлежит изменению:

- ☹️ нельзя убирать один из элементов (молнию или текстовую часть),
- ☹️ нельзя менять местами, изменять пропорции элементов относительно друг друга.

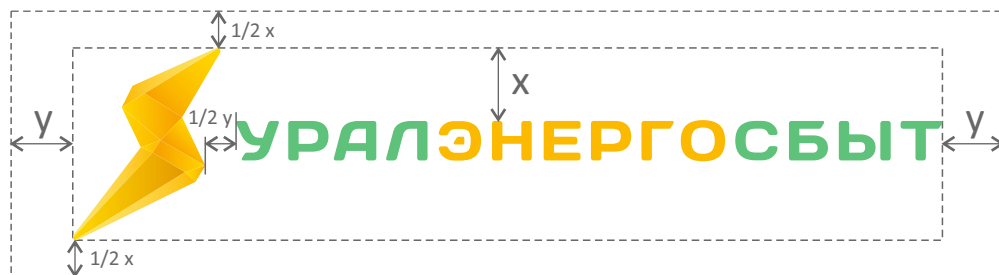


## ЛОГОТИП (полная версия)

Первая версия логотипа представляет собой ярко выраженную горизонтальную композицию.

*Преимущество в использовании отдается первой полной версии логотипа.*

Пропорции охранного поля



УРАЛЭНЕРГОСБЫТ



УРАЛЭНЕРГОСБЫТ



УРАЛЭНЕРГОСБЫТ



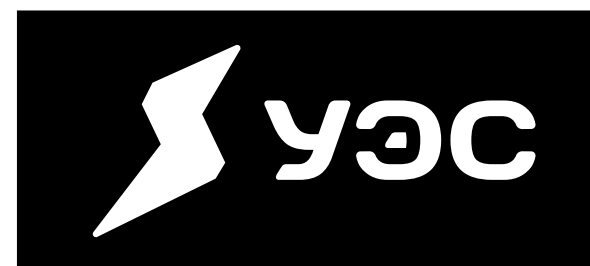
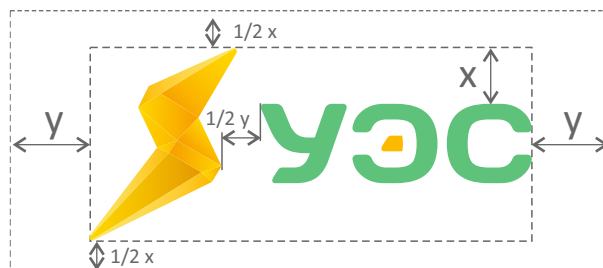
УРАЛЭНЕРГОСБЫТ

## ЛОГОТИП (сокращенная версия)

Вторая версия логотипа представляет собой комбинацию стилизованной молнии с сокращённой версией текстовой части.

Данный вид композиции наилучшим образом подходит в случаях ограниченного пространства, когда нельзя использовать полную версию логотипа.

Пропорции охранного поля



## ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая схема комплекса визуальной идентификации «Уралэнергосбыт» представлена двумя основными цветами: оранжевым и зелёным.

Допускается использование дополнительных оттенков оранжевого и зеленого

### Основные цвета

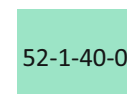


CMYK 70-4-71-2  
RGB 59-168-97

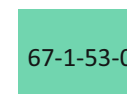


CMYK 0-30-100-0  
RGB 252-175-33

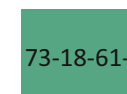
### Дополнительные оттенки



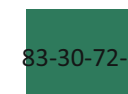
52-1-40-0



67-1-53-0



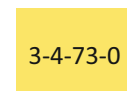
73-18-61-2



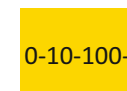
83-30-72-18



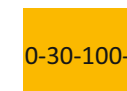
84-27-74-14



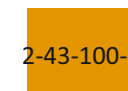
3-4-73-0



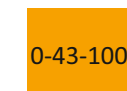
0-10-100-0



0-30-100-0



2-43-100-10



0-43-100-0

## ТИПОГРАФИКА

---

Основным шрифтом стиля является: Calibri. Он представлен четырьмя начертаниями: regular, italic, bold и bold italic.

Для заголовков так же возможно использование шрифта Days.

Дополнительный шрифт Bahnschrift.

Days

**Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.**

Bahnschrift

Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.

Calibri Regular

Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.

Calibri Italic

*Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.*

Calibri Bold

**Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.**

Calibri Bold Italic

***Подлинные Чудеса не шумны...  
И самые важные события очень просты.***

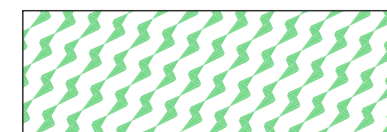
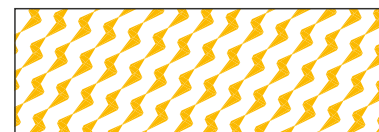
## ПАТТЕРН 1

---

Композиция первого паттерна состоит из парных изображений молний, расположенных по диагонали.

Цветовые сочетания в паттерне соответствуют эстетической концепции. Не рекомендуется использовать монохромные цветовые сочетания.

Паттерн можно использовать как заполнитель в полиграфической продукции, интерьере и экстерьере, веб-дизайне.

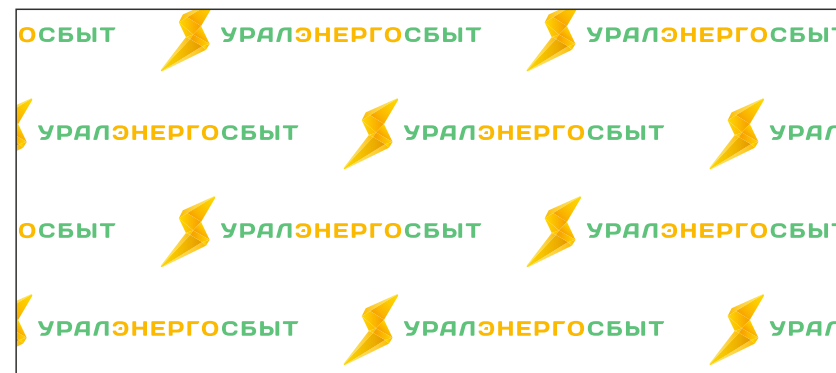


## ПАТТЕРН 2

Композиция второго паттерна состоит из расположенных в шахматном порядке графических блоков.

Цветовые сочетания в паттерне соответствуют эстетической концепции. Не рекомендуется использовать монохромные цветовые сочетания.

Паттерн можно использовать в полиграфической продукции, интерьере и экстерьере, веб-дизайне. Этот паттерн особенно хорошо подходит для фотозон.



## МОЛНИЯ

---

Молния является основной иллюстративной единицей, создающей образ. Ее можно дополнять тематическими фотографиями и рисунками, отображающими целевую аудиторию, вид услуги, преимущества услуги и т.д.



## ПЛАШКА

Плашка (фрагмент стилизованной молнии) с выпуском или без выпуска за обрез — это декоративный элемент, который используется в качестве подложки для различных текстовых надписей, а также независимо от них.

Внутренняя заливка плашки может быть сплошной или градиентной. Также можно использовать решение без заливки внутренней области.

Плашка нужна для композиционной разбивки пространства листа или экрана. Она позволяет отделить один информационный блок от другого.

Основное правило — выбранный фрагмент стилизованной молнии должен явно намекать на ее форму.



# ПРИМЕРЫ БРЕНДИРОВАНИЯ

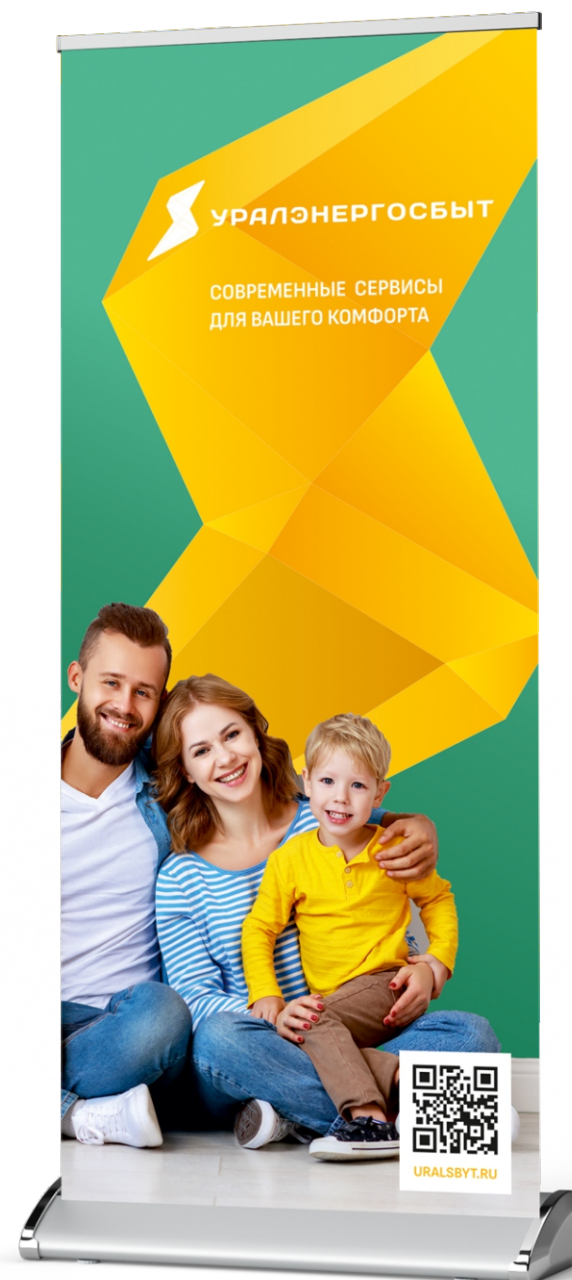
1. О руководстве
2. Концепция
3. Базовые элементы
4. Примеры брендинга

## РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Реклама с фотографией направлена на создание эмоционального отклика у зрителя, тогда как реклама с графическими иллюстрациями ориентирована на рациональное восприятие информации.

**На горизонтальном макете** рекомендуется размещать изображение по теме коммуникации слева, информационный текст справа. Логотип в верхнем правом углу.

**Вертикальная реклама** выстраивается вокруг стилизованного изображения молнии. Обязательно использование логотипа. Макет также можно дополнить контактными блоками и ссылками в виде QR-кодов.



## ВХОДНАЯ ГРУППА

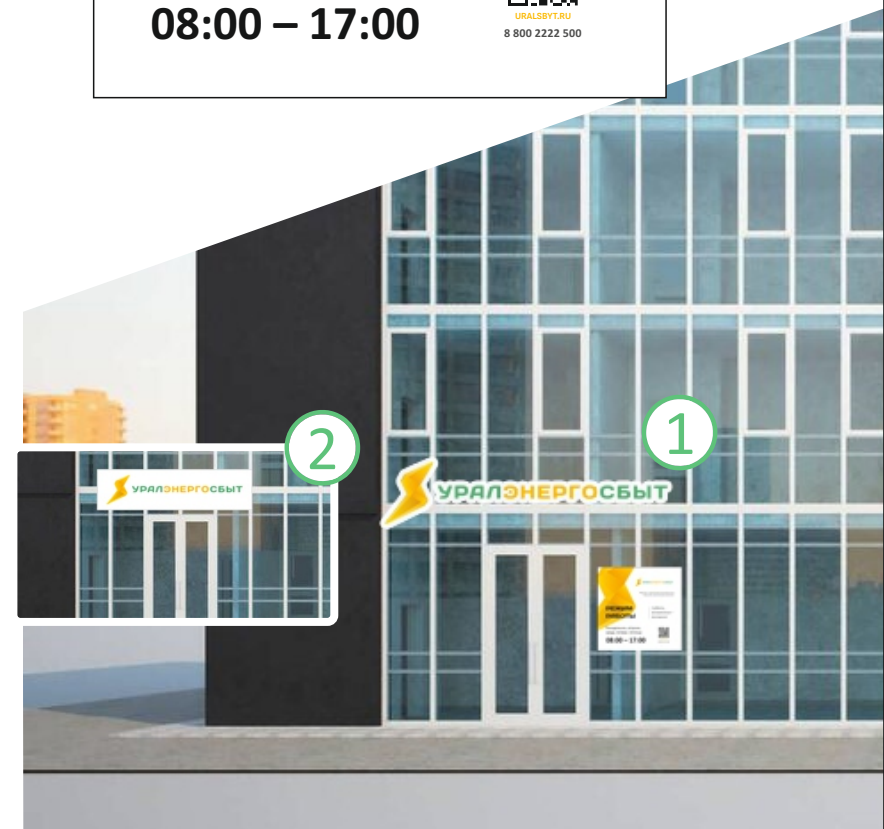
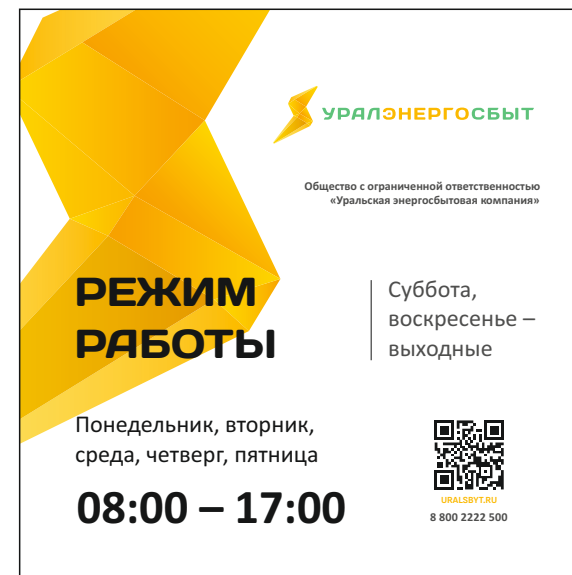
Вывеска – важный элемент визуальной коммуникации. Для её изготовления можно использовать любой из логотипов (полный или сокращенный).

Варианты изготовления зависят от требований к дизайн коду (помещения, улицы, города и т.д.), а также технической возможности монтажа вывески в конкретном случае.

Варианты изготовления:

1. Объемный логотип без подложки с подсветкой
2. Логотип на подложке.

Табличка о режиме работы отделения должна содержать основные данные о графике работы офиса.



## РУЧКА

---

Логотип следует наносить на центр ручки.

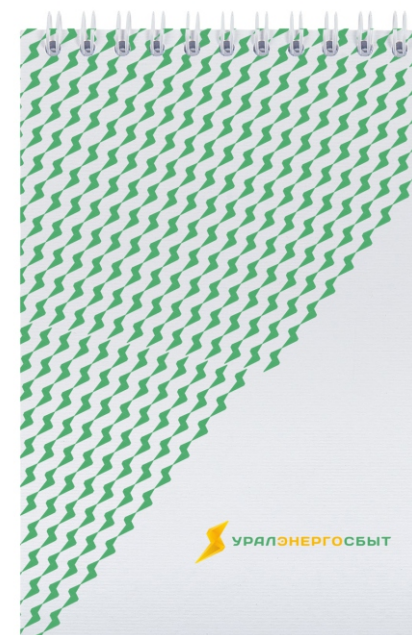
Полноцветную версию следует печатать на ручках белого цвета. На ручках зелёного или оранжевого цвета следует печатать графический блок белого цвета.



## БЛОКНОТ

Блокнот является хорошим рекламным носителем, ежедневно используется в делопроизводстве.

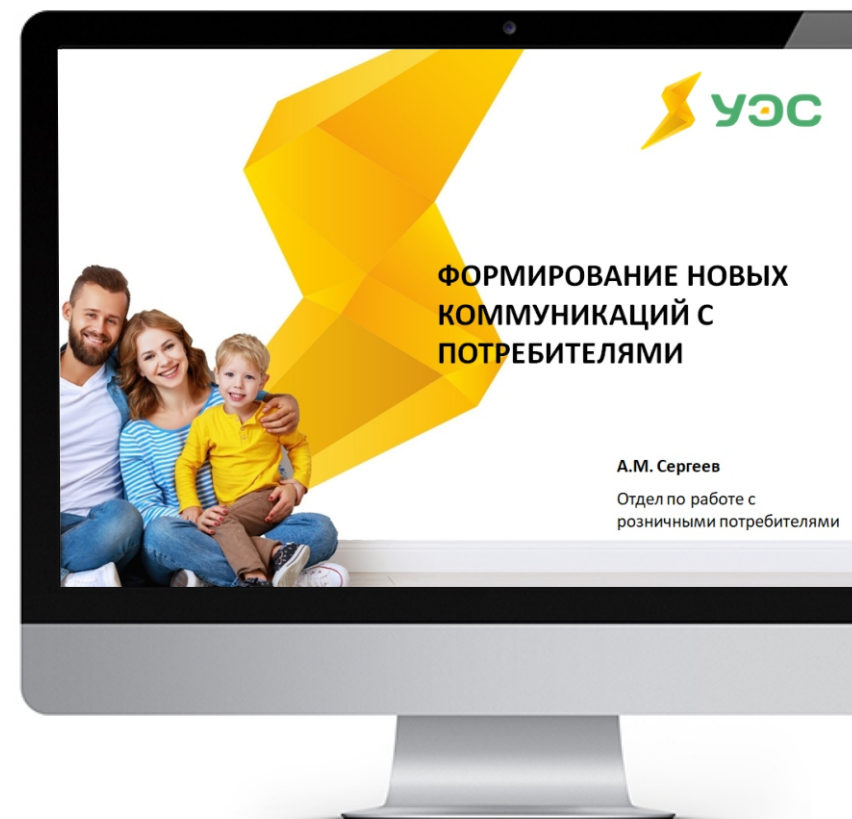
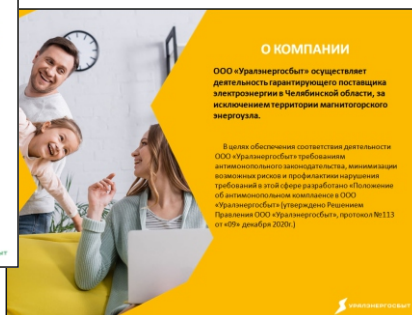
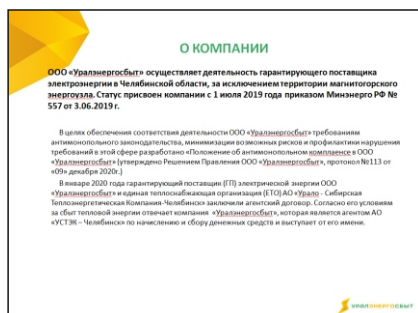
На обложку следует размещать композиции, основанные на базовых принципах системы визуальной идентификации. Также можно оформлять обложку согласно актуальным акциям.



## ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Титульный слайд должен содержать логотип и по необходимости фото или картинку, отображающую тематику презентации, название, Ф.И.О. автора и его подразделение.

На всех слайдах рекомендуется располагать стилизованную молнию в верхнем левом углу. А в правом нижнем углу обязательно расположение логотипа.





## ФЛАЖОК

Полноцветная версия логотипа наносится на белый флажок с лицевой стороны ткани или на одну из сторон бумажного флажка по центру.

Допускается изготовление цветных флажков (зелёного или оранжевого цвета) с печатью логотипа белым цветом.



## ФИРМЕННЫЙ БЛАНК

Фирменный бланк позволяет повысить узнаваемость и престиж компании.

Стандартный размер бланка А4 состоит из: логотипа, реквизитов и идентификаторов документа.

