

**РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ЭЛЕМЕНТОВ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

Наш фирменный стиль — графическое воплощение сути бренда, помогающее донести до целевой аудитории, кто мы и чем занимаемся.

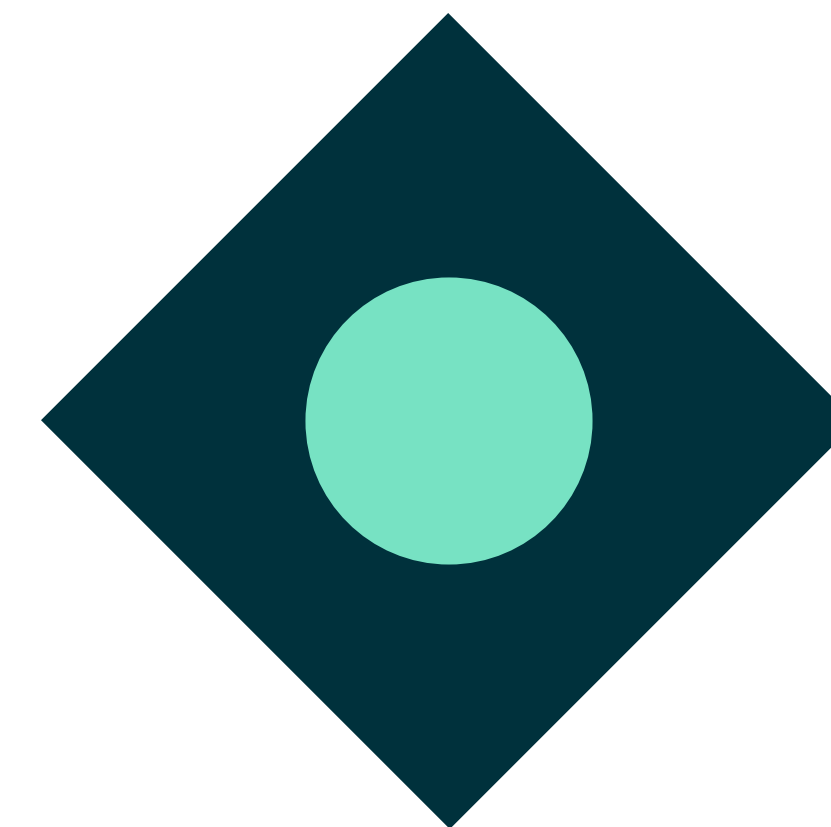
Цель предлагаемых вам рекомендаций — обеспечить единообразие и логику при использовании фирменного стиля.

Все макеты следует представлять на утверждение в Брендинг и маркетинговые коммуникации.

1	Наш бренд	03
2	Образ бренда	14
3	Контакты и юридическая оговорка	60

1 Наш бренд

- 1.1 Архитектура бренда
- 1.2 Вступление
- 1.3 Позиционирование
- 1.4 Принципы формирования клиентского опыта
- 1.5 Слоган бренда
- 1.6 Платформа бренда



Архитектура бренда

СИБУР

Логотипы дочерних
предприятий

СИБУР
ИНТЕРНЕШЛ

Логотипы заводов

СИБУР
ЗАПСИБНЕФТЕХИМ

Логотипы проектов

СИБУР ERP

Логотипы торговых
марок

SIBEX

Наши принципы

ЦЕНТРАЛЬНАЯ ИДЕЯ

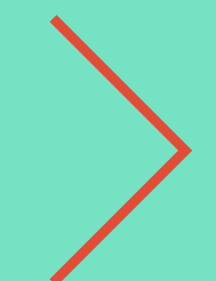
Партнерство



Принцип, выделяющий нас среди других компаний, наш рецепт будущего успеха.

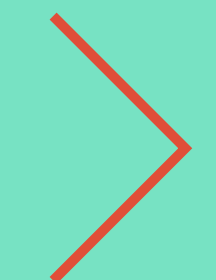
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Рост



Традиционно масштабные цели и готовность не отступать перед трудностями

Устойчивое развитие



Развитие в соответствии с принципами экологического, социального и корпоративного управления (ESG)

Раскрываем
потенциал друг
друга, чтобы делать
мир лучше

Миссия

Вместе создаем
лучшее будущее
для людей и планеты

Позиционирование

Мы объединяем
выдающихся
специалистов для
создания умных решений.

Если мы хотим, чтобы люди чувствовали...

что они могут высказывать свое мнение и ощущать поддержку в стремлении к неизведанному

ПРИНЦИП ПЕРВЫЙ

Тогда мы должны...

открыто рассказать им о себе и о том, что важно для нас — о нашей команде, клиентах, подходе к работе, о том, как наша работа влияет на жизнь окружающих людей — и создать основу для доверительных отношений.

Например, рассчитанная на несколько дней учебная программа для клиентов с целью укрепления отношений

Мы называем этот принцип

ПРИПОДНЯТЬ ЗАВЕСУ

Если мы хотим, чтобы люди чувствовали...

себя вдохновленными и воодушевленными, работая в команде

ПРИНЦИП ВТОРОЙ

Тогда мы должны...

пробудить любопытство и стремление к переменам, способствовать диалогу, открывающему новые перспективы

Например, платформа для краудсорсинга, в рамках которой партнеры, сотрудники и клиенты могут обмениваться идеями, заводить полезные связи и вместе решать новые сложные инновационные задачи

Мы называем этот принцип

**ОБМЕН ДЛЯ
ОБОГАЩЕНИЯ**

Если мы хотим, чтобы люди чувствовали..

что их действия имеют значение

Тогда мы должны...

отмечать значимость людей и их достижений, командной работы, культивируя дух товарищества и чувство гордости

Мы называем этот принцип

СОЗДАНО НАМИ

СИБУР
EMPLOYEE AWARDS

**ПРИНЦИП
ТРЕТИЙ**

Например, награда лучшему работнику / за лучшие результаты работы

Слоган бренда

Партнеры
для роста

Платформа бренда

МИССИЯ

Вместе создаем лучшее будущее для людей и планеты

ВИДЕНИЕ

Раскрываем потенциал друг друга, чтобы делать мир лучше

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Мы объединяем выдающихся специалистов для создания умных решений.

ЦЕННОСТИ

**Сплоченная команда
Взаимоуважение
Каждый день становимся лучше**

**Умный результат
Партнерство Безопасность без
компромиссов**

ПРИНЦИПЫ, ОСНОВАННЫЕ НА ОПЫТЕ

**Приподнимаем
завесу**

**Развитие через
обмен опытом**

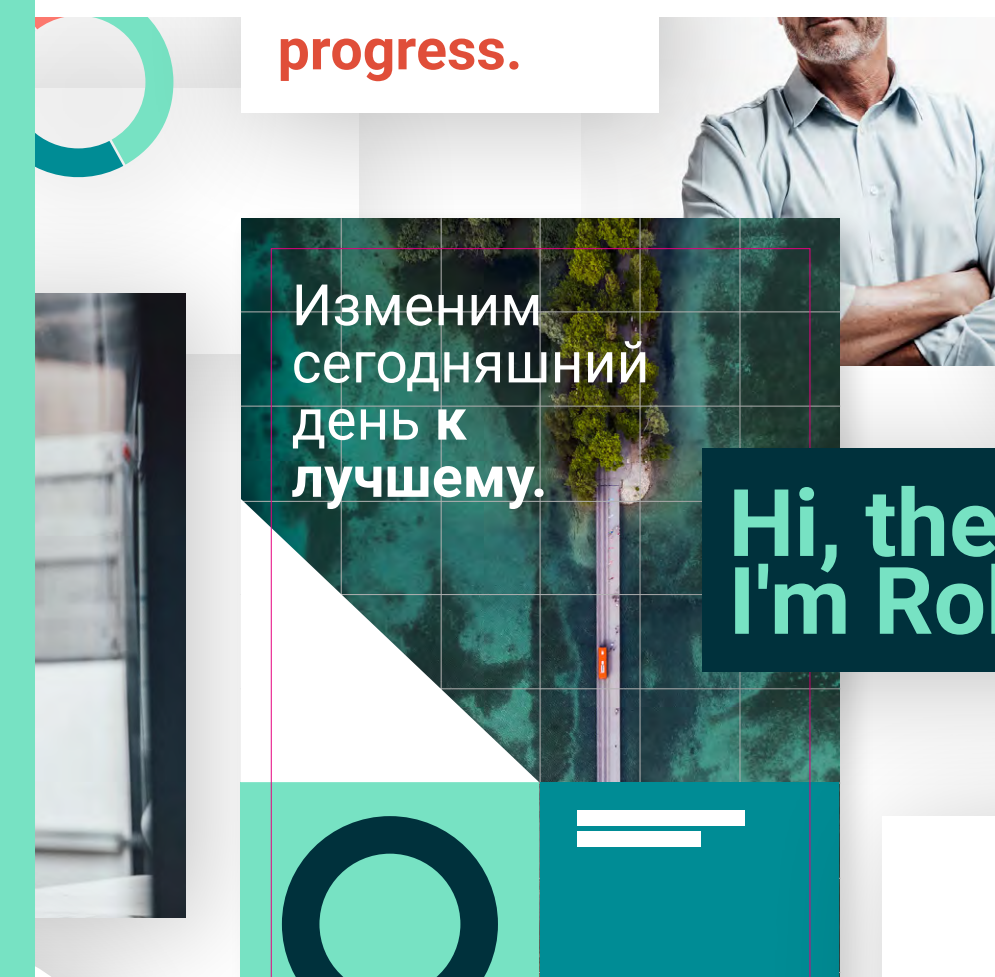
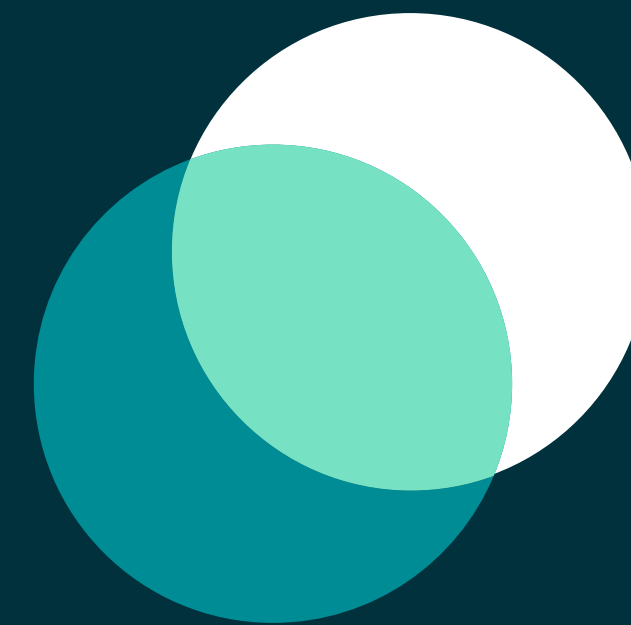
Наш вклад

СЛОГАН БРЕНДА

Партнеры для роста

2 ОБРАЗ БРЕНДА

- 2.1 Вступление
- 2.2 Логотип
- 2.3 Цвет
- 2.4 Компоновка
- 2.5 Типографика
- 2.6 Фотостиль



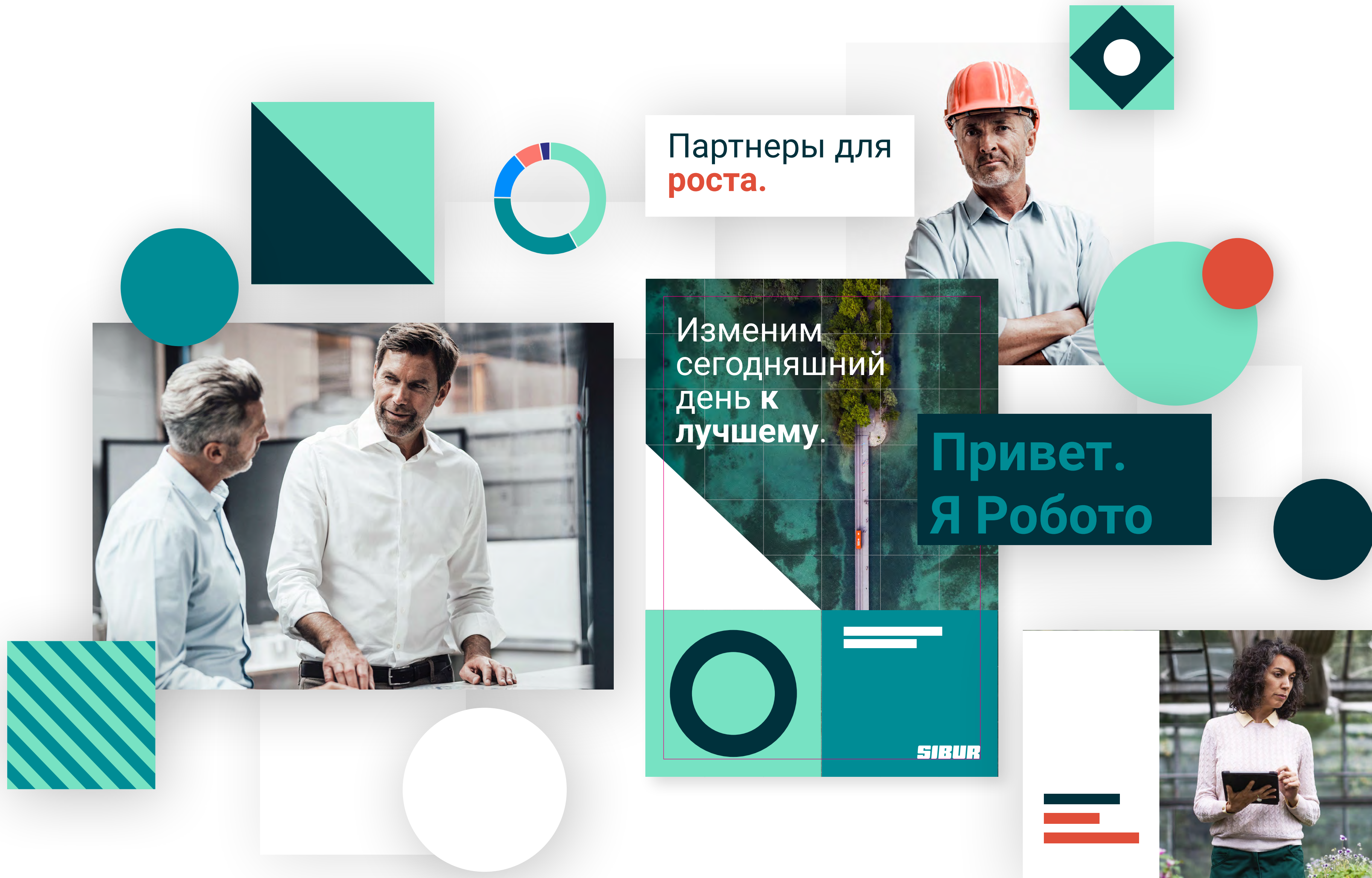
Идея дизайна

С ростом компании и расширением сферы ее деятельности перед нами встают новые задачи. Нам нужна фирменная символика, отражающая масштаб стоящих перед нами целей и задач и индивидуальность компании.

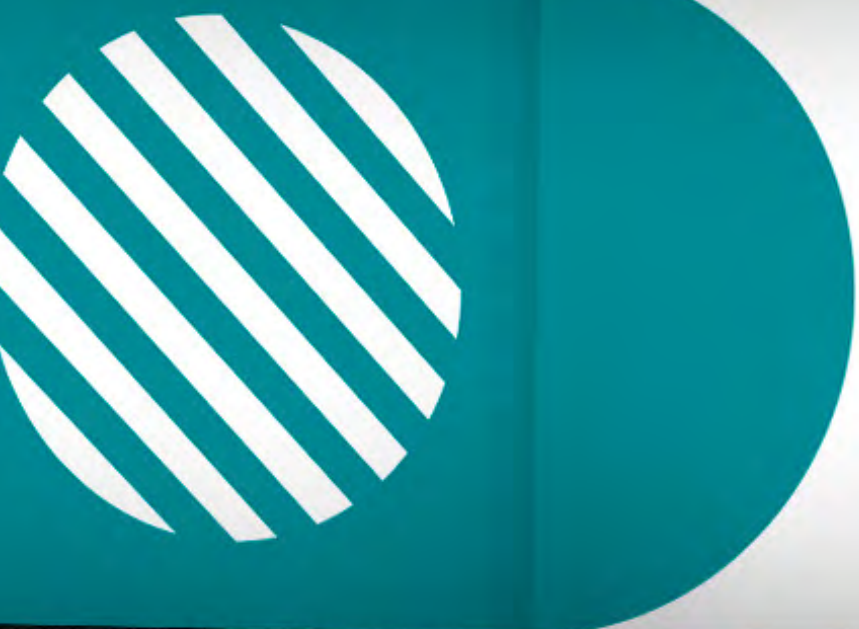
Она должна сочетать в себе лаконичность и эффективность, легко адаптироваться к разным форматам и носителям и обеспечивать смысловое единство информации, представляемой глобальной аудитории.

Базовые элементы фирменного стиля СИБУРа — логотип, паттерны партнерства, цветовая гамма, типографика и Фотостиль — объединяются в целостный визуальный образ бренда.

Принципы использования элементов фирменного стиля изложены на следующих слайдах.

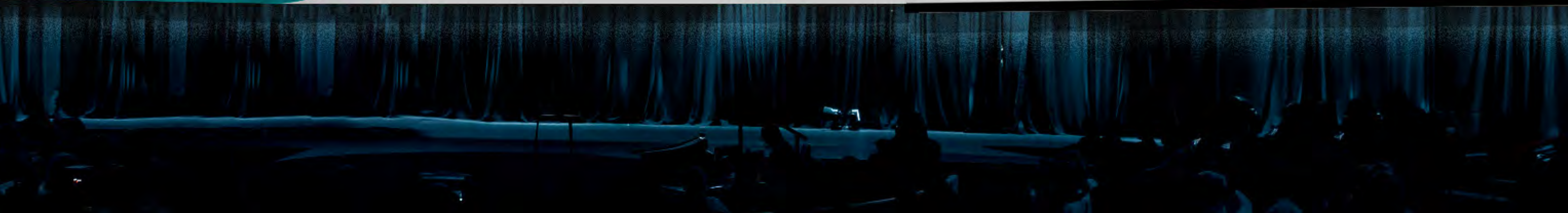


Оформление



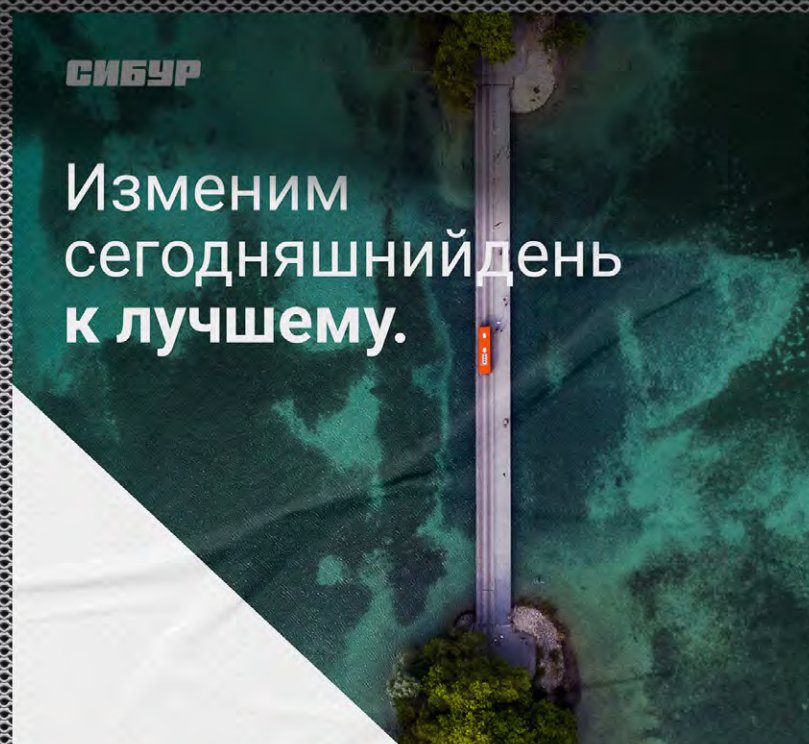
КОНФЕРЕНЦИЯ 2022

Изменим
сегодняшний
день **к лучшему.**



Изменим
сегодняшний день
к лучшему.

Партнеры для роста

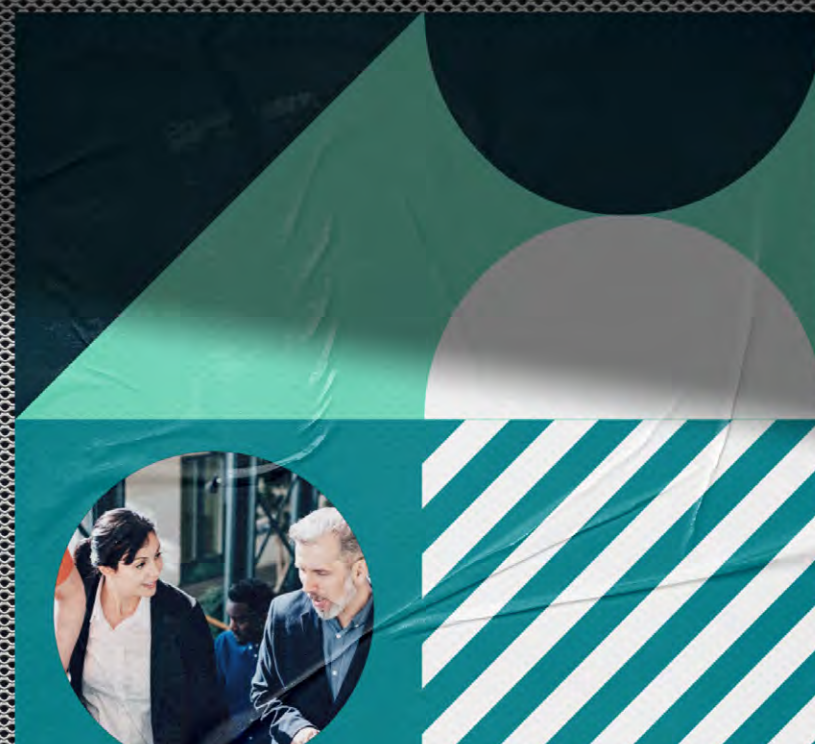


Изменим
сегодняшний день
к лучшему.

КОМАНДА РАБОТАЮЩАЯ НА
ПОЗИТИВНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ.

От углеводородов до более
экологичной продукции на
полимерной основе: вся наша
система сквозного управления
ресурсами эффективно превращает
полезные ископаемые в природные
решения.

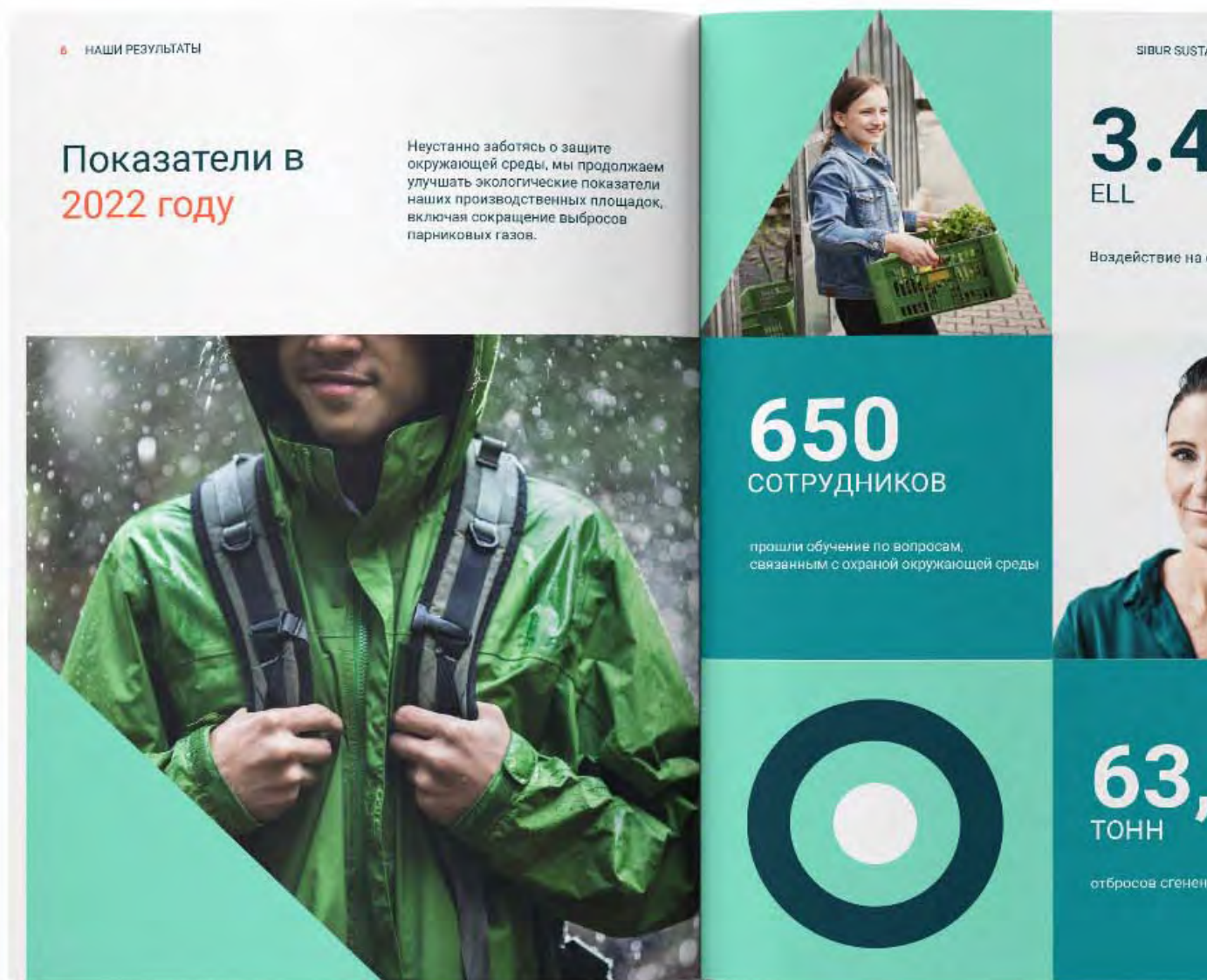
Узнать больше
мы можем



Вместе мы
мудрее.

СИБУР

Партнеры для роста



2.2 ЛОГОТИП

- 2.2.1 Наш логотип
- 2.2.2 Размер и охранное поле
- 2.2.3 Варианты логотипа
- 2.2.4 Слоган
- 2.2.5 Размещение
- 2.2.6 Неправильное использование



Наш логотип

Логотип — это лицо нашего бренда, один из его ключевых идентифицирующих элементов. Его четкое изображение должно неизменно присутствовать во всех коммуникациях. Логотип представляет нашу компанию и помогает обозначить ее позицию на глобальном рынке.

Внесение изменений в логотип не допускается.

ВАРИАНТ НА ЛАТИНИЦЕ

СИБУРА

РУССКОЯЗЫЧНЫЙ ВАРИАНТ

СИБУР

2.2 Логотип

Размер и охранное поле

ОХРАННОЕ ПОЛЕ

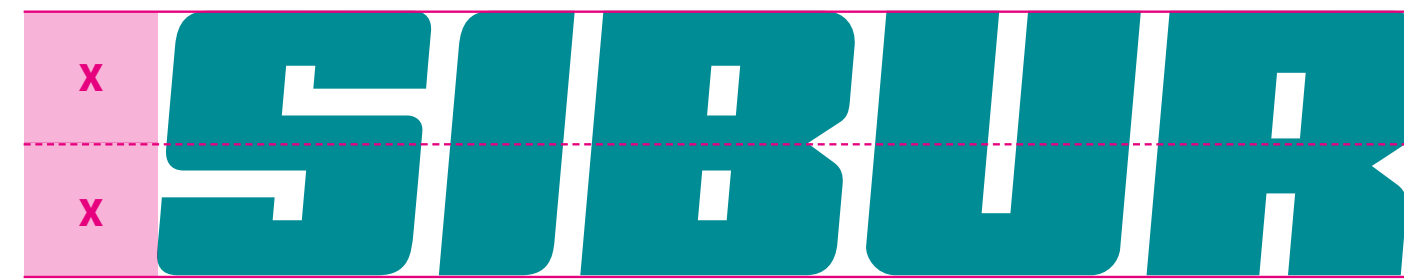
Логотип часто используется в сочетании с другими графическими элементами. Чтобы они не мешали восприятию логотипа, вокруг него сохраняется свободное пространство — так называемое охранное поле.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ БАЗОВОГО БЛОКА

Величина охранного поля выражается в базовых блоках. Сторона базового блока X равна половине высоты логотипа СИБУР (см. иллюстрацию).

2 Образ бренда

ОПРЕДЕЛЕНИЕ БАЗОВОГО БЛОКА



ОХРАННОЕ ПОЛЕ



МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Чтобы обеспечить легкость прочтения логотипа независимо от области применения, предусмотрен его минимальный размер для печати и цифровых носителей.

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР для ПЕЧАТИ

SIBUR

15 мм

СИБУР

15 мм

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР для ЦИФРОВЫХ НОСИТЕЛЕЙ

SIBUR

150 пикс.

СИБУР

150 пикс.

2.2 Логотип

2 Образ бренда

Размер и охранное поле

Чтобы пропорционально изменять размеры логотипа, адаптируя его к макетам различного формата, высоту логотипа (**В**) необходимо задать в размере **8% от длины короткой стороны носителя**.

Примеры:

A4 (29,7 x 21 см)

8% от 21 см = 1,68 см = В логотипа.

ИСКЛЮЧЕНИЯ

При работе с носителями, у которых короткая сторона намного короче длинной, напр. с цифровыми баннерами, имеющими соотношение сторон более 21:9, можно задать высоту логотипа в размере 20% от длины короткой стороны.

Примеры:

Баннер LEADERBOARD (728 x 90 пикс.)

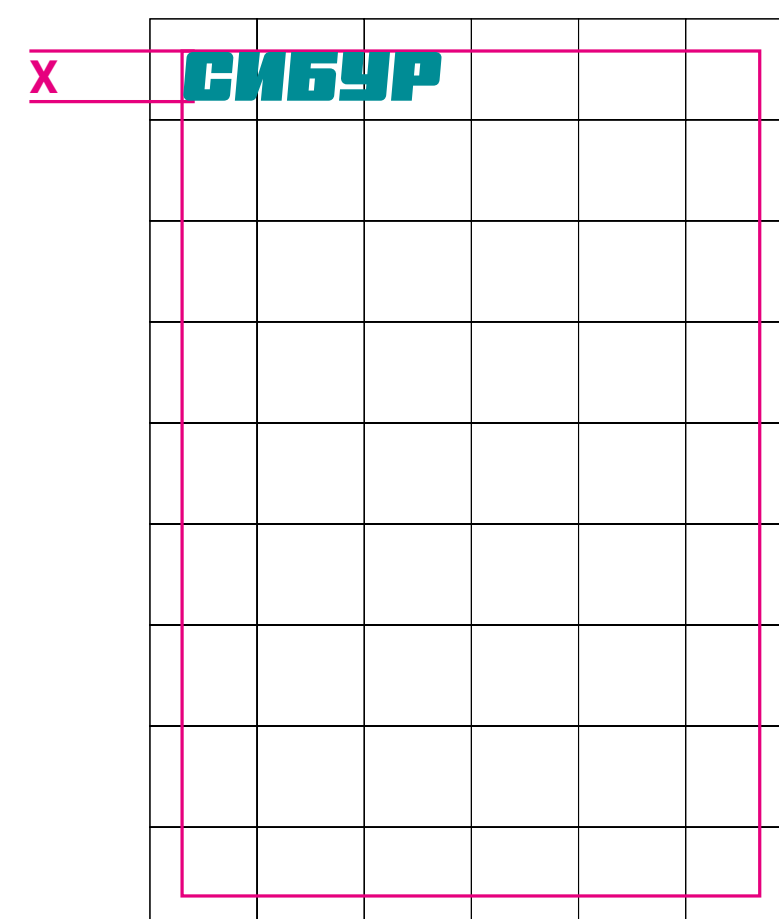
18% от 90 пикс. = 16,2 пикс. = В логотипа.

При работе с форматами крупнее 2 м (напр. с баннером 3 x 6 м) допускается задать высоту логотипа в размере 10% от длины короткой стороны.

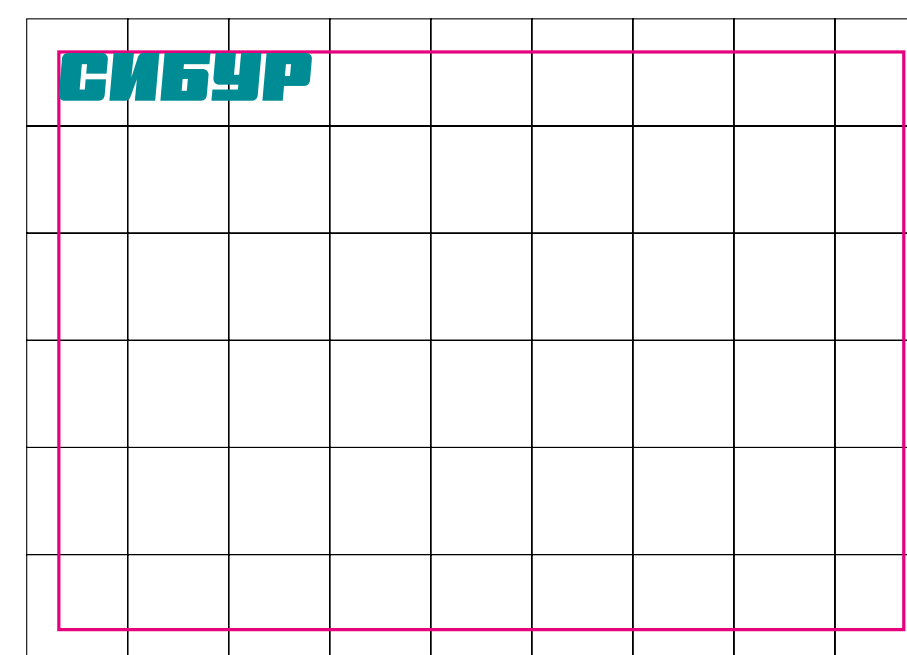
РЕКОМЕНДАЦИИ

При масштабировании логотипа важно учитывать содержательное наполнение проектируемой точки контакта.

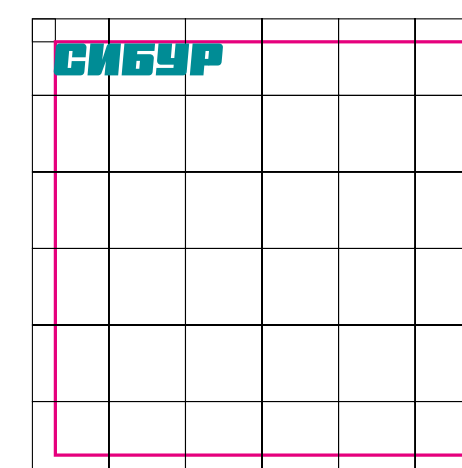
Масштабируя логотип, важно помнить, что он должен вписываться в базовый модуль макета. См. раздел 2.2 Логотип. Размещение на макете.



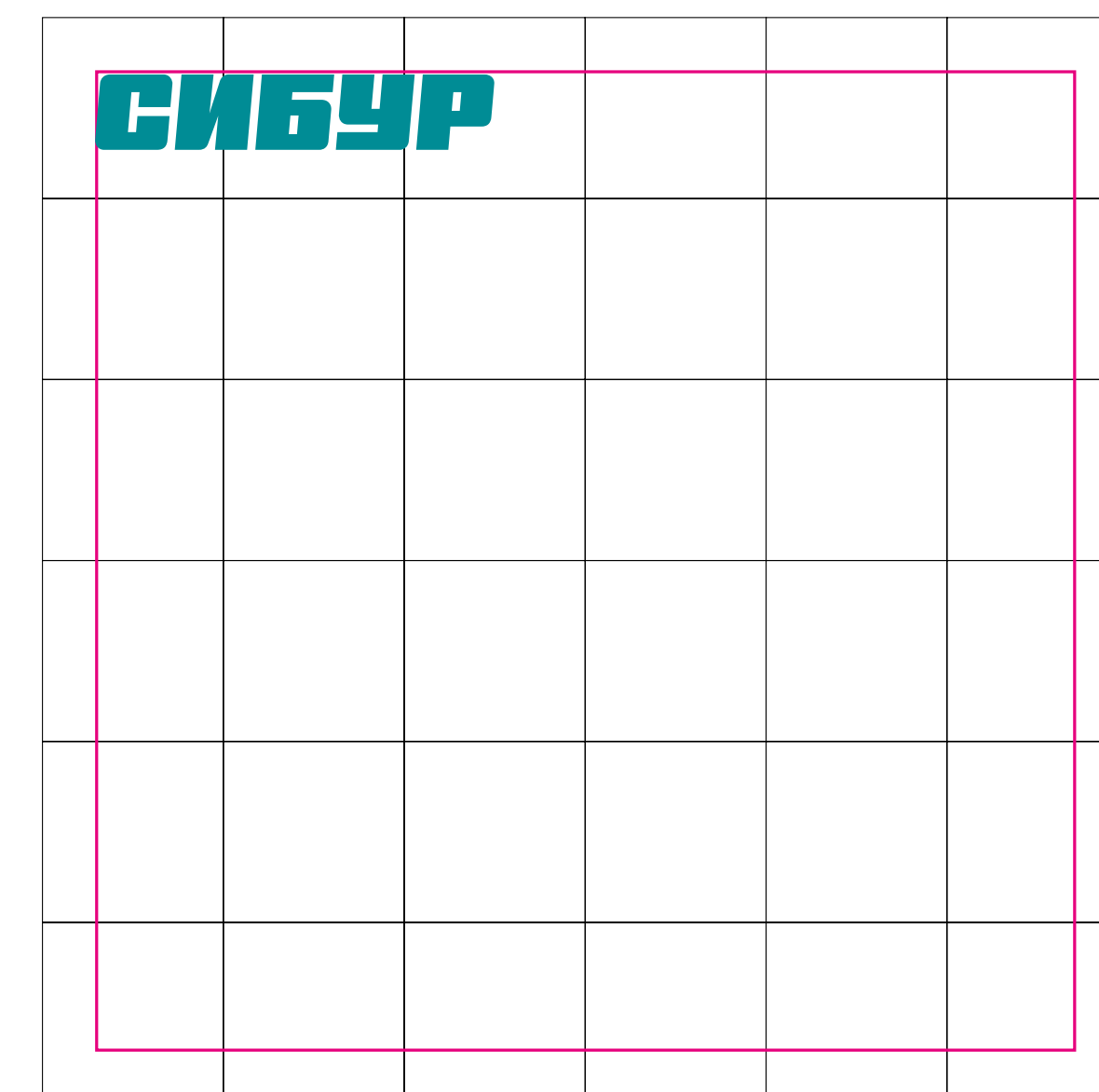
**A4 ВЕРТИКАЛЬНАЯ
ОРИЕНТАЦИЯ
(21 X 29,7 CM)**



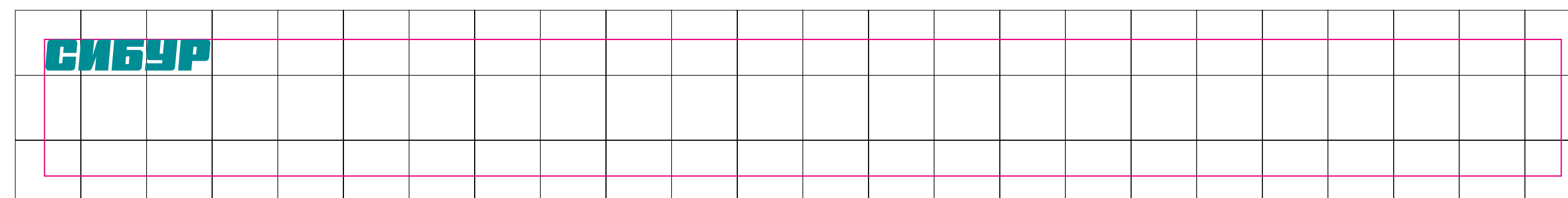
**A4 ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ
(21 X 29,7 CM)**



**КАРТОЧКА
(15 X 15 CM)**



ПОСТ В ИНСТАГРАМ (1080 X 1080 ПИКС.)



БАННЕР ФОРМАТА LEADERBOARD 728 X 90 ПИКС

2.2 Логотип

Варианты логотипа

Логотип воплощает в себе один из важнейших элементов индивидуальности нашего бренда и должен всегда использоваться в неизменном виде.

Существует лишь три цветовых варианта логотипа. Выбор того или иного варианта диктуется условиями видимости и логикой оформления.

При размещении логотипа поверх фотоизображений следует обеспечить легкость его прочтения.

The logo 'СИБУР' is displayed in a bold, black, sans-serif font against a light gray background.

Черный вариант логотипа

Применяется только при размещении на носителе, имеющем ограничения по цвету

The logo 'СИБУР' is shown in white, appearing as a negative space cutout against a dark, textured background of a forest stream.

Вариант с негативным изображением логотипа

Применяется преимущественно в сочетании с темным фоном, например поверх фотографий, либо на фоне, окрашенном в цвета нашей фирменной гаммы СИБУР DNA, Dark Teal или Mint.

The logo 'СИБУР' is displayed in a teal color against a plain white background.

Вариант с позитивным изображением логотипа

Применяется преимущественно в сочетании со светлым фоном, например поверх фотографий, либо на фоне, окрашенном в цвета фирменной гаммы Mint, Dark Teal или White.

The logo 'СИБУР' is shown in white on a dark teal background.The logo 'СИБУР' is shown in white on a light teal background.The logo 'СИБУР' is shown in white on a dark teal background.The logo 'СИБУР' is shown in teal on a light teal background.The logo 'СИБУР' is shown in teal on a dark teal background.

2.2 Логотип

Слоган

Наш слоган «Партнеры для роста» размещается отдельно от логотипа.

Это позволяет визуально сбалансировать элементы макета и подчеркнуть их иерархию, обеспечив легкость прочтения и адаптируемость к различным форматам (особенно это касается цифровых носителей).

Размер слогана (аналогично величине охранного поля) определяется базовым блоком **X**, соответствующим половине высоты логотипа **СИБУР**.

Высота слогана равна 1X.

ВАЖНО ПОМНИТЬ:

1. Слоган всегда пишется одной строкой и размещается слева или справа от логотипа с выравниванием по нижней либо верхней базовой линии, в зависимости от расположения логотипа на макете. Его также можно использовать в вертикальном формате под логотипом, выравнивая либо слева, либо справа от логотипа.
2. Слоган выполняется гарнитурой Roboto нормального начертания.
3. Цвет шрифта для слогана зависит от цвета логотипа (см. п. 2.1.4 настоящих рекомендаций).
4. Логотип может использоваться без слогана. Однако слоган следует применять только в связке с логотипом, чтобы он всегда ассоциировался с брендом СИБУР.
5. Слоган должен отстоять от логотипа на расстояние не менее 3X ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ, 2X ВЕРТИКАЛЬНАЯ. (Базовый блок X равен половине высоты логотипа.)

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ДЛЯ ПЕЧАТИ

Партнеры для роста

40 мм

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ДЛЯ ЦИФРОВЫХ НОСИТЕЛЕЙ

Партнеры для роста

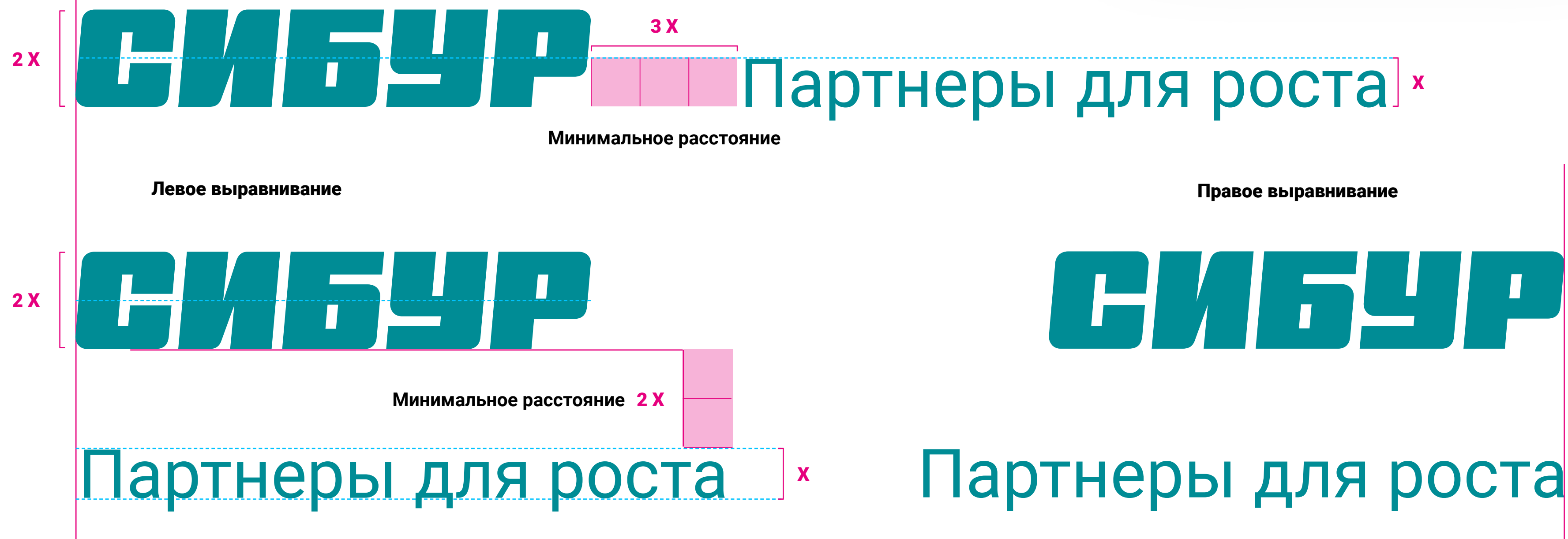
60 мм

ВЫРАВНИВАНИЕ ПО ВЕРХНЕЙ БАЗОВОЙ ЛИНИИ

СИБУР

Партнеры для роста

ВЫРАВНИВАНИЕ ПО НИЖНЕЙ БАЗОВОЙ ЛИНИИ



Левое выравнивание

Правое выравнивание

Размещение

Логотип и слоган СИБУРа следует размещать в нижних или верхних углах макета, друг напротив друга.

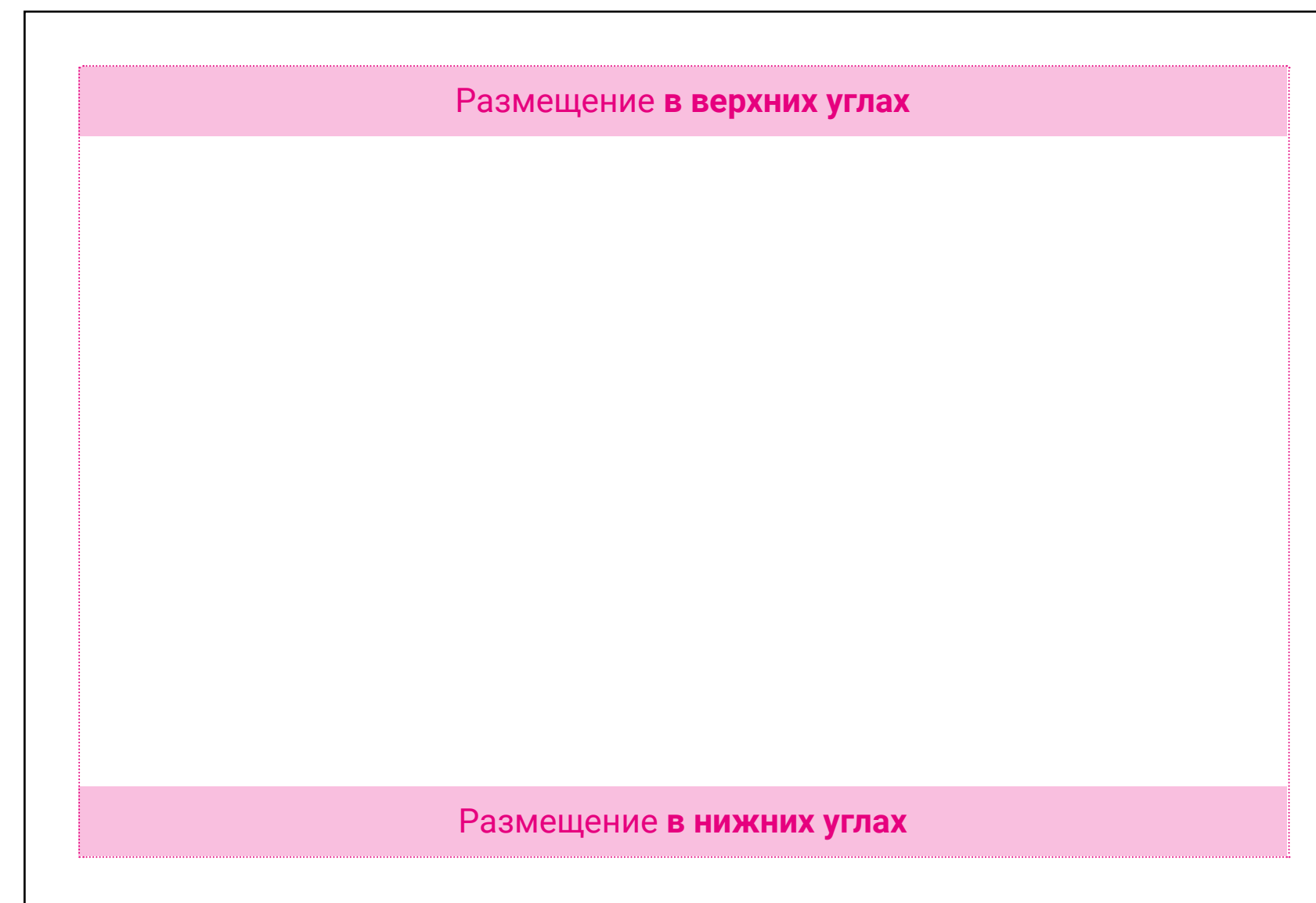
Порядок следования логотипа и слогана может меняться в зависимости от формата носителя или расположения текста.

Исключения:

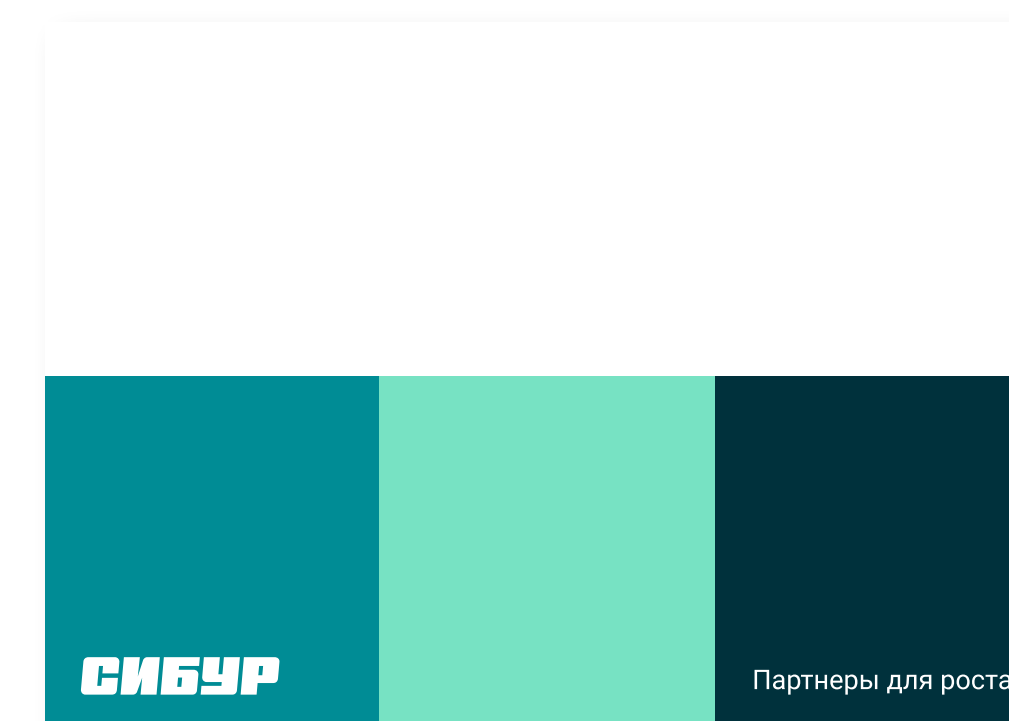
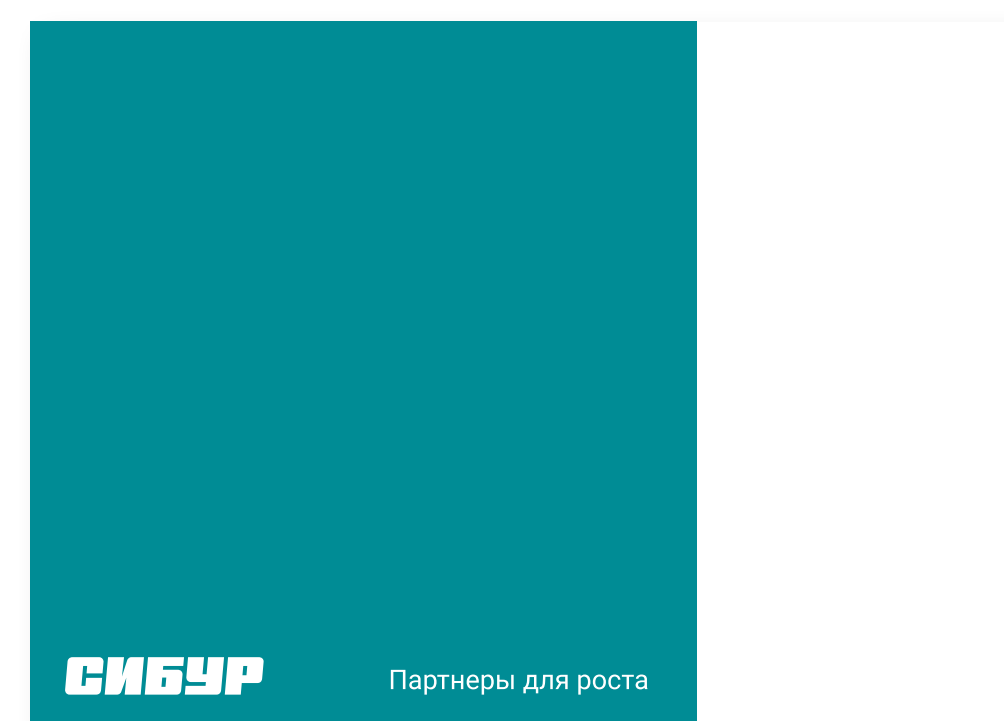
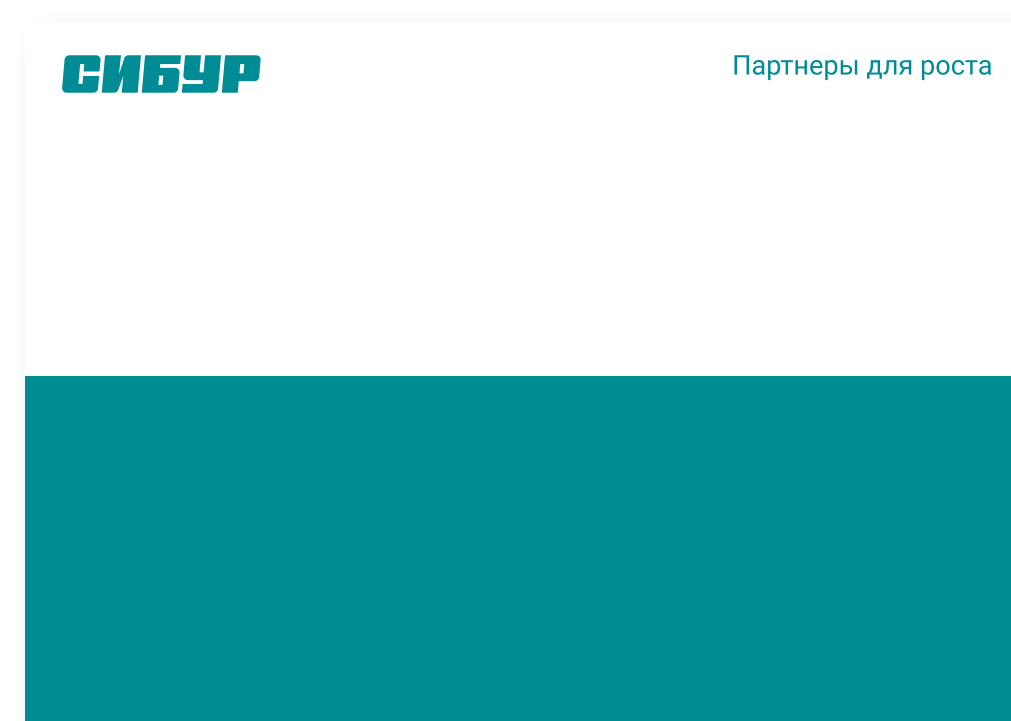
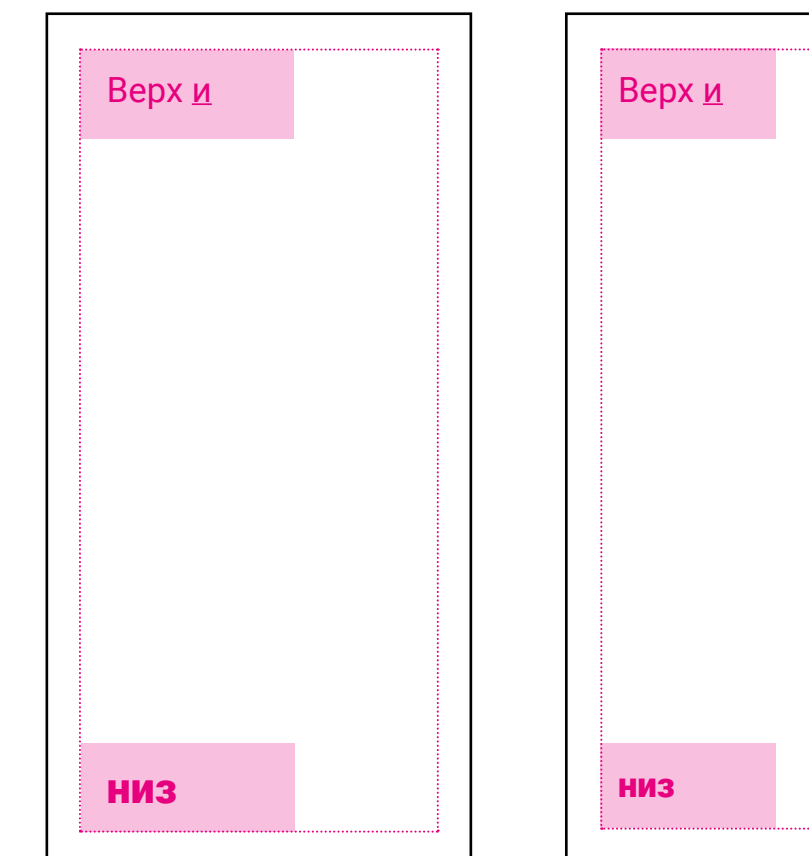
Если размещение в соответствии с рекомендациями выше невозможно из-за расположения или размера модулей, фиксированную компоновку логотипа и слогана можно разместить внутри самого модуля.

Для размещения логотипа следует использовать только модули и изображения с несложной композицией, которые не будут мешать его восприятию.

УЧАСТКИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ЛОГОТИПА И СЛОГАНА



В случае, если формат носителя или размер модуля не позволяют разместить логотип и слоган рядом друг с другом, можно расположить их друг над другом. Этот вариант предназначен для ограниченного использования!



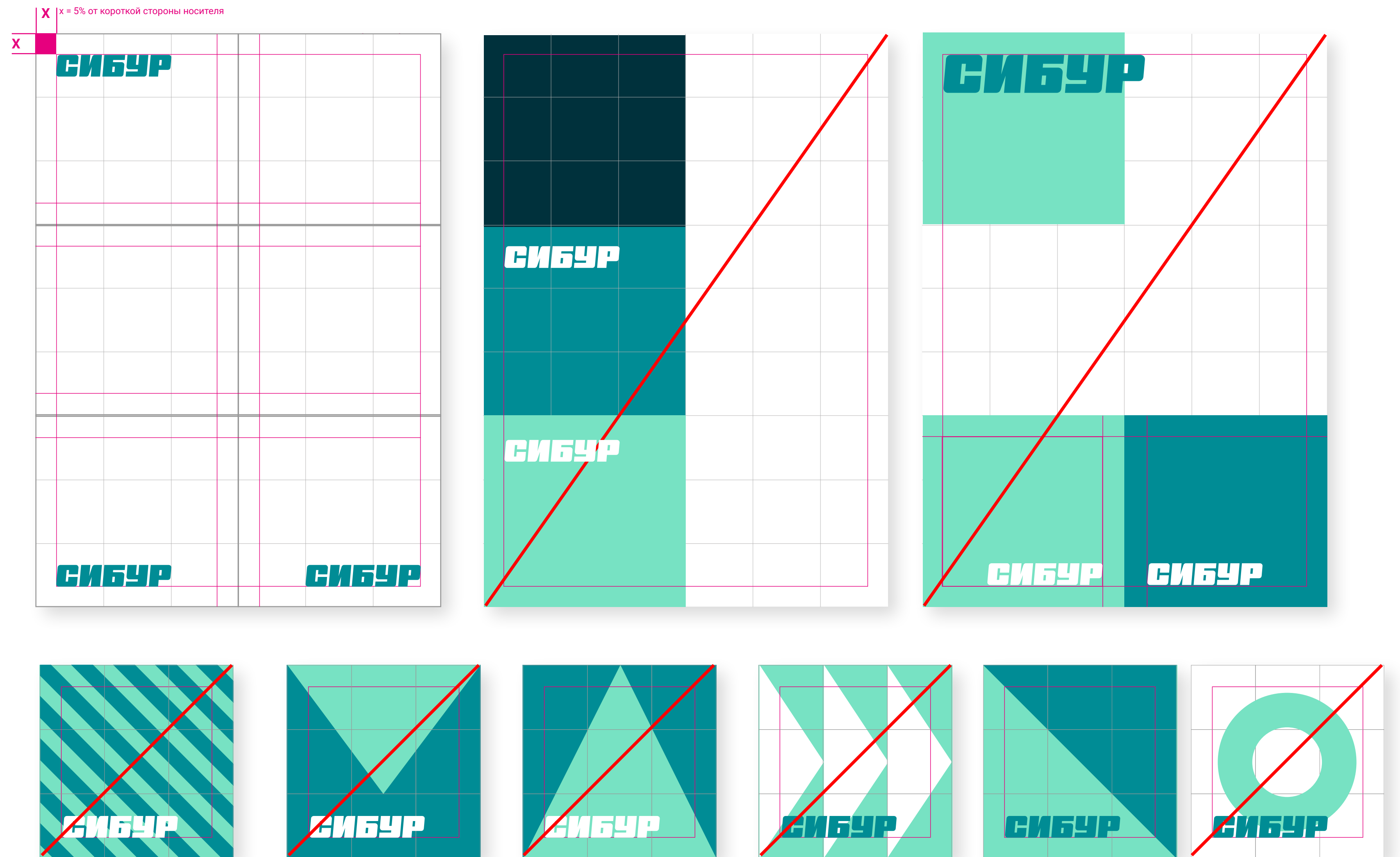
Размещение на макете

Логотип должен вписываться в одиночный базовый модуль (3 x 3 ячейки) конкретного макета и не выходить за поля, ширина которых определяется базовым блоком (x), равным 5% от длины короткой стороны носителя.

Не допускается размещать логотип где-либо, кроме верхних или нижних углов макета (выбор правой или левой стороны зависит от композиции).

При размещении логотипа в одном из верхних углов, не допускается размещать какие-либо другие элементы выше него.

Для размещения логотипа следует использовать только модули и изображения с несложной композицией, которые **не будут мешать его восприятию**.



Неправильное использование

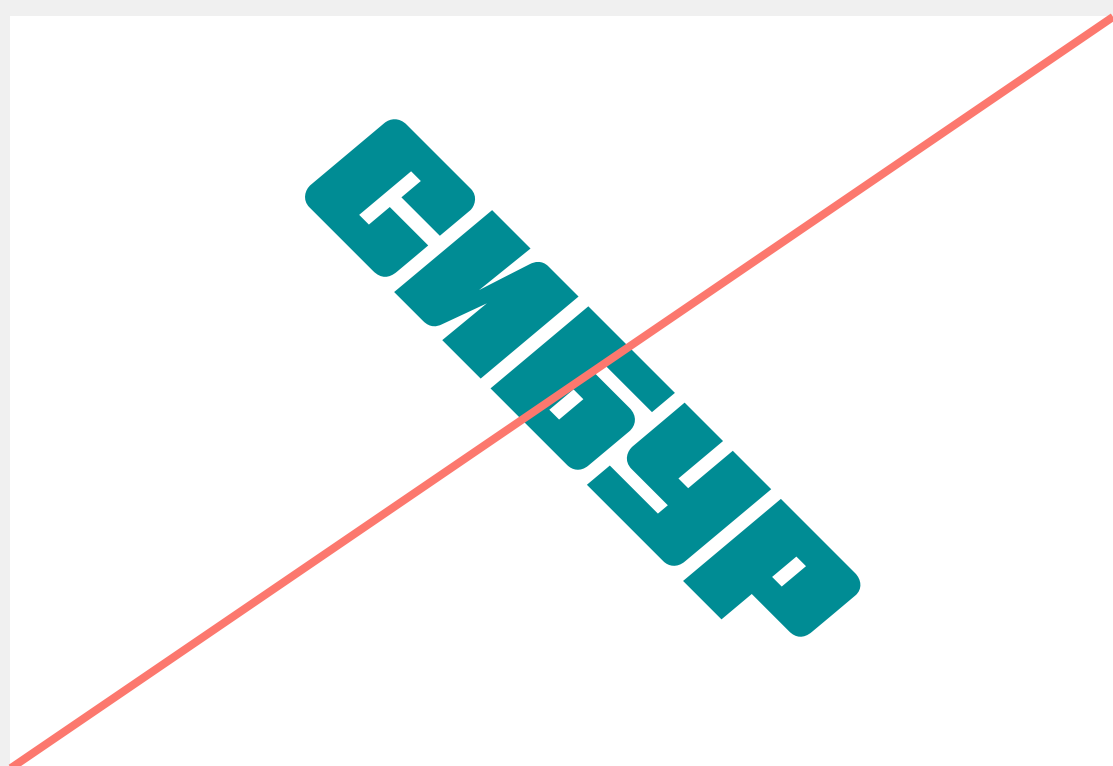
ИЗМЕНЕН ЦВЕТ

Не допускается использование не указанных в рекомендациях цветов.



ЛОГОТИП НАКЛОНЕН

Не допускается нерегламентированное вращение логотипа.



ЛОГОТИП ИСКАЖЕН

Не допускается деформирование, сжатие или искажение пропорций логотипа.



ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Не допускается использование с логотипом каких-либо дополнительных элементов.



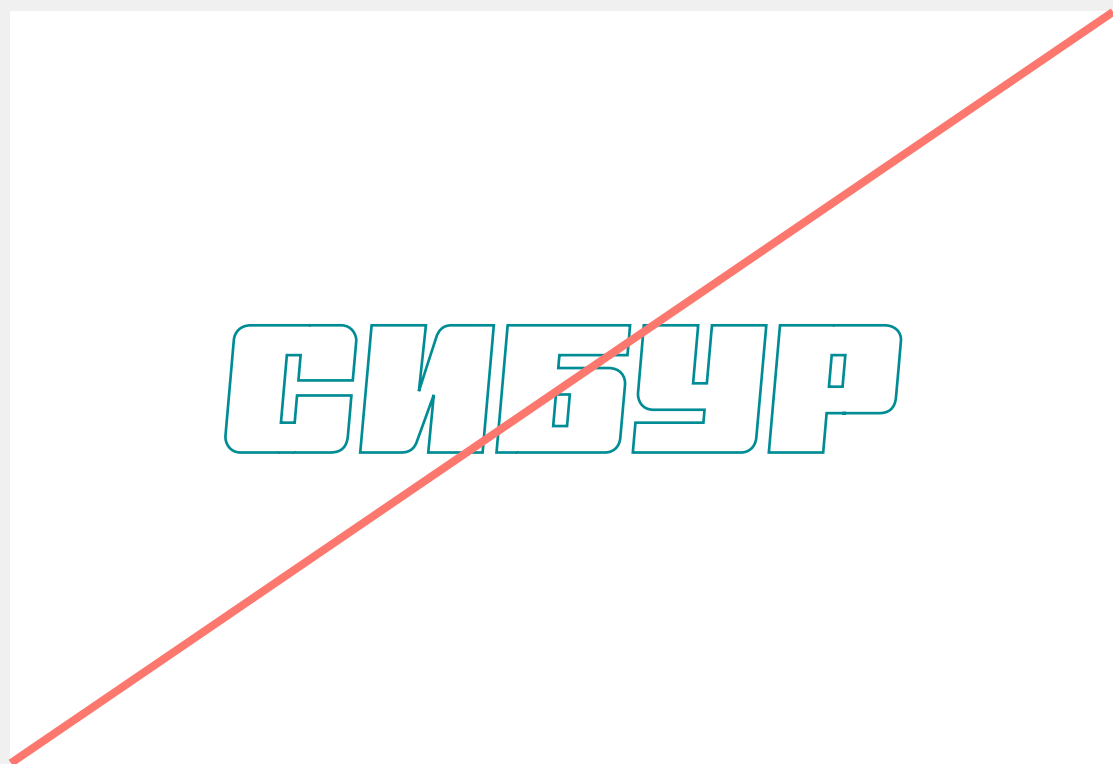
ИСПОЛЬЗОВАНЫ ЭФФЕКТЫ

Не допускается применение эффектов.



ИСПОЛЬЗОВАН КОНТУРНЫЙ ШРИФТ

Не допускается применение контурных шрифтов



ЛОГОТИП ИЗМЕНЕН

Не допускается внесение в логотип каких-либо изменений.



ИЗОБРАЖЕНИЕ ВНУТРИ ЛОГОТИПА

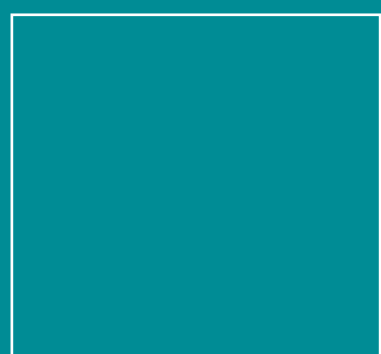
Не допускается нерегламентированное размещение внутри логотипа каких-либо изображений



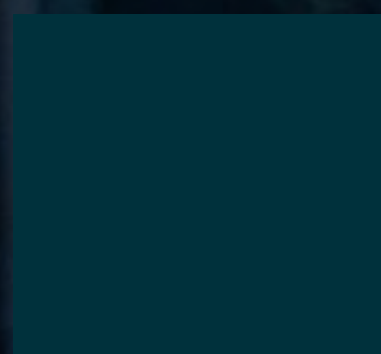
2.3 ЦВЕТА

- 2.3.1 Вдохновение
- 2.3.2 Цвета бренда
- 2.3.3 Соотношение цветов
- 2.3.4 Примеры использования

Вдохновение



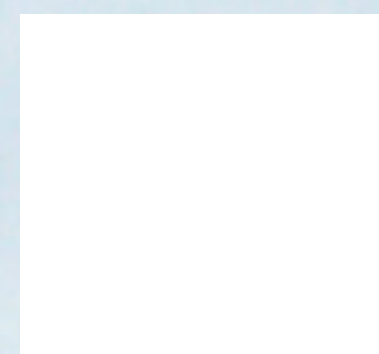
SIBUR DNA
Идентичность



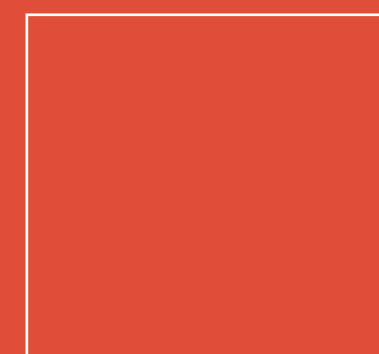
DARK TEAL
Прогресс
и инновации



MINT
Устойчивое
развитие



WHITE
Ясность мышления
и целеустремленность



BRIGHT ORANGE
Любопытство
и готовность
не отступать перед
трудностями

Наши фирменные цвета рассказывают о нас и о наших основных ценностях и принципах.

2.3 ЦВЕТА

Цвета бренда

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Основные цвета фирменной палитры компании — **SIBUR DNA, Dark Teal, Mint и White** — ярко и образно представляют бренд.

Их потенциал проявляется в полной мере в сочетании с Паттернами партнерства и корпоративной типографикой. Основные цвета обеспечивают единообразие бренд-коммуникаций компании; они — важнейшие цвета нашего фирменного стиля.

АКЦЕНТНЫЙ ЦВЕТ

Кроме основных цветов особая роль отводится оттенку оранжевого **Bright Orange**. Это акцентный цвет, которым выделяется важная информация. При правильном применении — например при подсвечивании фрагментов текста, частей Паттернов партнерства или при выделении композиционного центра фотографии — он подчеркивает уникальность и выразительность нашего фирменного стиля.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Черный цвет и оттенки серого используются для текста и инфографики.



При подборе цвета для оформления точек контакта (как цифровых, так и печатных) следует всегда использовать правильные цветовые характеристики.

При оформлении печатных материалов для обеспечения единообразия цветовой гаммы и точности цветопередачи следует по возможности использовать цветовую модель Pantone.

2 Образ бренда

SIBUR DNA	
PANTONE	321 C
CMYK	100, 0, 34, 23
RGB	0, 140, 149
HEX	008C95
RAL	5021
DARK TEAL	
PANTONE	548 C
CMYK	100, 36, 38, 72
RGB	0, 49, 60
HEX	00313C
RAL	5020
MINT	
PANTONE	564 C
CMYK	44, 0, 30, 0
RGB	119, 226, 195
HEX	77e2c3
RAL	170 80 25 (RAL DESIGN SYSTEM plus)
WHITE	
CMYK	0, 0, 0, 0
RGB	255, 255, 255
HEX	FFFFFF
BRIGHT ORANGE (ACCENT COLOR)	
PANTONE	172 C
CMYK	0, 74, 80, 0
RGB	224, 78, 57
HEX	77e2c3
RAL	2009

Вторичные цвета

используются только как дополнение к основным в инфографике и иллюстрациях.

CMYK	0, 25, 100, 0
RGB	250, 190, 25
HEX	FCC217

CMYK	75, 40, 0, 0
RGB	0, 140, 250
HEX	008DFC

CMYK	0, 68, 50, 0
RGB	250, 120, 110
HEX	FC786E

CMYK	100, 100, 10, 0
RGB	45, 50, 135
HEX	2E3187

100%

70%

50%

30%

10%

Соотношение ЦВЕТОВ

20%

20%

20%

35%

5%

Процентные значения представляют собой обобщенные показатели и отражают **усредненное относительное распределение цветов** в бренд-коммуникациях СИБУРа. Приведенные значения не следует использовать как абсолютные величины, обязательные к применению для каждого отдельного носителя и точки контакта.

Примеры использования

Создаем решения, позволяющие обществу продвигаться вперед

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligul eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.

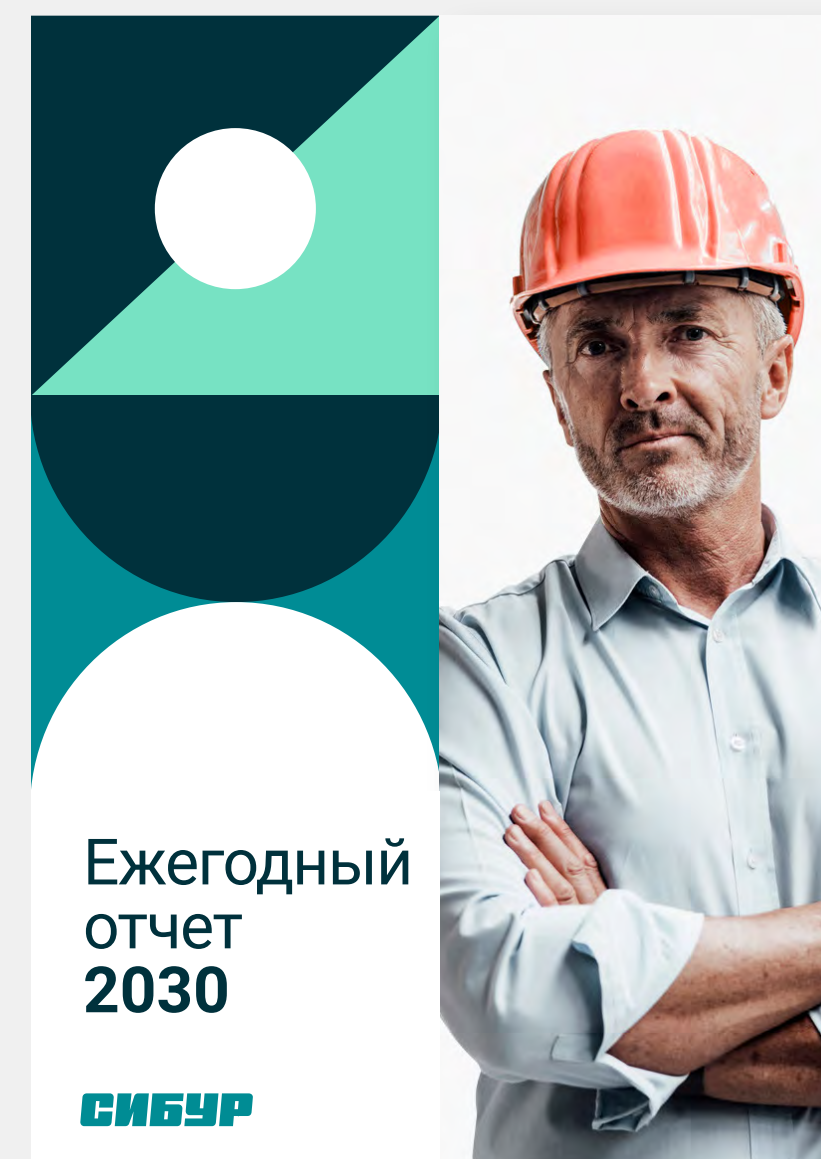
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligul eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem.



Вторичные цвета (инфографика)

Презентация PowerPoint

Черный (основной текст)



Брошюра



Белый (цвет текста)

Акцентный цвет (выделение в фотографии)

2.4 КОМПОНОВКА

- 2.4.1 Паттерн партнерства
- 2.4.2 Модульная сетка
- 2.4.3 Использование

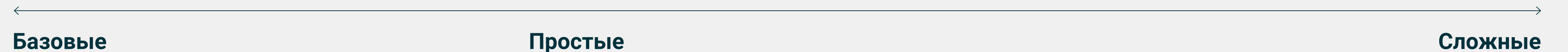
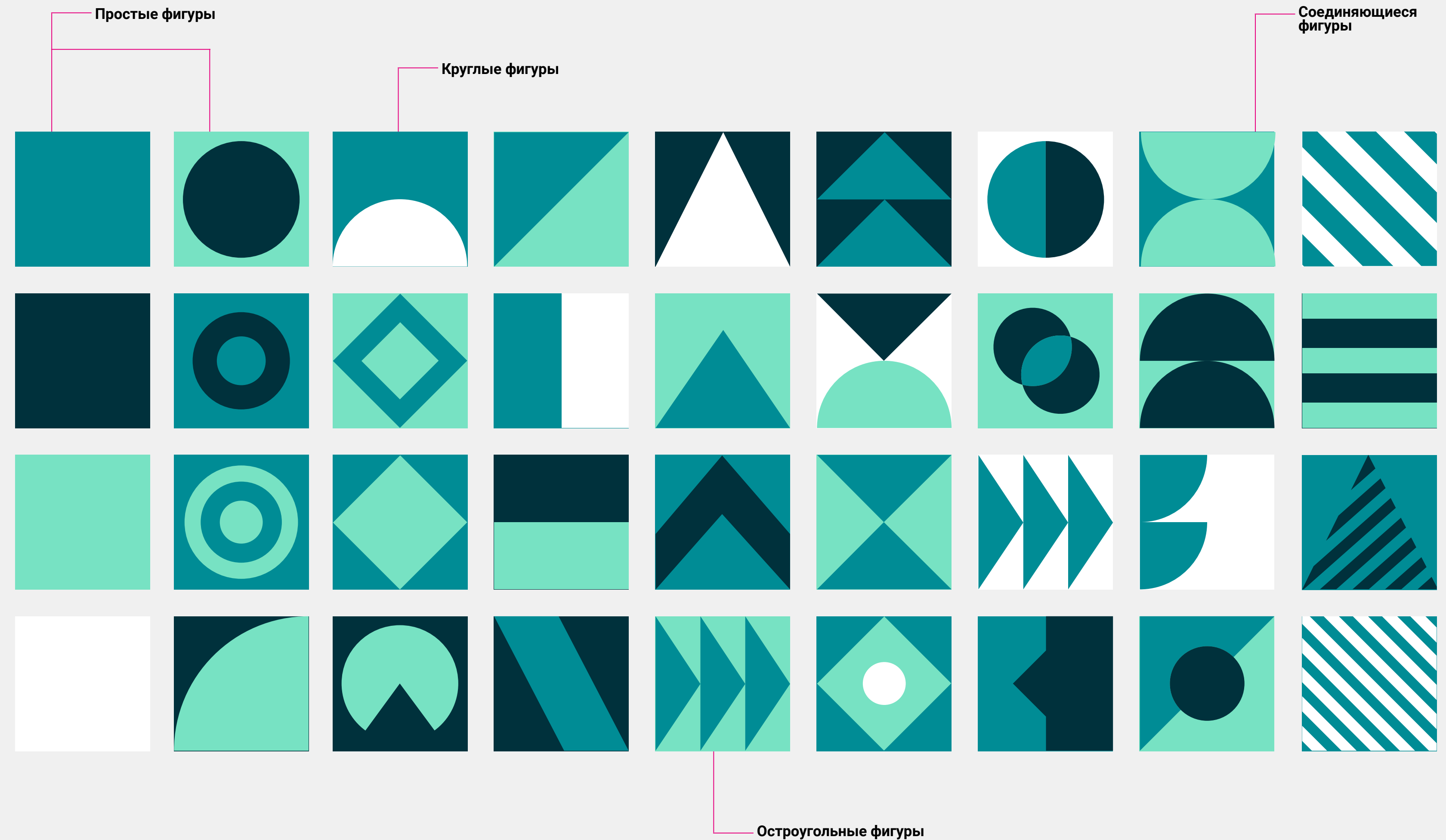


Паттерн партнерства

Мы убеждены, что залог нашего успеха — в партнерстве и развитии диалога. Наша увлеченность своим делом находит свое отражение и в фирменном стиле компании, воплощаясь в «**Паттернах партнерства**». Сочетание фигур различных форм и очертаний символизирует разнообразие мнений, точек зрения и подходов к решению общей задачи. Общность цели диктует необходимость партнерской работы, а ее закономерный результат — новые решения и новые, недоступные ранее возможности.

Паттерны партнерства лежат в основе нашей системы компоновки, они — наиболее узнаваемый элемент нашего фирменного стиля, тот уникальный язык, с помощью которого мы рассказываем своей целевой аудитории, что мы за компания, какие идеи и принципы отстаиваем.

С помощью геометрических паттернов (как базовых и простых, так и более сложных) мы создаем уникальные, креативные компоновки. Фигуры, составляющие эти паттерны, объединяются в тематические группы, символизирующие принципы, которыми мы руководствуемся, и определенные стороны нашей деятельности:



Паттерн партнерства

КРУГЛЫЕ ФИГУРЫ

символизируют устойчивое развитие, циркулярную экономику, таланты и способности.

ОСТРОУГОЛЬНЫЕ ФИГУРЫ

символизируют инновации, рост и прогресс.

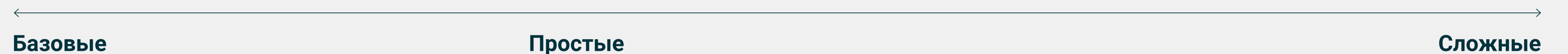
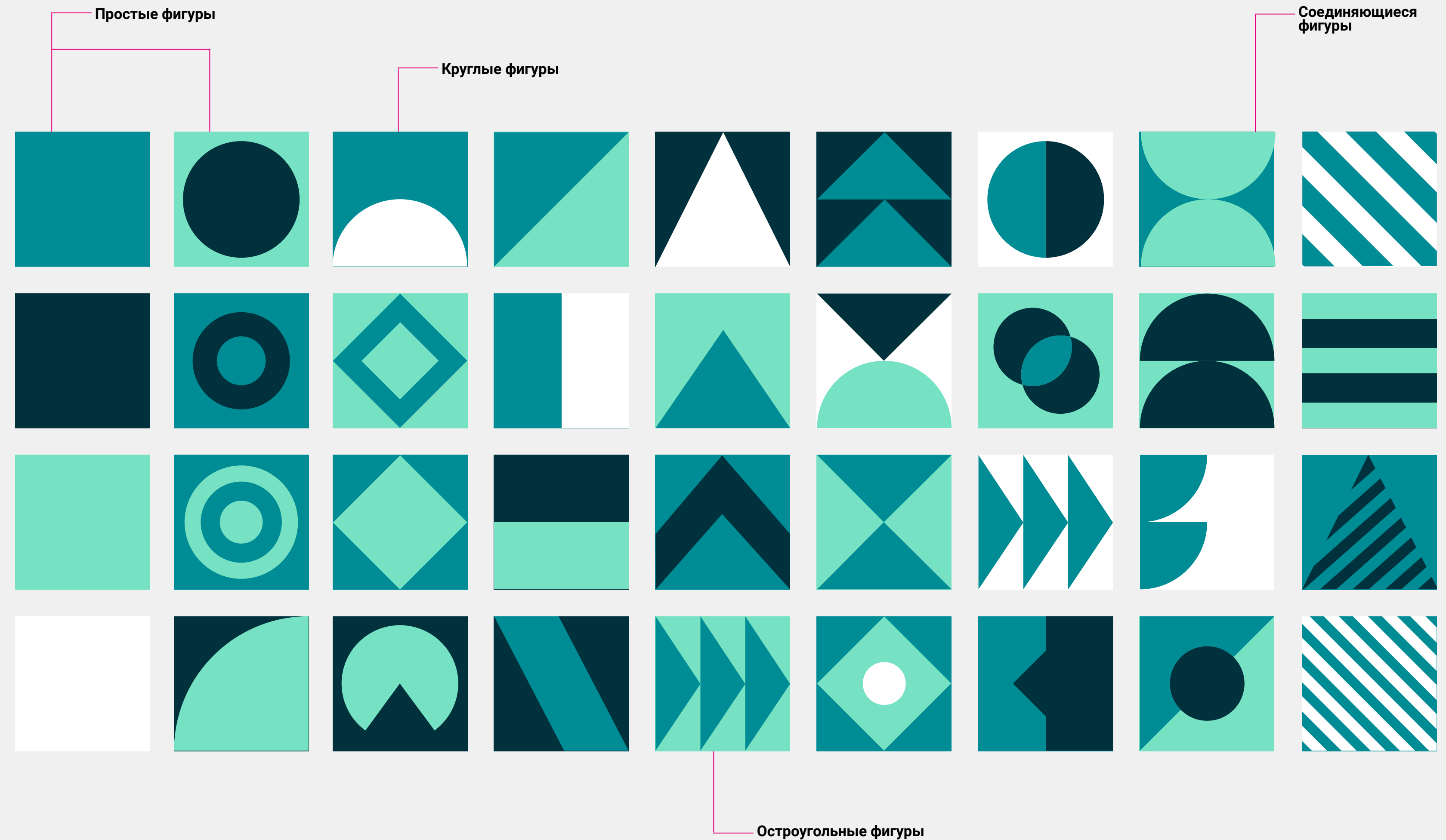
ПРОСТЫЕ ФИГУРЫ

символизируют ясность мышления и целеустремленность.

СОЕДИНЯЮЩИЕСЯ ФИГУРЫ

символизируют партнерство, диалог и обмен мнениями.

Творчески, по определенной системе используя эти геометрические паттерны в компоновке бренд-коммуникаций, мы создаем уникальные и в то же время легко узнаваемые варианты оформления, сочетая креатив с единообразием подхода. Более подробно об этом – на следующих слайдах.



2.4 Компонировка

Модульная сетка

Используемый нами модульный дизайн значительно упрощает задачу создания эффективных бренд-коммуникаций для самых разных областей применения. Чтобы обеспечить системность подхода и в то же время возможность творчески адаптировать бренд к различным точкам контакта, строится модульная сетка и определяется площадь набора текста.

ПЛОЩАДЬ НАБОРА ТЕКСТА

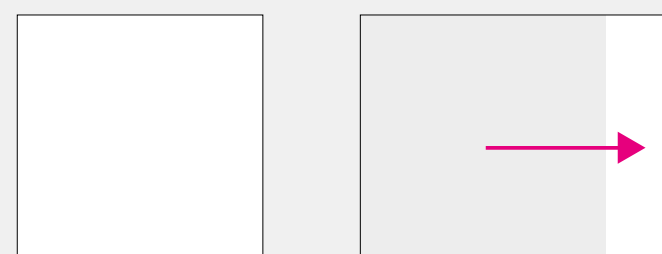
Сторона базового блока (X) равна **5% длины короткой стороны носителя**.

ФОРМА ЯЧЕЙКИ МОДУЛЬНОЙ СЕТКИ

Ячейка должна представлять собой квадрат.

Если конкретный носитель не позволяет соблюсти это требование, допускается отступление от указанных пропорций (например, при работе с носителями форматов DIN от A0 до A5) и использование ячеек-прямоугольников. Однако даже в этом случае **следует стараться максимально приблизить используемую ячейку к пропорциям квадрата**.

МАКСИМАЛЬНО ДОПУСТИМАЯ ДЕФОРМАЦИЯ ЯЧЕЙКИ

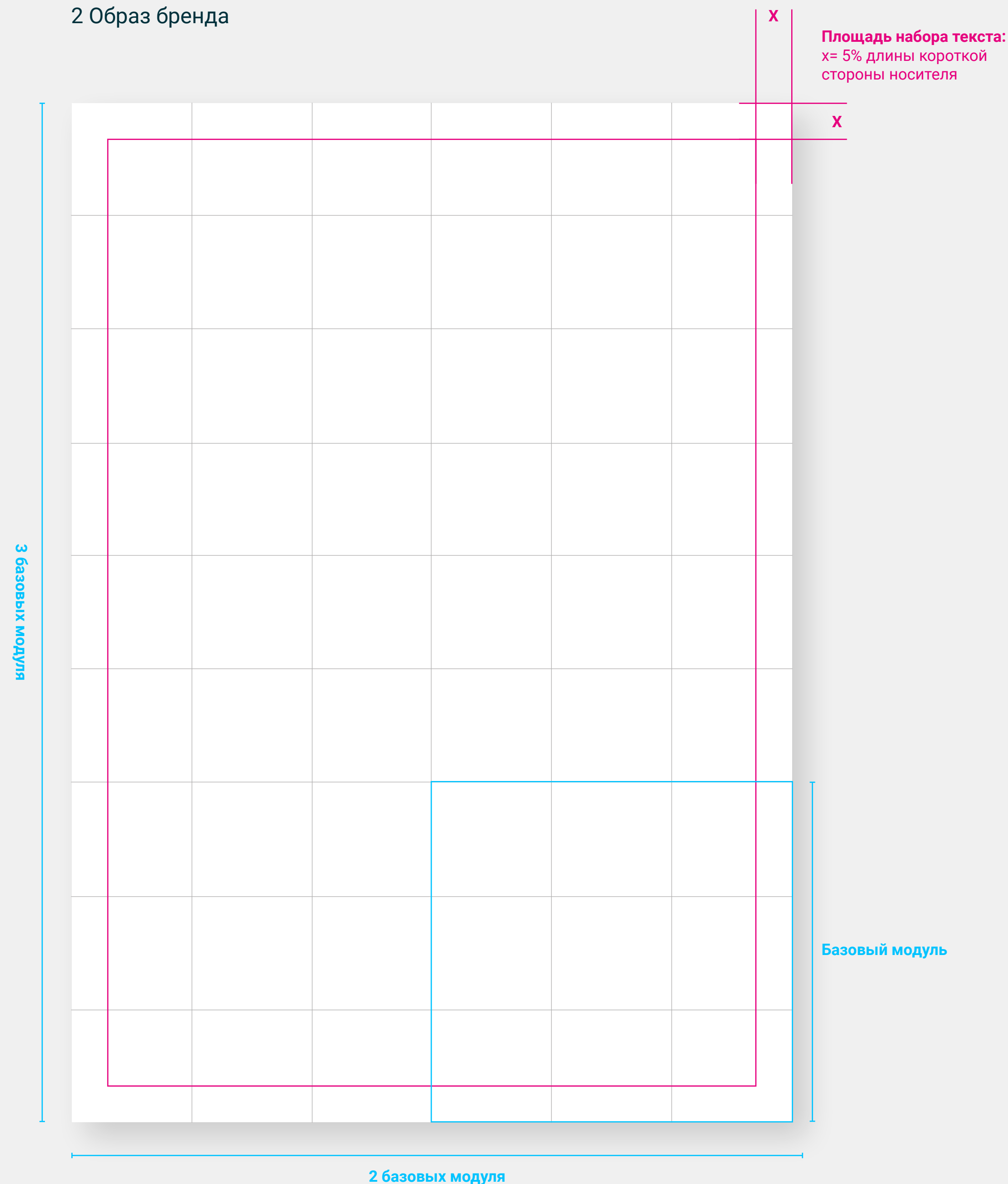


4:4

4:5

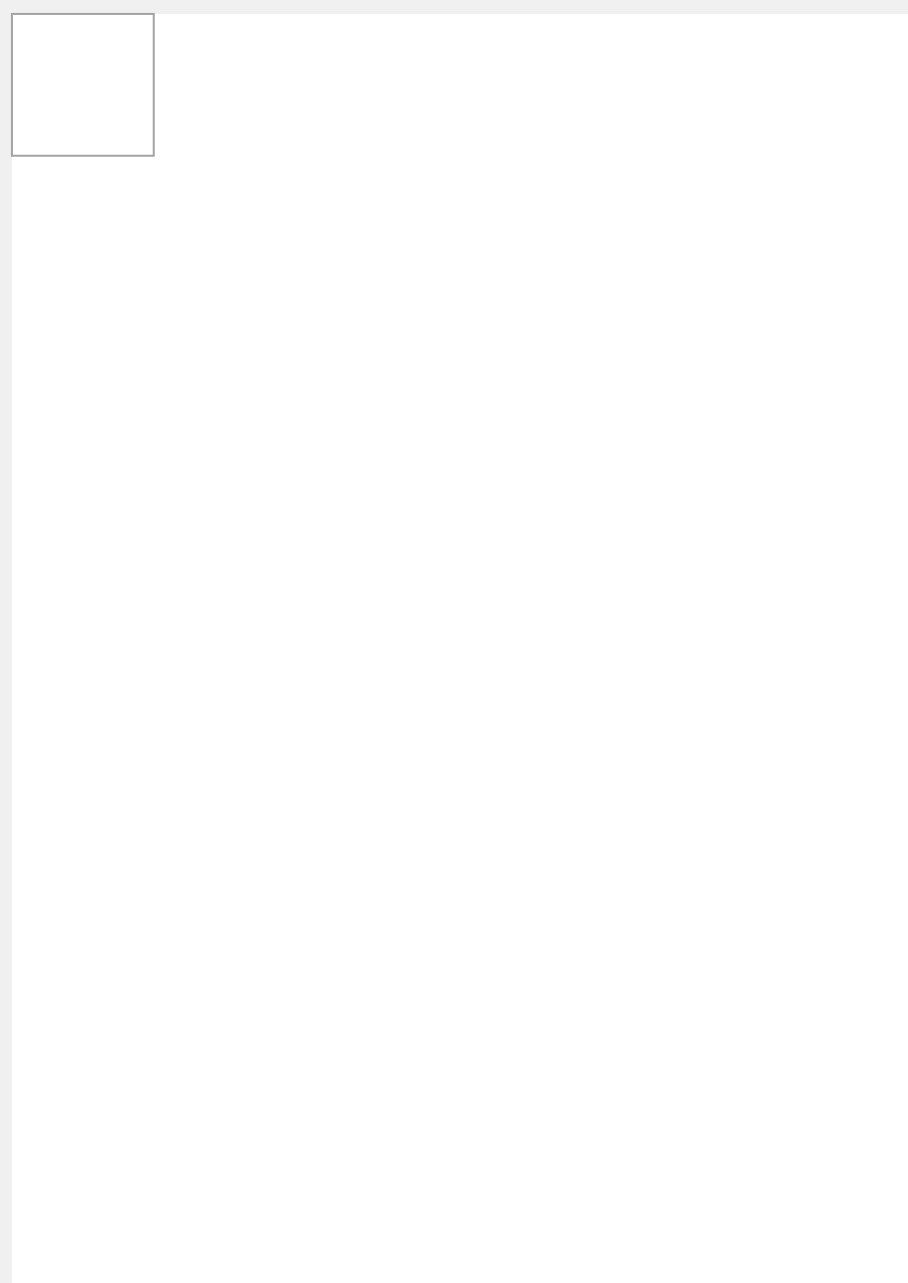
Для адаптации модульной сетки к формату конкретного носителя допускается изменение пропорций ячеек со стандартных 4:4 до 4:5.

2 Образ бренда

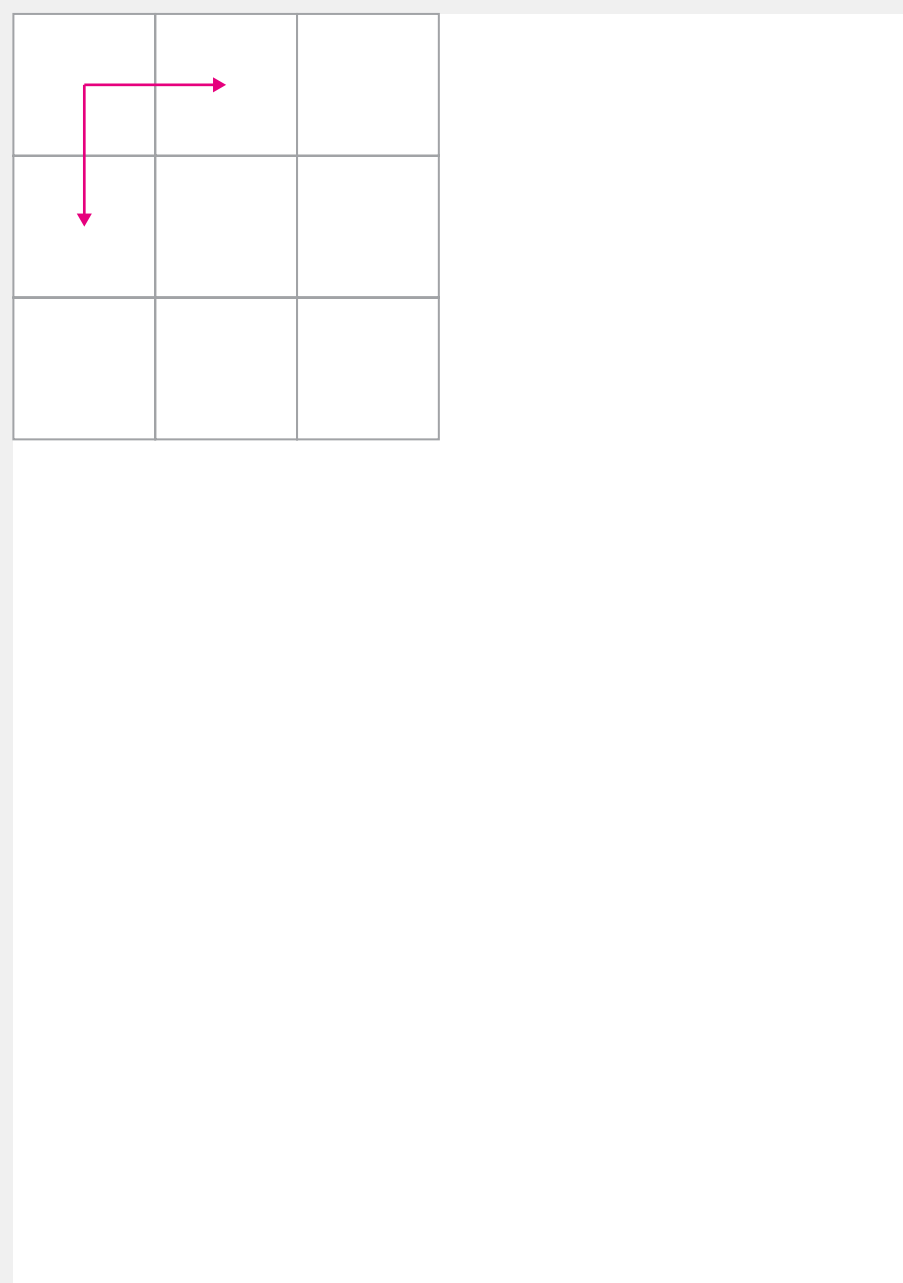


Модульная сетка

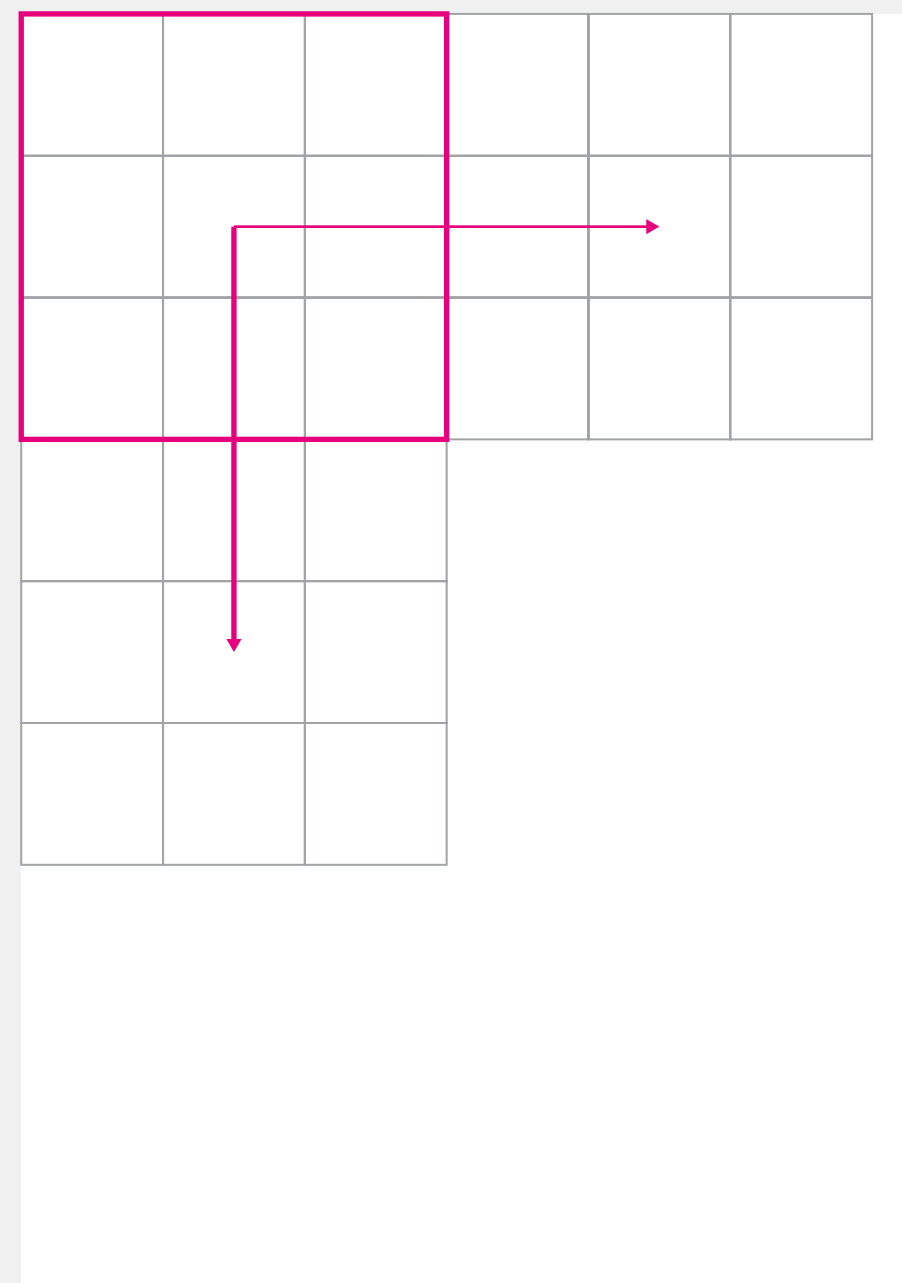
Постройте первую ячейку.



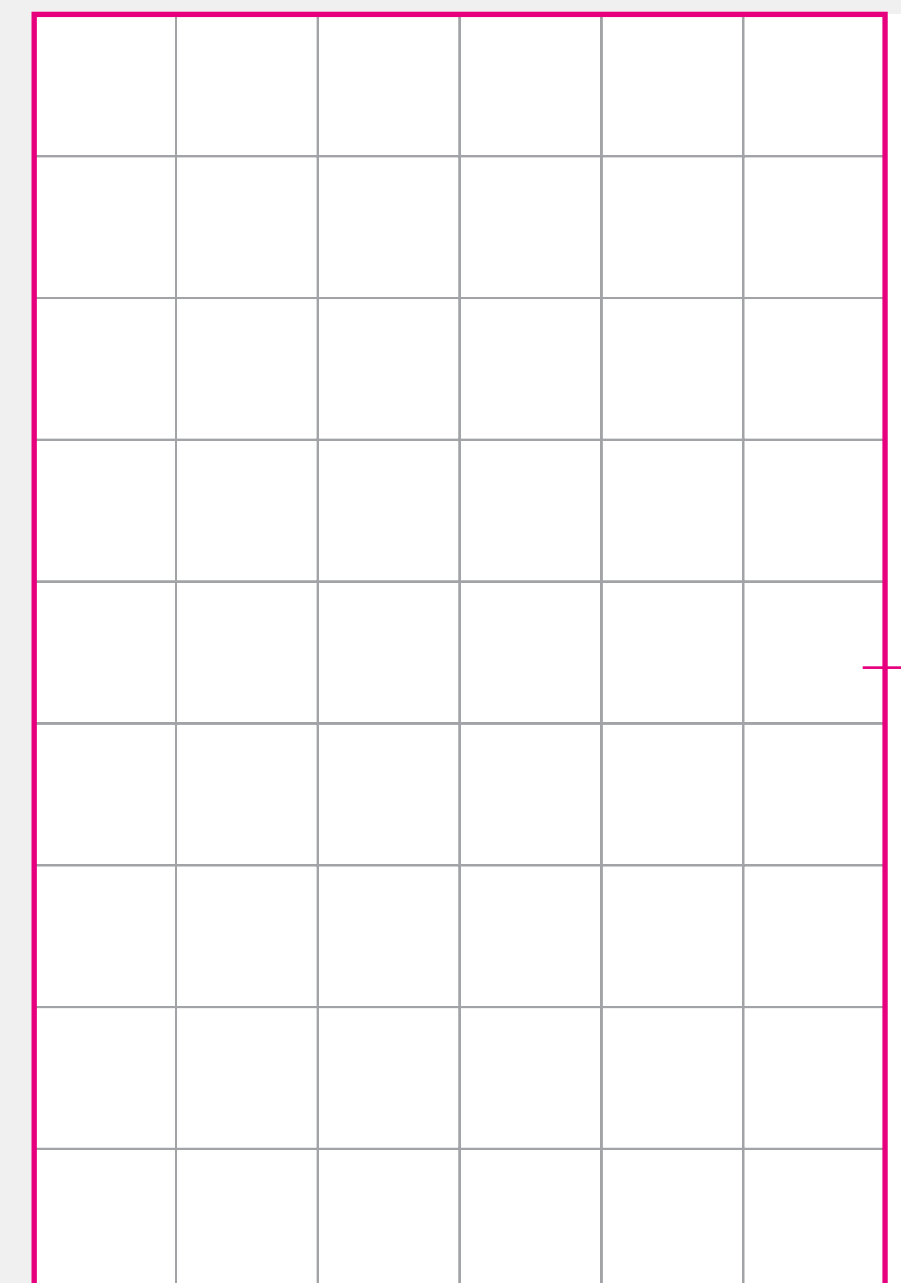
Продублируйте ячейку.



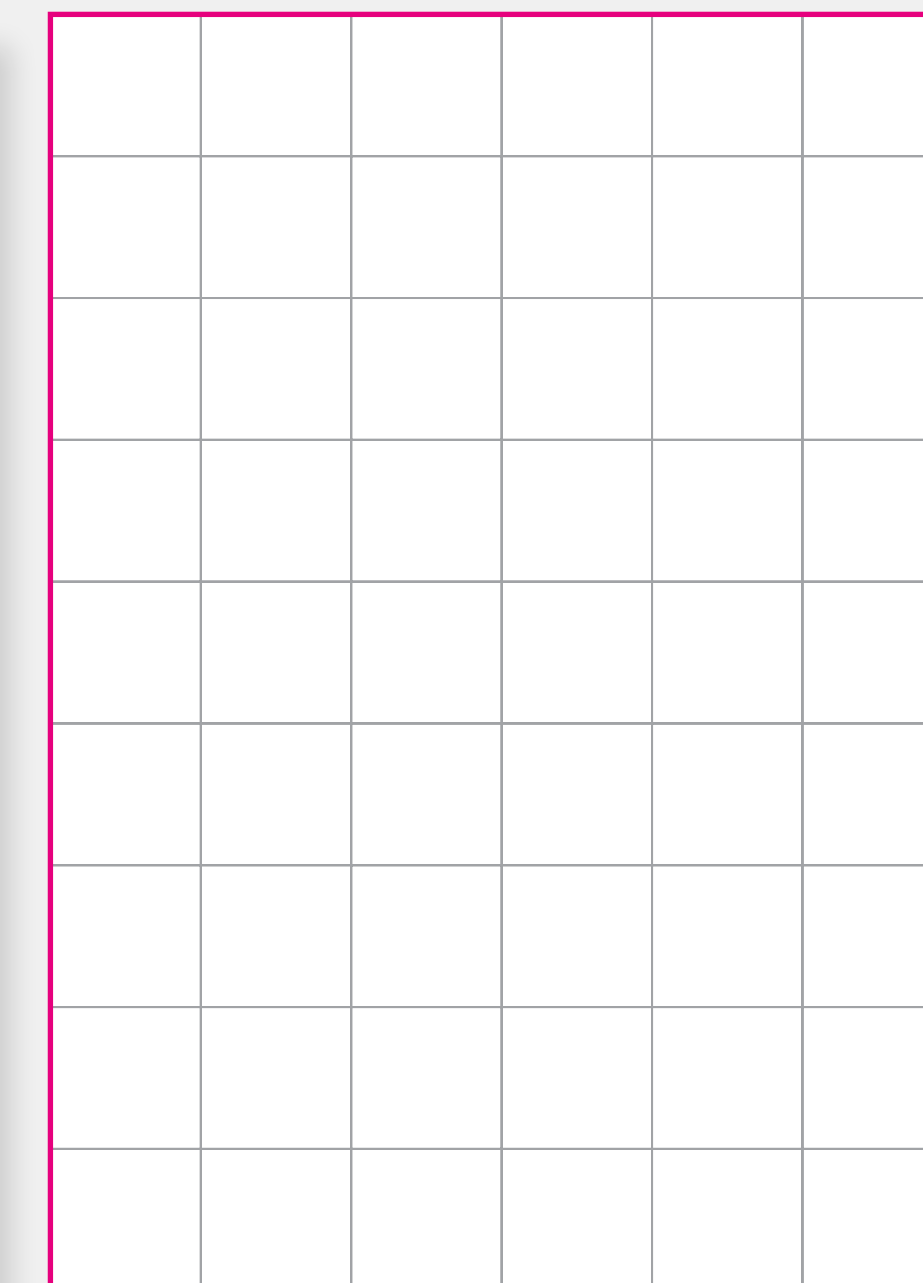
Продублируйте базовый модуль.



Заполните страницу.

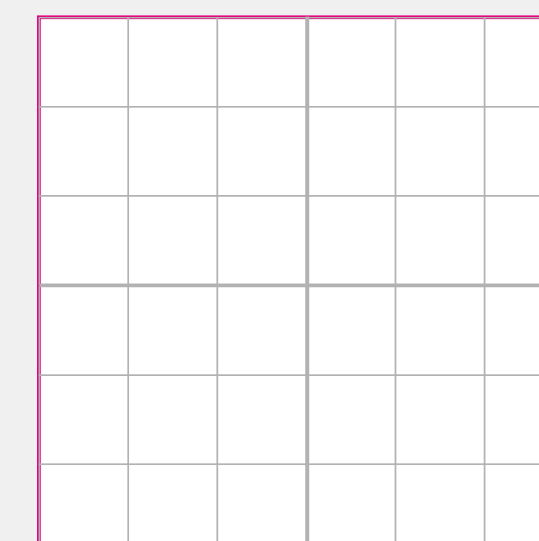


Скорректируйте размер модульной сетки.



1. Постройте стандартную ячейку с пропорциями 4:4.
2. Дублированием ячейки 4:4 постройте базовый модуль (квадрат размером 3x3 ячейки).
3. Дублируя модуль, заполните сеткой весь макет. Оптимально, если пропорции и размер макета позволяют разместить вдоль его короткой стороны не менее двух базовых модулей. Однако если длина короткой стороны слишком мала, допускается, чтобы ее размер составлял один базовый модуль.
4. При необходимости выделите всю сетку и деформируйте ее так, чтобы она покрывала всю площадь носителя.

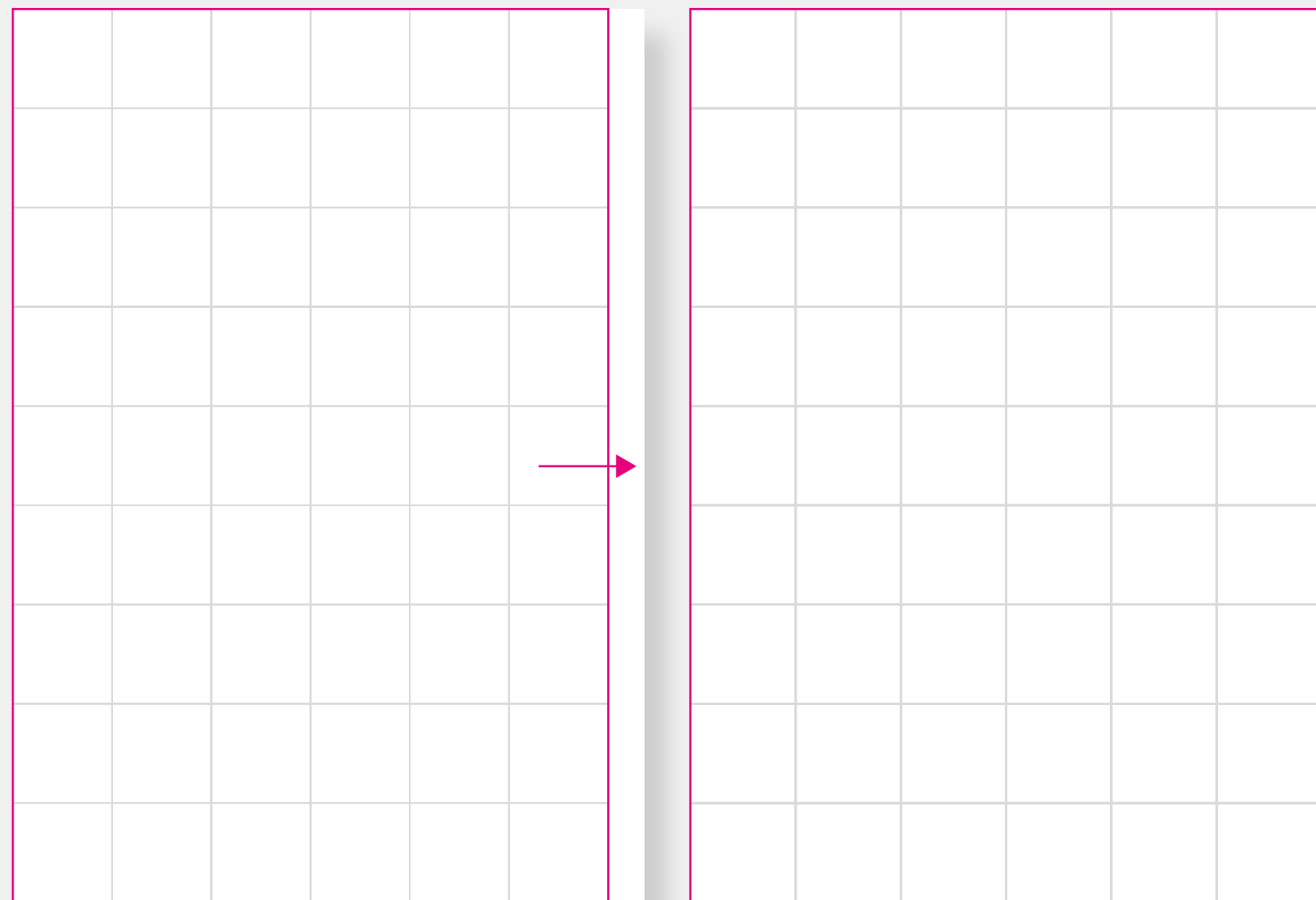
Дублирование базового модуля



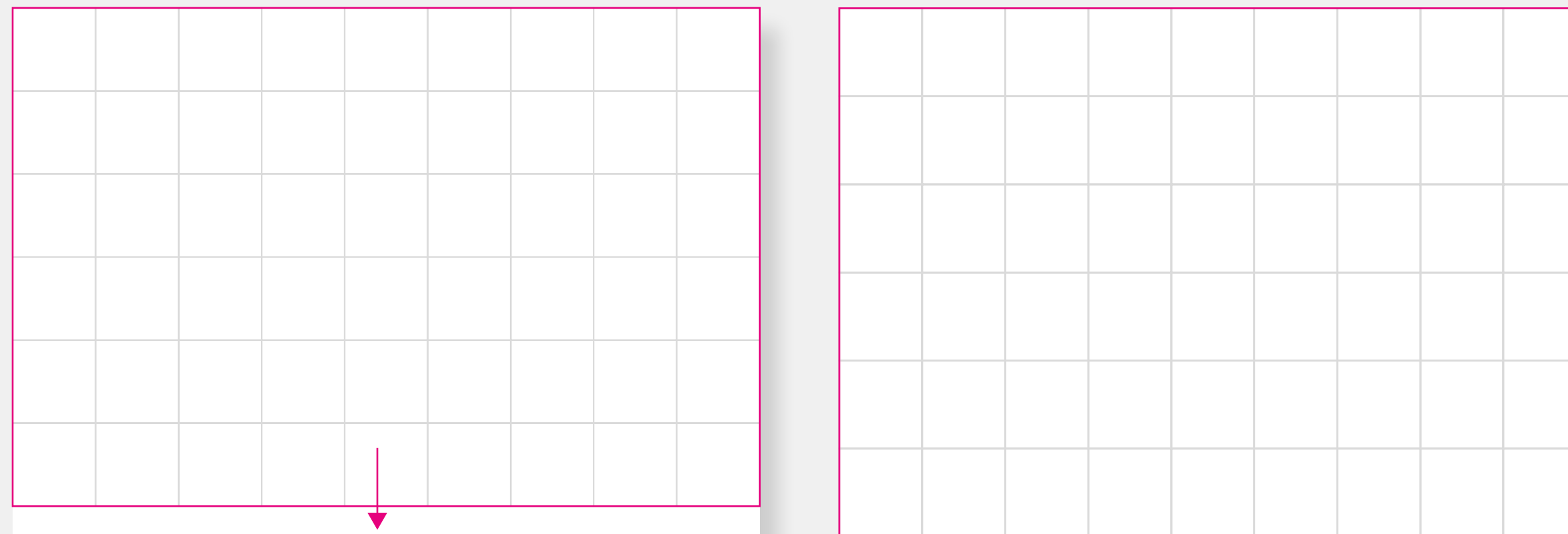
Модульная сетка должна состоять как минимум из одного базового модуля (3 x 3 ячейки, при работе с носителями малых форматов) и не должна превышать 10 базовых модулей по длинной стороне.

Модульная сетка

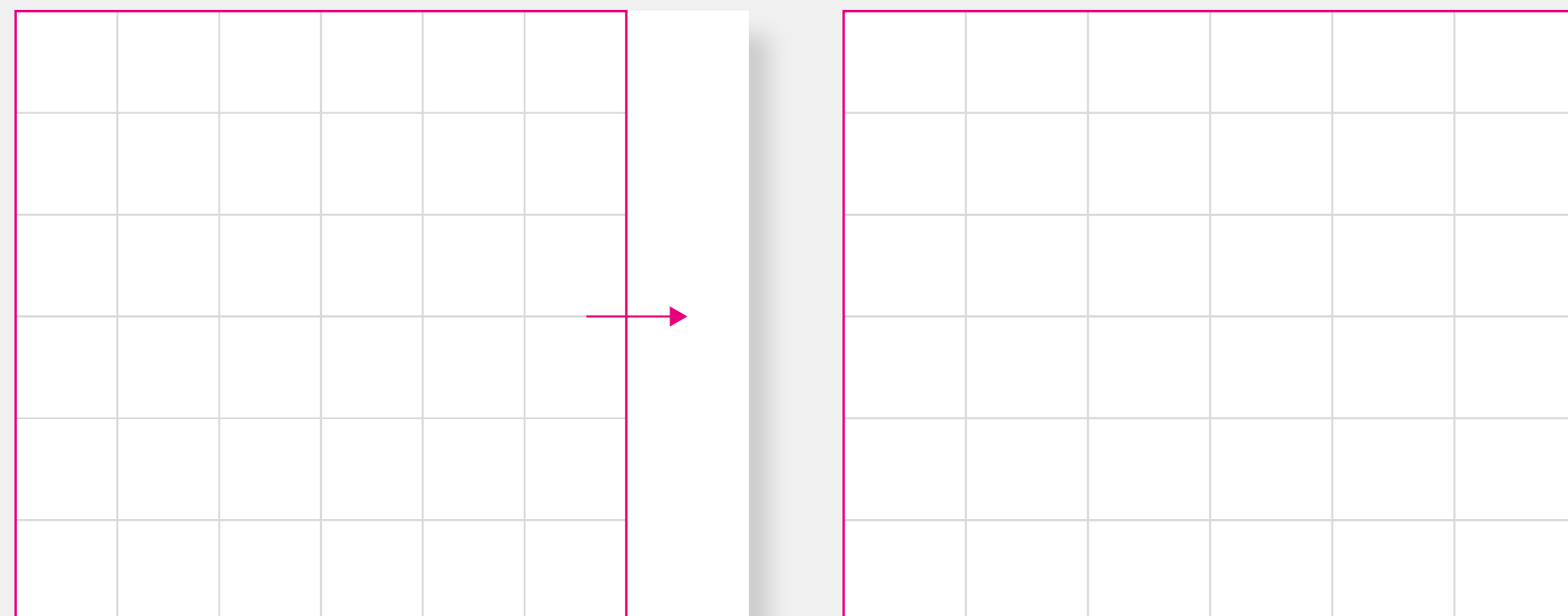
DIN ОТ A0 ДО A7 (ВЕРТИКАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ)



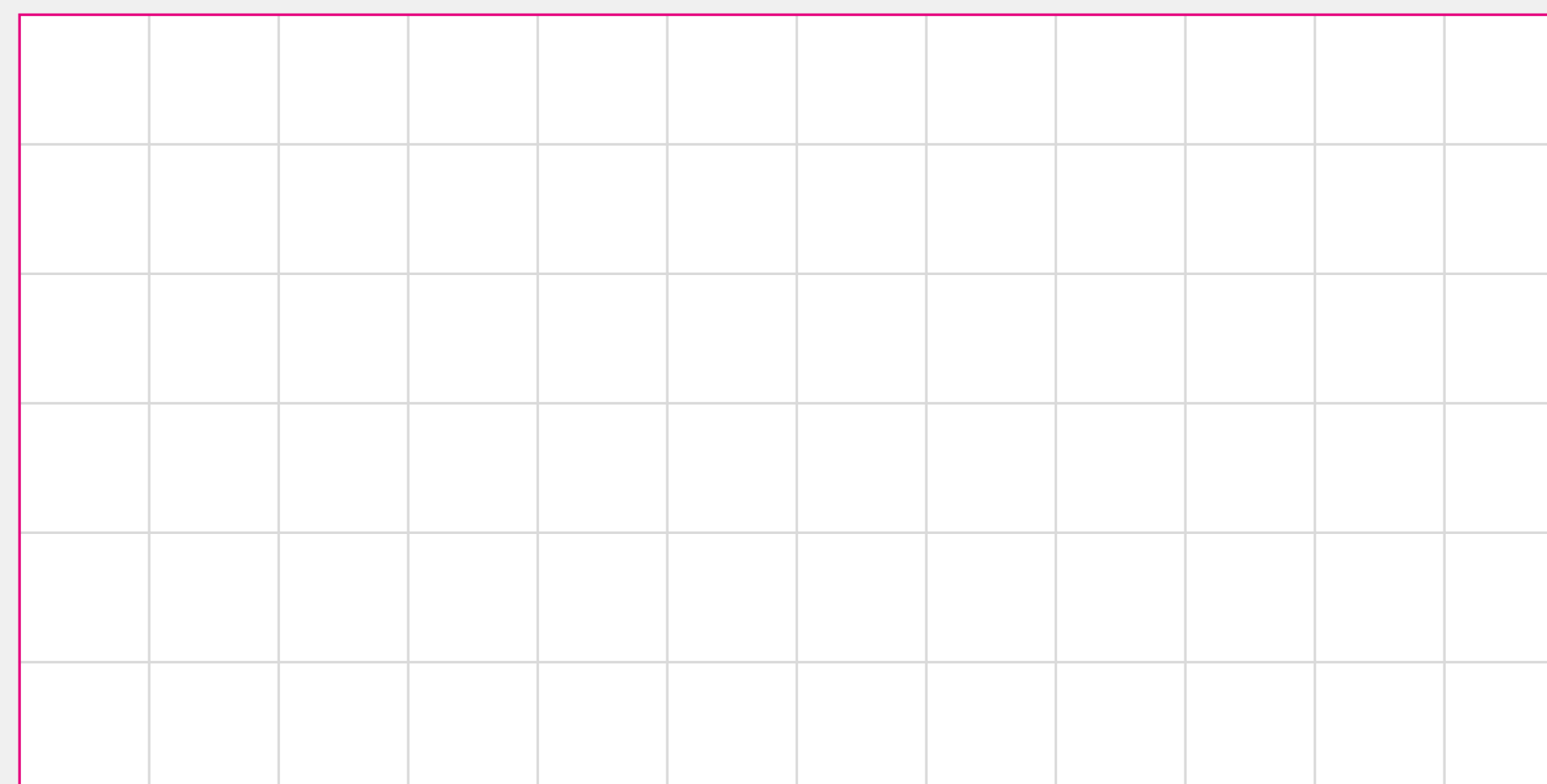
DIN ОТ A0 ДО A7 (ВЕРТИКАЛЬНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ)



БАЗОВЫЙ ПРЯМОУГОЛЬНИК 300 X 360 пикс.

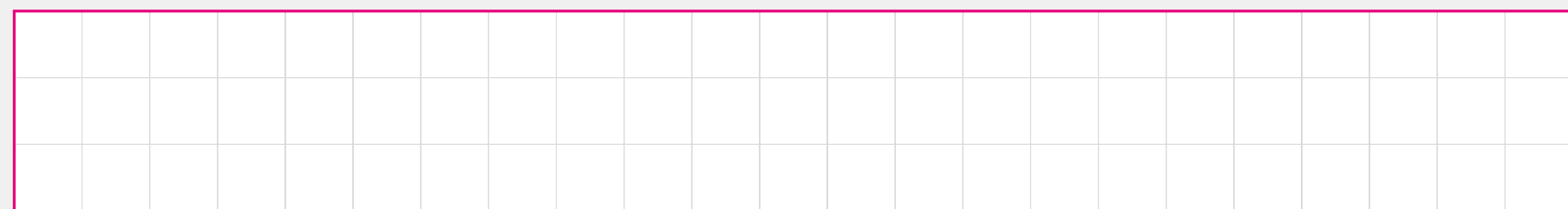
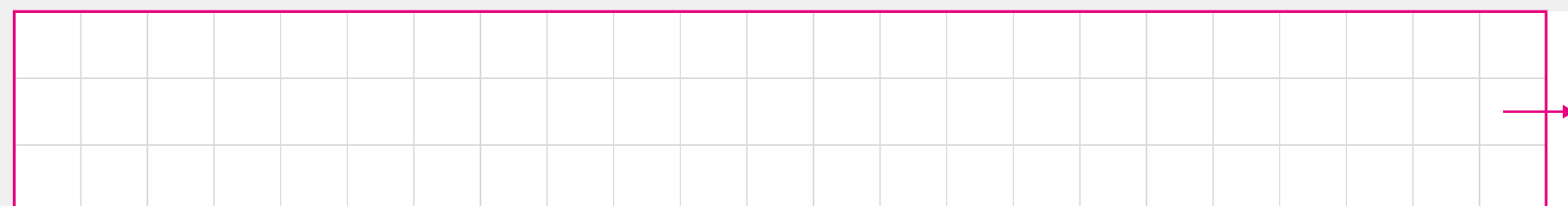


БАННЕР 300 X 600 пикс.

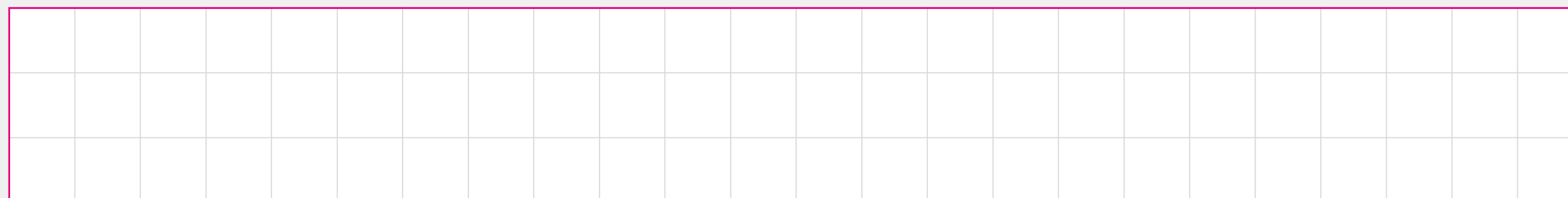
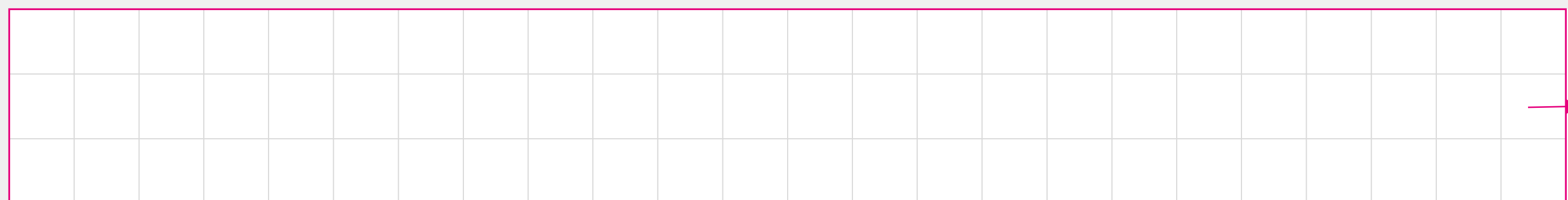


Модульная сетка

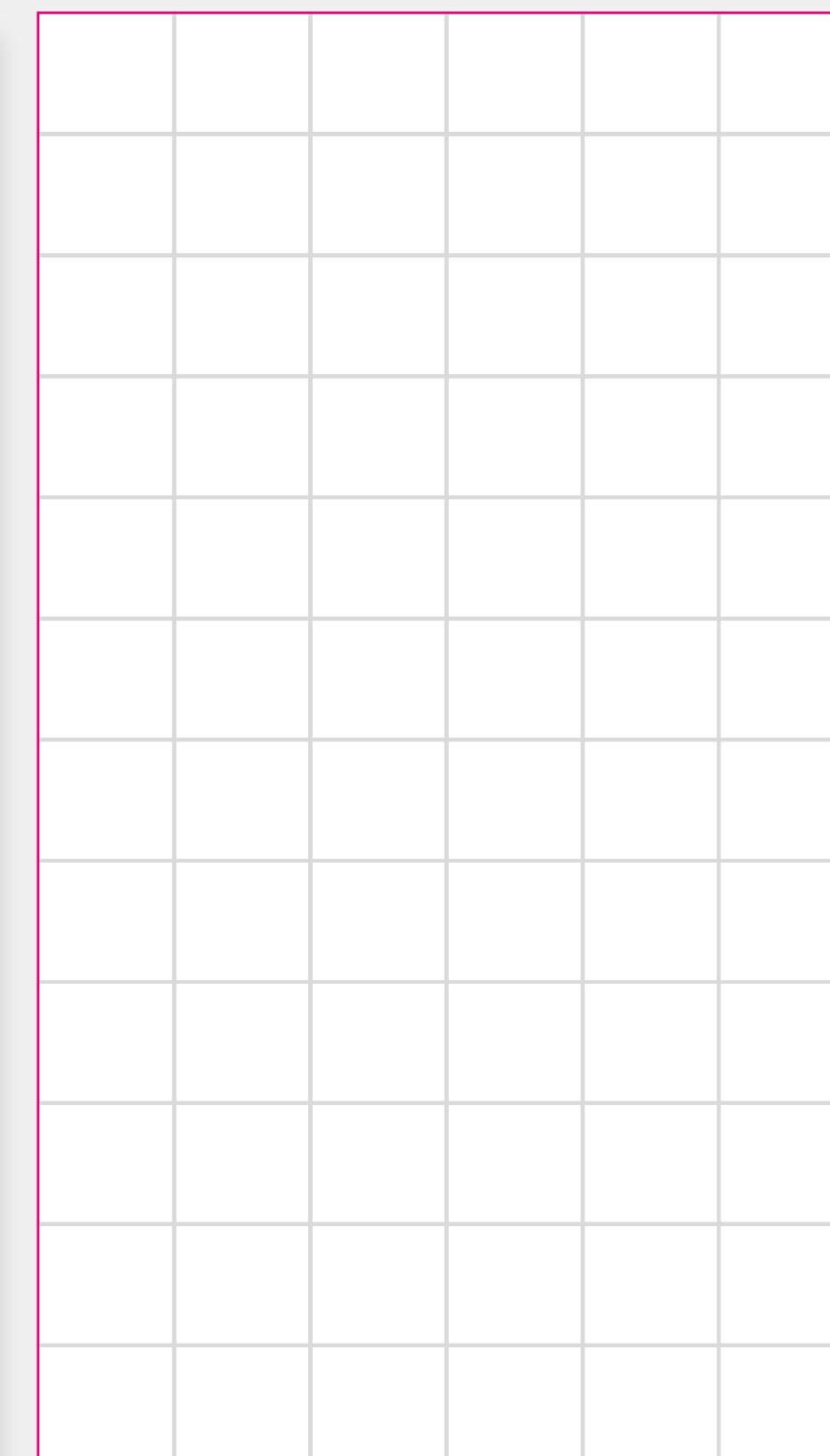
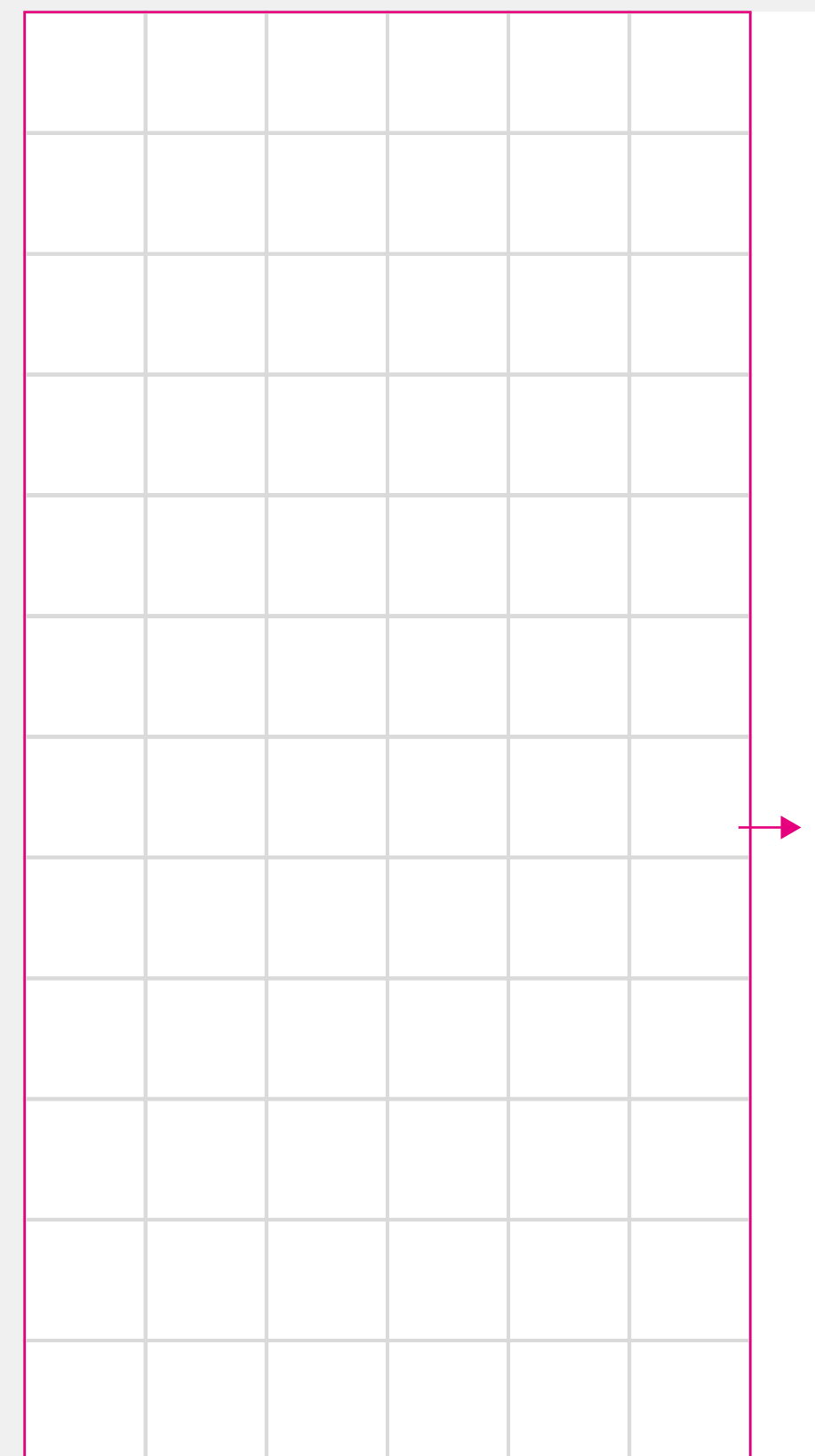
ДЛИННЫЙ БАННЕР 468X60



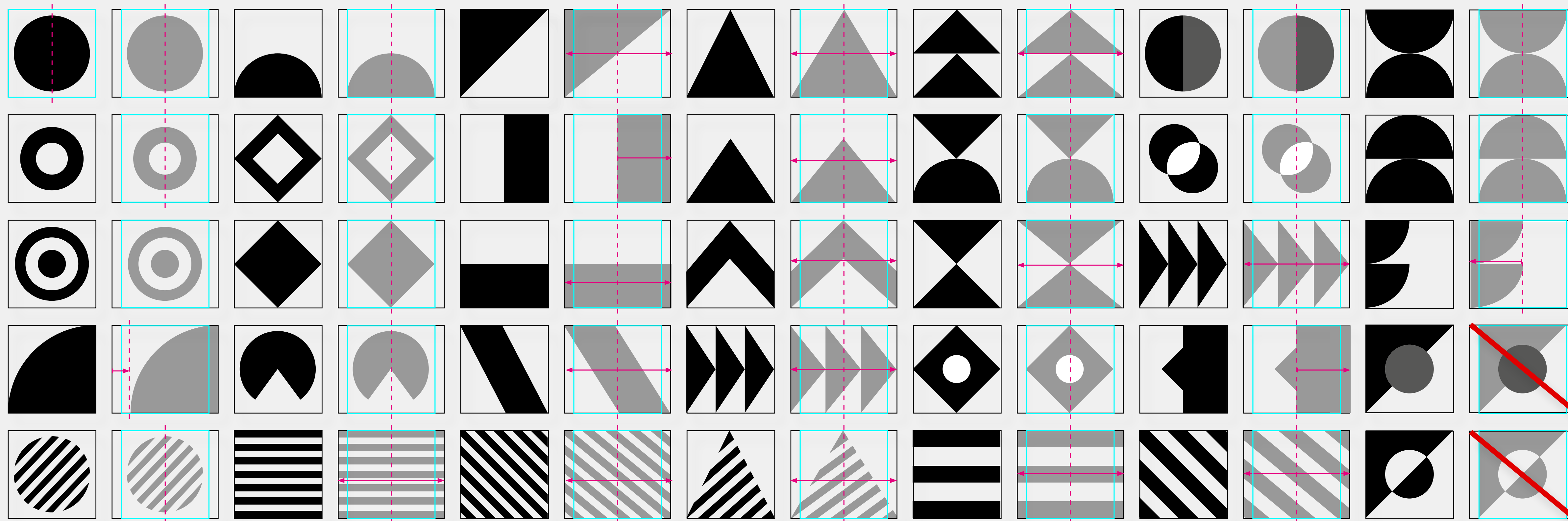
БАННЕР ФОРМАТА LEADERBOARD 728 X 90 ПИКС.



IPHONE 6/7/8



Размещение простых фигур в модулях с пропорциями 4:5



Если пропорции модульной сетки не позволяют разместить в ней модуль 4:4, паттерн следует видоизменять так, как показано в приведенных выше примерах.

Некоторые из геометрических фигур (например, треугольники) можно деформировать. Деформация круглых фигур не допускается.

Использование — шаг 1 Базовый модуль

ПОСТРОЕНИЕ ЧЕТЫРЕХУГОЛЬНИКА

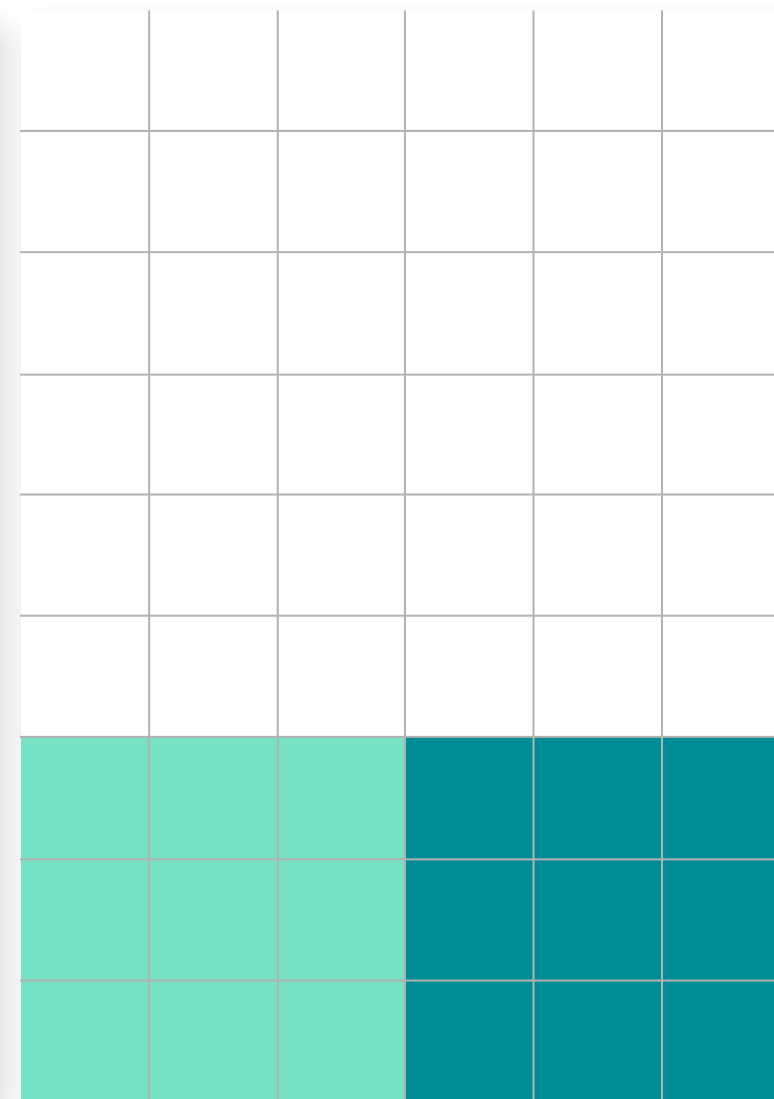
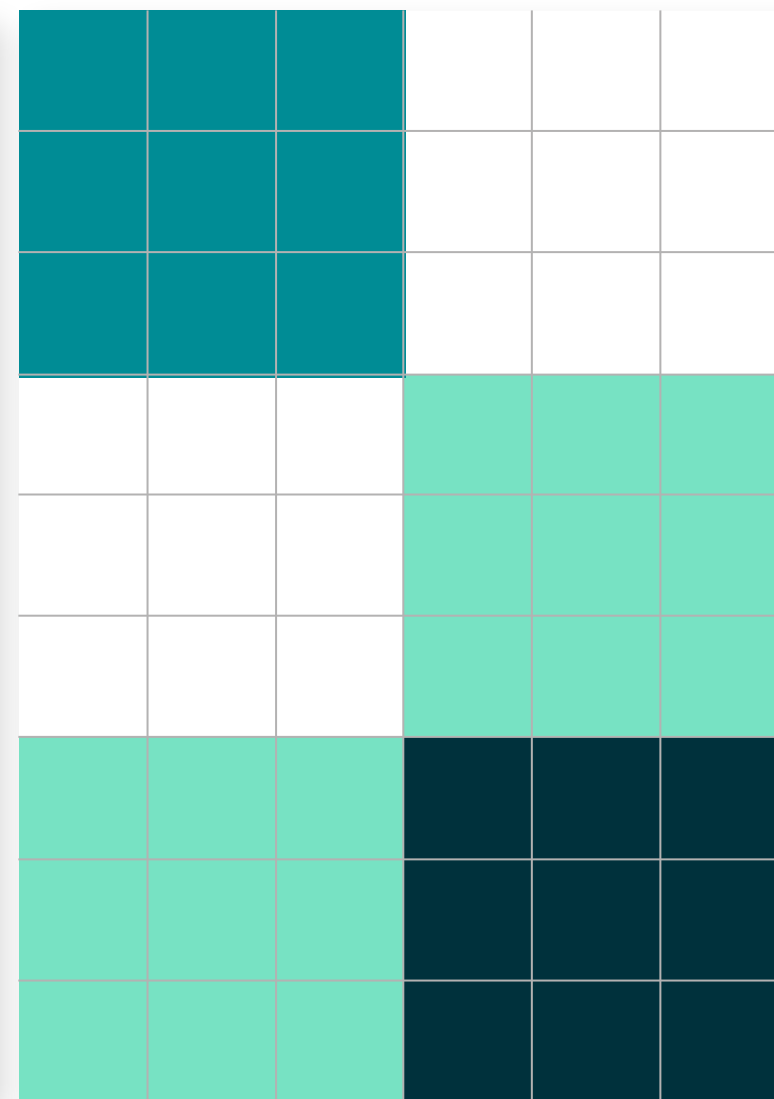
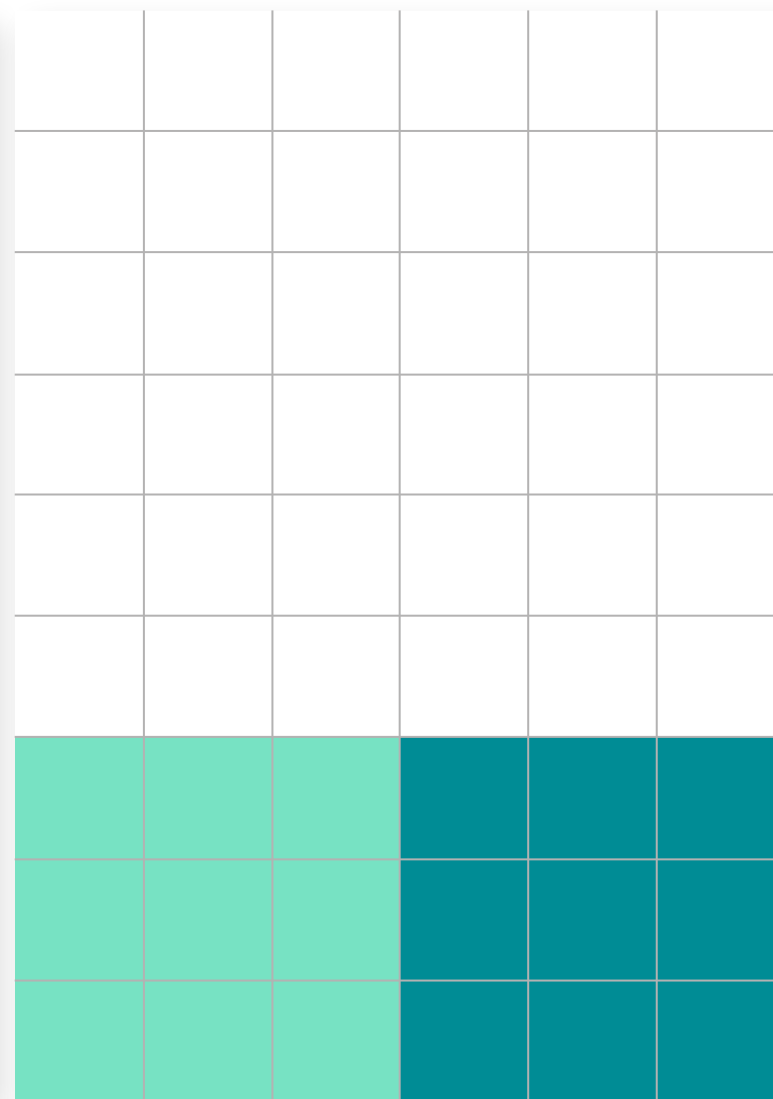
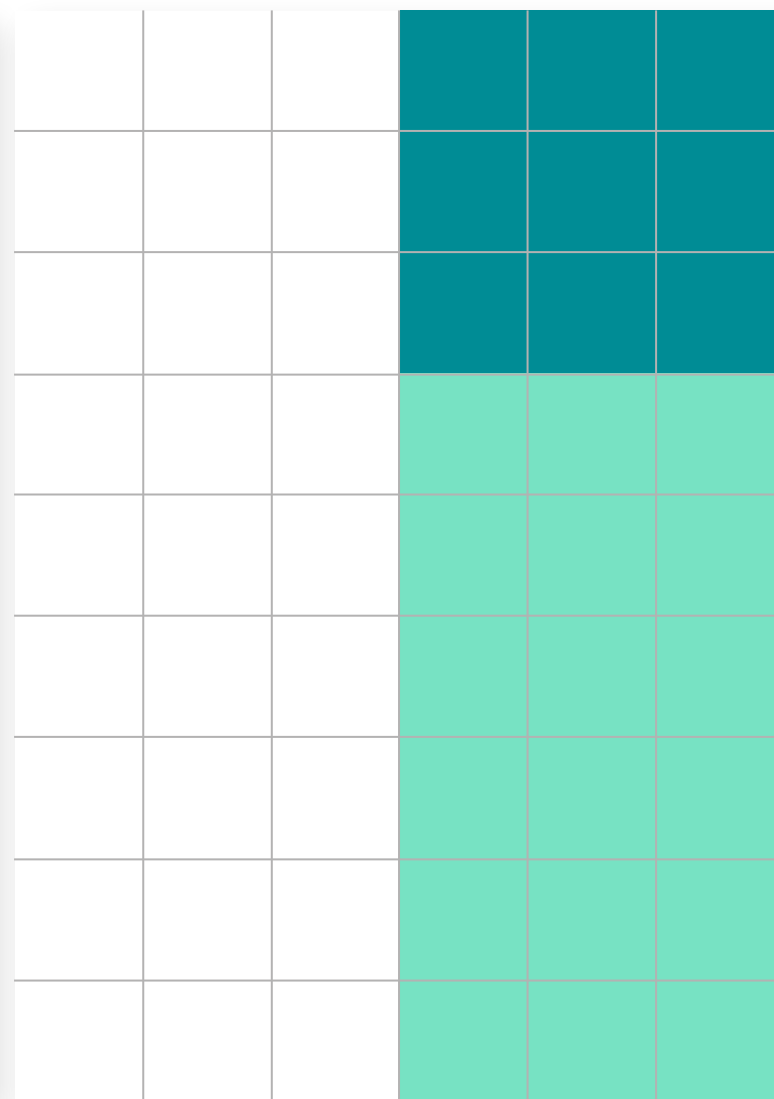
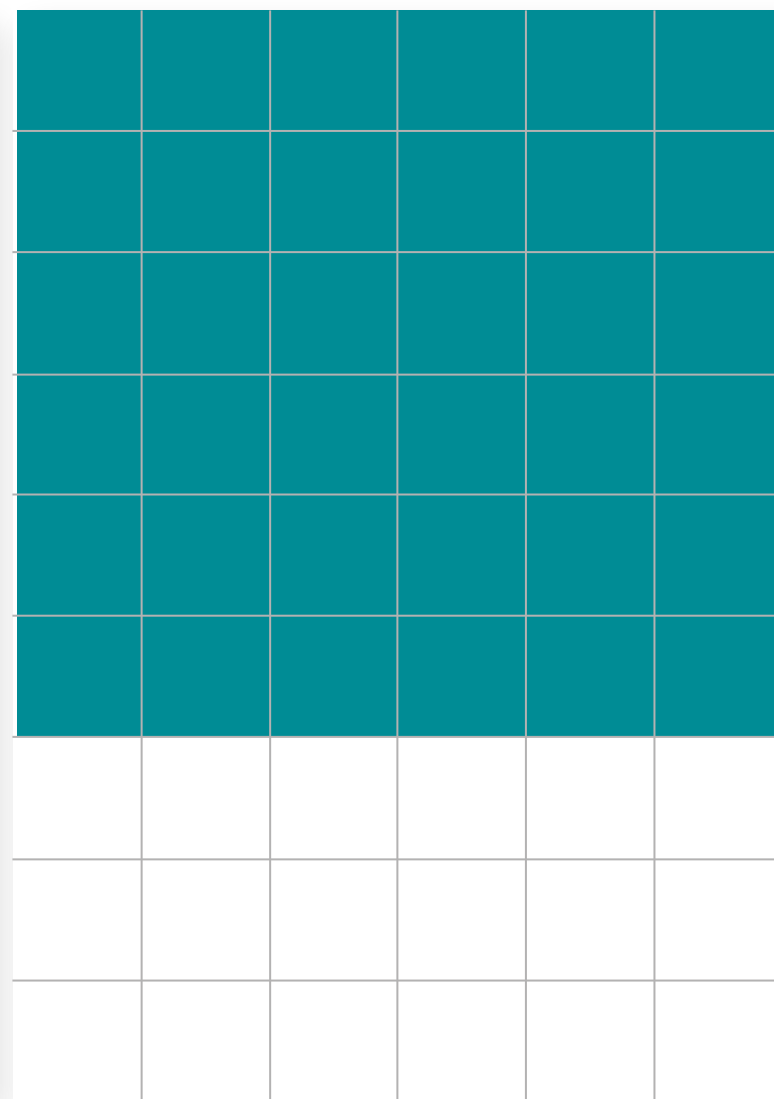
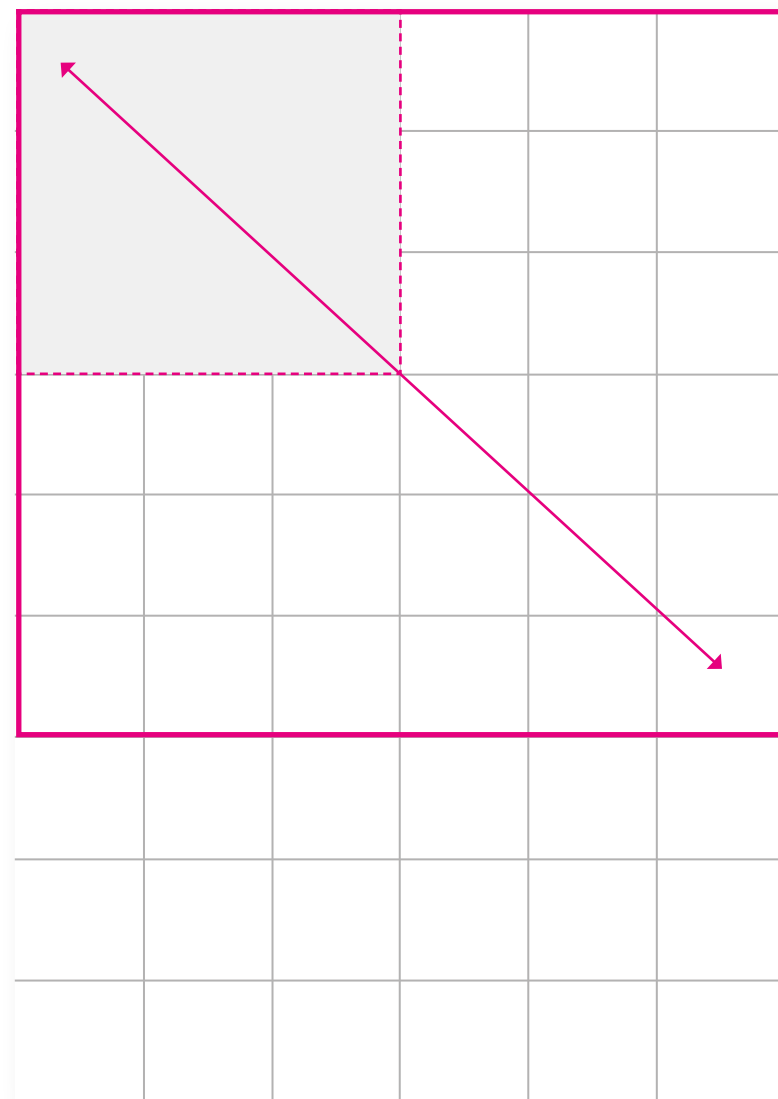
ПРИМЕР 1

ПРИМЕР 2

ПРИМЕР 3

ПРИМЕР 4

ПРИМЕР 5

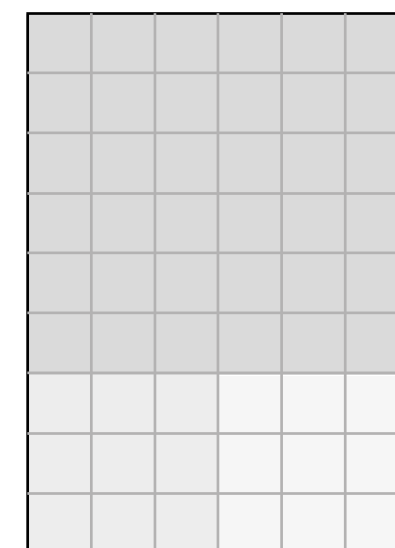
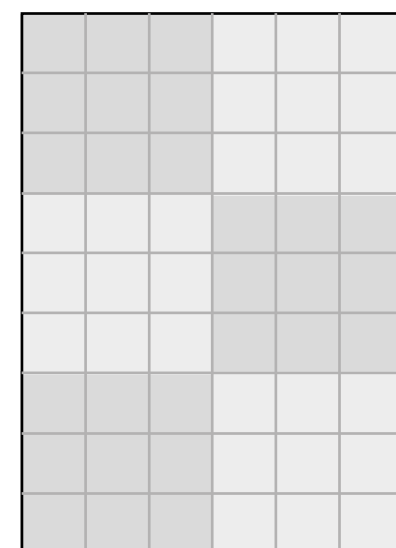
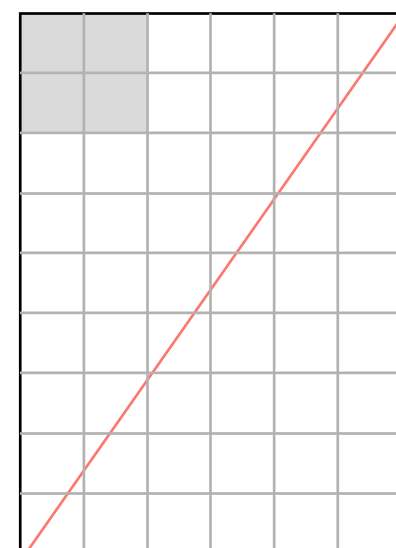
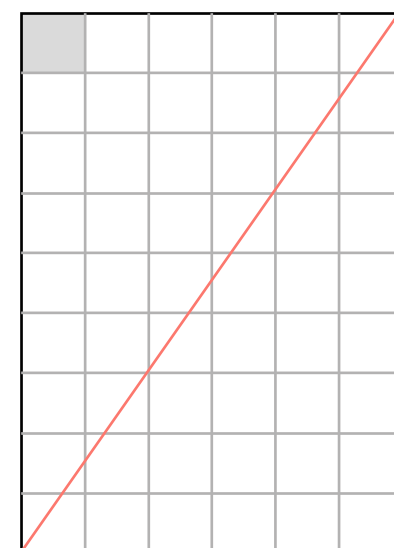
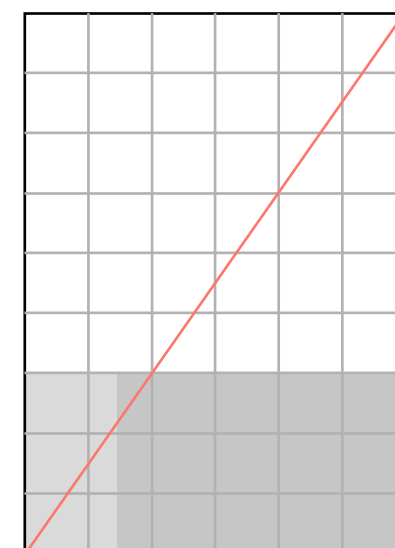


На первом этапе построения модульной системы СИБУР используются базовые модули (с заполнением фирменными цветами).

Постройте четырехугольник, используя модульную сетку и ячейки. Макет (полная страница, единый большой модуль) можно разделить на части — до 6 модулей. Минимальный размер модуля — не меньше 3x3.

Базовые модули можно объединить, заполнив их одинаковым цветом (см. пример 2).

БАЗОВЫЕ МОДУЛИ



Использование - Шаг 2 Базовый модуль

ПОСТРОЕНИЕ ЧЕТЫРЕХУГОЛЬНИКА

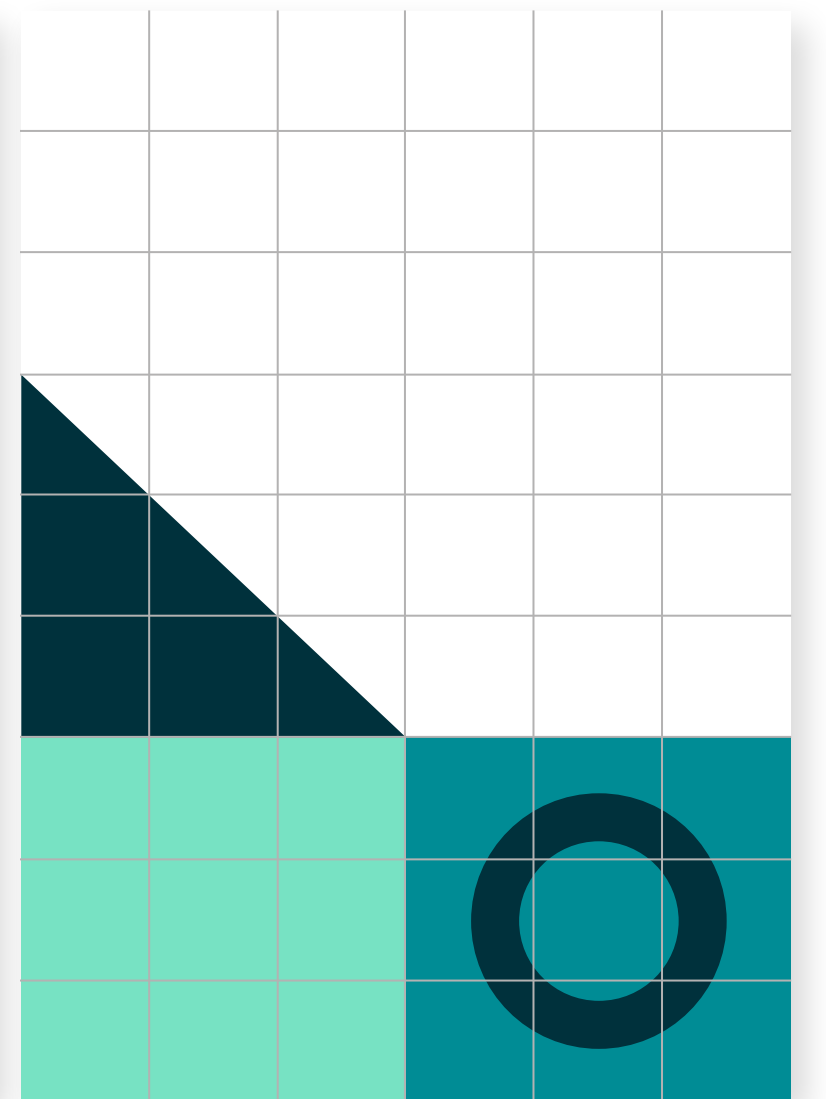
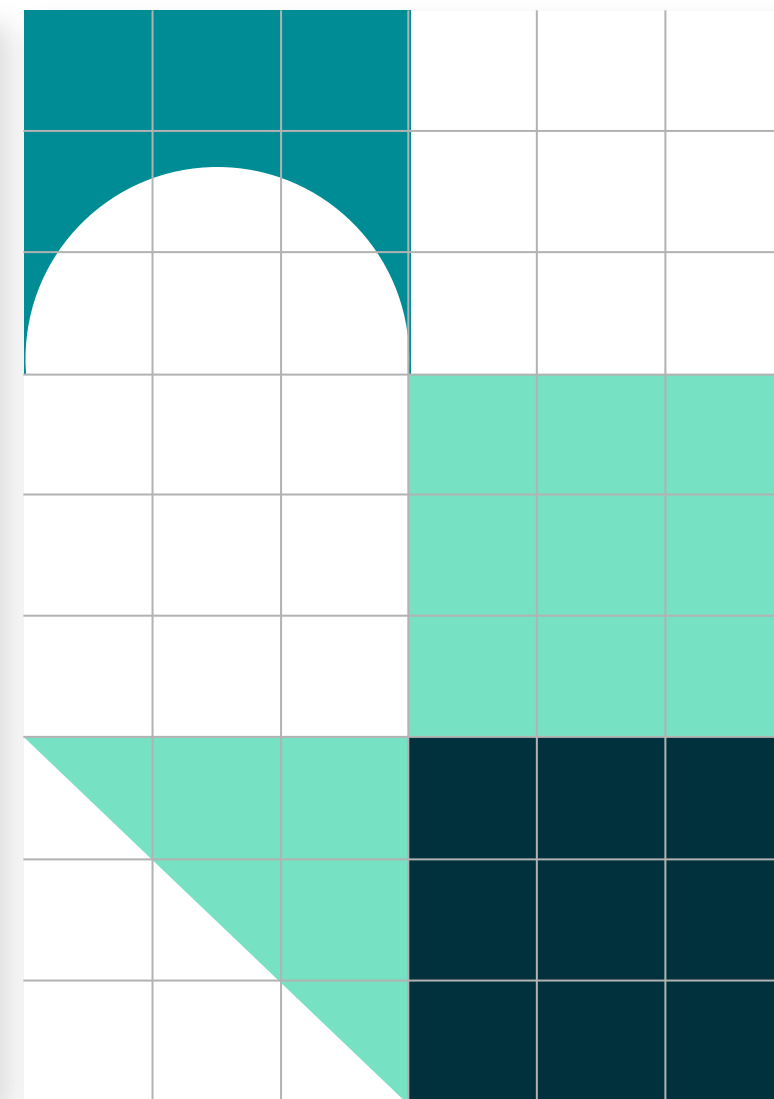
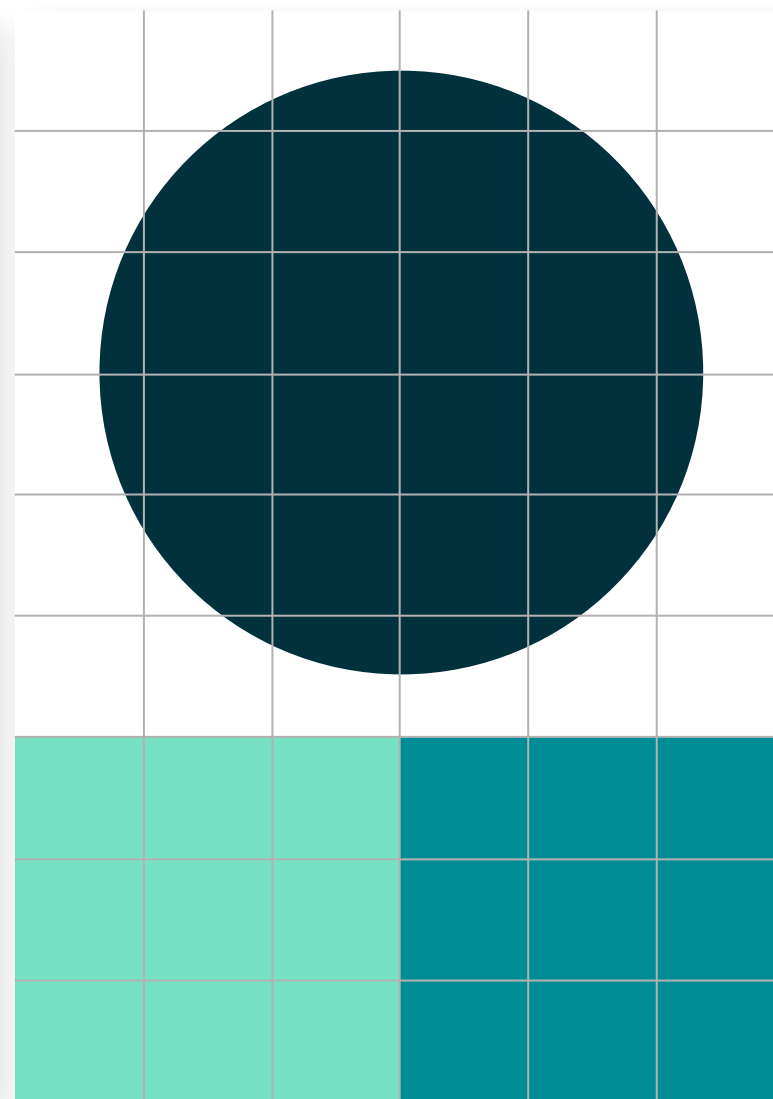
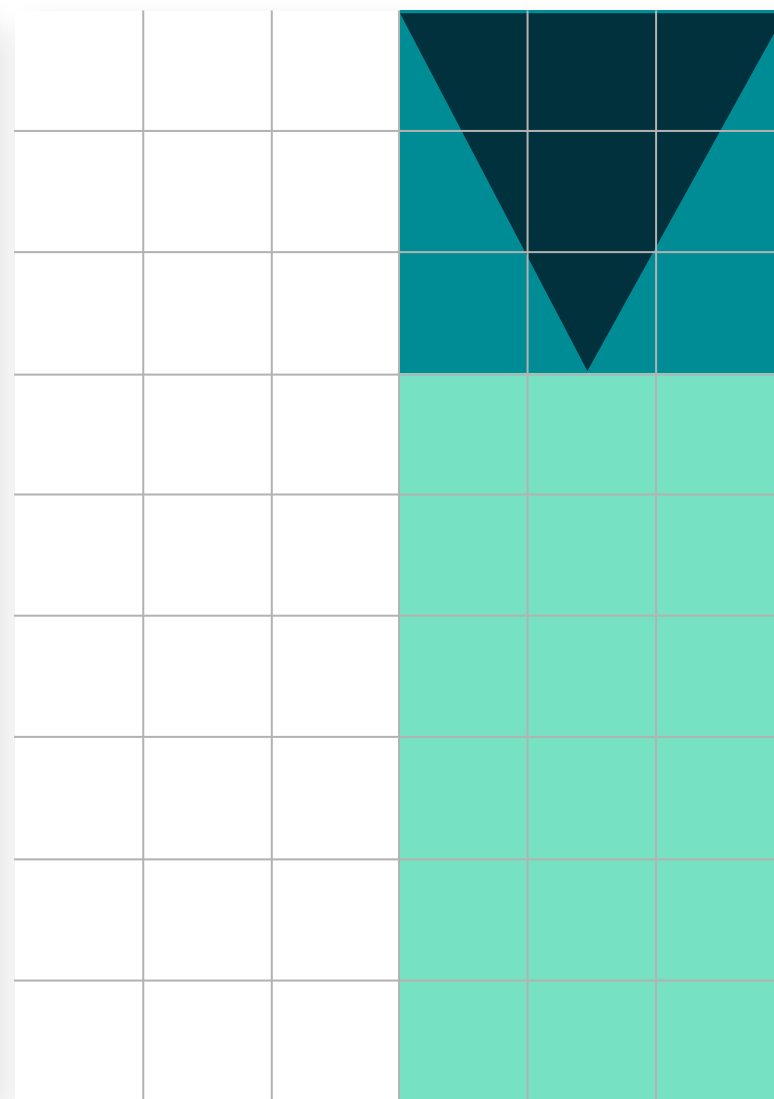
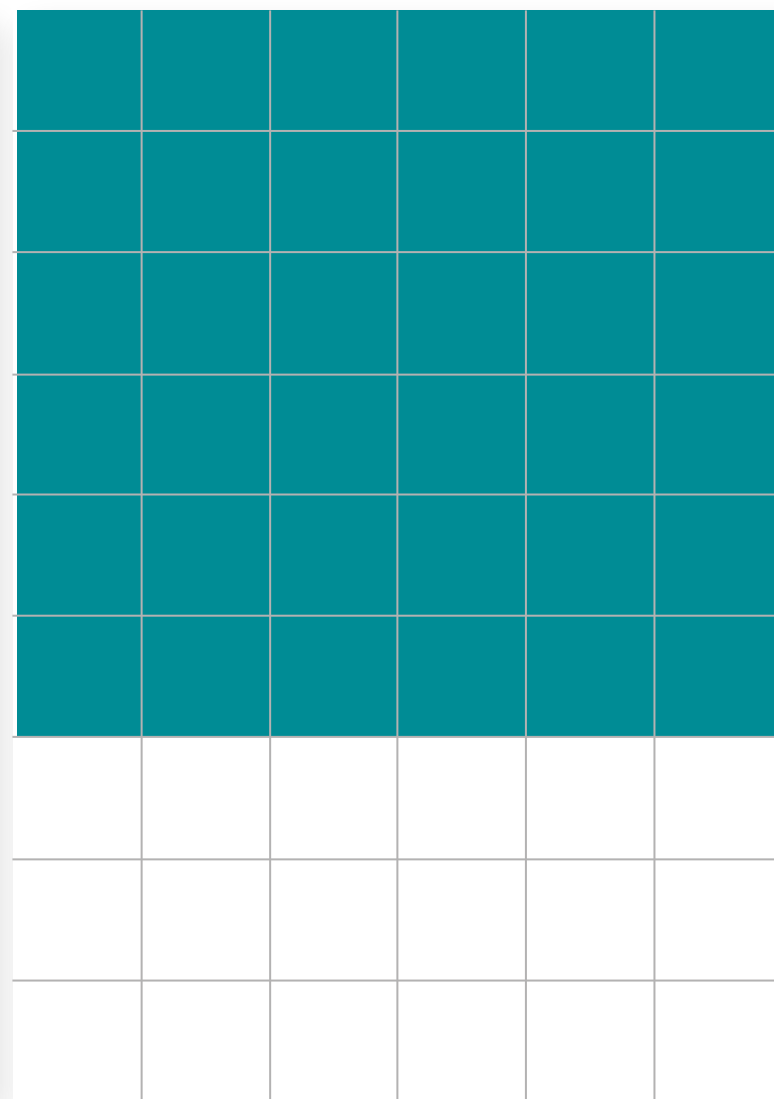
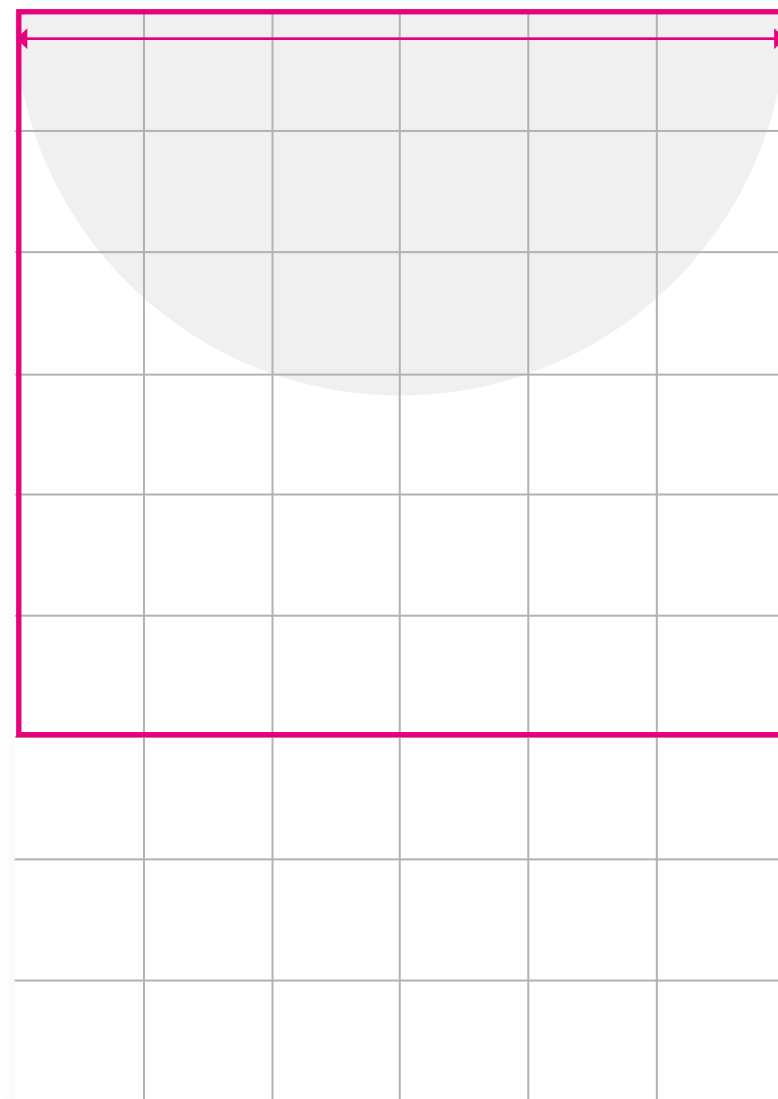
ПРИМЕР 1

ПРИМЕР 2

ПРИМЕР 3

ПРИМЕР 4

ПРИМЕР 5

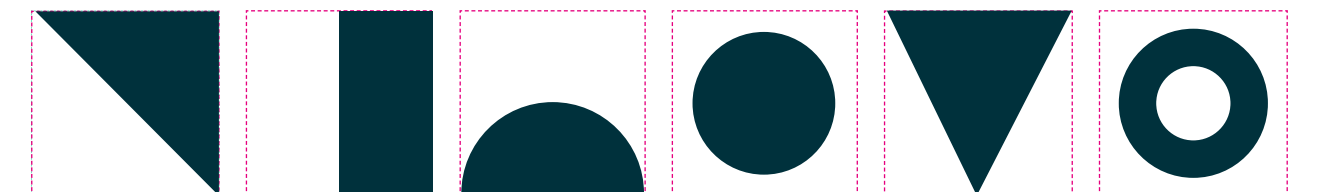


Второй шаг — **заполнение базовых модулей простыми модулями** паттерна СИБУРа. Более подробно об этом рассказано на следующих страницах.

Необязательно заполнять все базовые модули простыми модулями; можно использовать и макеты, состоящие только из базовых модулей.

При этом можно использовать различные сочетания цветов из цветовой палитры бренда.

ПРИМЕРЫ ПРОСТЫХ МОДУЛЕЙ

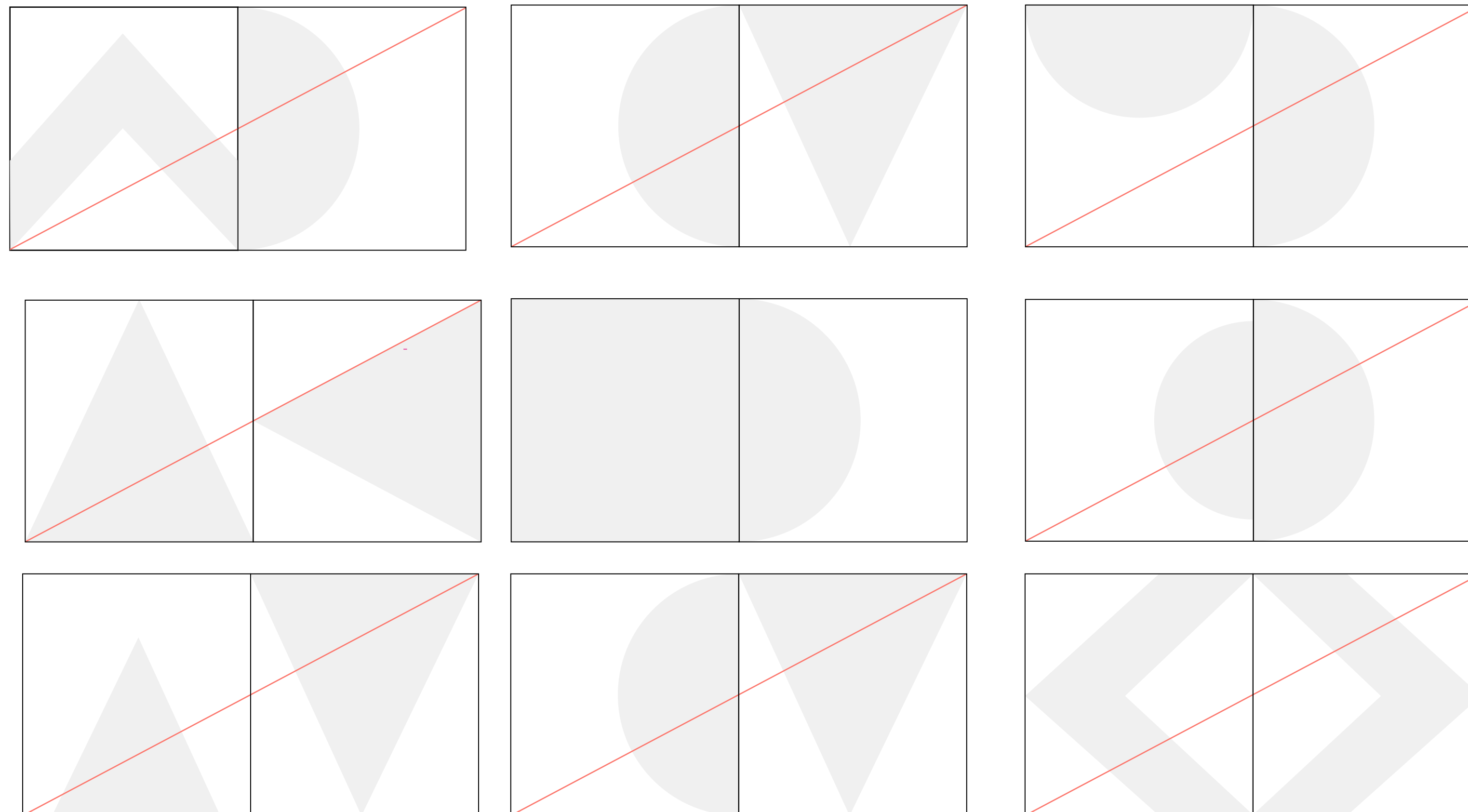


Использование — шаг 2. Правила работы с простыми модулями

СОЧЕТАНИЯ ФИГУР

Не допускается сочетать в одном макете треугольники или полуокруги разной ориентации.

Не допускается сочетать полуокруг с треугольником или с другим полуокругом.



Использование — шаг 3 Сложный модуль

ПОСТРОЕНИЕ ЧЕТЫРЕХУГОЛЬНИКА

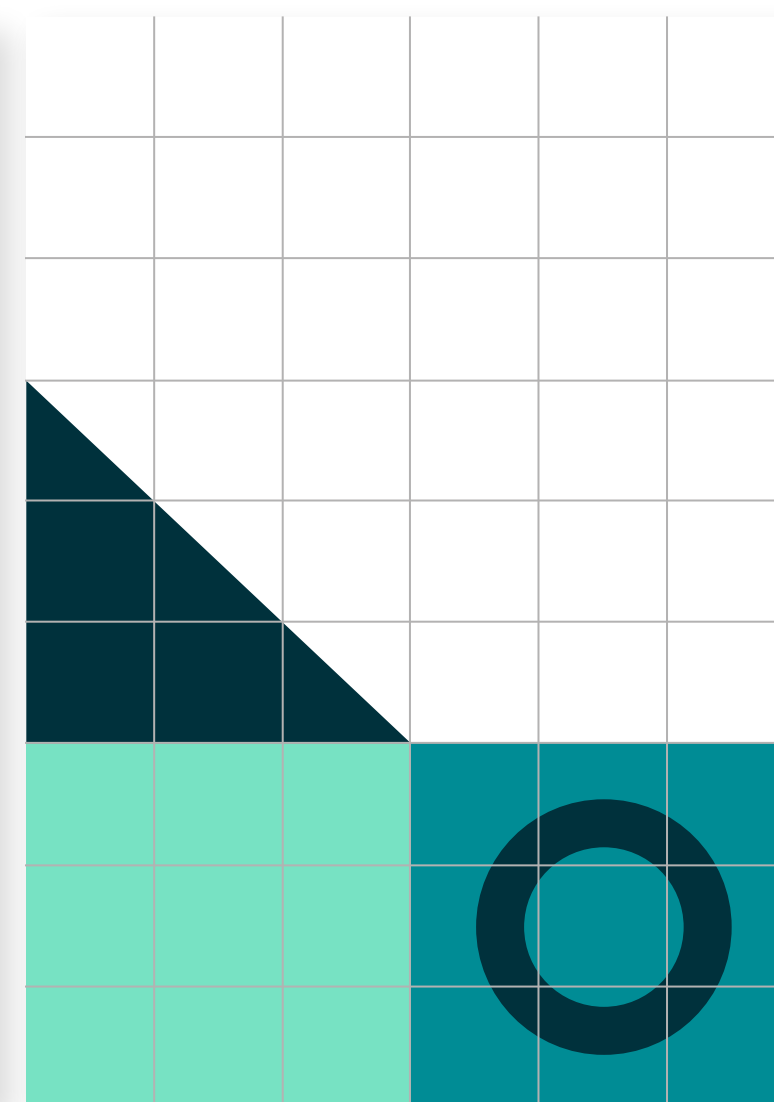
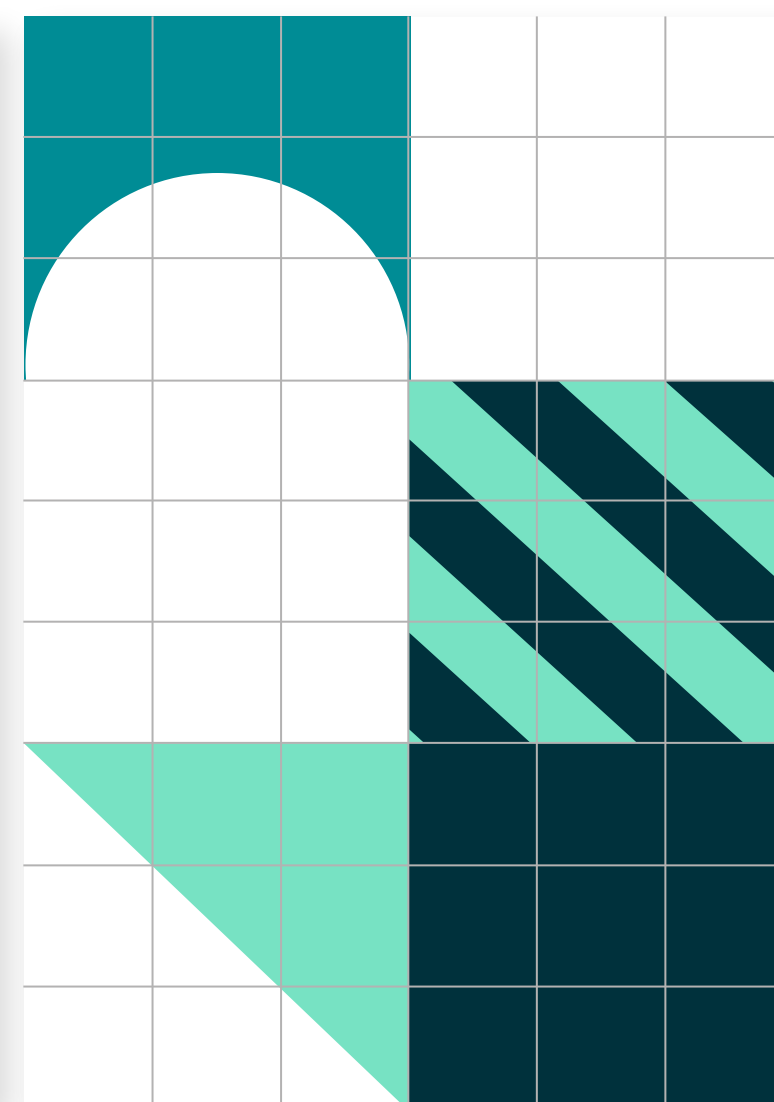
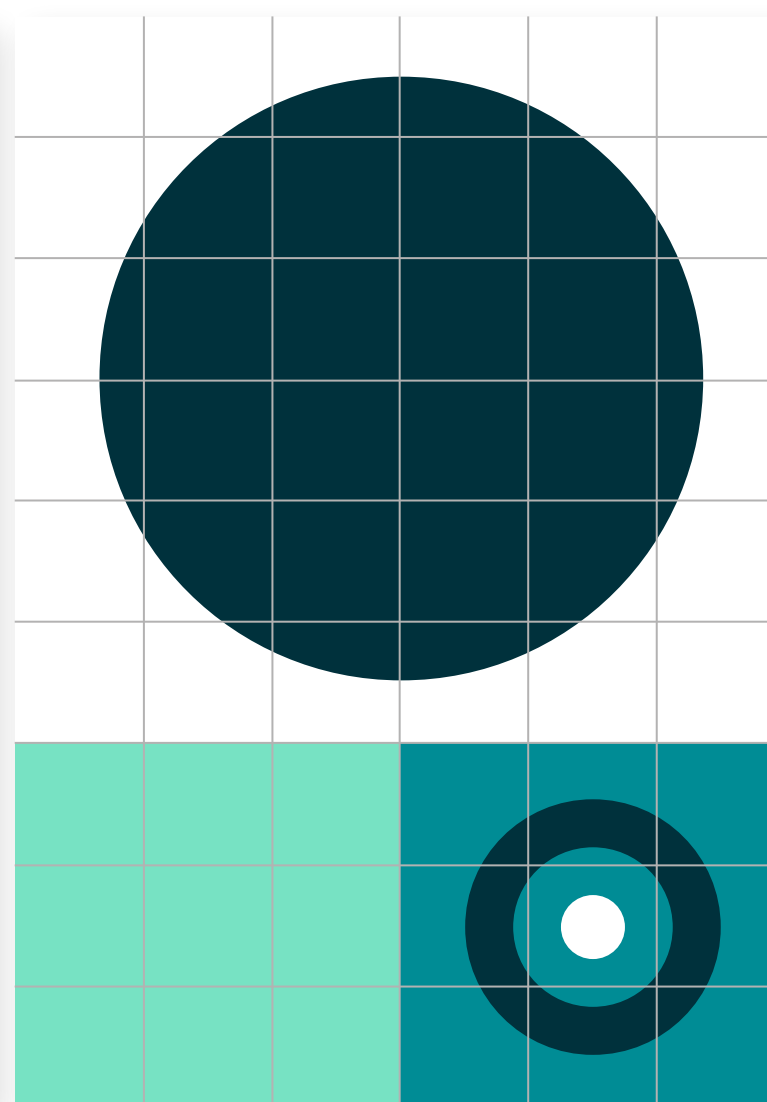
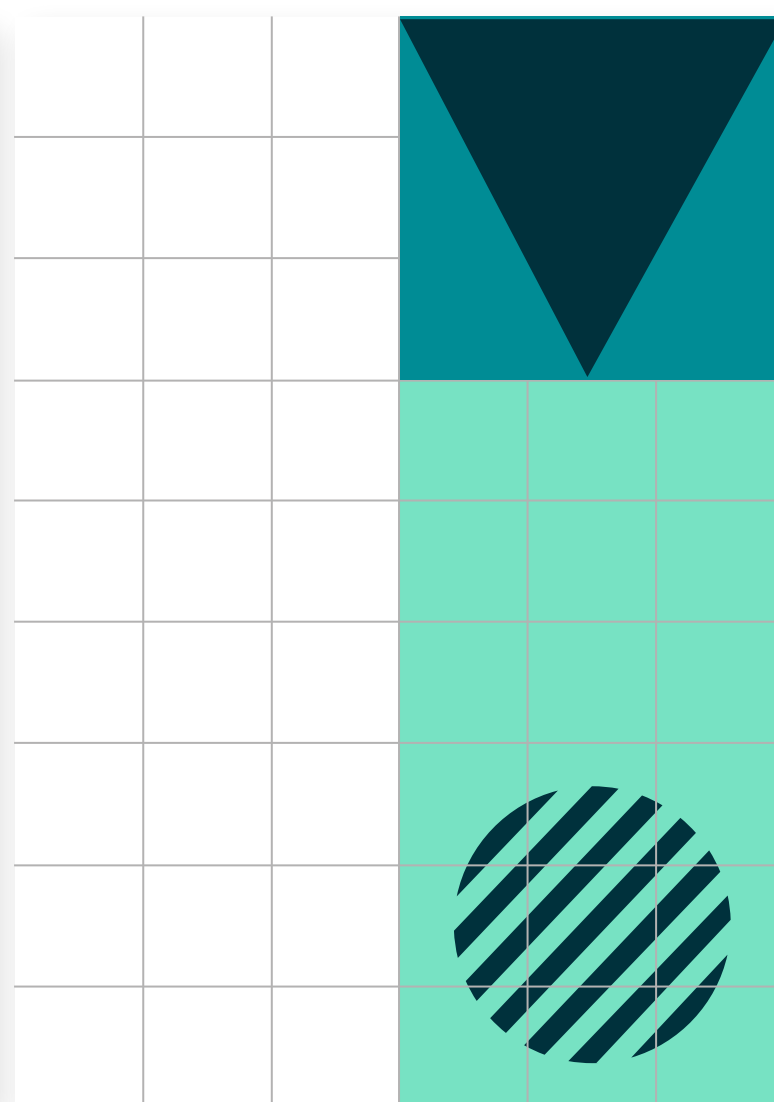
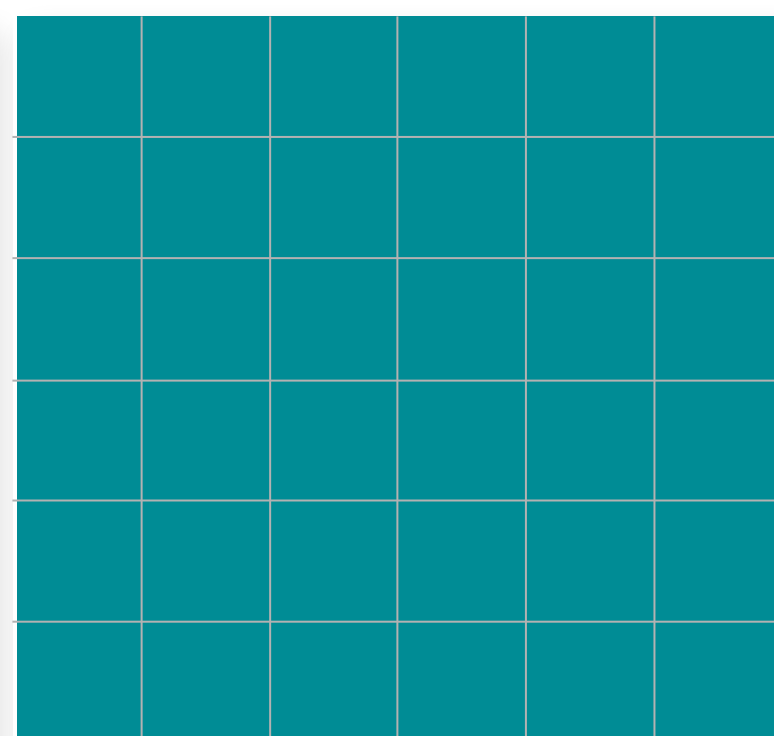
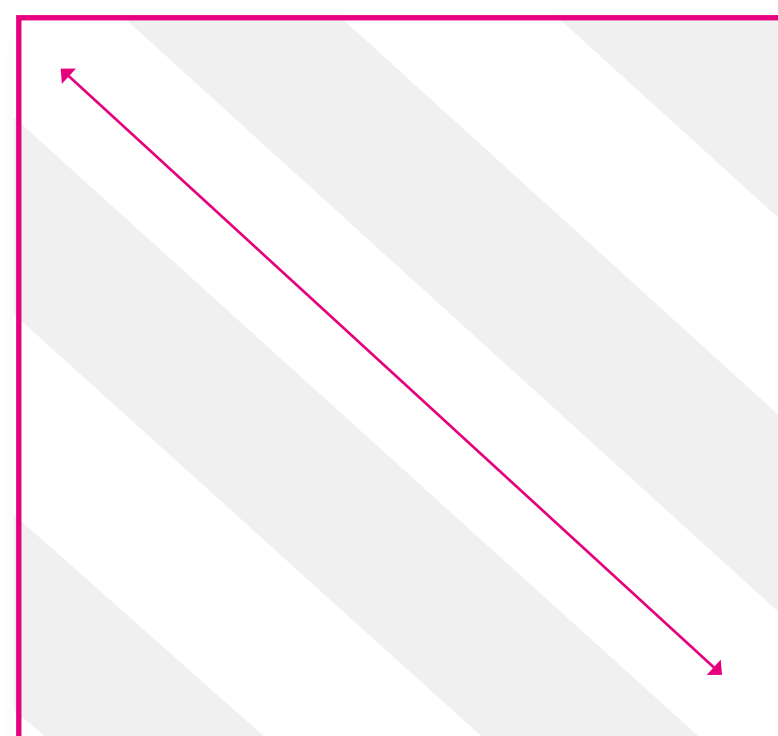
ПРИМЕР 1

ПРИМЕР 2

ПРИМЕР 3

ПРИМЕР 4

ПРИМЕР 5



Закончив работу с простыми модулями паттерна, можно для динамичности добавить к макету некоторые сложные модули.

Выполните пропорциональное масштабирование сложного модуля для размещения его в базовом модуле. При размещении круглых фигур и треугольников действуют те же правила, что и для простых модулей.

При добавлении сложных модулей соблюдайте чувство меры, не перегружайте ими макет.

При этом можно использовать различные сочетания цветов из цветовой палитры бренда.

ПРИМЕРЫ СЛОЖНЫХ МОДУЛЕЙ



Использование — шаг 4 Модули фотоизображений

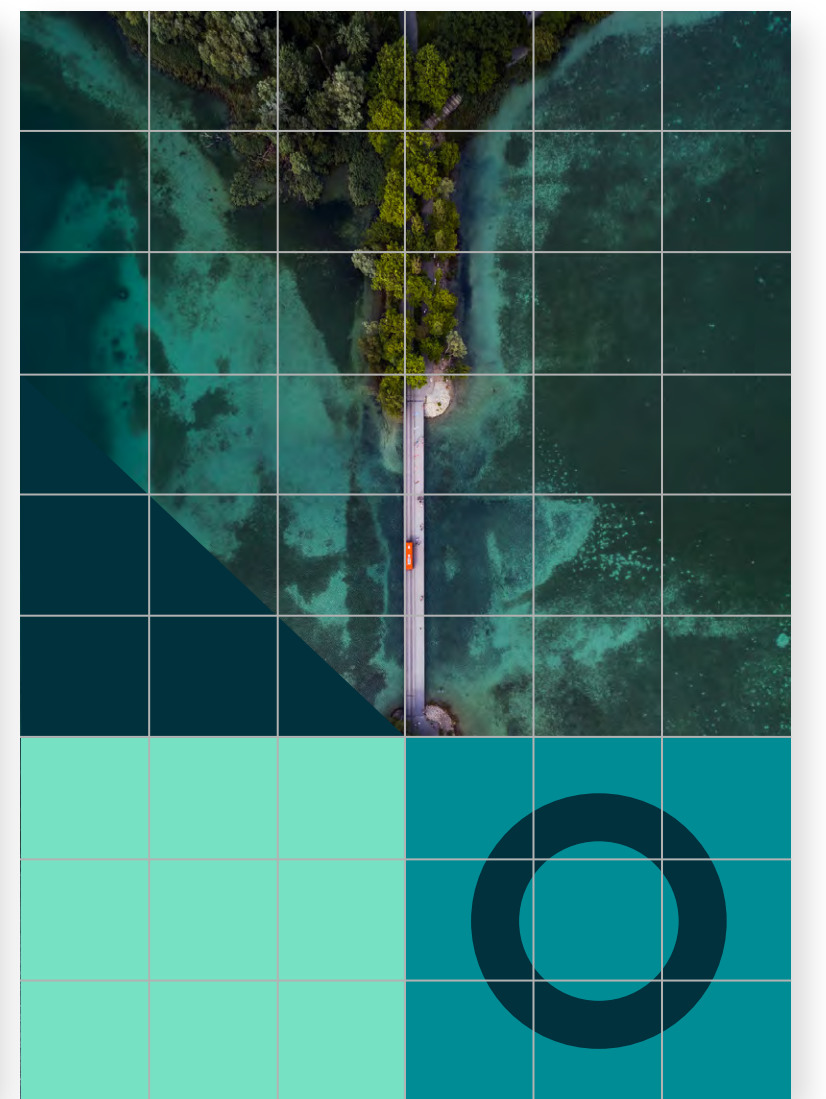
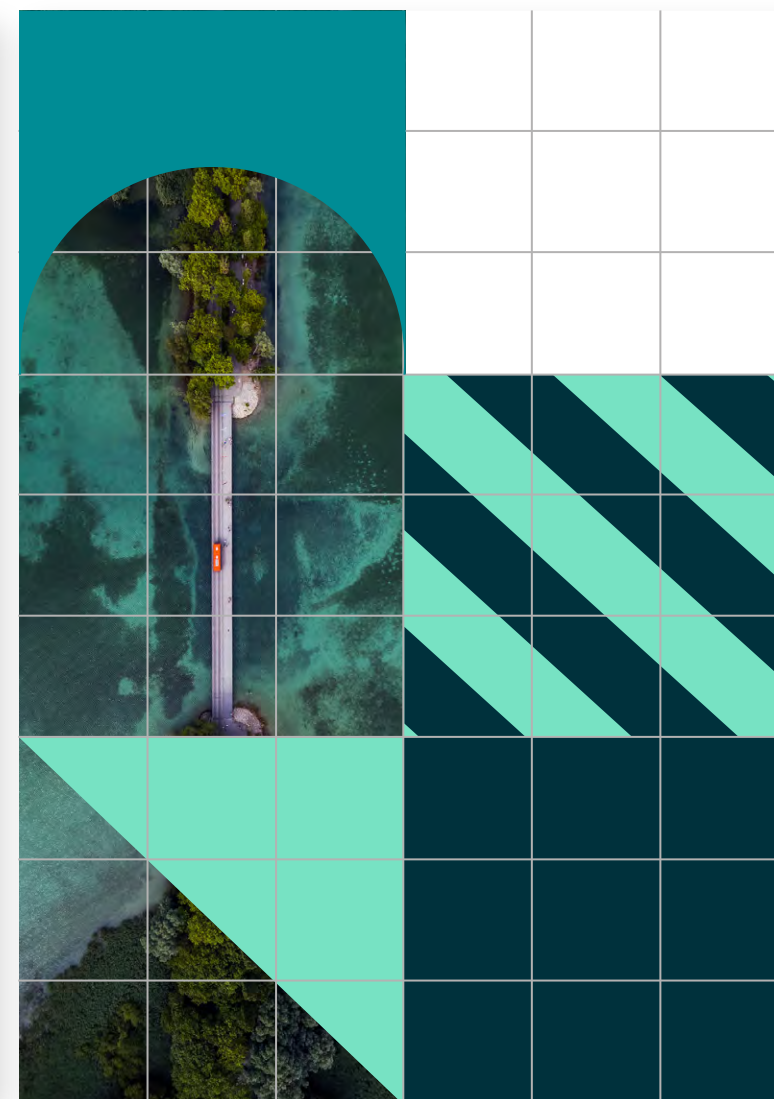
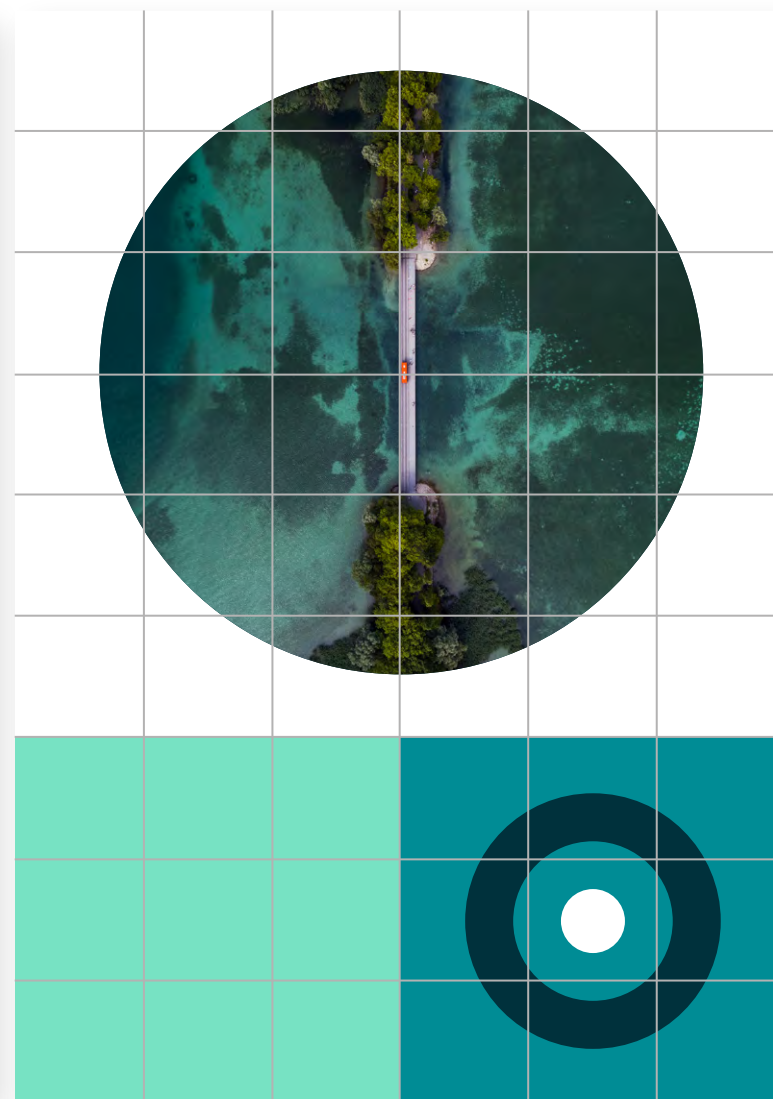
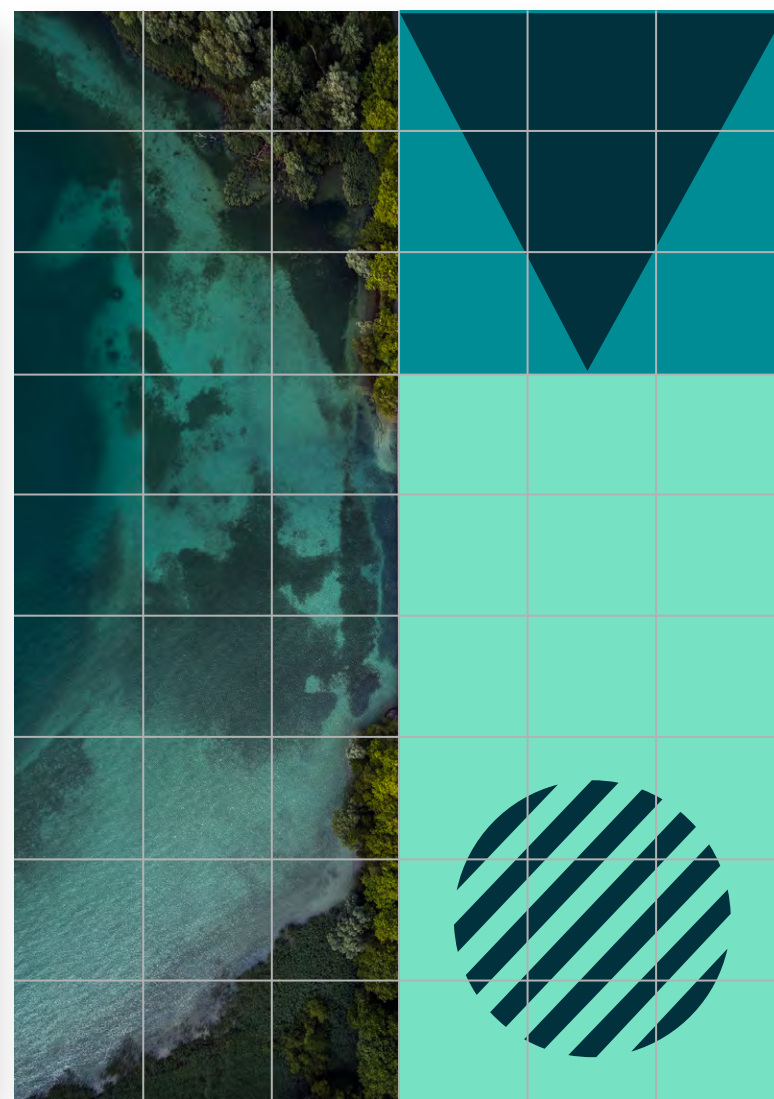
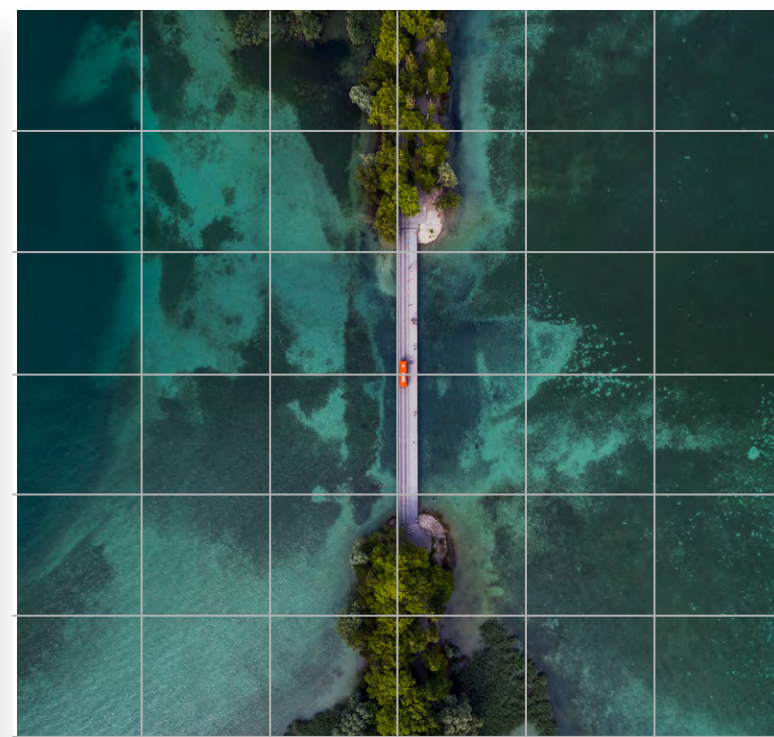
ПОСТРОЕНИЕ ЧЕТЫРЕХУГОЛЬНИКА

ПРИМЕР 1

ПРИМЕР 2

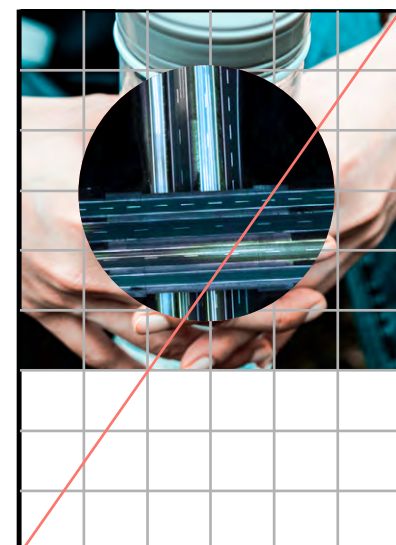
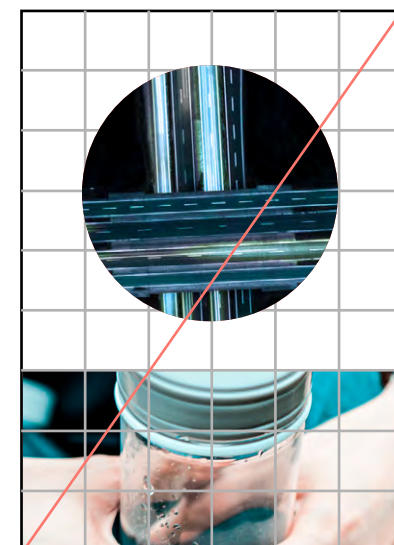
ПРИМЕР 3

ПРИМЕР 4



Некоторые из базовых и простых модулей можно заполнить фотографиями. Изображения можно разместить в любом из модулей; в пределах модуля их разрешается свободно масштабировать.

Количество фотоизображений в одном макете не должно превышать трех. Не следует перегружать фотоизображениями общую композицию макета.

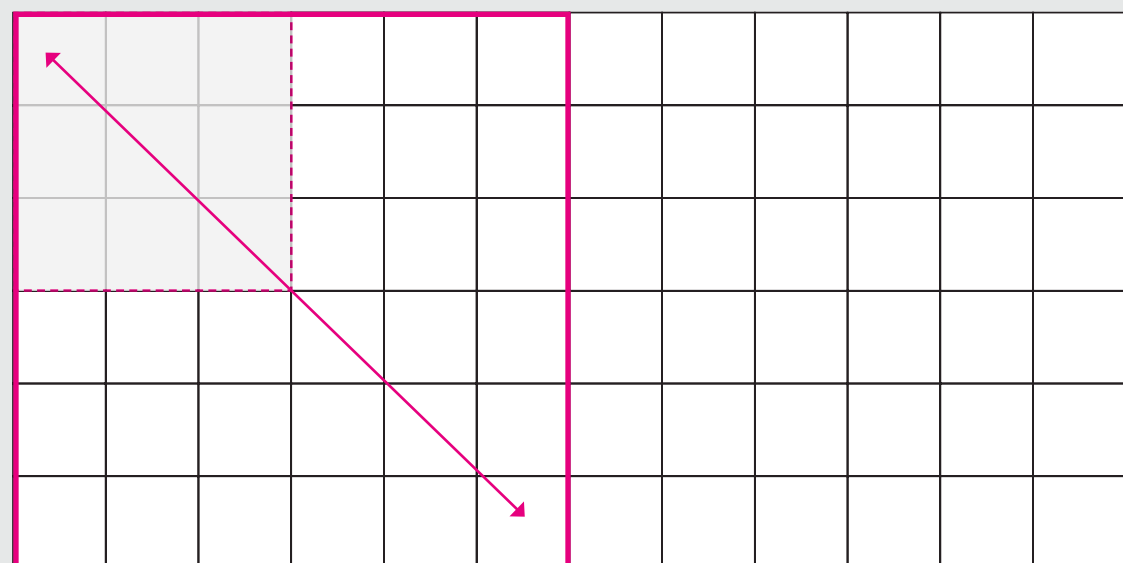


ПРИМЕРЫ МОДУЛЕЙ С ИЗОБРАЖЕНИЯМИ

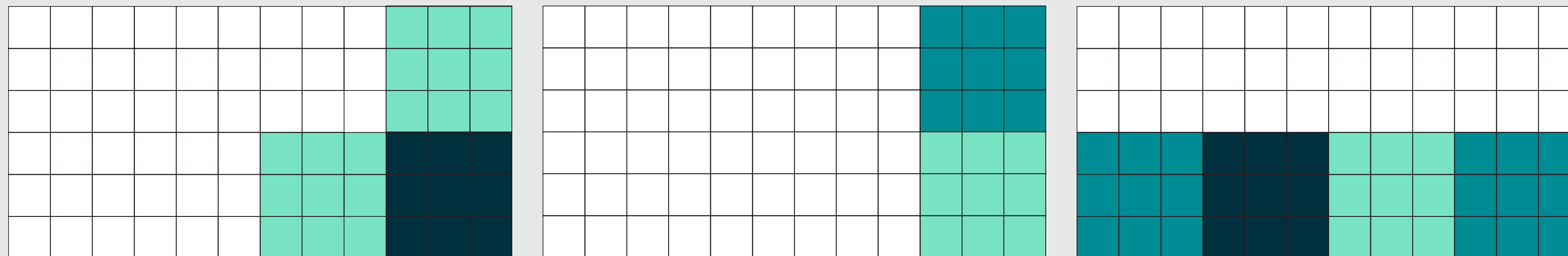


Использование Примеры

ШАГ 1: МОДУЛЬНАЯ СЕТКА – БАННЕР 3X6m



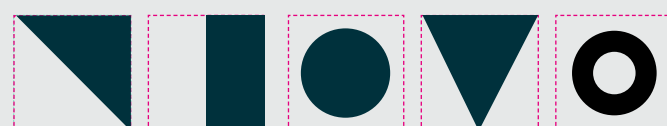
ШАГ 02: БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ



БАЗОВЫЕ МОДУЛИ



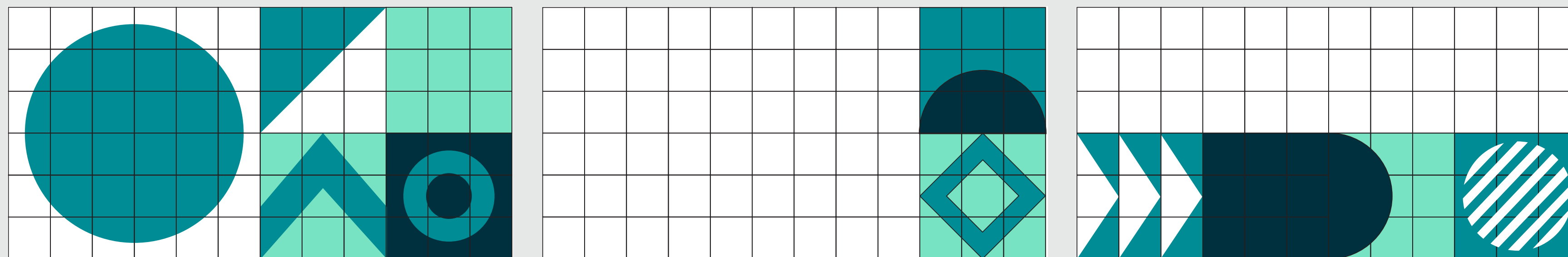
ПРИМЕРЫ ПРОСТЫХ МОДУЛЕЙ



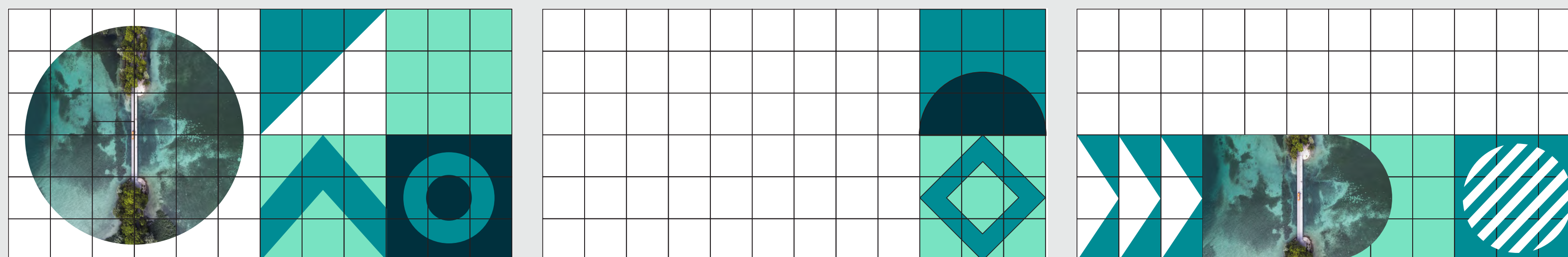
ПРИМЕРЫ СЛОЖНЫХ МОДУЛЕЙ



ШАГ 03-04: РАЗМЕСТИТЕ БАЗОВЫЕ И СЛОЖНЫЕ МОДУЛИ (ПАТТЕРН СТР. 37)

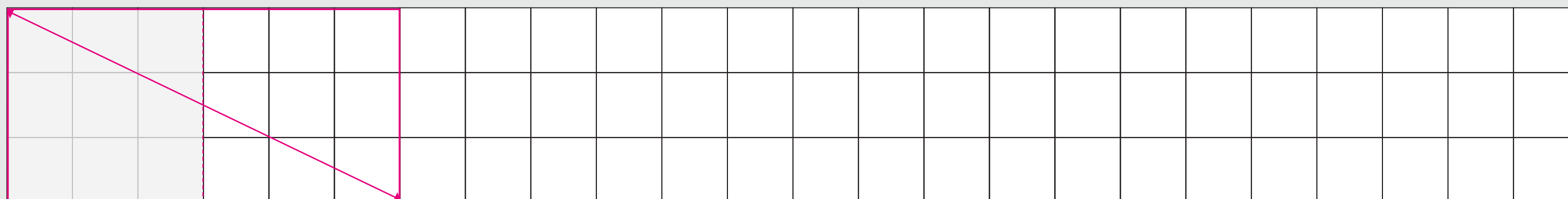


ШАГ 05: МОДУЛИ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ

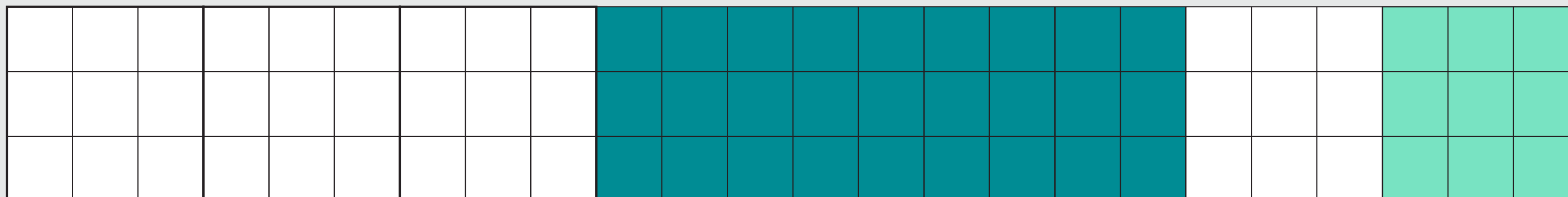


Использование Примеры

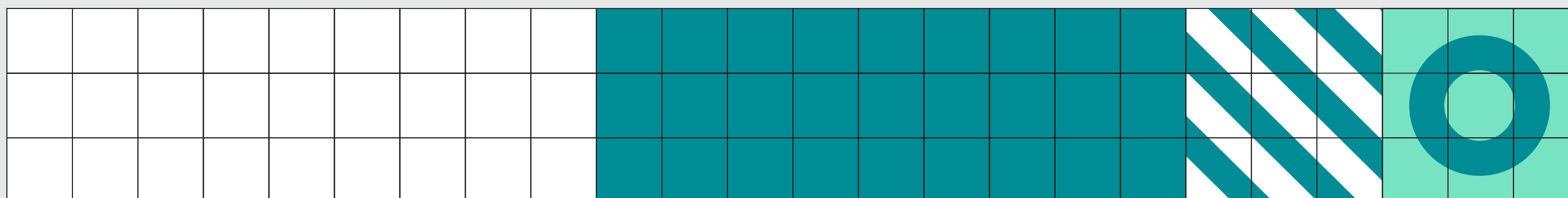
ШАГ 01: МОДУЛЬНАЯ СЕТКА – LEADERBOARD 728X90 PIXEL



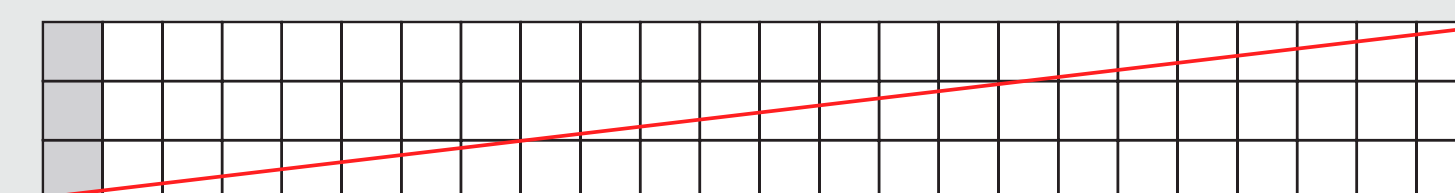
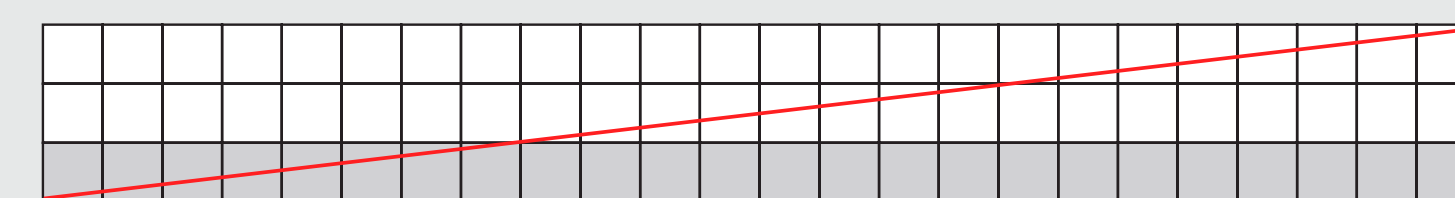
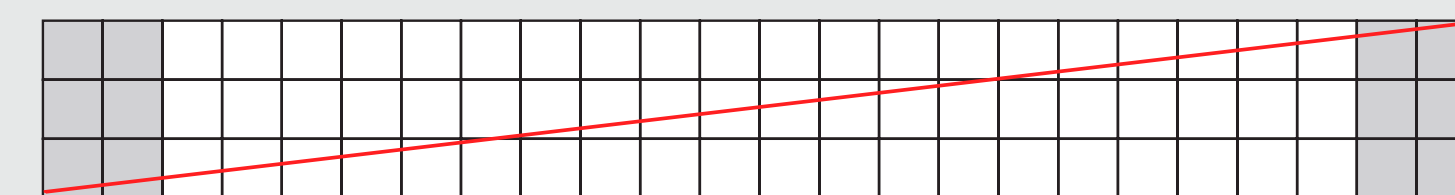
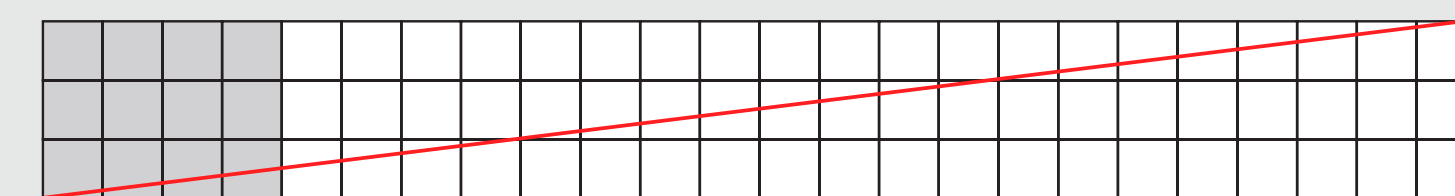
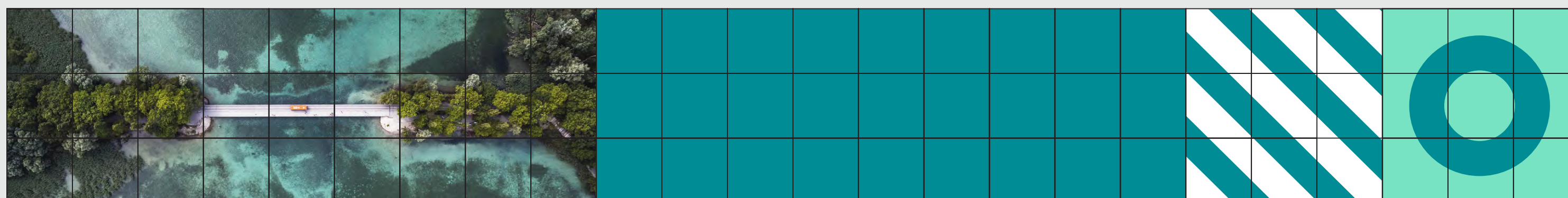
ШАГ 02: БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ



ШАГ 03–04: РАЗМЕСТИТЕ БАЗОВЫЕ И СЛОЖНЫЕ МОДУЛИ (ПАТТЕРН СТР. 37)



ШАГ 05: МОДУЛИ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ



БАЗОВЫЕ МОДУЛИ



ПРИМЕРЫ ПРОСТЫХ МОДУЛЕЙ



ПРИМЕРЫ СЛОЖНЫХ МОДУЛЕЙ



2.5 ТИПОГРАФИКА

- 2.5.1 Шрифт
- 2.5.2 Использование
- 2.5.3 Размещение
- 2.5.4 Примеры



Шрифт

Везде, где возможно, в качестве корпоративного шрифта мы используем **Roboto**.

Roboto — это семейство современных, легких для чтения рубленых шрифтов геометрического дизайна. Простые и незатейливые очертания символов располагают к открытости и доверию, воплощая в себе главный принцип нашей деятельности: **партнеры для прогресса**.



Открытость и легкость чтения



Геометрический дизайн

Здравствуйтесь, я Робобото!

Roboto Light

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

Roboto Regular

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

Roboto Bold

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



Если по техническим причинам невозможно использовать корпоративный шрифт, используйте вместо него системный шрифт Arial.

Использование

Заголовки лучше всего отражают наш подход к дизайну: использование в заголовках оранжевого акцентного цвета и комбинирование различных начертаний шрифта позволяет нам визуализировать принцип партнерства. Важное слово или часть выполненного одноцветного заголовка можно выделить оранжевым цветом и шрифтом жирного начертания.

ВАРИАНТ 1 предпочтительно использовать, если необходимо особо подчеркнуть какое-либо важное слово или предложение. Для такого выделения всегда следует использовать жирное начертание и акцентный цвет.

ВАРИАНТ 2 подходит для случаев, когда акцентный цвет уже использован в компоновке или изображениях (для выделения важных фрагментов) или есть ограничение по использованию цветов.

Основной текст выполняется черным, белым, либо темным оттенком сине-зеленого цвета (dark teal), в зависимости от точки контакта и области применения.

Междустрочный интервал определяется кеглем используемого шрифта и изменяется лишь незначительно в зависимости от категории и предназначения текста:

Крупные заголовки (от 80 pt)	100%
Малые заголовки и подзаголовки	110%
Основной текст (до 24 pt)	120%

ВАРИАНТ 1

Надзаголовок
Нормальное или тонкое начертание

(Факультативный надзаголовок)

Заголовок
Комбинация нормального и жирного начертания плюс цветовой акцент

Это
заголовок

Подзаголовок
Нормальное или жирное начертание, преимущественно верх. регистр

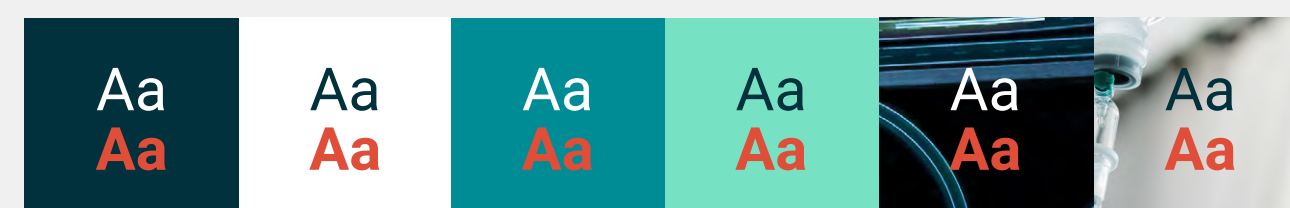
А ЭТО ПОДЗАГОЛОВОК

переменная величина

Основной текст
Нормальное и жирное начертание

Milis di ute parum laborru pturia di deni am ren-
dae **dolenisquam** id mi, quunt incte di consequ
atatqui volupta cusdae rerorehent.

Сочетания цветов



ВАРИАНТ 2

Надзаголовок
Нормальное или тонкое начертание

(Факультативный надзаголовок)

Заголовок
Комбинация нормального и жирного начертания

Это
заголовок

Подзаголовок
Нормальное или жирное начертание, преимущественно верх. регистр

а ЭТО ПОДЗАГОЛОВОК

переменная величина

переменная величина

Основной текст
Нормальное и жирное начертание

Milis di ute parum laborru pturia di deni am ren-
dae **dolenisquam** id mi, quunt incte di consequ
atatqui volupta cusdae rerorehent.

Сочетания цветов



2.5 Типографика

Размещение

Текст следует выравнять единообразно в пределах модульной сетки. Его можно размещать поверх выбранного паттерна или фотоизображений. Текст не должен выступать за границы фигур, использованных в оформлении макета.

1. НА МОДУЛЕ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ

Текст можно размещать поверх изображения в рамках отведенной для него площади набора. Текст должен быть визуально выделен и хорошо читаться.

2. НА БАЗОВЫХ МОДУЛЯХ

Текст можно размещать поверх базовой фигуры в рамках отведенной для него площади набора. Поля площади набора текста следует соблюдать также и для базовой фигуры.

3. НА ПРОСТЫХ МОДУЛЯХ

Текст можно размещать на простых фигурах в рамках отведенной для него площади набора. Выход за границы модулей не допускается.

ВЫРАВНИВАНИЕ ТЕКСТА

Текст следует всегда выравнять по левому полю площади набора текста.

При размещении текста внутри базового модуля важно выравнять текст не только по левому краю площади набора, но также по ее верхнему или нижнему краю. Не допускается размещать текст посередине модуля.

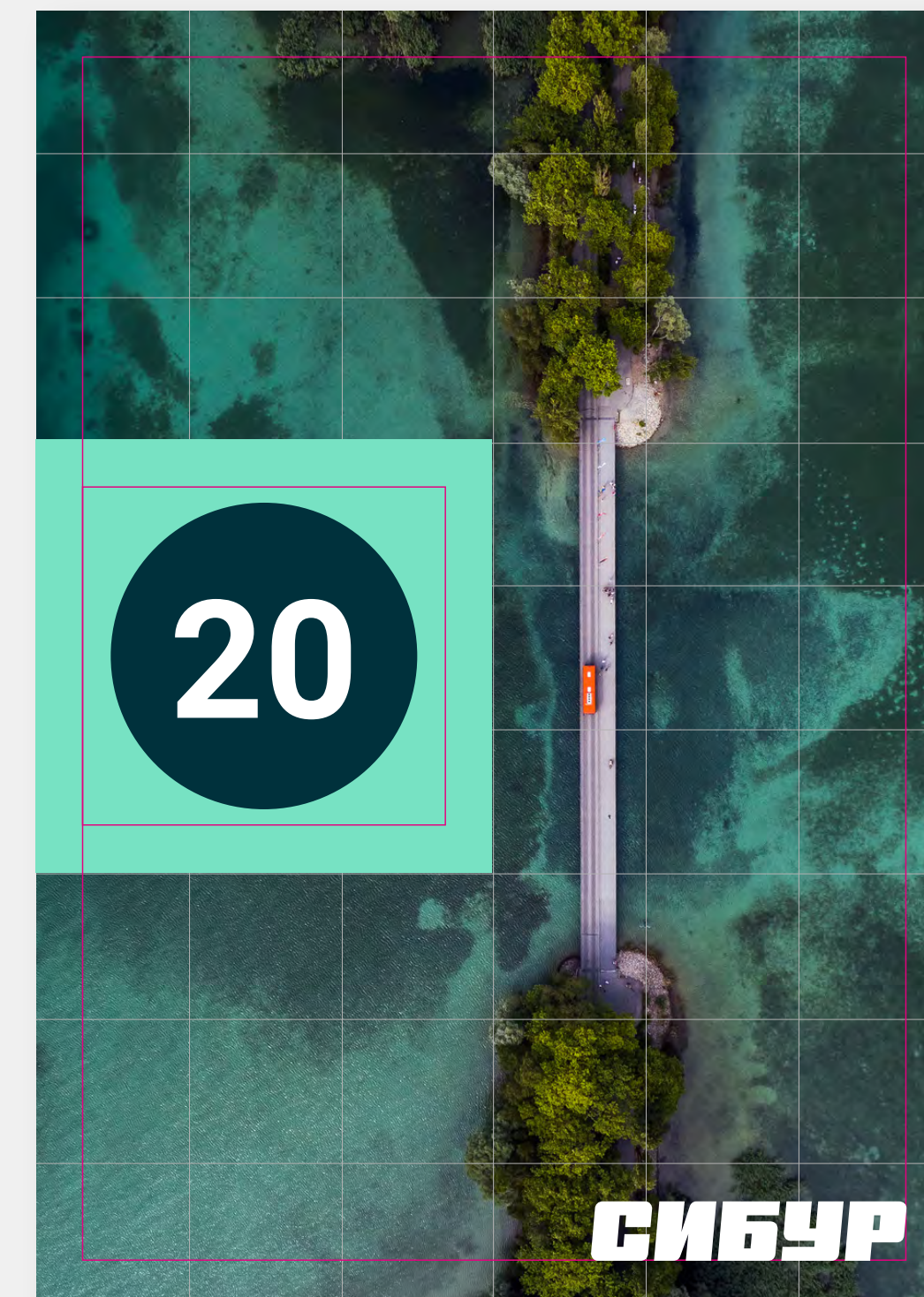
При размещении текста внутри блока, состоящего из нескольких модулей (т. е. имеющего размеры, превышающие 3x3), не обязательно выравнять его вертикально по верхнему или нижнему краю: в этом случае допускается выравнять текст по центру блока.



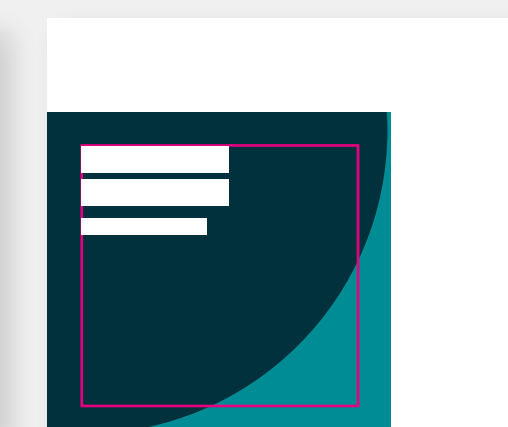
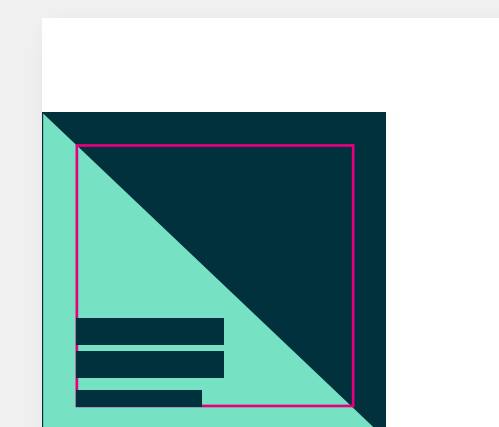
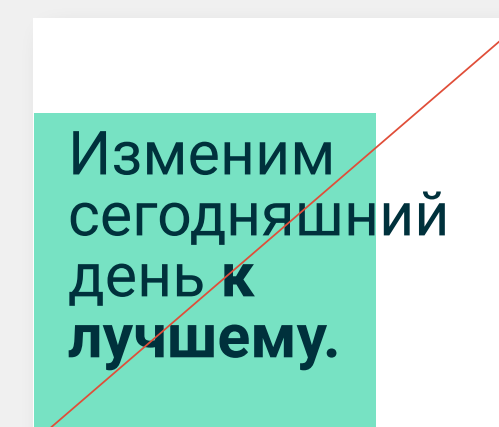
1. НА МОДУЛЕ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ



2. НА БАЗОВЫХ МОДУЛЯХ



3. НА ПРОСТЫХ МОДУЛЯХ



3. КОНТАКТЫ И ЮРИДИЧЕСКАЯ ОГОВОРКА

Если у вас есть вопросы или вам нужна какая-либо помощь во внедрении фирменного стиля СИБУР, обратитесь в функцию Корпоративные коммуникации и брендинг СИБУРа.

*Все использованные в настоящем документе изображения приведены только для наглядности. СИБУР не является владельцем прав на приведенные изображения.

Юридическая оговорка

Любой включенный в настоящий документ контент, защищенный авторскими правами третьих лиц, приводится исключительно для наглядности. Все права собственности сохраняются за законными правообладателями. Источники всех использованных изображений перечислены ниже.

АВТОРСКИЕ ПРАВА

© Getty Images (page 3, 5, 15, 44, 49)
<http://www.gettyimages.de/license/1301827337>

© Getty Images (page 6, 32, 35, 44, 48)
<http://www.gettyimages.de/license/651787898>

© Getty Images (page 7, 48, 66)
<http://www.gettyimages.de/license/522167377>

© Unsplash (page 8)
<https://unsplash.com/photos/sggw4-qDD54>

© Getty Images (page 9)
<http://www.gettyimages.de/license/1184542981>

© Unsplash (page 10)
<https://unsplash.com/photos/wn7dOzUh3Rs>

© Getty Images (page 13, 32, 43, 44, 46, 53, 54)
<http://www.gettyimages.de/license/909084582>

© Getty Images (page 15, 32, 42, 44, 45, 68)
<http://www.gettyimages.de/license/1291925661>

© Getty Images (page 15, 47, 66, 68)
<http://www.gettyimages.de/license/1185422782>

© Getty Images (page 16, 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1208358564>

© EyeEm (page 16, 49)
<https://www.eyeem.com/p/156772721>

© Getty Images (page 16, 50)
<http://www.gettyimages.de/license/904659086>

© Getty Images (page 16, 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1249821815>

© Getty Images (page 16, 45)
<http://www.gettyimages.de/license/688893849>

© Unsplash (page 32, 46)
<https://unsplash.com/photos/9xNf65C3ZR8>

© Getty Images (page 32, 37, 45)
<http://www.gettyimages.de/license/688893767>

© Getty Images (page 32, 35, 44, 50)
<http://www.gettyimages.de/license/1137593775>

© Getty Images (page 32, 35, 44, 50)
<http://www.gettyimages.de/license/1168731861>

© Getty Images (page 39)
<http://www.gettyimages.de/license/1300486106>

© Getty Images (page 39)
<http://www.gettyimages.de/license/1300486106>

© Getty Images (page 39)
<http://www.gettyimages.de/license/1248607727>

© Getty Images (page 44, 49, 68)
<http://www.gettyimages.de/license/1205756496>

© Getty Images (page 45)
<http://www.gettyimages.de/license/1272440297>

© Getty Images (page 45)
<http://www.gettyimages.de/license/1132321244>

© Getty Images (page 45)
<http://www.gettyimages.de/license/479977873>

© Photographer: Tim Tadder (page 45)
<https://www.timtadder.com>

© Photographer: Claudia Kempf (page 46)
<http://www.claudiakempf.com>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/90267592>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/101077120>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/180961815>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/147437000>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/180961815>

© EyeEm (page 46)
<https://www.eyeem.com/p/147437000>

© Getty Images (page 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1159378168>

© Getty Images (page 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1318048395>

© Getty Images (page 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1255983292>

© Getty Images (page 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1008101320>

© Getty Images (page 47)
<http://www.gettyimages.de/license/1252669202>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1252669202>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1292315355>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1148195855>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1166604662>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1036149068>

© Getty Images (page 48)
<http://www.gettyimages.de/license/1217803834>

© Getty Images (page 49)
<http://www.gettyimages.de/license/11129335362>

© Getty Images (page 49)
<http://www.gettyimages.de/license/482173385>

© EyeEm (page 49)
<https://www.eyeem.com/p/147576238>

© EyeEm (page 49)
<https://www.eyeem.com/p/177896908>

© Getty Images (page 50)
<http://www.gettyimages.de/license/1303919221>

© Getty Images (page 50)
<http://www.gettyimages.de/license/1338279610>

© Getty Images (page 51)
<http://www.gettyimages.de/license/1286642964>

© Getty Images (page 51)
<http://www.gettyimages.de/license/1304731822>

© Getty Images (page 51)
<http://www.gettyimages.de/license/867154050>

© Getty Images (page 51)
<http://www.gettyimages.de/license/181900903>

© Getty Images (page 51)
<http://www.gettyimages.de/license/1317048915>

© Unsplash (page 51)
<https://unsplash.com/photos/wydFqS6wgEc>

© Getty Images (page 14, 15, 16, 20, 32, 36, 37, 44, 47, 52, 66, 67)
<http://www.gettyimages.de/license/1161665543>