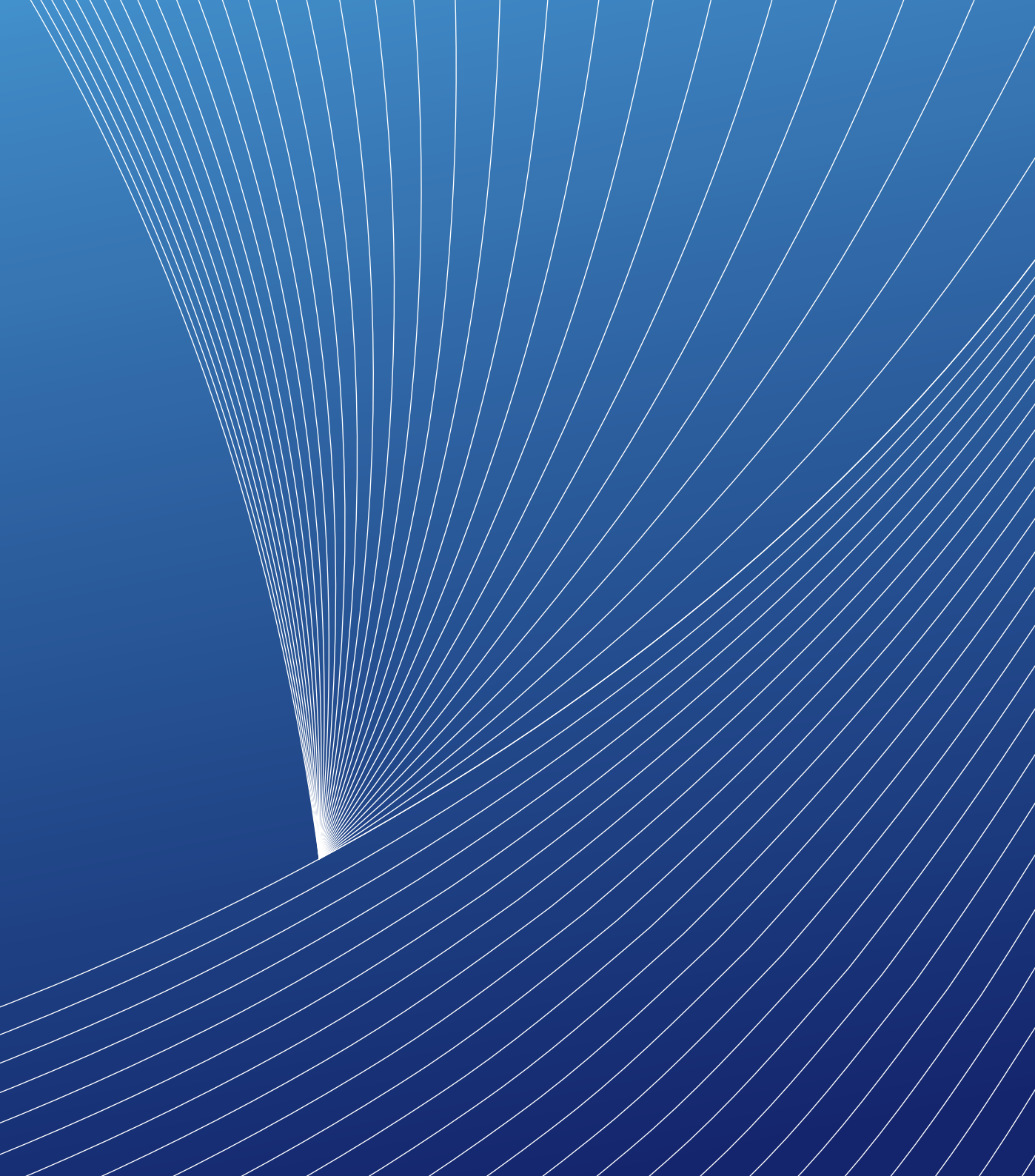


Основные элементы фирменного стиля



2. Основные элементы фирменного стиля

2.1. Логотип

Логотип является главным визуальным идентификатором организации, позволяет добиться формирования целостного восприятия бренда аудиторией. Комбинированный товарный знак образован лентой Мебиуса и и шрифтовым блоком (надпись в русскоязычном логотипе – РОСАТОМ, в англоязычном – ROSATOM). Лента, внешняя сторона которой представляет собой окружность, поделена на три сектора – разделителями служат три тонкие белые линии, разрезающие ленту поперек. В центре белого пространства внутри ленты находится маленький шар. Шар и лента выполнены в синем цвете с теневыми переходами так, что в различных местах логотипа цвет может варьироваться от темно-синего до голубого.

В вертикально ориентированной версии логотипа под лентой находится надпись в русскоязычном логотипе – РОСАТОМ (в англоязычном – ROSATOM), выполненная прописными символами серого цвета. В горизонтальной версии надпись размещается справа от фирменного знака.

Главный символизм фирменного знака – лента Мебиуса, характеризующая движение, развитие, динамичность, цикличность жизни, и шар, помещенный во внутреннем пространстве ленты, символизирующий атомное ядро. Логотип раскрывает сферу интересов и деятельности российской атомной отрасли, передает динамику и одновременно устойчивость процессов. Гамма синих цветов передает ощущение уверенности, чистоты.

2.1.1. Структура логотипа



Рисунок 1. Шрифтовой блок.

Рисунок 3. Вертикально ориентированный русскоязычный логотип.

Рисунок 2. Фирменный знак.

Рисунок 4. Вертикально ориентированный англоязычный логотип.

2.1.2. Модификации логотипа

Русскоязычный логотип

Комбинированный логотип Госкорпорации «Росатом» образован объединением фирменного знака (ленты Мебиуса) и шрифтового блока с именем бренда.

Надпись РОСАТОМ, размещенная под фирменным знаком, выполнена прописными символами в двух начертаниях шрифта Rosatom (Bold и Regular).



РОСАТОМ

1.



РОСАТОМ

2.



РОСАТОМ

3.



РОСАТОМ

4.

Рисунок 1. Вертикально ориентированный русскоязычный логотип.

Рисунок 2. Горизонтально ориентированный русскоязычный логотип.

Рисунок 3. Минимальный размер фирменного знака $h = 12$ мм.

Рисунок 4. Минимальный размер фирменного знака $h = 8$ мм.

Англоязычный логотип

Для представления Госкорпорации «Росатом» на международном уровне предусмотрена версия логотипа с англоязычным начертанием наименования организации. Шрифт идентичен русскоязычному

логотипу. Пропорции русскоязычного и англоязычного логотипов совпадают, принципы использования логотипа на всех носителях едины.



ROSATOM

5.



ROSATOM

6.



ROSATOM

7.



ROSATOM

8.

Рисунок 5. Вертикально ориентированный англоязычный логотип.

Рисунок 6. Горизонтально ориентированный англоязычный логотип.

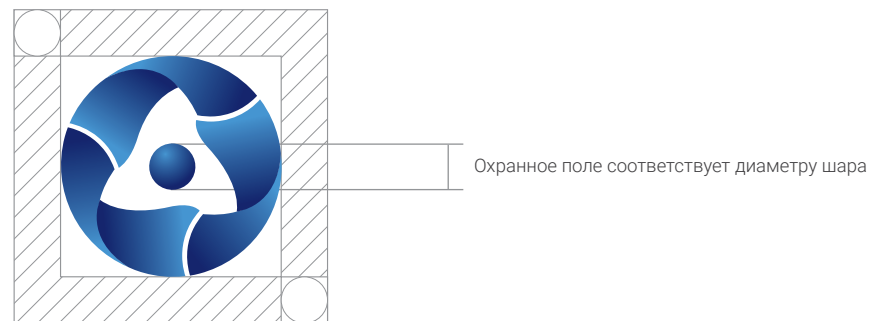
Рисунок 7. Минимальный размер фирменного знака $h = 12$ мм.

Рисунок 8. Минимальный размер фирменного знака $h = 8$ мм.

2.1.3. Охранное поле логотипа

Охранное поле логотипа является его неотъемлемой частью. Это свободное пространство, окружающее логотип со всех сторон, визуальное выделяющее логотип на полосе носителя и привлекающее к нему внимание.

На рисунках представлено охранное поле русскоязычного, англоязычного логотипов и фирменного знака. Располагать какие-либо текстовые или графические объекты внутри указанного поля запрещено.



1.

Рисунок 1. Фирменный знак.



2.

Рисунок 2. Вертикально ориентированный русскоязычный логотип.



3.

Рисунок 3. Вертикально ориентированный англоязычный логотип.



4.

Рисунок 4. Горизонтально ориентированный русскоязычный логотип.



5.

Рисунок 5. Горизонтально ориентированный англоязычный логотип.

2.1.4. Корректное воспроизведение логотипа

Корректные способы воспроизведения вертикально ориентированного логотипа (русскоязычной и англоязычной модификаций) на разных фонах идентичны.

Разрешается:

использовать полноцветный вариант логотипа на белом фоне (рисунок 1);

использовать логотип на белой плашке, размер которой соответствует охранному полю логотипа, во всех случаях постановки полноцветного фирменного знака на цветной фон или фотоизображение (рисунок 2);

использовать логотип в один цвет Pantone Black для факсимильного письма (рисунок 3);

использовать логотип в один цвет Pantone White на градиентном контрастном фоне (рисунок 4);

использовать фирменный знак в один цвет Pantone 660 C в особых случаях (шелкография и подобное) (рисунок 5);

использовать черно-белый градиент в фирменном знаке, подобный полноцветному при черно-белой печати (рисунок 6);

использовать логотип в один цвет Pantone White на однородном контрастном изображении или фотографии (рисунок 7);

использовать логотип в один цвет Pantone White на цветном однородном фоне (рисунок 8).



Корректные способы воспроизведения горизонтально ориентированного логотипа (русскоязычной и англоязычной модификаций) на разных фонах идентичны.

Разрешается:

использовать полноцветный вариант логотипа на белом фоне (рисунок 9);

использовать логотип на белой плашке, размер которой соответствует охранному полю логотипа, во всех случаях постановки полноцветного фирменного знака на цветной фон или фотоизображение (рисунок 10);

использовать логотип в один цвет Pantone Black для факсимильного письма (рисунок 11);

использовать логотип в один цвет Pantone White на градиентном контрастном фоне (рисунок 12);

использовать фирменный знак в один цвет Pantone 660 C в особых случаях (шелкография и подобное) (рисунок 13);

использовать черно-белый градиент в фирменном знаке, подобный полноцветному при черно-белой печати (рисунок 14);

использовать логотип в один цвет Pantone White на однородном контрастном изображении или фотографии (рисунок 15);

использовать логотип в один цвет Pantone White на цветном однородном фоне (рисунок 16).



9.



12.



15.



10.



13.



16.



11.



14.

2.1.5. Некорректное воспроизведение логотипа

Запрещается применение некорректных способов воспроизведения вертикально и горизонтально ориентированного логотипа (на фоне и без него) (рисунки 1–18), противоречащих корректным способам воспроизведения, описанным в разделе 2.1.4.

Некорректные способы воспроизведения русскоязычной и англоязычной версий логотипа идентичны.



* кроме случаев описанных в разделе Совместное использование логотипов организаций.

2.1.6. Правила оформления дескриптора, адресных элементов и адресного блока

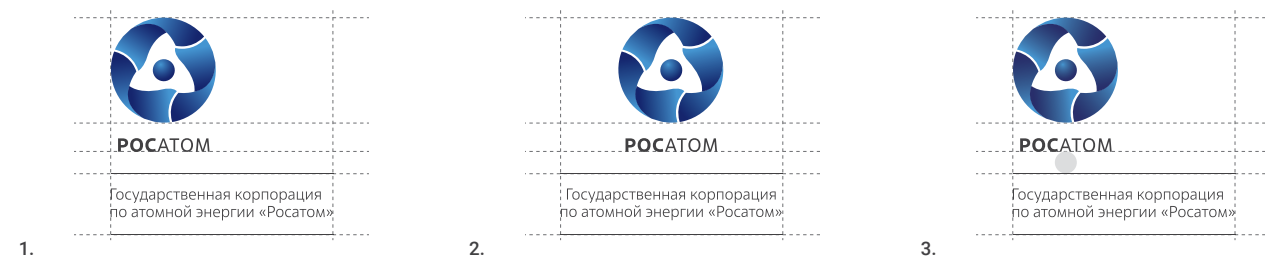
Правила оформления дескриптора

Дескриптор – текстовый блок, состоящий из полного наименования организации, сопровождающий логотип на различных видах носителей. В написании дескриптора используется фирменный шрифт Rosatom (модификация Light). Минимально возможный размер шрифта, используемого в дескрипторе – 5 pt. Размер шрифта изменяется в зависимости от размера макета с соблюдением пропорций.

Использование с вертикально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с вертикальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 1. Основная версия совместного использования логотипа и дескриптора. Логотип и дескриптор выравниваются по левому краю. Ширина дескриптора фиксированная.



1. 2. 3.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

Рисунок 2. Дополнительная версия совместного использования логотипа и дескриптора. Логотип и дескриптор выравниваются по центру. Ширина дескриптора фиксированная. Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 3. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором.

Рисунок 4. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором.

Рисунок 5. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком внутри дескриптора.

Рисунок 6. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком внутри дескриптора.

Рисунок 7. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором, расположенным справа от логотипа.

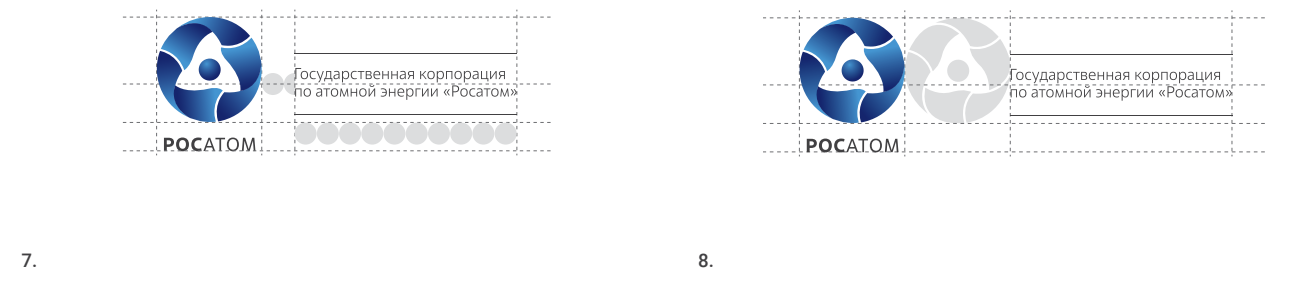
Рисунок 8. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором, расположенным справа от логотипа.

Рисунок 9. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором без направляющих линий **.

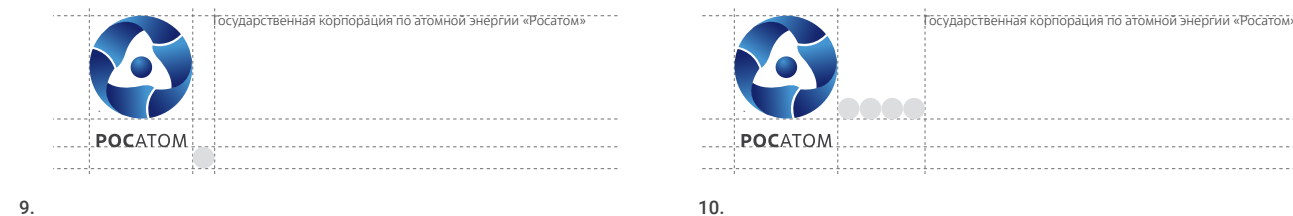
Рисунок 10. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором без направляющих линий **.



4. 5. 6.



7. 8.



9. 10.

** Сочетание вертикально ориентированного логотипа Госкорпорации «Росатом» с дескриптором без направляющих является исключением и используется только в макете персональной визитной карточки.

Использование с горизонтально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с горизонтальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 11. Основная версия совместного использования логотипа и дескриптора. Логотип и дескриптор выравниваются по левому краю. Ширина дескриптора фиксированная.

Рисунок 12. Дополнительная версия совместного использования логотипа и дескриптора. Логотип и дескриптор выравниваются по центру. Ширина дескриптора фиксированная. Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 13. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором.

Рисунок 14. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором.

Рисунок 15. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком внутри дескриптора.

Рисунок 16. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком внутри дескриптора.

Рисунок 17. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором, расположенным справа от логотипа.

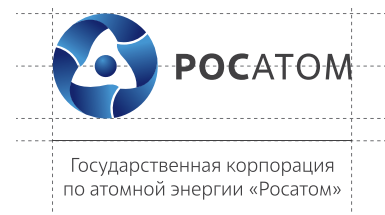
Рисунок 18. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором без направляющих линий **.

Рисунок 19. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором, расположенным справа от логотипа.

Рисунок 20. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором без направляющих линий **.



11.



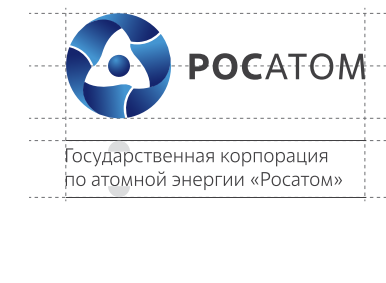
12.



13.



14.



15.



16.



17.



18.



19.



20.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

** Сочетание горизонтально ориентированного логотипа Госкорпорации «Росатом» без направляющих с сокращенным дескриптором является исключением и используется только в макете таблички у входа.

Правила оформления адресных элементов

В зависимости от носителя дескриптор может дополняться следующими адресными элементами:

Адрес сайта

Использование с вертикально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с вертикальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 21. Основная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса сайта. Логотип, дескриптор и адрес сайта выровнены по левому краю. Ширина дескриптора фиксированная.

Рисунок 22. Дополнительная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса сайта. Логотип, дескриптор и адрес

сайта выровнены по центру. Ширина дескриптора фиксированная. Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 23. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта.

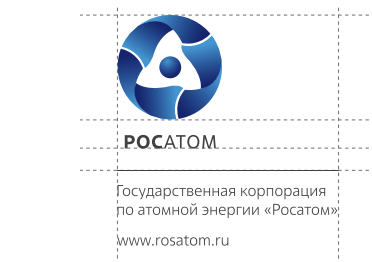
Рисунок 24. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта.

Рисунок 25. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом сайта.

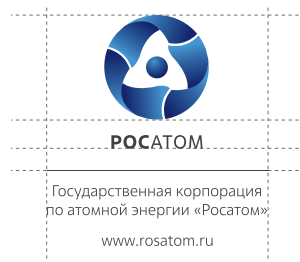
Рисунок 26. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом сайта.

Рисунок 27. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта, расположенным справа от логотипа.

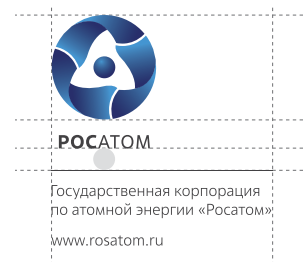
Рисунок 28. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта, расположенным справа от логотипа.



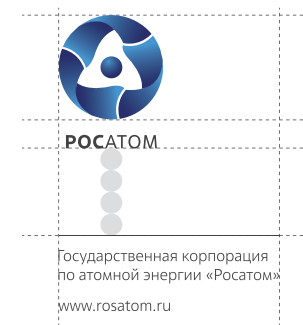
21.



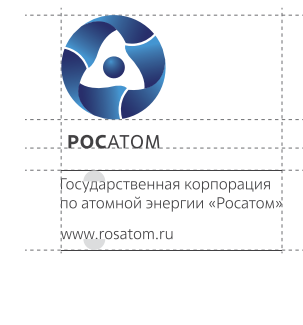
22.



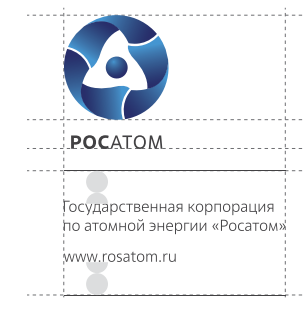
23.



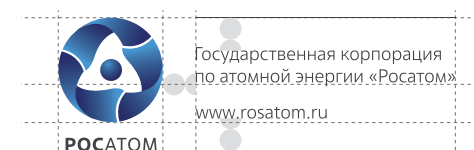
24.



25.



26.



27.



28.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

Использование с горизонтально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с горизонтальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 29. Основная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса сайта. Логотип, дескриптор и адрес сайта выровняются по левому краю. Ширина дескриптора фиксированная.

Рисунок 30. Дополнительная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса сайта. Логотип, дескриптор и адрес сайта выровняются по центру. Ширина дескриптора фиксированная.

Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 31. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта.

Рисунок 32. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта.

Рисунок 33. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом сайта.

Рисунок 34. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом сайта.

Рисунок 35. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта, расположенным справа от логотипа.

Рисунок 36. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом сайта, расположенным справа от логотипа.



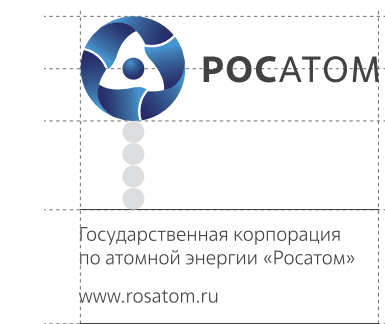
29.



30.



31.



32.



33.



34.



35.



36.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

Адрес

Использование с вертикально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с вертикальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 37. Основная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса. Логотип, дескриптор и адрес выравниваются по левому краю.

Рисунок 38. Дополнительная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса. Логотип, дескриптор и адрес выравниваются по центру. Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 39. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом.

Рисунок 40. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом.

Рисунок 41. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом.

Рисунок 42. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом

Рисунок 43. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом, расположенным справа от логотипа.

Рисунок 44. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом, расположенным справа от логотипа.



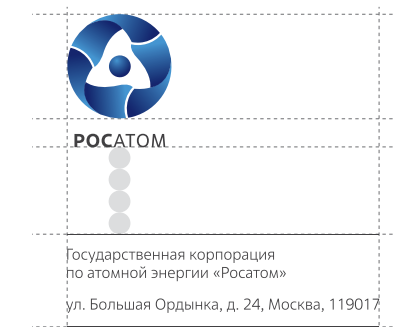
37.



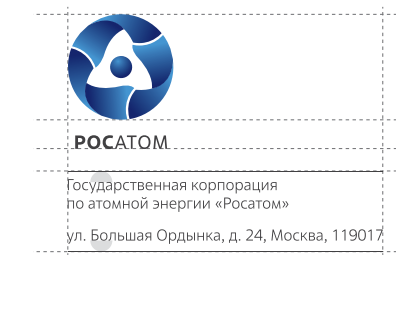
38.



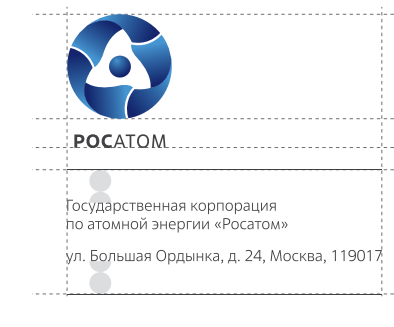
39.



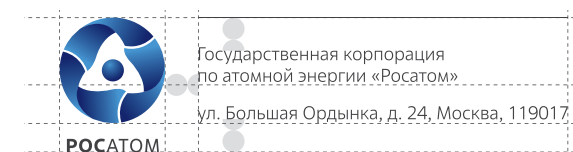
40.



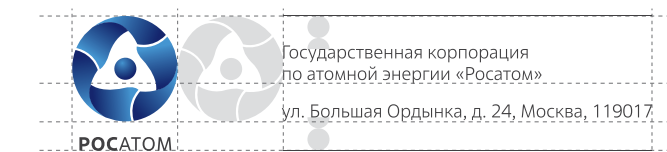
41.



42.



43.



44.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

Использование с горизонтально ориентированным логотипом *

Правила, описанные в настоящем пункте, применяются при использовании с горизонтальной ориентацией логотипа Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 45. Основная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса. Логотип, дескриптор и адрес выравниваются по левому краю.

Рисунок 46. Дополнительная версия совместного использования логотипа, дескриптора и адреса. Логотип, дескриптор и адрес выравниваются по центру. Рекомендуется использовать в тех случаях, когда логотип занимает центральное положение в сетке макета.

Рисунок 47. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом.

Рисунок 48. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом.

Рисунок 49. Минимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом.

Рисунок 50. Максимальное расстояние между направляющими линиями и текстовым блоком дескриптора с адресом.

Рисунок 51. Минимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом, расположенным справа от логотипа.

Рисунок 52. Максимальное расстояние между логотипом и дескриптором с адресом, расположенным справа от логотипа.



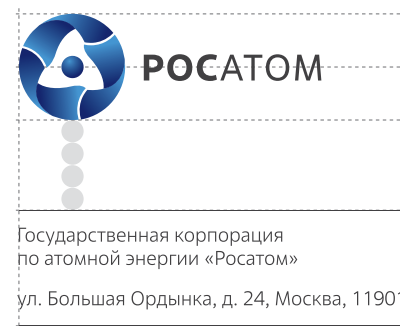
45.



46.



47.



48.



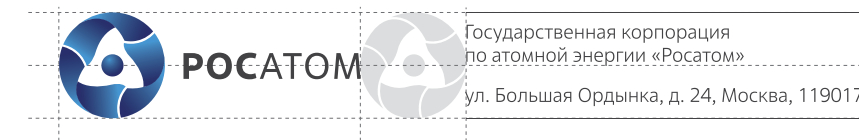
49.



50.



51.



52.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

Правила оформления адресного блока

Адресный блок – текстовый блок, содержащий адрес и контактную информацию организации. При оформлении адресного блока необходимо соблюдать следующий правила *:

1. Соблюдать информационную последовательность (улица, дом, город, индекс, телефон, факс, электронная почта, сайт).

2. Использовать одну модификацию шрифта (Light или Regular). Избегать объединения двух модификаций.

3. Задавать интерлиньяж автоматическими настройками шрифта (корректировать в рамках незначительной градации, от 1 до 2 pt, при размере шрифта менее 12 pt, при размере шрифта более 12 pt рекомендуется модифицировать адресный блок в масштабе).

4. Частные случаи модификаций адресного блока описаны в разделе «Носители фирменного стиля».

Рисунок 53. Адресный блок Госкорпорации «Росатом».

Рисунок 54. Минимальное расстояние между направляющими линиями и адресным блоком **.

Рисунок 55. Максимальное расстояние между направляющими линиями и адресным блоком **.

* Обозначенные в настоящем разделе правила одинаково применимы для русскоязычной и англоязычной модификаций логотипа.

** Направляющие линии используются в тех случаях, когда адресный блок необходимо визуально отделить от других составляющих макета.

Адрес: ул. Большая Ордынка, д. 24, Москва, 119017
Тел.: 8 (000) 000 00 00
Факс: 8 (000) 000 00 00
E-mail: info@rosatom.ru
www.rosatom.ru

53.

Адрес: ул. Большая Ордынка, д. 24, Москва, 119017
Тел.: 8 (000) 000 00 00
Факс: 8 (000) 000 00 00
E-mail: info@rosatom.ru
www.rosatom.ru

54.

Адрес: ул. Большая Ордынка, д. 24, Москва, 119017
Тел.: 8 (000) 000 00 00
Факс: 8 (000) 000 00 00
E-mail: info@rosatom.ru
www.rosatom.ru

55.

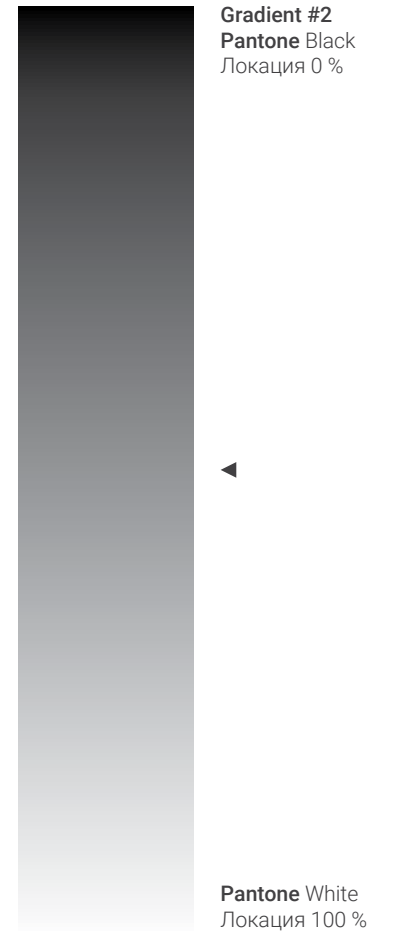
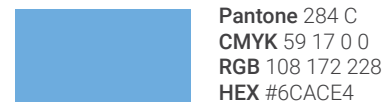
2.1.7. Фирменные цвета

Основные цвета

Темно-синий – олицетворяет респектабельность, серьезность, глубину, спокойствие, устойчивость, уверенность, опыт и знания.

Голубой – яркий, активный, динамичный, молодой. Он сообщает о современности бренда, о стремлении к новаторству, росту и развитию.

Темно-серый – глубокий цвет вносящий строгость.



Дополнительные цвета

Имеют ограниченный круг применения. Используются в качестве акцентных элементов.

Возможные варианты применения: интерьерные решения *, акцентные элементы оформления мероприятий, презентационные материалы.


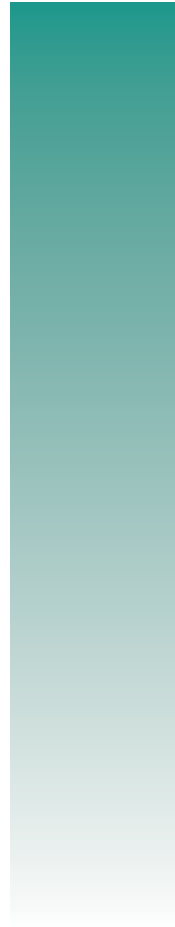


Запрещается совместное использование на одном носителе дополнительных цветов в следующих комбинациях:

логотип Госкорпорации «Росатом» и фирменный паттерн;
логотип организации Госкорпорации «Росатом» и фирменный паттерн.

Использование дополнительных цветов в интерьерных решениях и в оформлении мероприятий подлежит обязательному согласованию с Департаментом коммуникаций Госкорпорации «Росатом».

* Подробное описание использования дополнительных цветов в интерьерных решениях представлено в локальном нормативном акте, устанавливающем требования к организации рабочего пространства.

	Pantone 130 C CMYK 6 35 100 0 RGB 240 166 0 HEX #F0A600		Tint 100 %
	Pantone 021 C CMYK 0 71 98 0 RGB 255 74 5 HEX #FF4A05		
	Pantone 7479 C CMYK 80 19 51 2 RGB 50 202 122 HEX #32CA7A		
	Pantone 253 C CMYK 29 98 26 2 RGB 180 38 114 HEX #B42672		
	Pantone 357 C CMYK 31 1 100 6 RGB 165 237 0 HEX #A5ED00		Tint 0 %

	Tint 100 %		Tint 100 %		Tint 100 %		Tint 100 %
Tint 0 %		Tint 0 %		Tint 0 %		Tint 0 %	

2.1.8. Фирменные шрифты



Основной шрифт

Шрифт Rosatom является имиджевым и используется в шрифтовом начертании логотипа организации. В словесной составляющей логотипа представлено сочетание модификаций Bold и Regular. Модификации

Light, Regular, Italic, Bold используются в маркетинговых коммуникациях организации и предназначены для набора текстов рекламного и информационного характера.

Росатом

Bold Cyrillic

**А Б В Г Д Е Е Ж З И Й К Л М Н О П
Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я**

**а б в г д е е ж з и й к л м н о п р с
т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я**

1. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Light Cyrillic

А Б В Г Д Е Е Ж З И Й К Л М Н О П
Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

а б в г д е е ж з и й к л м н о п р с
т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

2. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Regular Cyrillic

А Б В Г Д Е Е Ж З И Й К Л М Н О П
Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

а б в г д е е ж з и й к л м н о п р с
т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я

3. 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Italic Cyrillic

*А Б В Г Д Е Е Ж З И Й К Л М Н О П
Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я*

*а б в г д е е ж з и й к л м н о п р с
т у ф х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я*

4. *1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

Рисунок 1, 5. Подзаголовки, выделения, ключевые слова в основном тексте, заголовки, ключевые фразы, названия.

Рисунок 2, 3, 6, 7. Основной текст, сноски, подписи, колонтитулы, нумерация.

Рисунок 4, 8. Цитаты, ссылки в тексте.

Rosatom

Bold

**A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

5.

6.

Regular

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic

*A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

7.

8.

Вспомогательные шрифты

В рамках документооборота используется шрифт, предусмотренный приказом Госкорпорации «Росатом» от 18.01.2018 №1/41-П.

В рамках разработки материалов, предназначенных для набора текстов рекламного и информационного характера в тех случаях, когда использование шрифта Rosatom не представляется возможным, используется шрифт, предусмотренный приказом Госкорпорации «Росатом» от 26.09.2014 №1-917-П.

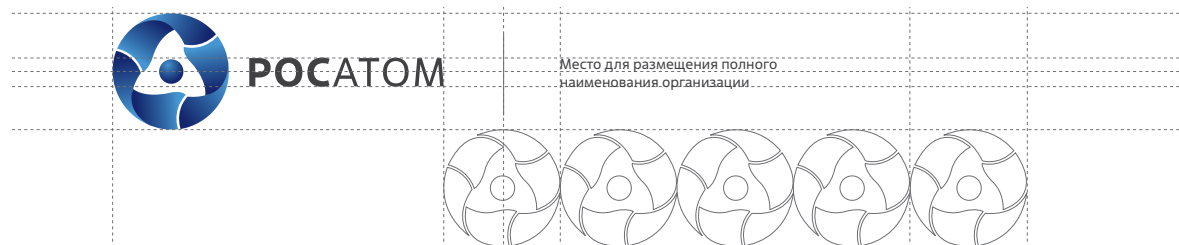
2.1.9. Совместное использование логотипов организаций

Совместное использование логотипа Госкорпорации «Росатом» и логотипа организации Госкорпорации «Росатом»

При размещении логотипа Госкорпорации «Росатом» с фирменной символикой организации Госкорпорации «Росатом» рекомендуется придерживаться следующих требований:

1. Совмещать логотип Госкорпорации «Росатом» с дескриптором организации Госкорпорации «Росатом».
2. Использовать логотип Госкорпорации «Росатом» только в горизонтальной ориентации.
3. Выравнивать логотип и дескриптор по центру (ось X).

4. Соблюдать соразмерность логотипа Госкорпорации «Росатом» и дескриптора. При изменении высоты логотипа с шагом 10 мм размер шрифта изменяется на 3,4 pt, интерлиньяж – на 4,3. Для соблюдения соразмерности рекомендуется использовать формулы (где h (мм) – высота кратная 10):
 $((h - 10) : 10) \times 3,4 + 3,8$ (размер шрифта);
 $((h - 10) : 10) \times 4,3 + 4,7$ (интерлиньяжа).
 Если шаг изменения логотипа менее 10 мм, рекомендуется производить изменения в 2 этапа:
 а) увеличить логотип до величины кратной 10 и рассчитать размер шрифта;
 б) перевести шрифт в кривые и масштабировать дескриптор вместе с логотипом в качестве векторного объекта.
5. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 1).



Совместное использование логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом сторонней организации

При размещении логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом сторонней организации рекомендуется придерживаться следующих требований:

1. Размещать логотип Госкорпорации «Росатом» первым, если Госкорпорация «Росатом» является иницилирующей стороной. Исключения: государственные и региональные идентификационные знаки (герб, логотип и др.).

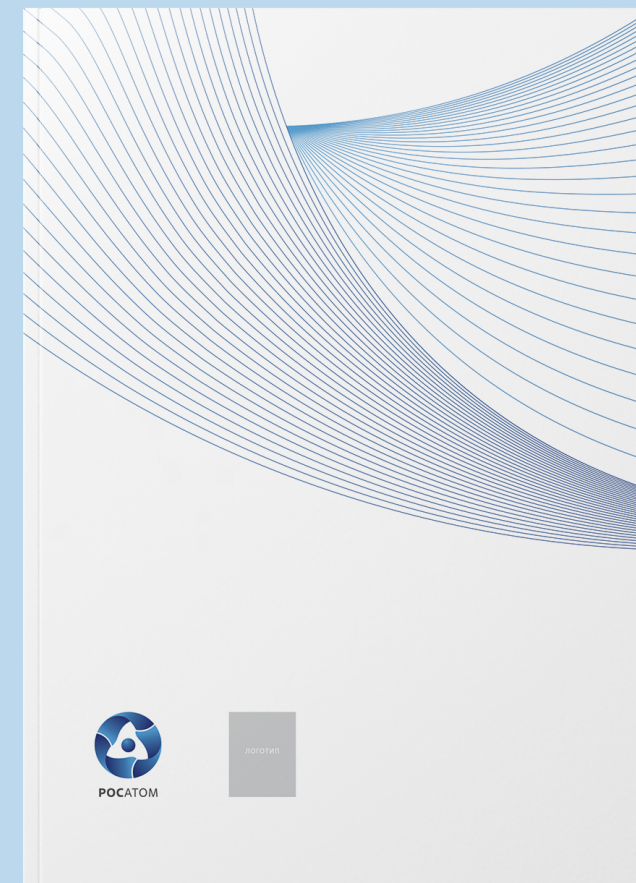
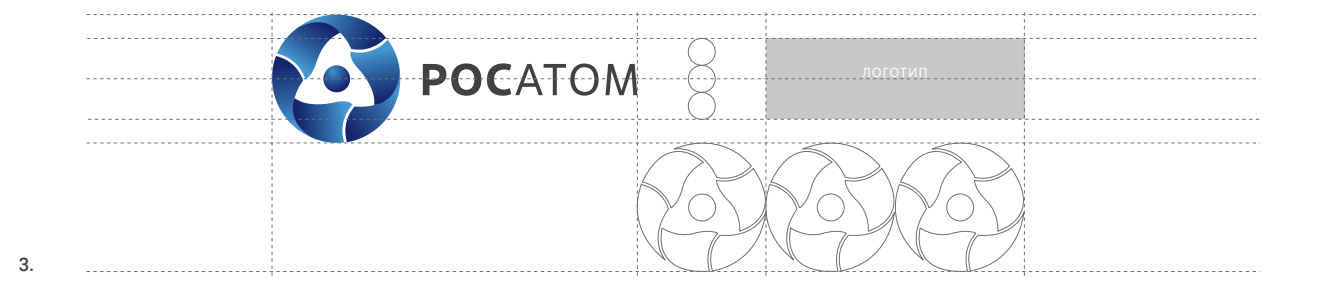
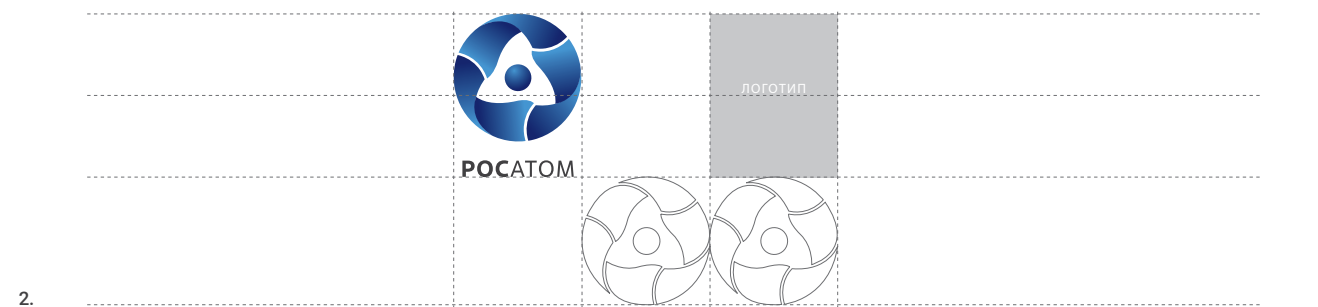
2. Использовать вертикальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» и вертикальную ориентацию логотипа сторонней организации (рисунок 2), если

логотип сторонней организации реализован в вертикальной ориентации, имеет вертикальную модификацию или равносостроен (имеет форму квадрата, круга и др.).

3. Выбирать горизонтальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом», если логотип сторонней организации реализован исключительно в горизонтальной ориентации, не имеет вертикальной модификации или является основной версией логотипа организации (рисунок 3).

4. Выравнивать логотипы по центру (ось X).

5. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 2, 3).



Совместное использование логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипами двух и более сторонних организаций

При размещении логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипами сторонних организаций различной ориентации рекомендуется придерживаться следующих требований:

1. Размещать логотип Госкорпорации «Росатом» первым, если Госкорпорация «Росатом» является иницилирующей стороной. Исключения: государственные и региональные идентификационные знаки (герб, логотип и др.).

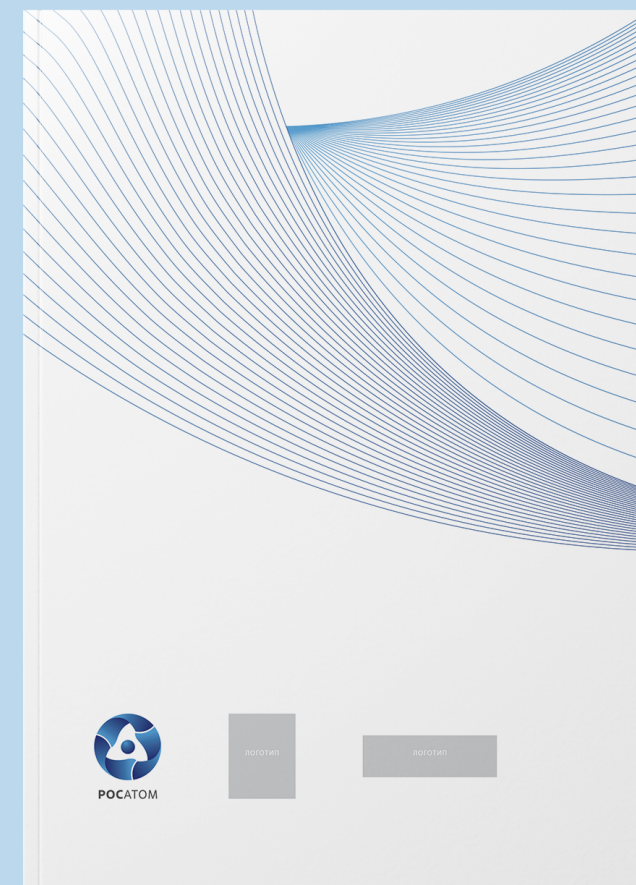
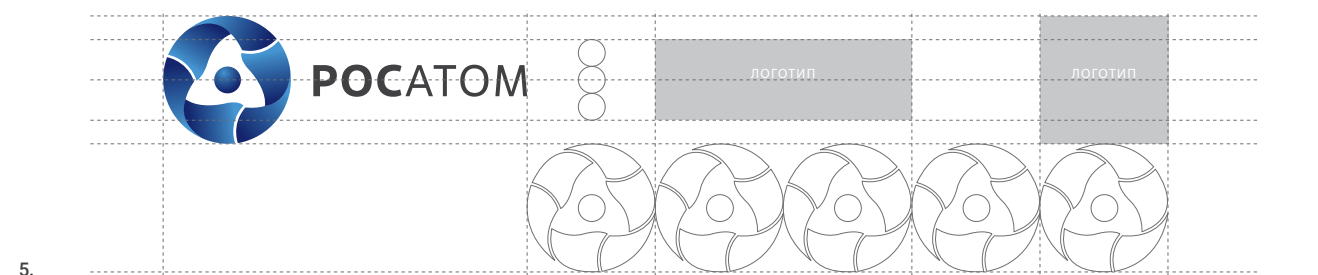
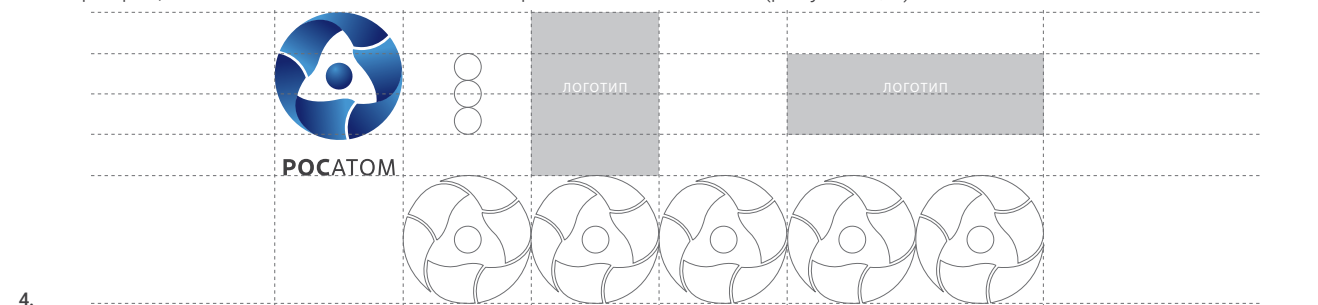
2. Совмещать вертикальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипами вертикальной

ориентации сторонних организаций (рисунок 4), если логотипы сторонних организаций реализованы в вертикальной ориентации, имеют вертикальную модификацию или равносторонние (имеют форму квадрата, круга и др.).

3. Совмещать горизонтальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипами горизонтальной ориентации сторонних организаций (рисунок 5), если логотипы сторонних организаций не имеют вертикальной модификации или являются основными версиями логотипов организаций.

4. Выравнивать логотипы по центру (ось X).

5. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 4, 5).



Совместное использование логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом отраслевого мероприятия

При размещении логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом отраслевого мероприятия рекомендуется придерживаться следующих требований:

1. Размещать логотип Госкорпорации «Росатом» первым, если Госкорпорация «Росатом» является иницилирующей стороной. Исключения: государственные и региональные идентификационные знаки (герб, логотип и др.).

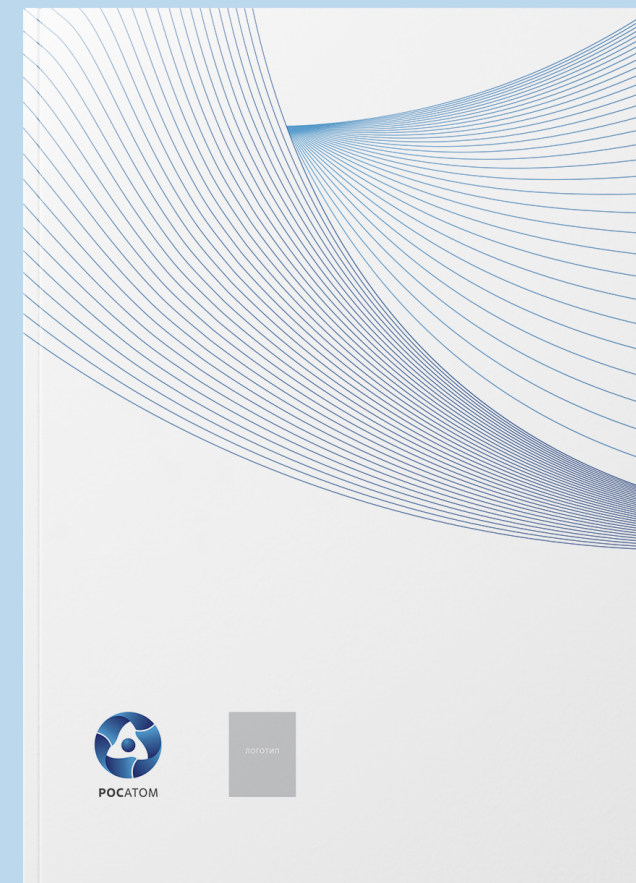
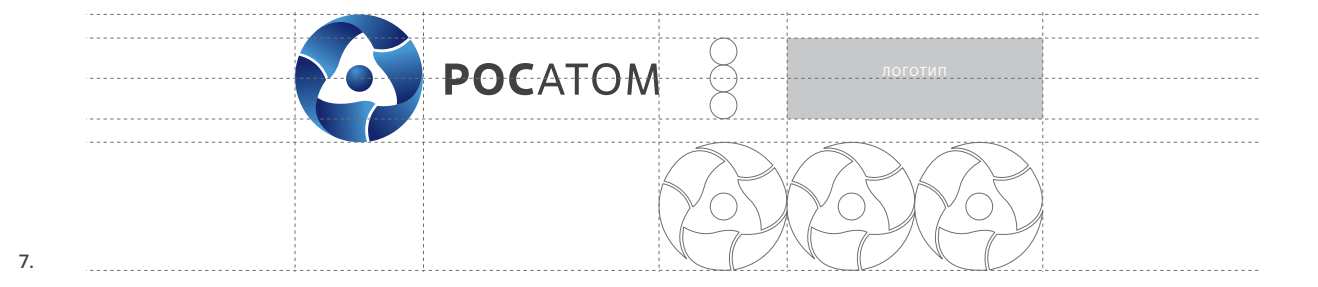
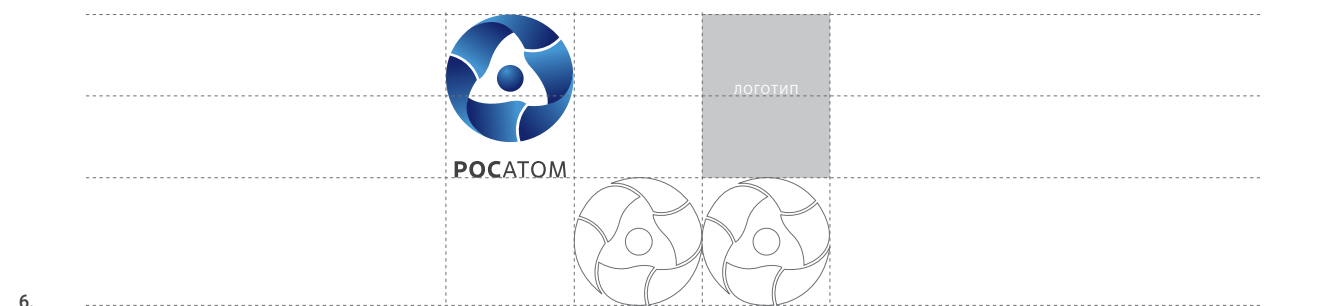
2. Использовать вертикальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» и вертикальную ориентацию

логотипа отраслевого мероприятия (рисунок 6), если логотип отраслевого мероприятия реализован в вертикальной ориентации, имеет вертикальную модификацию или равносостроен (имеет форму квадрата, круга и др.).

3. Выбирать горизонтальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом», если логотип отраслевого мероприятия реализован исключительно в горизонтальной ориентации (рисунок 7).

4. Выравнивать логотипы по центру (ось X).

5. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 6, 7).



Совместное использование логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта.

При размещении логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта рекомендуется придерживаться следующих требований:

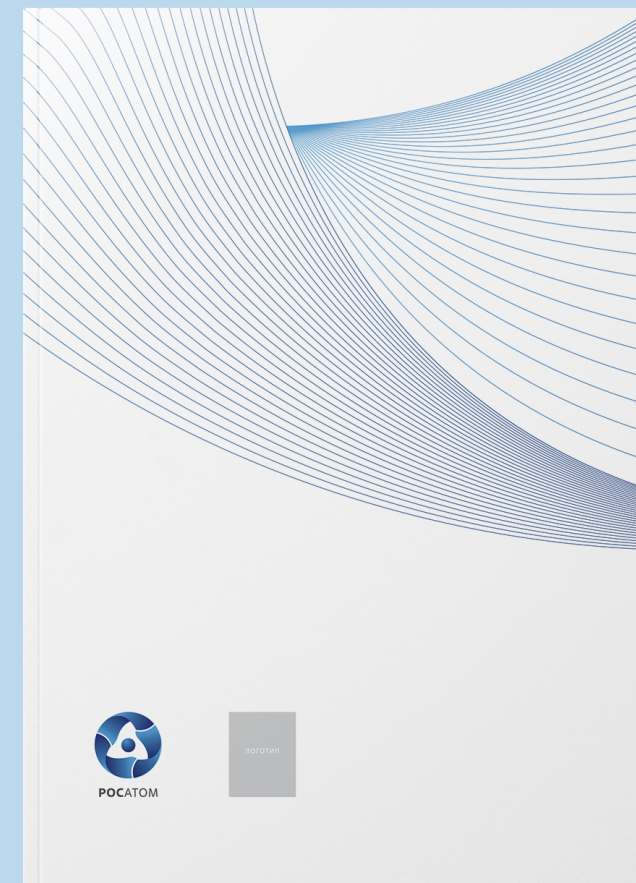
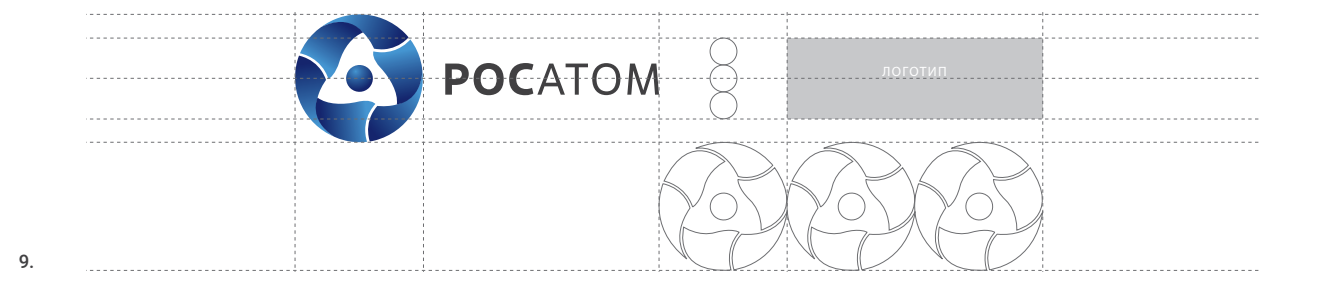
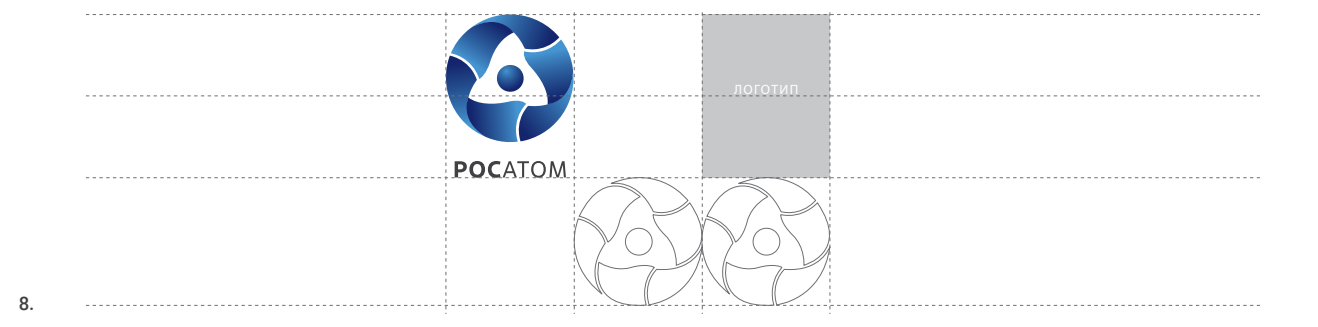
1. Использовать вертикальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» и вертикальную ориентацию логотипа наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта (рисунок 8), если логотип наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта реализован в вертикальной ориентации, имеет

вертикальную модификацию или равносторонен (имеет форму квадрата, круга и др.).

2. Выбирать горизонтальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом», если логотип наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта реализован исключительно в горизонтальной ориентации, не имеет вертикальной модификации или является основной версией логотипа наименования продуктовой линейки и внутриотраслевого и/или корпоративного проекта (рисунок 9).

3. Выравнивать логотипы по центру (ось X).

4. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 8, 9).



Альтернативные пропорции логотипа Госкорпорации «Росатом» в случае кобрендинга.

В случае недостаточной массы шрифтового блока логотипа Госкорпорации «Росатом» по сравнению с логотипом сторонней организации используются специальные горизонтально и вертикально ориентированные версии, шрифтовой блок в которых увеличен относительно размера знака. Использование специальных версий логотипа Госкорпорации «Росатом» подлежит обязательному письменному согласованию и утверждению Директором Департамента коммуникаций Госкорпорации «Росатом».

Рекомендации по использованию:

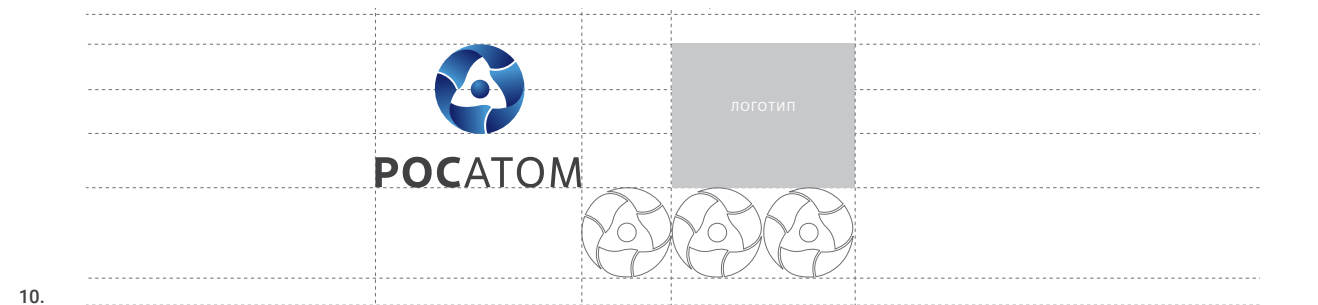
1. Совмещать вертикальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом вертикальной

ориентации сторонней организации (рисунок 10), если логотип сторонней организации реализован в вертикальной ориентации, имеет вертикальную модификацию или равносторонен (имеет форму квадрата, круга и др.).

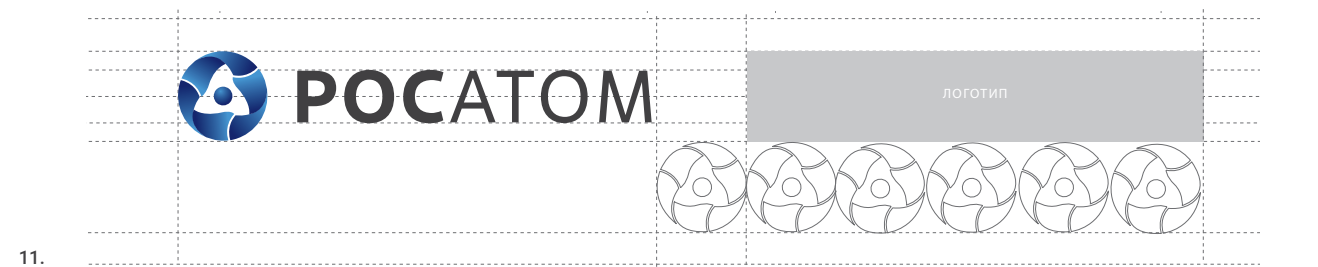
2. Совмещать горизонтальную ориентацию логотипа Госкорпорации «Росатом» с логотипом горизонтальной ориентации сторонней организации (рисунок 11), если логотип сторонней организации не имеет вертикальной модификации или является основной версией логотипа организации.

3. Выравнивать логотипы по центру (ось X).

4. Соблюдать правила организации пространственной сетки (рисунок 10, 11).



10.



11.



2.2. Паттерн

Паттерном, или закономерно повторяющимся элементом, сопровождающим материалы и фирменные носители, является совокупность двух графических объектов (двух образующих частей), входящих в состав логотипа Госкорпорации «Росатом» (рисунок 1). Лента Мебиуса, придающая форме фирменного знака характерный символизм, отражается и в содержании паттерна – в трехмерной сетке, создающей эффект объемного и динамичного силуэта. Применение паттерна в макетах фирменной продукции создает ощущение живого и развивающегося образа, позволяет использовать паттерн в различных состояниях – применять в макетах различных размеров и ориентации.

Для сохранения общей образной преемственности и узнаваемости рекомендуется придерживаться ряда правил, регламентирующих размещение паттерна на макетах фирменной продукции Госкорпорации «Росатом».

При размещении паттерна на фирменной продукции Госкорпорации «Росатом» рекомендуется:

1. Формировать зону паттерна так, чтобы кадр содержал элемент соприкосновения двух образующих частей.

2. Не отражать паттерн по вертикали и горизонтали (исключение: симметричное заполнение паттерном правого и левого бортов автомобиля).

3. Вращать паттерн, выбирая положение, удовлетворяющее формату макета.

4. Не накладывать паттерн на логотип, заголовки, информационные и пояснительные тексты. Не размещать паттерн за логотипом, заголовками, информационными и пояснительными текстами.

5. Кадрировать паттерн внешней рамкой макета (верхней, нижней и боковыми гранями), выводя паттерн «навылет». Избегать других способов обреза внутри макета.

6. Избегать попадания переломных граней ленты в зону кадрирования (рисунок 1).

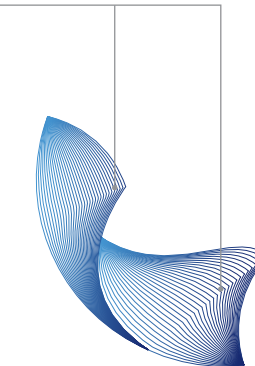
7. Избегать заполнения паттерном более 50 % пространства рабочего поля, содержащего полезную информацию (если макет носит исключительно формальный характер и не несет никакой информационной нагрузки, кроме узнаваемости, допускается заполнение до 100 % пространства рабочего поля).

8. Учитывать пропорции паттерна и составляющих его линий. Не рекомендуется произвольно увеличивать толщину линий паттерна.

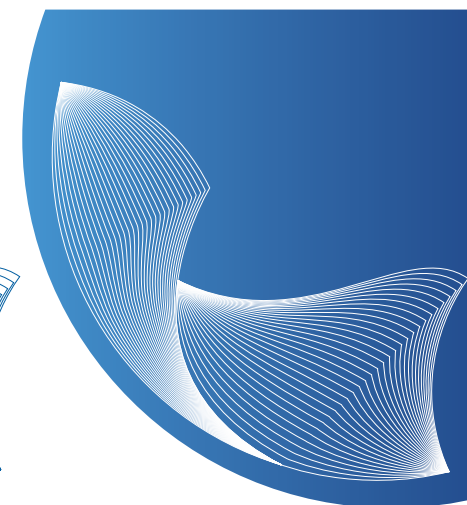
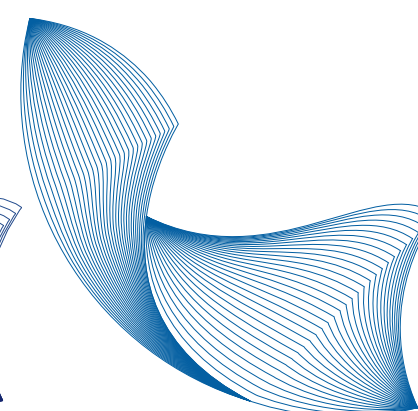
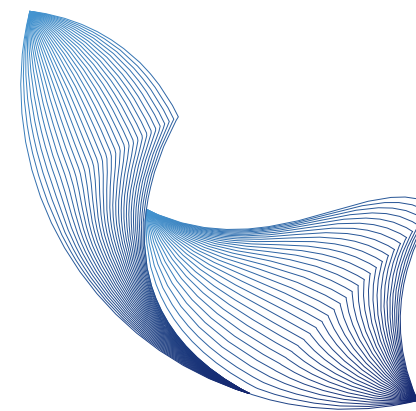
9. Использовать Gradient #1 в качестве основного цвета для заливки паттерна (рисунок 2). Использовать Pantone 660 C (рисунок 3) в тех случаях, когда использование градиента противоречит техническим требованиям, недопустимо или может быть некорректным. На темных поверхностях использовать Pantone White (рисунок 4).



Переломные грани ленты



1.



2.

3.

4.

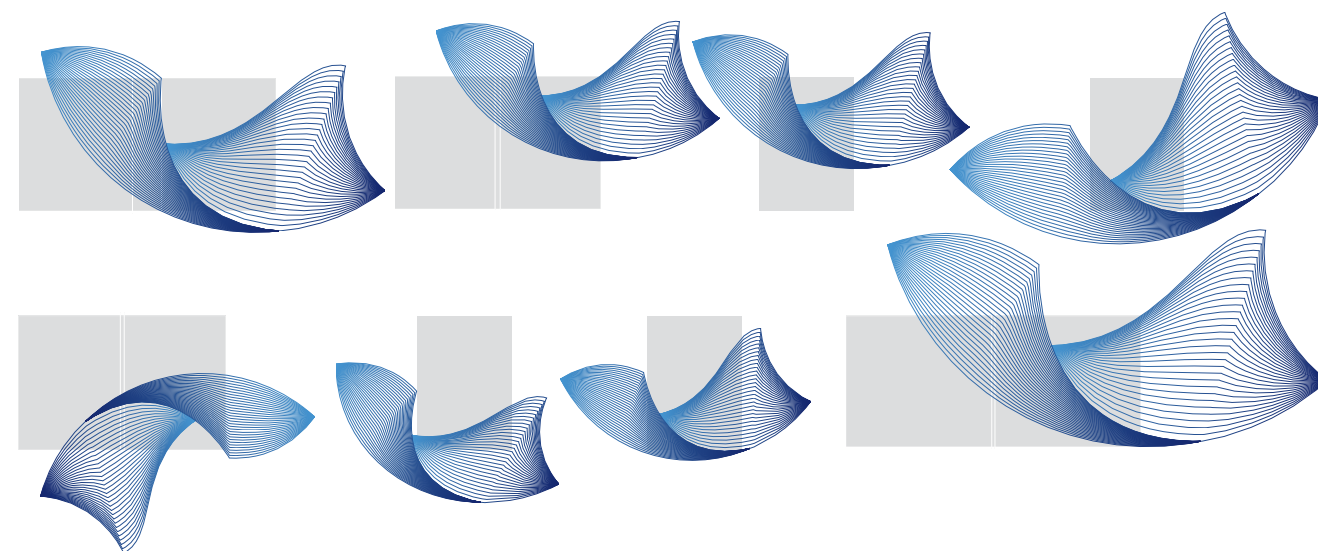
Рекомендуемые способы использования паттерна

Вращение паттерна позволяет использовать его в различных состояниях, применять в макетах различных размеров и ориентации. Стандартизация способов кадрирования и вращения позволит сохранить узнаваемость образа, а также избежать некорректного использования и кадрирования паттерна.

1. Носители с вертикальной ориентацией, формат от А4 до А0: конверт А4, конверт С4, папка с кольцами, папка на магнитах, папка с файлами, папка с уголком, диплом и сертификат, буклет, плакат, ежедневник А4 (рисунок 5) *.

2. Носители с горизонтальной ориентацией, формат от А4 до А0: презентация 4:3, презентация 16:9, туба (рисунок 6) *.

* Более подробная информация представлена в разделе «Носители фирменного стиля».



5.



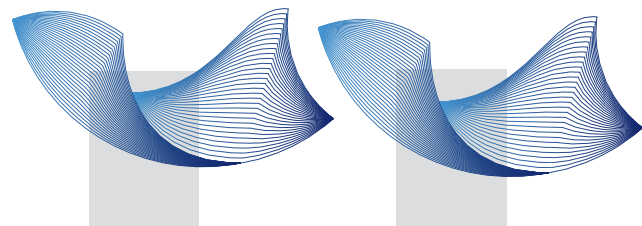
6.

3. Носители с вертикальной ориентацией, формат от А5 до А4: блокнот, ежедневник А5 (рисунок 7) *.

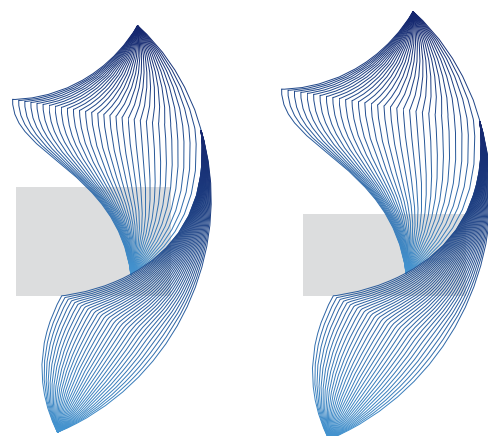
4. Носители с горизонтальной ориентацией, формат от А5 до А4: конверт А5, конверт С5, конверт С6, конверт Е65, портативное зарядное устройство (рисунок 8) *.

5. Носители с горизонтальной ориентацией, формат до А5: визитка, флеш-накопитель USB, пропуск, чехол для пропуски, открытка, приглашение, чашка, кружка (рисунок 9) *.

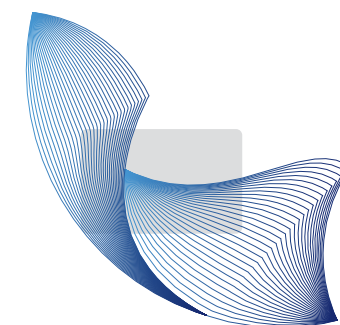
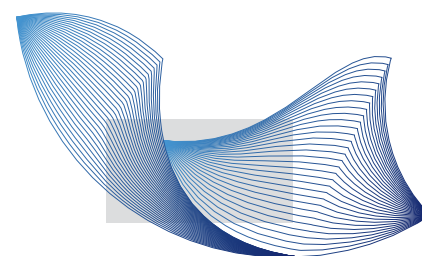
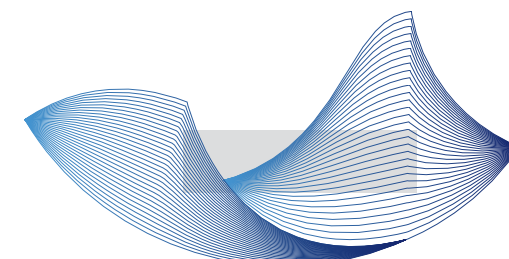
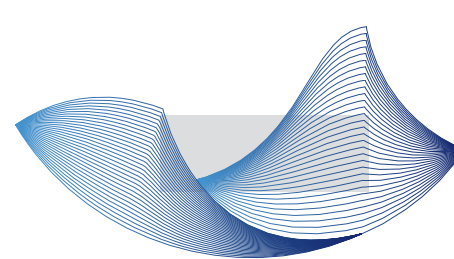
* Более подробная информация представлена в разделе «Носители фирменного стиля».



7.



8.

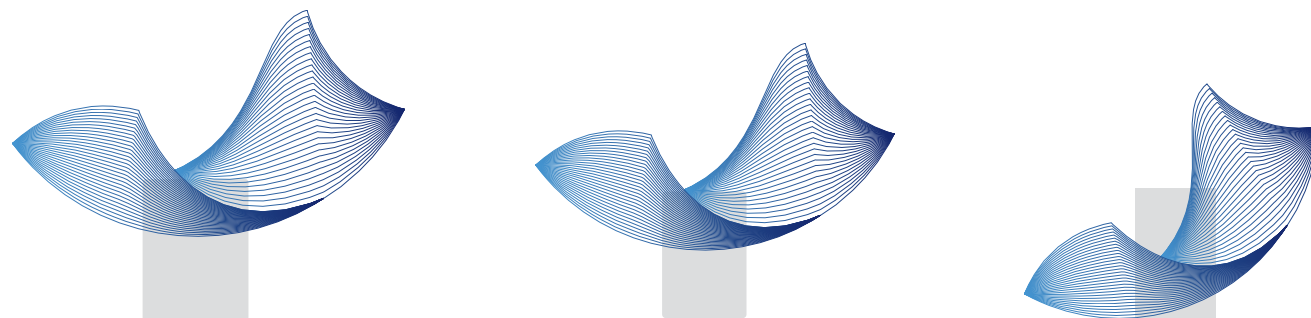


9.

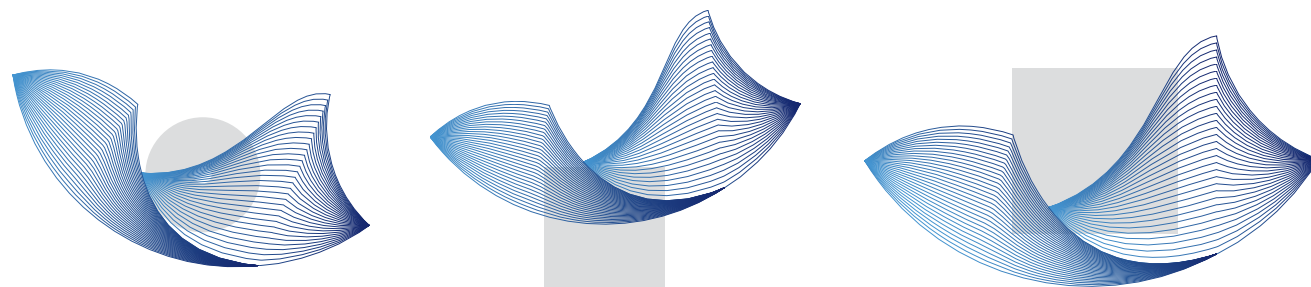
6. Носители с вертикальной ориентацией, формат до А5:
бейдж малый, бейдж большой (рисунок 10) *.

7. Носители квадратные (стремящиеся к квадрату) или круглые: конверт для диска, диск, пакет (рисунок 11) *.

* Более подробная информация представлена в разделе «Носители фирменного стиля».



10.

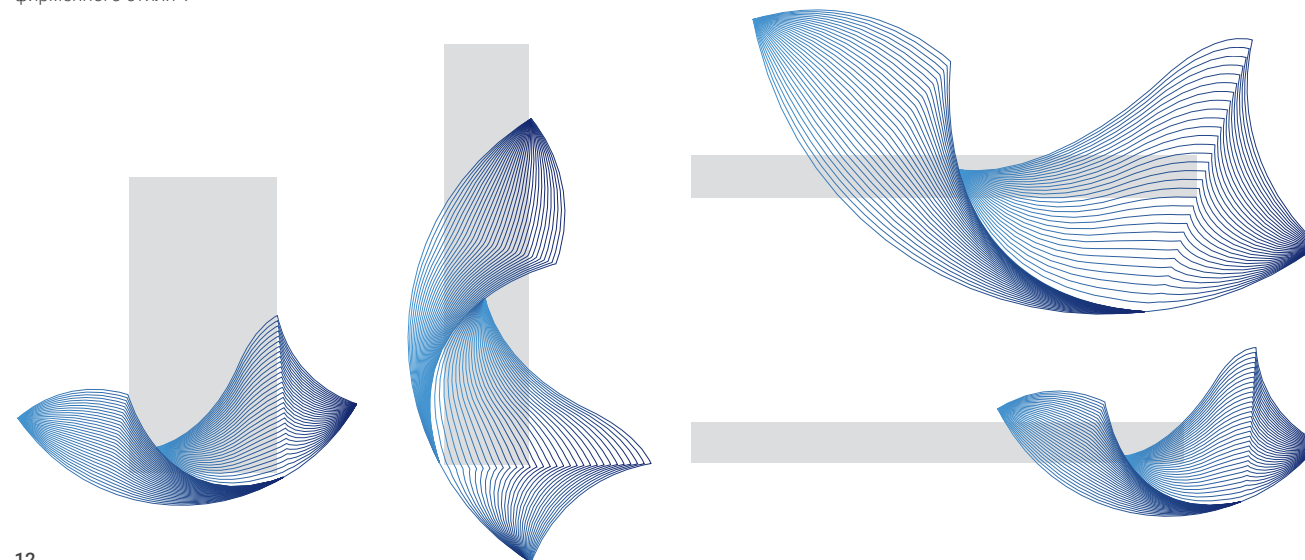


11.

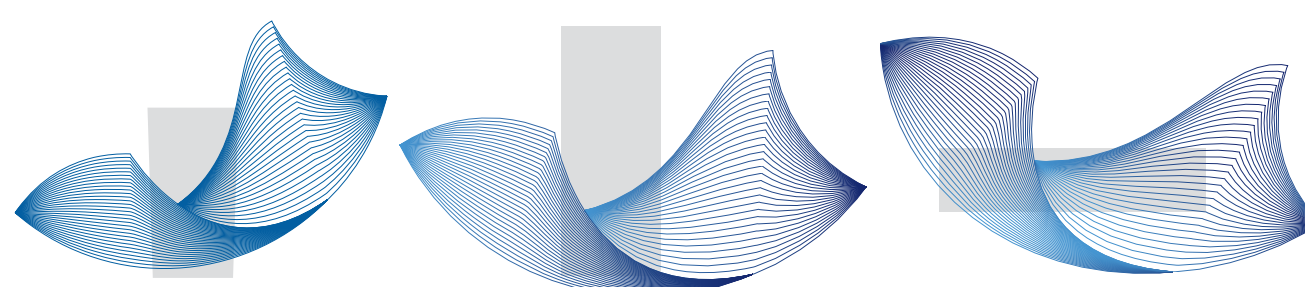
8. Носители широкоформатные: флаг, пилон, уличная перетяжка (рисунок 12) *.

9. Носители в интерьере: информационная стойка, трибуна, ролл-ап (рисунок 13) *.

* Более подробная информация представлена в разделе «Носители фирменного стиля».



12.



13.

2.3. Имиджевые изображения

В качестве имиджевых изображений Госкорпорации «Росатом» выступают фотографии, созданные в рамках постановочной или репортажной съемки, осуществляемой специализированным фотографом (группой фотографов) в рамках запланированной фотосессии. Имиджевые фотоизображения – эффективный маркетинговый инструмент, выражающий позитивные качества бренда, его миссию и ценности. По этой причине каждое изображение должно соответствовать принципам подбора фотоматериала, формируя позитивный образ организации, избегая негативных и двусмысленных сообщений. Если фотоизображения не соответствуют принципам подбора фотоматериала, их использование не рекомендуется.

Принципы подбора фотоматериалов

1. Допускается использование фотоизображений в хорошем разрешении (соответствующем цели использования изображения – полиграфия, широкоформатная печать, web и др.).

2. Фотоизображения должны быть естественно яркими и контрастными. Цветокоррекция должна создавать максимально натуральный эффект (цвета должны сохранять естественность и чистоту). Ретушь фотографий должна быть незаметной и ненавязчивой.

3. Использование черно-белых фотографий допускается для оформления исторической хроники либо в случае необходимости, продиктованной определенным художественным замыслом.

4. Сложные многообъектные композиции должны быть реализованы при помощи постановочной съемки. Прием коллажирования недопустим.

5. Все изображения должны быть использованы с разрешения автора (предоставлено право использования). Подпись или водяной знак не используются.

6. Эмоциональные и визуальные образы фотоизображений должны вызывать следующие ассоциации:

наука, технологии, инновации, цифровизация; сотрудничество, коммуникации, информация; лидерство, развитие, будущее; уверенность, стабильность, безопасность; эффективность, ответственность за результат, добросовестность; забота о людях, раскрытие потенциала, создание новых возможностей; города, семья, дом, сохранение природы, экология; молодежь, образование, студенты и выпускники профильных ВУЗов, обучение и развитие, работа в команде профессионалов, кадровый резерв; лучший работодатель, глобальная международная компания, клиентоцентричность; связь поколений.

