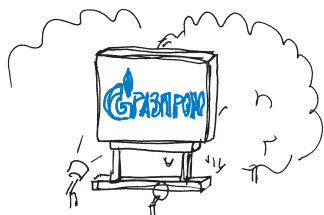
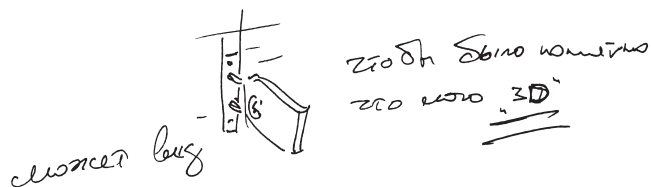


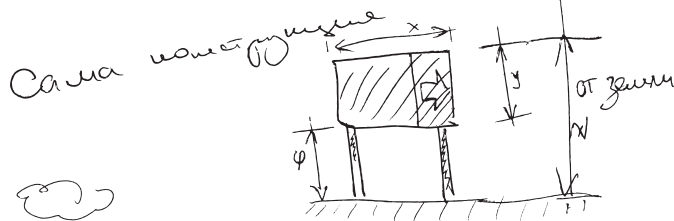
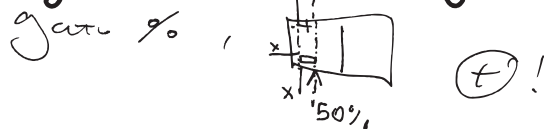
# МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

по созданию имиджевых, рекламных  
и информационных носителей  
фирменной символики  
дочернего общества ОАО «Газпром»



сделать по  
этим  
символам  
этикетки

Можно описать, в случае 6x3



# МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

по созданию имиджевых, рекламных  
и информационных носителей  
фирменной символики  
дочернего общества ОАО «Газпром»

Москва. 2011



Данное руководство предназначено для помощи сотрудникам служб по связям с общественностью при изготовлении различных видов имиджевой, рекламной и информационной продукции.

В руководстве сведена информация, опубликованная в книгах фирменного стиля дочерних обществ и различных приложениях к ним. Информация в руководстве структурирована таким образом, чтобы предоставить комплексную информацию по каждому из типов продукции.

Данное методическое руководство не заменяет Книгу фирменного стиля дочернего общества и приложения к ней. Оно только комментирует Книгу и дает подробные инструкции по пользованию ей.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие правила использования фирменной символики _____	4
2.	Наружное оформление зданий и сооружений _____	40
3.	Внутреннее оформление зданий и сооружений _____	78
4.	Деловая документация _____	98
5.	Сувенирная продукция _____	102
6.	Спортивная одежда _____	116
7.	Реклама _____	122
8.	Изделия хозяйственно-бытового назначения _____	126
9.	Транспорт _____	132
10.	Применение фирменной символики в видеопродукции _____	140
11.	Оформление событий и мероприятий _____	142
12.	Предметный указатель _____	152



- 1.1 Для воспроизведения фирменной символики дочернего общества следует использовать **только** электронные макеты, прилагаемые к Книге фирменного стиля. **Никакие модификации этих макетов не допускаются.**

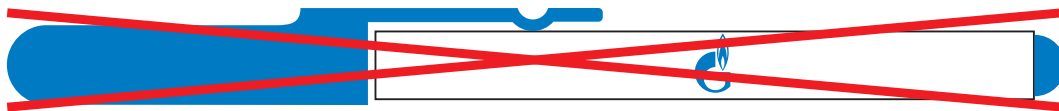
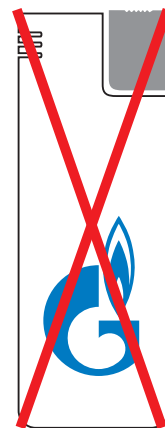
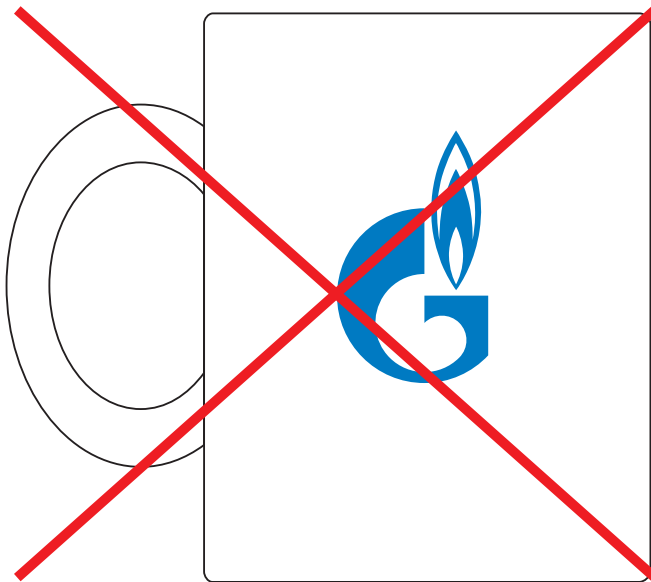
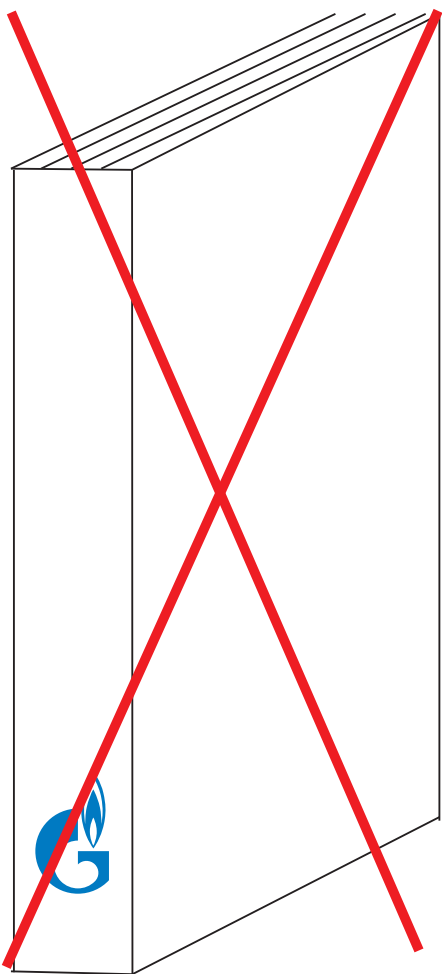


Черно-белые варианты фирменного блока  
используются только в случае невозможности цветного  
воспроизведения

## 1.2

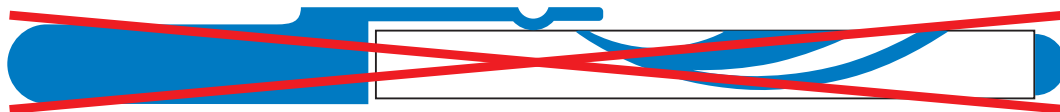
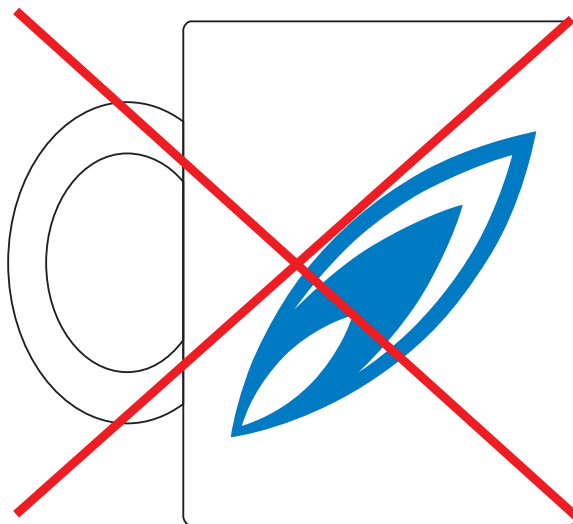
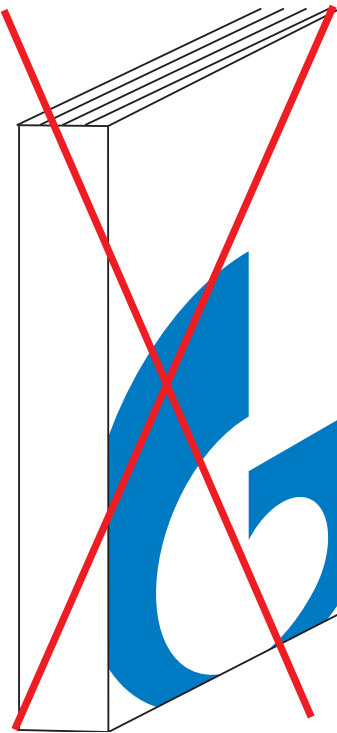
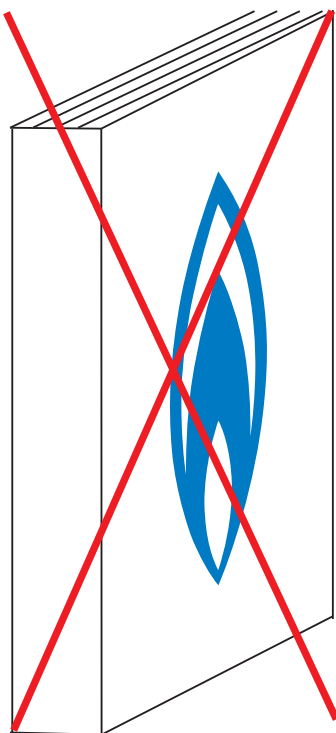
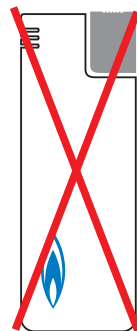
Дочерние общества ОАО «Газпром» могут использовать фирменную символику ОАО «Газпром» только в составе своего фирменного блока.

Отдельное использование фирменного знака ОАО «Газпром» допускается только в деловой документации, в том виде, в котором это утверждено в Книге фирменного стиля дочернего общества или в иных нормативных документах ОАО «Газпром», разработанных для дочерних обществ.



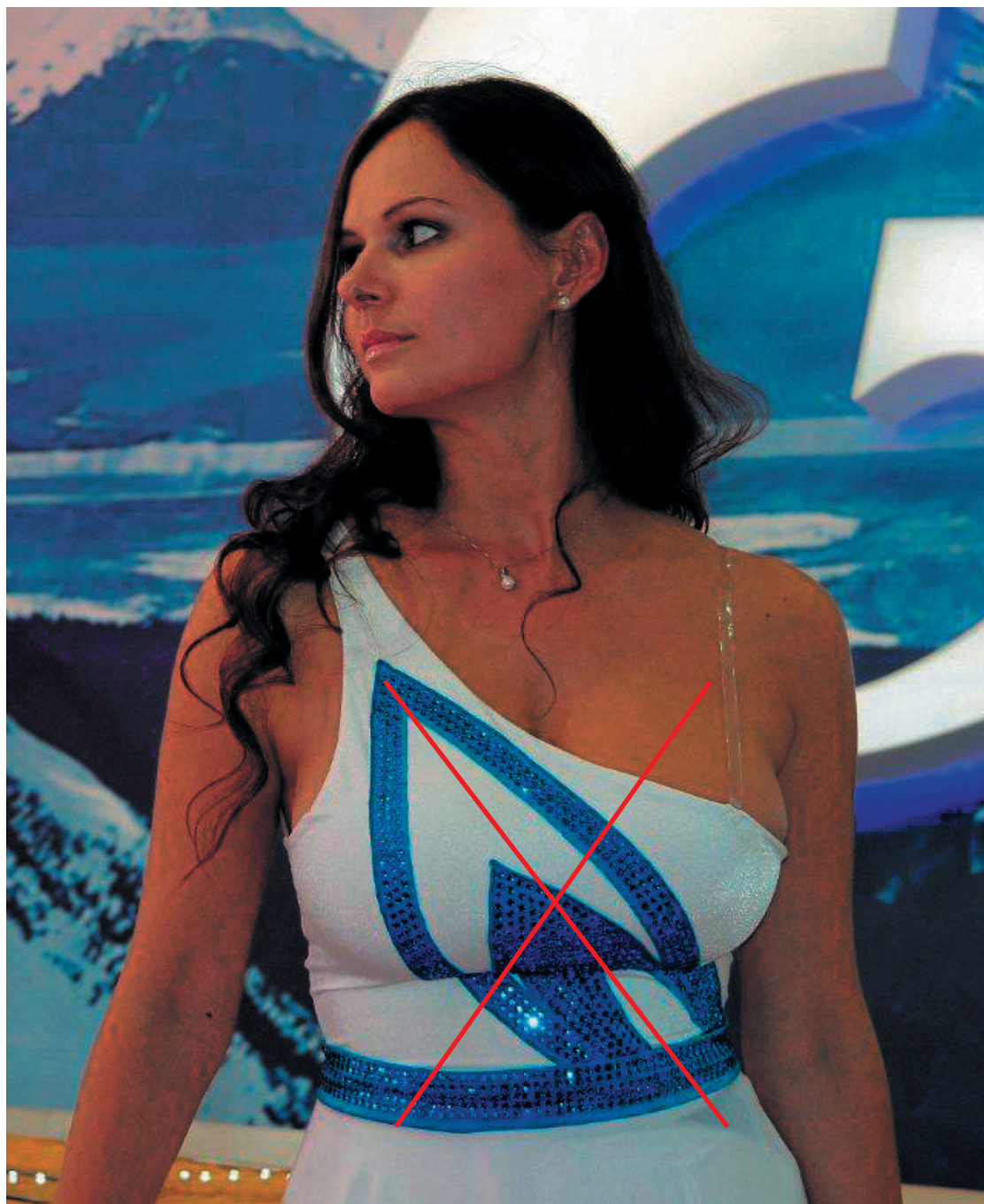
## 1.2

Не допускается отдельное использование элементов фирменного знака.



## 1.2

Не допускается отдельное использование элементов фирменного знака.



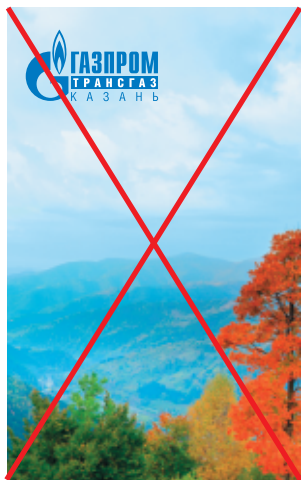


### 1.3

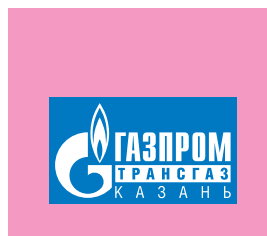
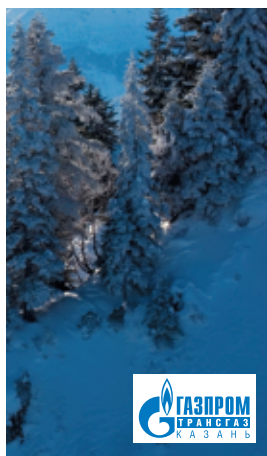
При размещении фирменного блока на иллюстрациях или цветных фонах разрешается использовать только:

- инвертированный фирменный блок;
- основной фирменный блок с использованием белой подложки прямоугольной формы.

*При выборе из этих вариантов следует выдерживать максимально возможный цветовой и тоновой контраст между цветом иллюстрации (фона) и цветом подложки фирменного блока. Так, на темных и близких к синим фонах следует использовать основной фирменный блок с белой подложкой, а на светлых фонах – инвертированный вариант.*



недопустимые варианты



допустимые варианты

#### 1.4

Недопустимо использование фирменного знака ОАО «Газпром» отдельно от фирменного блока дочернего общества и произвольное оформление названия дочернего общества.



допустимые  
варианты

ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ» – ЧЕМПИОН

## 1.5

Недопустимо использование фирменного блока дочернего общества отдельно от фирменного знака ОАО «Газпром».



допустимые варианты

## 1.6

Недопустимы геометрическое искажение и поворот фирменного блока.  
Необходимо использовать оригинальную электронную версию фирменного блока.

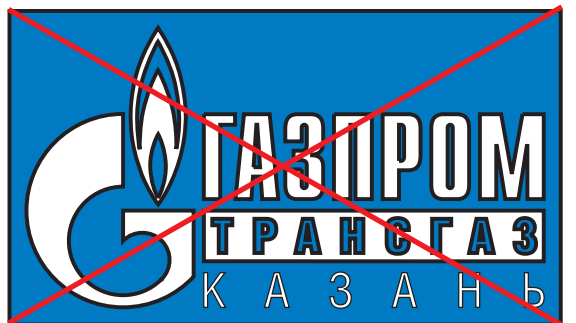
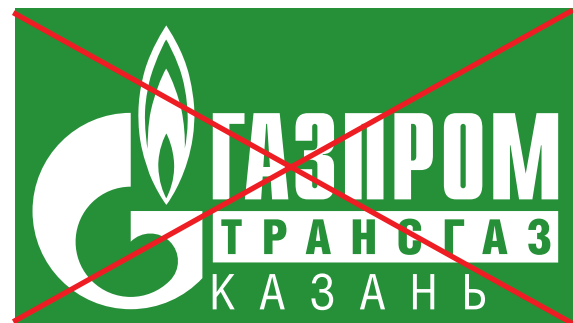


допустимые варианты



## 1.7

Недопустимо использование цветовых решений фирменного блока, отличных от рассмотренных в Книге фирменного стиля дочернего общества, в том числе градиентных заливок. Недопустимо также применение обводки вокруг элементов фирменного блока.



допустимые варианты

## 1.8

Использование имитации объемного исполнения фирменного блока при плоском воспроизведении (в полиграфии, на сувенирной продукции) запрещено.

# 2011



## Январь | 2011 | January

Неделя  
Week

Понедельник  
Monday

Вторник  
Tuesday

Среда  
Wednesday

Четверг  
Thursday

Пятница  
Friday

Суббота  
Saturday

Воскресенье  
Sunday

Неделя  
Week

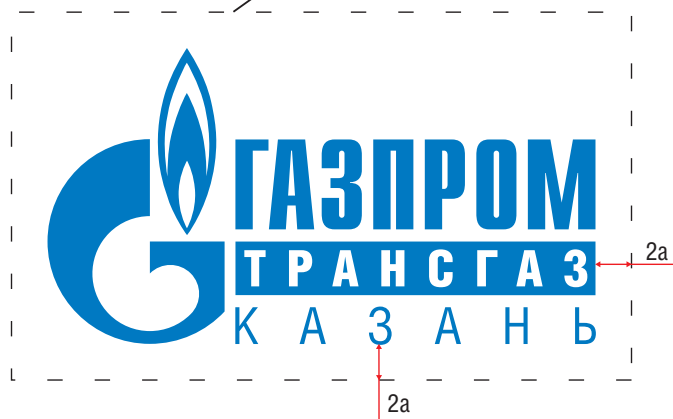
**Защитная зона фирменного блока** – это графическая область прямоугольной формы, окружающая фирменный блок.

Ее размеры приведены на схеме. При размещении фирменного блока на любых носителях следует учитывать, что в защитной зоне нельзя размещать какие-либо графические элементы.

граница  
защитной зоны

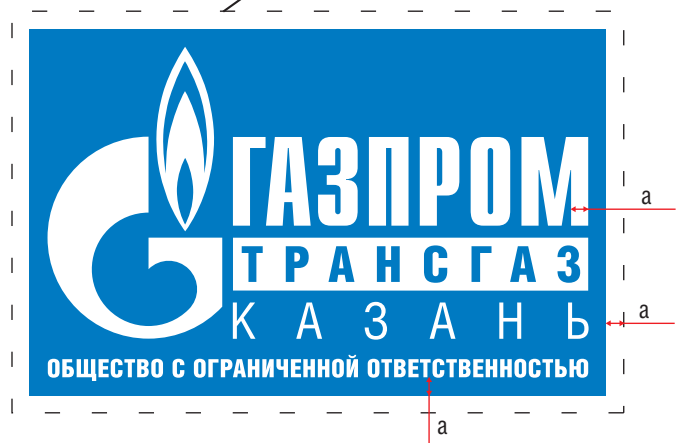


граница  
защитной зоны

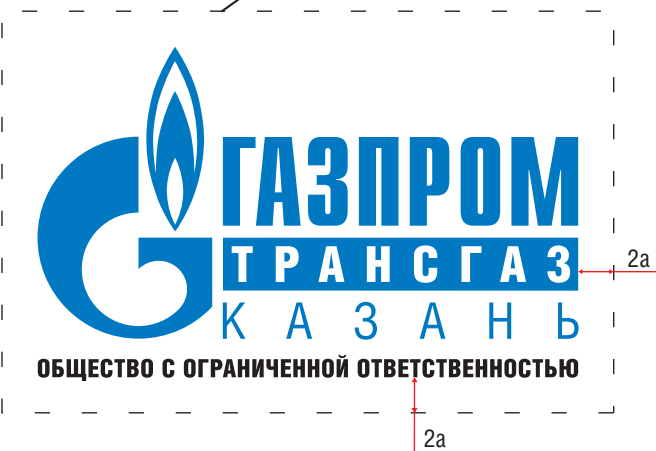


принцип построения защитной зоны

граница  
защитной зоны



граница  
защитной зоны



принцип построения защитной зоны

**1.9** В защитной зоне фирменного блока запрещено размещать какие-либо графические элементы.



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ



~~Г Е Н Е Р А Л Ы Й С П О Н С О Р~~



## 1.10

Пример правильного использования фирменного блока в составе рекламной полосы с учетом защитной зоны.

рекламная полоса



Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне для наших акционеров. Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства.



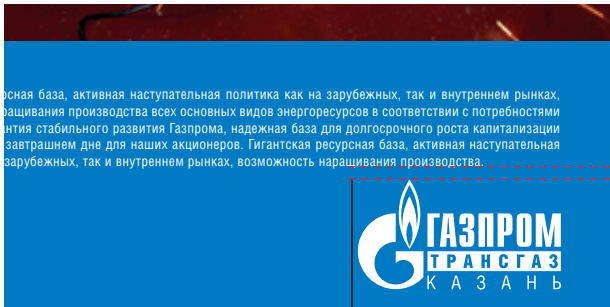
рекламная полоса



Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне для наших акционеров. Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне.



рекламная полоса, фрагмент



осная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне для наших акционеров. Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства.



защитная зона

рекламная полоса, фрагмент



осная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне для наших акционеров. Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне.



защитная зона

При нанесении фирменной символики дочерней компании ОАО «Газпром» на вновь создаваемый носитель, в случае, если фирменный блок занимает более 20% его площади, следует выбрать форму носителя, максимально приближенную к прямоугольнику. Выбор другой формы создает новый визуальный образ (сочетание фирменного блока и формы носителя).

Такой образ размывает визуальную структуру фирменной символики дочернего общества ОАО «Газпром».

Рекомендуется использовать носители прямоугольной формы.

Предельно допустимой по технологическим причинам можно считать прямоугольную форму со скругленными углами.



предельно допустимый вариант



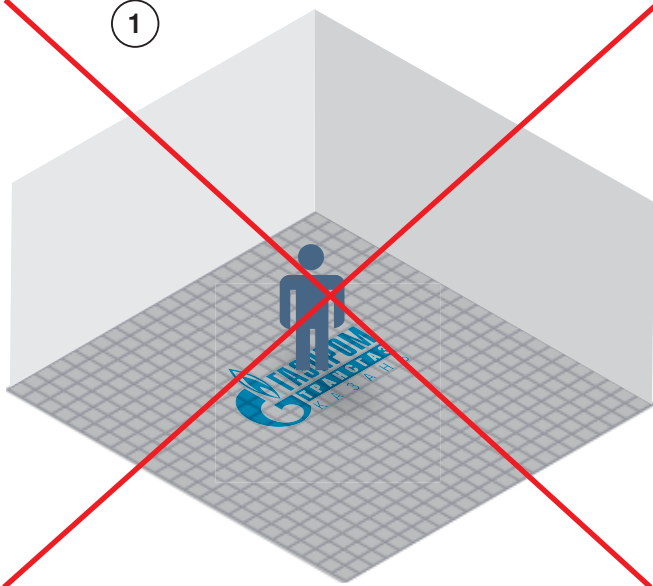
рекомендованный вариант

Запрещено использование фирменной символики в качестве декоративного элемента для оформления интерьеров. Фирменная символика может присутствовать в интерьерах только на специальных носителях (внутренние вывески, таблички), описанных в настоящем руководстве.

- ① Недопустимо использование фирменной символики в качестве декоративного элемента при оформлении напольных покрытий
- ② Недопустимо использование фирменной символики в качестве декоративного элемента при оформлении стеновых покрытий
- ③ Недопустимо использование фирменной символики в качестве декоративного элемента для создания декоративных скульптур
- ④ При необходимости размещения фирменного блока в интерьере здания, он должен быть оформлен в виде внутренней вывески ([стр. 88 Руководства](#)).

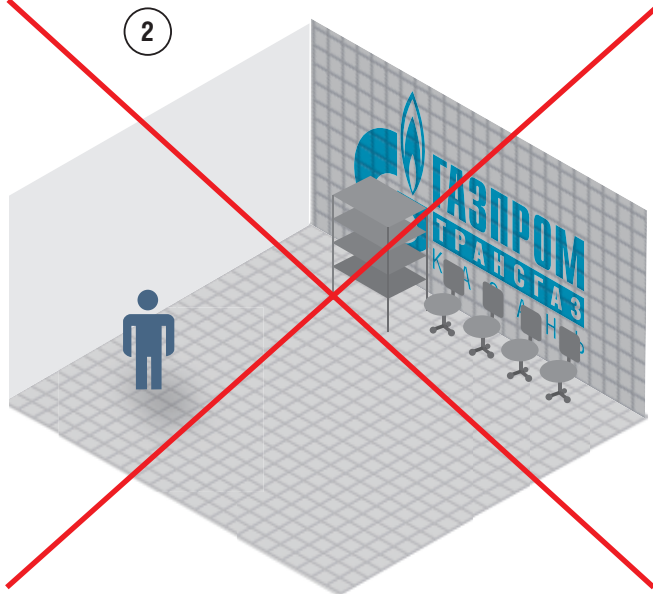
недопустимо

1



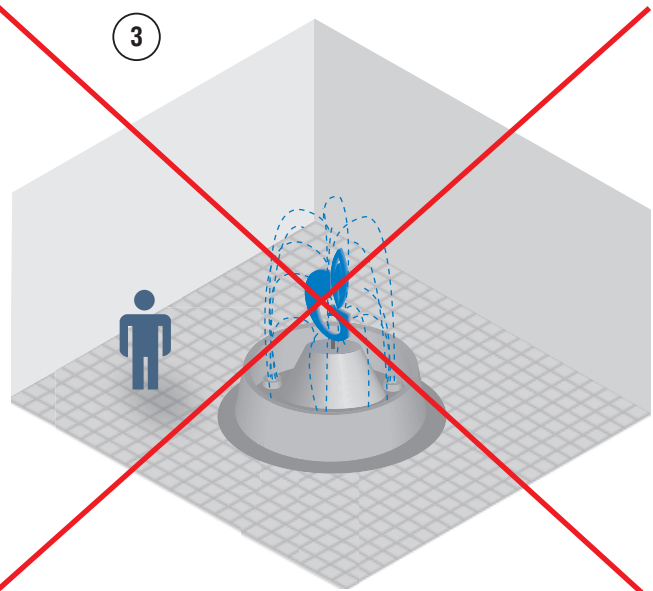
недопустимо

2



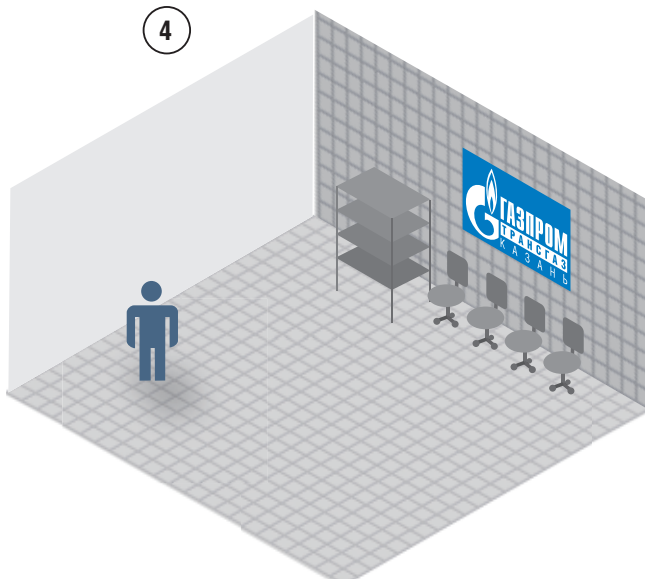
недопустимо

3



допустимо

4



## 1.12

Недопустимо использование фирменной символики в качестве декоративного элемента и в качестве фонового элемента.

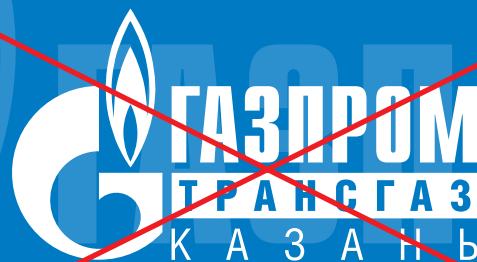
# СПАРТАКИАДА



ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ»

г. Белгород, 12–25 августа 2007 г.

# СПАРТАКИАДА



ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ»

г. Белгород, 12–25 августа 2007 г.



### 1.13

При создании носителей фирменной символики, использующих объемное исполнение фирменного блока, следует учитывать следующее обстоятельство. Исполнение всех поверхностей объемной модели из материала одного цвета может создавать эффект «слипания» элементов фирменного блока при взгляде с боковых ракурсов. Это приводит к визуальному искажению фирменного блока. Для избавления от этого эффекта (или минимизации его последствий) рекомендуются два возможных решения:

- ① изготовление боковых стенок модели из материала фонового цвета;
- ② применение внешней подсветки плоской части модели под углом, максимально близким к прямому.

**Объемное исполнение фирменного блока допустимо только при оформлении интерьерных и наружных решений. Использование объемного фирменного блока в графических и видео проектах недопустимо.**



1



2

### 1.13

При изготовлении объемных и плоских носителей фирменной символики, таких как крышные, фасадные установки и интерьерные модели, **запрещено использовать** технические решения, подразумевающие **контражурную подсветку** (метод подсветки, при котором источник света расположен позади подсвечиваемого непрозрачного объекта) фирменной символики.



## 2.1

## Оформление крыш зданий

## 2.1.1

## Крышные установки

Возможно использование 2-х типов крышных установок:

- с фоновой подложкой;
- без фоновой подложки.

Крышные установки без фоновой подложки возможны только с фирменным блоком синего цвета.

Во всех конструкциях возможно применение внутренней подсветки.

В установках с синим фоном должны подсвечиваться и фон, и фирменный блок.

Внутренняя подсветка крышных установок без фоновой подложки организуется следующим образом:

- ① подсвечиваются все синие элементы фирменного блока;
- ② буквы обозначения вида деятельности компании подсвечиваются белым цветом;
- ③ внутреннее пространство «языка пламени» не подсвечивается.



Крышные установки с фоновой подложкой



Крышная установка без фоновой подложки

3 Внутреннее пространство языка пламени не подсвечивается



2 Буквы обозначения вида деятельности подсвечиваются белым цветом

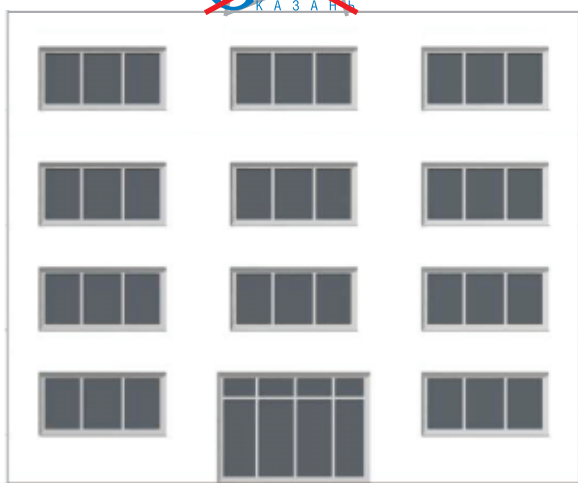
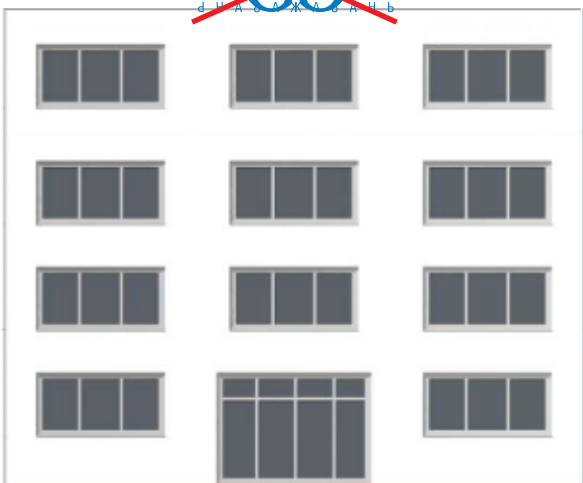
1 Подсвечиваются все синие элементы фирменного блока

Подсветка крышной установки без подложки

**2.1.1** При проектировании крышных установок без фоновых элементов следует обращать внимание на пространство за установкой.

Следует не допускать попадания в такое пространство различных архитектурных конструкций и других крышных установок. Необходимо обеспечить отсутствие таких сочетаний при обзоре со всех возможных ракурсов.

**При невозможности обеспечения чистоты фоновых элементов следует использовать крышные установки с фоновым элементом.**





### 2.1.1

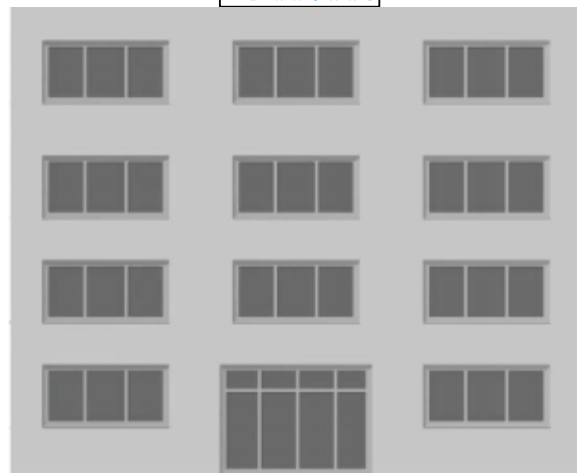
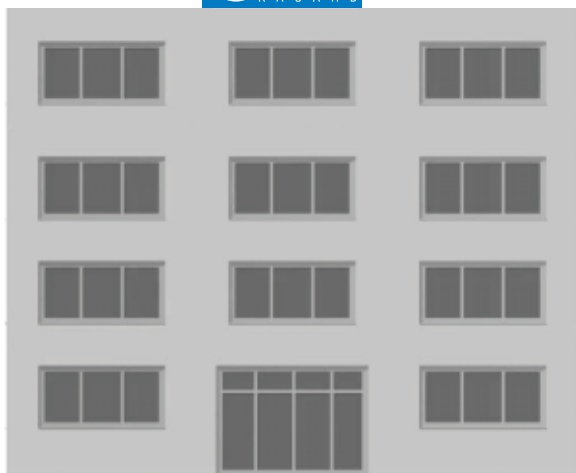
В современной городской среде создание крышных установок без фоновых элементов редко представляется возможным.

Поэтому основным рекомендованным видом крышной установки следует считать установку с фоновым элементом.

*В качестве конструктивной основы для крышных установок рекомендуются световые короба со светодиодной подсветкой.*

**Ветровые нагрузки и технические особенности крепления не могут являться основанием для выбора крышной установки без фона, если это противоречит указанным правилам.**

**В таких случаях следует спроектировать крышную установку уменьшенного размера и использовать вариант с фоном.**



Рекомендованные варианты крышных установок

## 2.2

## Оформление фасадов зданий

### 2.2.1

### Фасадные установки

Применяются 2 вида фасадных установок:

- установка на белом фоне используется для зданий с темным цветом фасада;
- установка на синем фоне (инвертированный вариант) используется для зданий со светлым цветом фасада.

**При использовании фасадных установок с белым фоном следует обеспечить их регулярную очистку от загрязнений и последствий атмосферных осадков.**



Фасадная установка на белом фоне



Фасадная установка на синем фоне

### 2.2.1 Используются 3 основных типа конструкций фасадных установок:

- ① установки с плоской передней поверхностью;
- ② установки с выступающим над подложкой фирменным блоком;
- ③ установки с фирменным блоком без подложки.

Установки с фирменным блоком без подложки используются только на фасадах белого цвета и только с фирменным блоком синего цвета.

Во всех конструкциях возможно применение внутренней подсветки.

В установках с синим фоном должны подсвечиваться и фон, и фирменный блок.

1

Установка  
с плоской  
передней  
поверхностью



2

Установка  
с выступающим  
над подложкой  
фирменным  
блоком



3

Установка  
с фирменным  
блоком  
без подложки



### 2.2.1 Использование фасадных установок.

Установки с фирменным блоком без подложки используются только на фасадах белого цвета с фирменным блоком синего цвета и на фасадах синего цвета с фирменным блоком белого цвета.

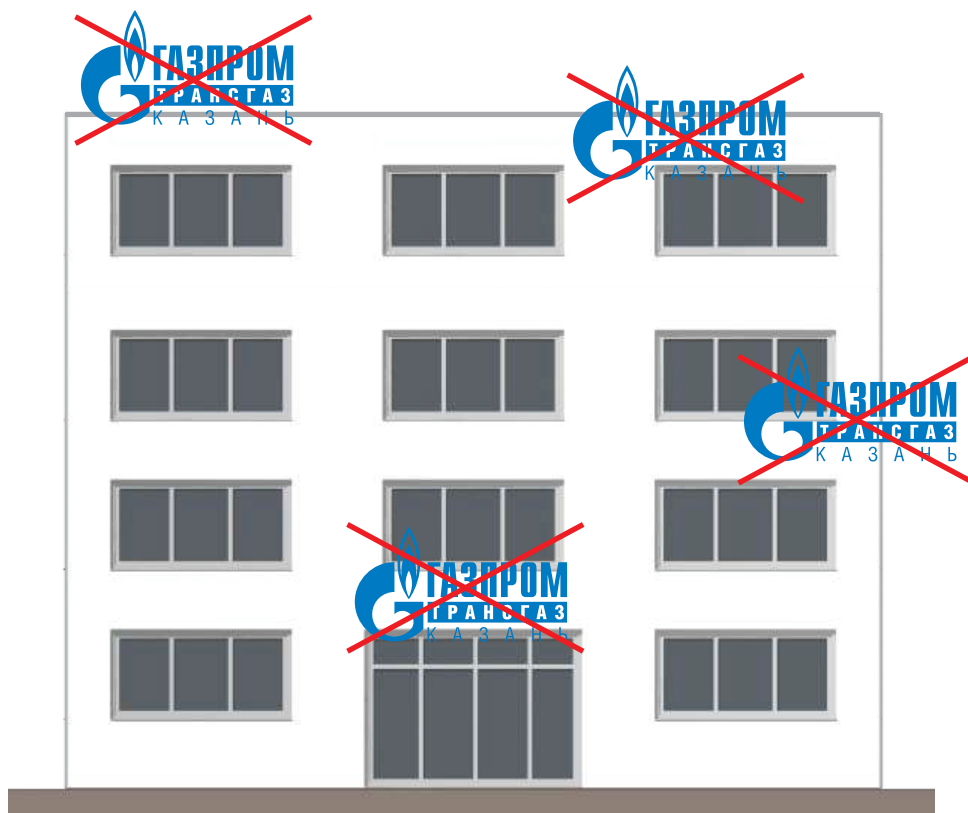
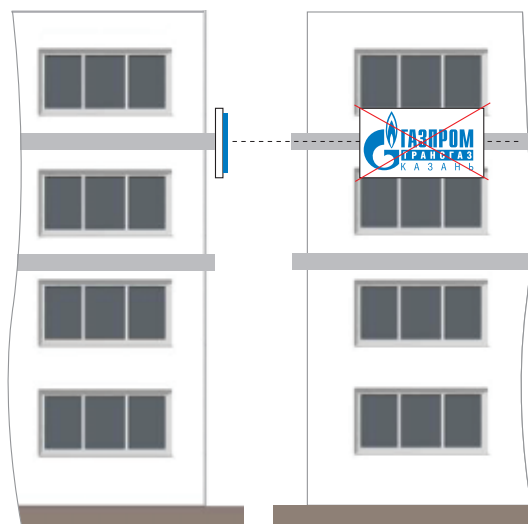




### 2.2.1

При установке крышных и фасадных установок без подложки необходимо обеспечивать ровное фоновое пространство для фирменного блока.

Поэтому нельзя использовать такие установки, когда их монтажная позиция подразумевает частичное перекрытие любых архитектурных конструкций.



## 2.2.2 Оформление входных групп

Основными элементами оформления входных групп являются:

- ① фасадные вывески;
- ② вывески на входе.

1 Фасадная вывеска

2 Вывеска на входе



### 2.2.2.1 Фасадные вывески

Применяются 2 вида фасадных вывесок:

- вывеска на белом фоне используется для зданий с темным цветом фасада;
- вывеска на синем фоне (инвертированный вариант) используется для зданий со светлым цветом фасада.

**При использовании фасадных установок с белым фоном следует обеспечить их регулярную очистку от загрязнений и последствий атмосферных осадков.**

[Установка вывесок внутри помещений описана на стр. 88](#)



Фасадная вывеска на белом фоне



Фасадная вывеска на синем фоне

- 2.2.2.1 Ширина фасадной вывески выравнивается по ширине входной группы.  
Фирменный блок располагается по центру фасадной вывески.





### 2.2.2.1 Используются 2 основных типа конструкций:

- ① вывески с плоской передней поверхностью;
- ② вывески с выступающим над подложкой фирменным блоком.

#### Варианты изготовления:

Изготовление фона и фирменного блока  
из светопропускающего материала.

*В этом варианте возможно применение внутренней подсветки, при этом обязательно подсвечивать и фон, и фирменный блок.*

Изготовление части вывески  
из светонепропускающего материала.

*Части вывески, обозначенные в макете белым цветом, могут быть изготовлены из белого металла.*

*В этом случае внутренняя подсветка не применяется.*

*Рекомендуется применение внешней подсветки.*

1



Вывеска с плоской передней поверхностью

2



Вывеска с выступающим над подложкой фирменным блоком

#### 2.2.2.2 Вывески на входе

Панель из серебристого металла размером 600х450 мм.

Размер нанесения 500х309 мм.

Метод нанесения – гравировка, затирка краской RAL-5015.

*При размещении вывесок на дополнительных зданиях допускается изготовление из серебристого пластика с инкрустацией синим пластиком.*



**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

450

309

500

600

2.2.2.2 Если здание имеет историко-культурную ценность либо является памятником архитектуры, допускается установка вывески из серого гранита с гравировкой.  
Размер вывески 450х600 мм.  
Размер гравировки 309х500 мм.



**ГАЗПРОМ**

**Т Р А Н С Г А З**

**К А З А Н Ь**

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

450

309

500

600

## 2.3

Оформление прилегающей территории

### 2.3.1 **Флаг дочернего общества**

Ширина логотипа составляет 60 % от ширины флага.

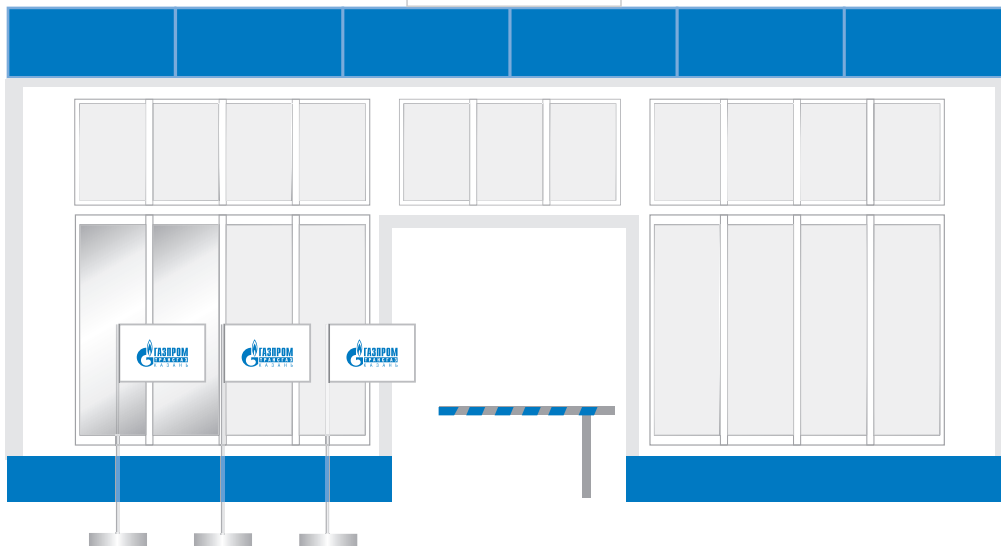




### 2.3.1 Флаговые группы

Перед административными зданиями возможна установка флаговой группы. Высота флагштока и расположение флаговой группы определяются по согласованию с архитекторами.

*В флаговой группе возможна установка флага Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, если это допускается действующим законодательством.*



### 2.3.1 Флаговые группы

В случае совместного размещения нескольких флагов разных статусов флаги размещаются в указанном на схеме порядке.

Статусность показана цифрами:

1 – высший статус,

2 – следующий за ним и т.д.

Порядок указан с точки зрения наблюдателя, смотрящего на здание.

Схема 1. Два флага:

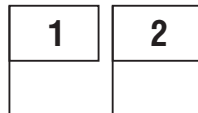


Схема 2. Три флага

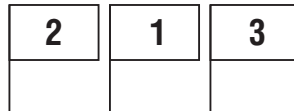


Схема 3. Четное число флагов

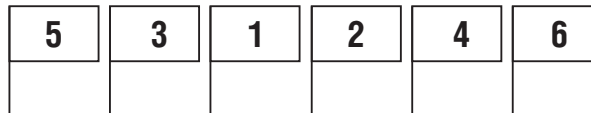
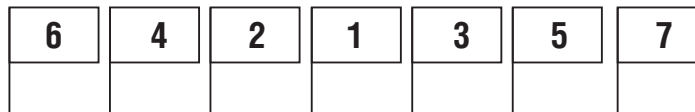


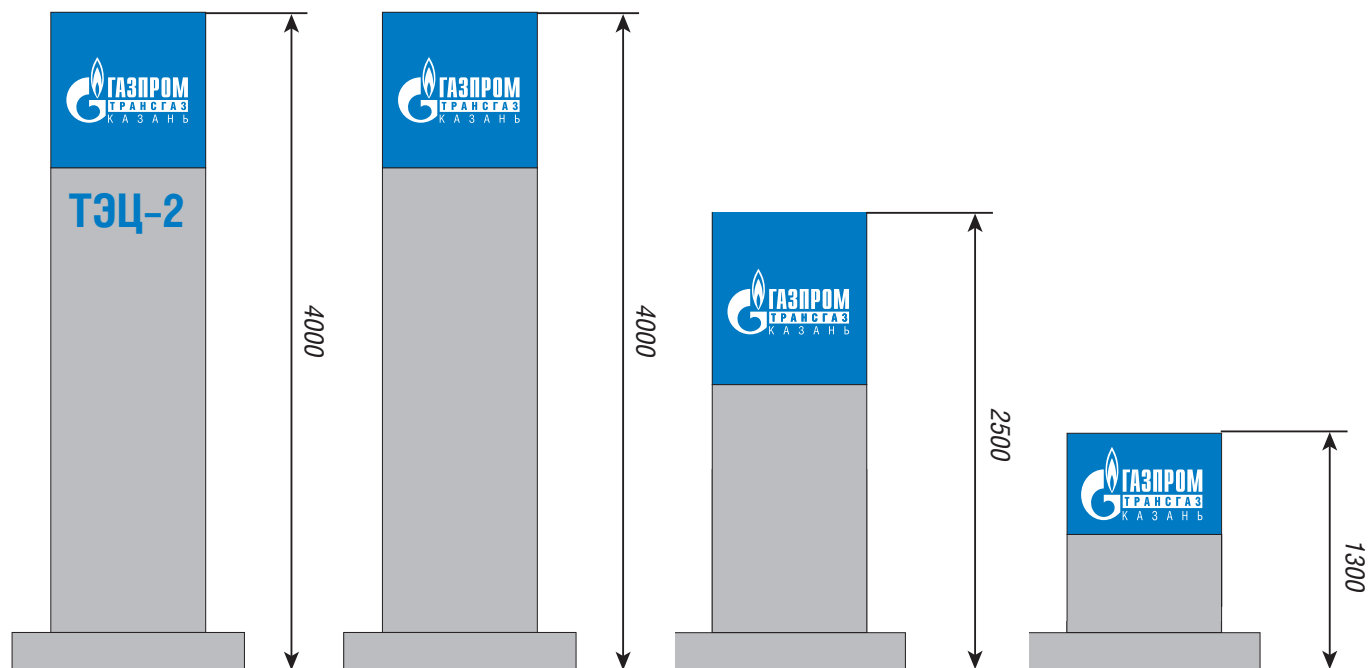
Схема 4. Нечетное число флагов



### 2.3.2 Стелы

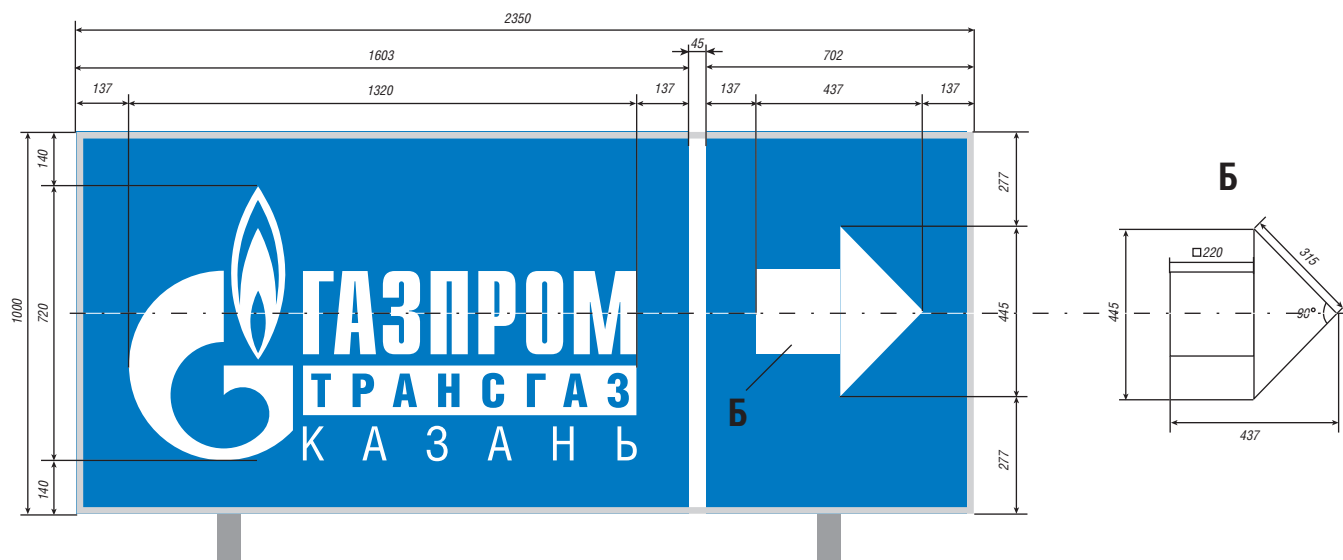
Для оформления прилегающей территории возможно использование идентифицирующих стел.

Проект стелы может быть получен в ДИП.



### 2.3.3 Уличные указатели

Размер указателя 2350х1000 мм.





### 2.3.3 Уличные указатели

Размер указателя 2350х1000 мм.



## 3.1

## Внутренние визуальные коммуникации

Таблички на кабинетах

Размер таблички 300x200 мм

Номер этажа

Размер таблички 208x90 мм

Комплекс внутренних визуальных коммуникаций может быть выполнен в одном из двух вариантов:

- ① исполнение из синего пластика с инкрустацией белым пластиком;
- ② исполнение из матового серебристого металла, затирка краской RAL-5015.

1

**37**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ  
НАЧАЛЬНИК ОТДЕЛА**

**АЛЕКСАНДРОВ  
АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ**

1

**2 ЭТАЖ**

2

**37**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ  
НАЧАЛЬНИК ОТДЕЛА**

**АЛЕКСАНДРОВ  
АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ**

2

**2 ЭТАЖ**

## Таблички на кабинет руководителя

### Табличка с наименованием должности

- ① Панель из серебристого металла размером 300х200 мм.  
Размер нанесения 269х125 мм.  
Метод нанесения – гравировка, затирка краской RAL-5015.
- ② Панель из синего пластика с инкрустацией белым пластиком.

### Табличка с номером кабинета

- ① Панель из серебристого металла размером 70х60 мм.  
Размер нанесения 50х40 мм.  
Метод нанесения – гравировка, затирка краской RAL-5015.
- ② Панель из синего пластика с инкрустацией белым пластиком.

1

**ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР**

**АЛЕКСАНДРОВ  
АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ**

1

**37**

2

**ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР**

**АЛЕКСАНДРОВ  
АЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВИЧ**

2

**37**

## Дополнительные таблички и указатели

Таблички и указатели должны быть размещены в местах, обеспечивающих их наилучшую видимость в любое время суток на высоте от 1500 до 2000 мм от уровня земли.

Варианты изготовления:

- ① исполнение из синего пластика с инкрустацией белым пластиком;
- ② исполнение из серебристого металла, затирка краской RAL-5015.

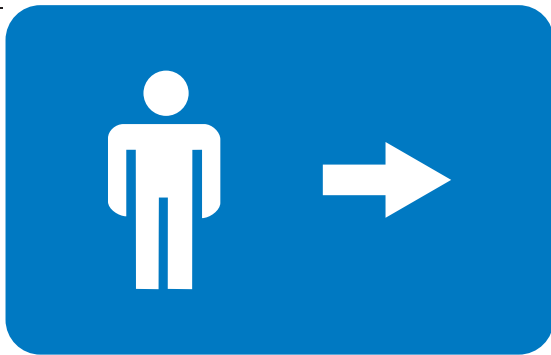
1

200

200



200



300

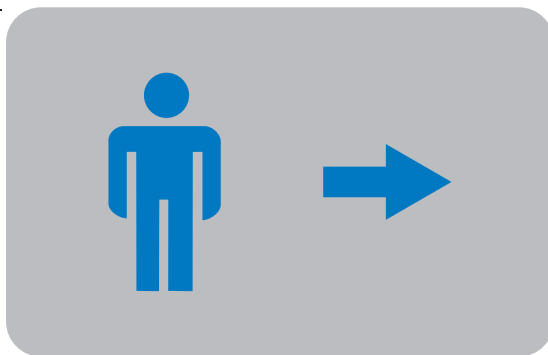
2

200

200



200



300



## Таблица расположения кабинетов

Размер таблички 56.5x350 мм

Варианты изготовления:

- ① исполнение из синего пластика с инкрустацией белым пластиком;
- ② исполнение из серебристого металла, затирка краской RAL-5015.

<b>99</b>	<b>ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА</b>
<b>100</b>	<b>ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР</b>
<b>222</b>	<b>ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР</b>

①

<b>99</b>	<b>ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА</b>
<b>100</b>	<b>ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР</b>
<b>222</b>	<b>ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР</b>

②

## Таблица расположения по этажам

Размер таблички 57х380 мм

Варианты изготовления:

- ① исполнение из синего пластика с инкрустацией белым пластиком;
- ② исполнение из серебристого металла, затирка краской RAL-5015.

1

9 ЭТАЖ	ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ
10 ЭТАЖ	БУХГАЛТЕРИЯ
11 ЭТАЖ	АДМИНИСТРАЦИЯ
22 ЭТАЖ	ПЛАНОВЫЙ ОТДЕЛ

2

9 ЭТАЖ	ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ
10 ЭТАЖ	БУХГАЛТЕРИЯ
11 ЭТАЖ	АДМИНИСТРАЦИЯ
22 ЭТАЖ	ПЛАНОВЫЙ ОТДЕЛ

## Внутренние вывески

### Используются 2 основных типа вывесок:

- вывески с плоской передней поверхностью;
- вывески с выступающим над подложкой фирменным блоком.

### Варианты изготовления:

Изготовление фона и фирменного блока из светопропускающего материала.

В этом варианте возможно применение внутренней подсветки, при этом обязательно подсвечивать и фон, и фирменный блок.

Изготовление части вывески из светонепропускающего материала.

Части фоновых вывесок, обозначенные в макете белым цветом, могут быть изготовлены из белого металла.

В этом случае внутренняя подсветка не применяется.

Рекомендуется применение внешней подсветки.

[При изготовлении вывесок следует учитывать правила, указанные на стр. 36](#)



Вывеска с плоской передней поверхностью



Вывеска с выступающим над подложкой фирменным блоком

## 3.2

### Задники пресс-конференций

При создании задника пресс-конференции размер фирменного блока определяется по следующему принципу: высота фирменного знака

ОАО «Газпром» при взгляде из телекамеры должна быть равна примерно 50% высоты головы сидящего за столом человека.



Основной задник пресс-центра



## 3.2 Задники пресс-конференций



Универсальный задник пресс-конференции



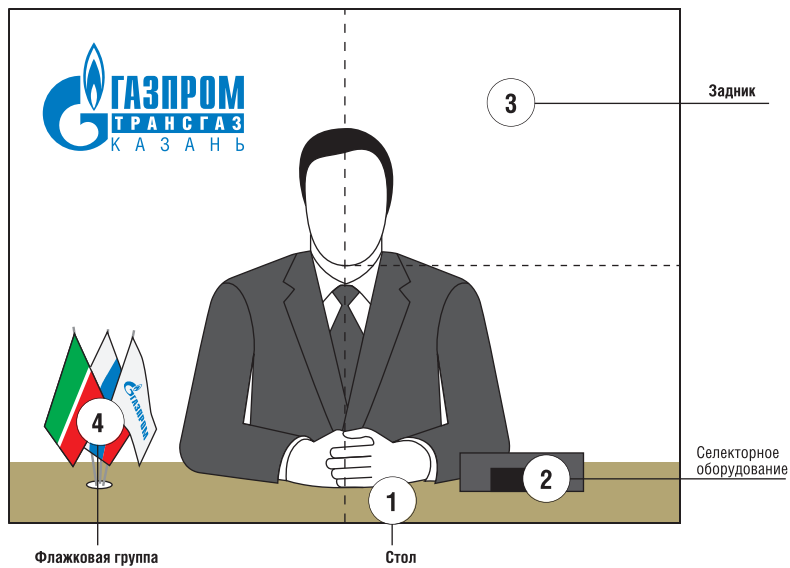
Универсальный задник пресс-конференции с названием мероприятия

### Элементы кадра

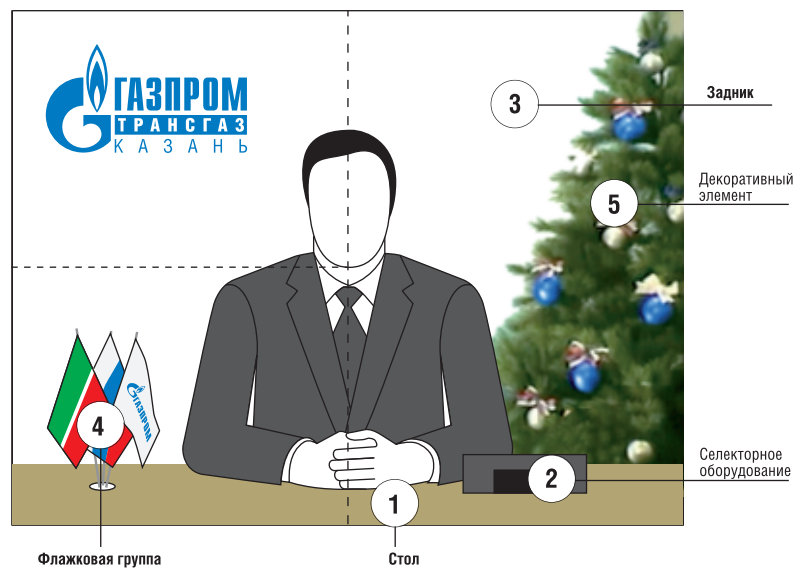
Кадр видеотрансляции может содержать следующие элементы:

- ① стол (только прямоугольной формы);
- ② селекторное оборудование (оборудование желательно скрыть, при невозможности, разместить так, чтобы оно не закрывало рук выступающего);
- ③ задник;
- ④ флажковая группа;  
Состав флажковой группы слева направо с позиции камеры: флажок субъекта Российской Федерации, флажок Российской Федерации, флажок Газпрома.
- ⑤ декоративный элемент (использование декоративного элемента, допускается только при проведении селекторных совещаний, посвященных Новому Году).

**Запрещается установка в кадре каких-либо дополнительных элементов, не описанных в настоящем руководстве.**



Компоновка кадра без декоративного элемента



Компоновка кадра с декоративным элементом

### 1. Первый план – поверхность стола.

Поверхность должна быть ровной, неактивного цвета (цвет дерева, серый). Стол должен быть достаточной ширины, что бы занимать всю ширину кадра. Расстояние от нижней границы кадра до дальней от зрителя стороны стола должно составлять 12–15 % от высоты кадра.

На поверхности стола не должно быть никаких предметов, кроме перечисленных в списке элементов кадра. Допускается дополнительное размещение текста выступления в виде ровной стопки листов или блокнота. В случае установки флажковой группы она должна находиться справа от выступающего, примерно на уровне его рук. Высота флажковой группы должна быть примерно равна 30 % от высоты кадра. Флаговая группа состоит из трех флагов. Порядок расположения флагов: справа (со стороны выступающего) флаг региона РФ, в центре – флаг России, слева – флаг Газпрома.

### 2. Второй план – выступающий.

Выступающий должен находиться в центре кадра по горизонтали. Линия подбородка должна находиться примерно в центре кадра по вертикали.

Высота головы выступающего должна составлять примерно 20 % высоты кадра.

Кисти рук должны быть видны целиком и не перекрываться какими-либо объектами.

От нижней границы кадра руки должны находиться на расстоянии 5–7 % высоты кадра.

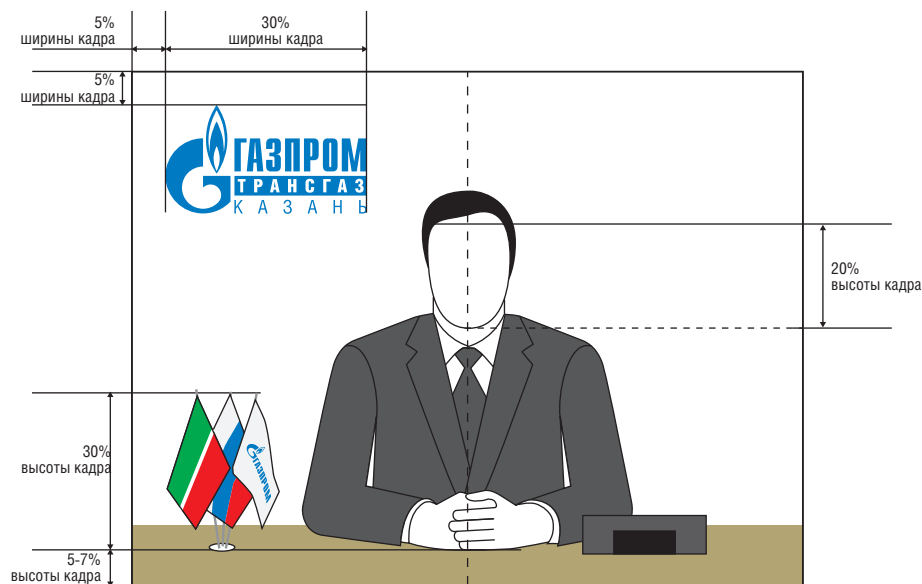
### 3. Третий план – декоративный элемент.

Декоративный элемент должен находиться за выступающим с левой стороны от него. Ширина декоративного элемента не должна превышать 30 % ширины кадра.

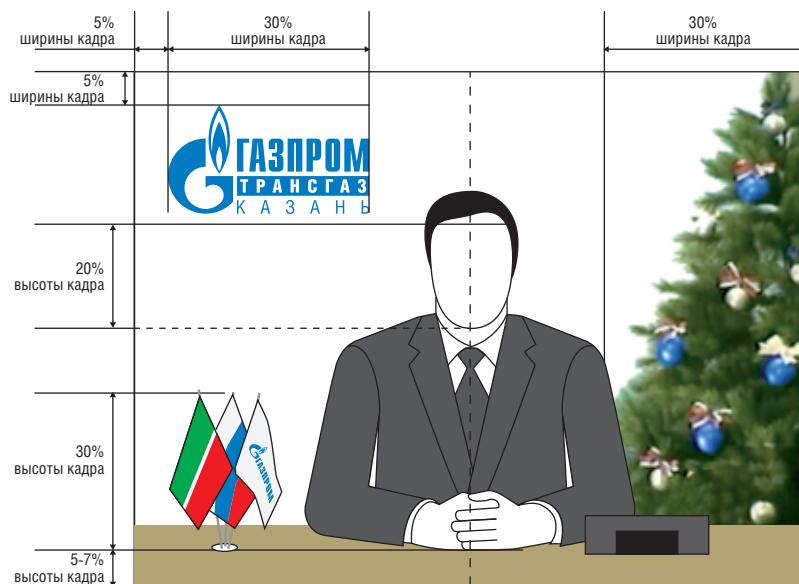
### 4. Четвертый план – задник.

Задник представляет собой ровный фон белого цвета с расположенным в правом (со стороны выступающего) верхнем углу фирменным блоком дочерней компании.

Рекомендуется изготавливать задник по электронному макету, прилагаемому к книге фирменного стиля. Не рекомендуется использовать в качестве задника стену помещения. Задник следует изготавливать из специального фонового материала.



Компоновка кадра без декоративного элемента



Компоновка кадра с декоративным элементом

## 4.1

## Бланки

Для изготовления бланков деловой документации следует использовать **только электронные макеты**, прилагаемые к КФС.

Порядок расположения данных на бланках **не подлежит изменению**.



ОАО «ГАЗПРОМ»

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ»**  
(ООО «Газпром трансгаз Казань»)

Адрес: Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация. 420073

Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01

E-mail: [www.gazprom.ru](mailto:www.gazprom.ru)

ОКПО \_\_\_\_\_ ОГРН \_\_\_\_\_ ИНН/КПП \_\_\_\_\_/\_\_\_\_

№ \_\_\_\_\_

на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_



ОАО «ГАЗПРОМ»

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ»**  
(ООО «Газпром трансгаз Казань»)  
**ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР**

Адрес: Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация. 420073

Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01

E-mail: [www.gazprom.ru](mailto:www.gazprom.ru)

ОКПО \_\_\_\_\_ ОГРН \_\_\_\_\_ ИНН/КПП \_\_\_\_\_/\_\_\_\_

№ \_\_\_\_\_

на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Примеры бланков деловой документации



Информационная часть визитной карточки комплектуется следующим образом:

- ① наименование подразделения без должности;
- ② Ф.И.О. сотрудника;
- ③ должность без наименования подразделения;
- ④ адресный блок.

**Изменение компоновки информационной части визитной карточки не допускается.**



ООО «Газпром трансгаз Казань»

**ПАВЛОВ**  
**Павел Павлович**  
Генеральный директор

Аделя Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация, 420073  
Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01  
e-mail: p.pavlov@gazprom.ru, www.gazprom.ru

1

2

3

4

ДЕПАРТАМЕНТ ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ  
Управление развития общественных связей

**ПЕТРОВ**  
**Петр Петрович**  
Заместитель начальника Департамента -  
начальник Управления

Аделя Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация, 420073  
Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01  
e-mail: p.petrov@gazprom.ru, www.gazprom.ru



ДЕПАРТАМЕНТ ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ

**ИВАНОВ**  
**Иван Иванович**  
Начальник Департамента

Аделя Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация, 420073  
Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01  
e-mail: i.ivanov@gazprom.ru, www.gazprom.ru



ДЕПАРТАМЕНТ ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ  
Управление развития общественных связей  
Отдел спонсорских и благотворительных проектов

**КУЗНЕЦОВА**  
**Антонина Тимофеевна**  
Начальник отдела

Аделя Кутуя ул., д. 41, г. Казань,  
Республика Татарстан, Российская Федерация, 420073  
Тел.: (843) 272-60-01, факс: (843) 272-60-01  
e-mail: a.kuznezova@gazprom.ru, www.gazprom.ru



**Алкогольные напитки, брелоки, авторучки, зажигалки**

Оформление сувенирной продукции к событиям и мероприятиям описано в разделе 11



**Нанесение фирменной символики на алкогольные напитки запрещено.**



Брелоки



Зажигалки



Авторучки

## Кружки

Размер нанесения фирменного блока – 35х19 мм.



## Пакеты

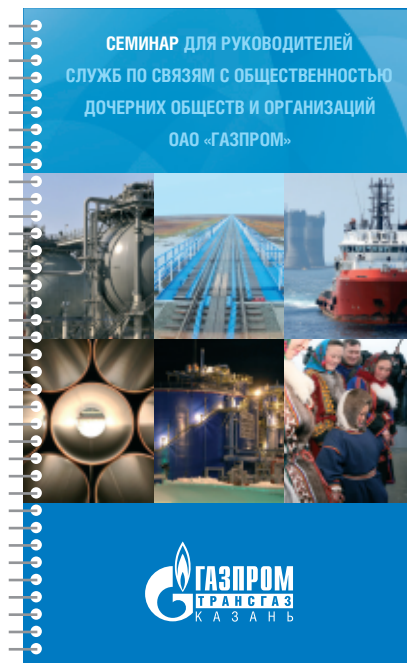
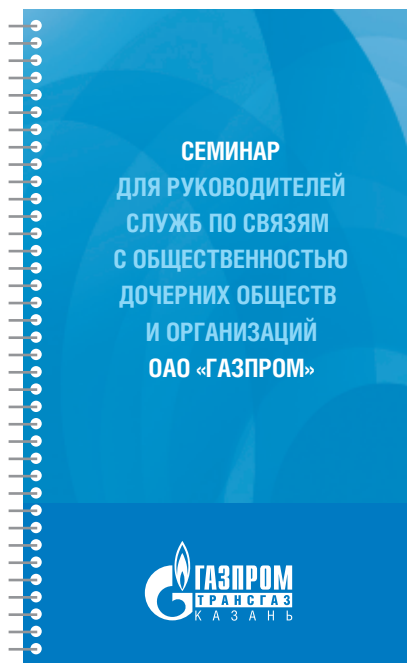
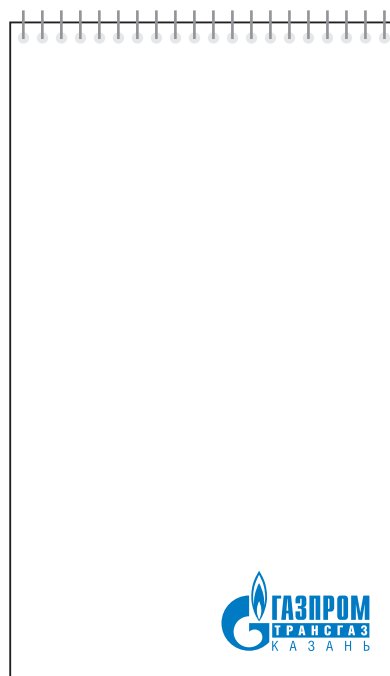
Примеры оформления пакетов.





## Блокноты

Примеры оформления блокнотов.



## Сувенирная продукция из кожи и кожзаменителя

При выборе и изготовлении сувенирной продукции из кожи и кожзаменителя следует учитывать следующие факторы:

1. Рекомендуется выбирать продукцию следующих цветов

- ① синий (максимально близкий к фирменному цвету ОАО «Газпром»), использование синего цвета гораздо темнее Pantone 300 не рекомендуется;
- ② белый;
- ③ черный;
- ④ серый.

2. Рекомендуемые виды нанесения Фирменной символики:

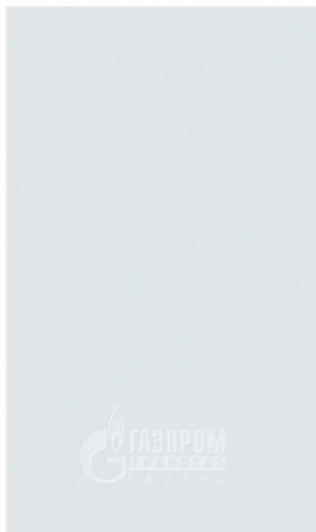
- слепое тиснение;
- тиснение серебряной фольгой.

Другие виды нанесения фирменной символики не рекомендуются.

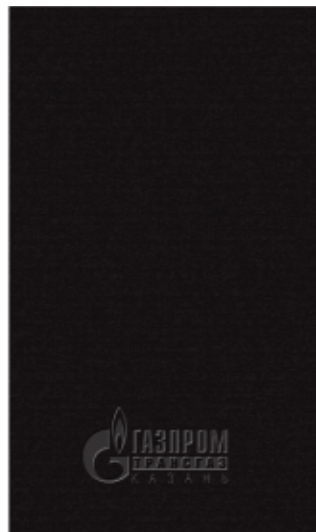
1



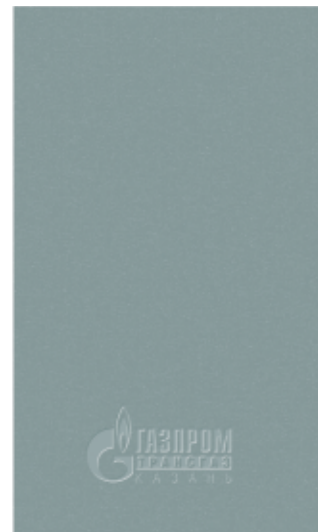
2



3

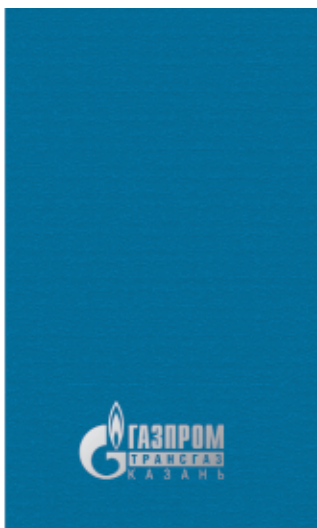


4

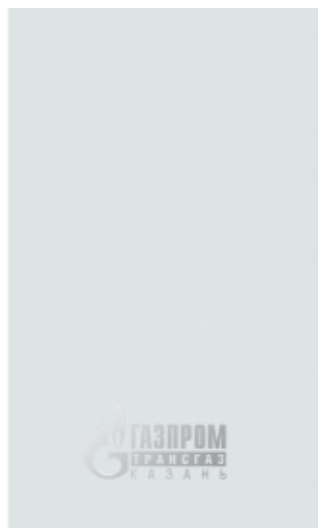


слепое тиснение

1



2



3



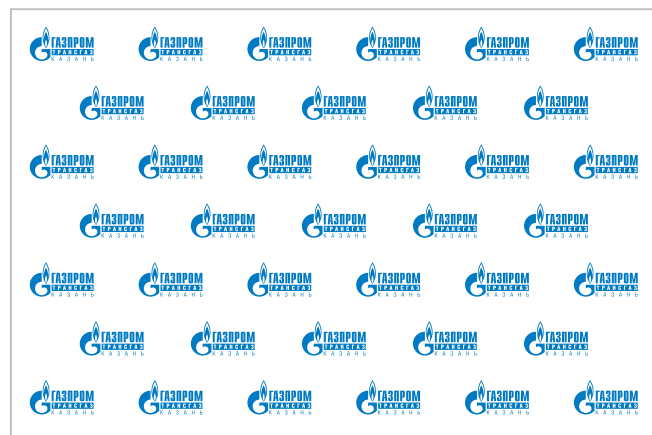
4



тиснение серебряной фольгой

### **Упаковочная бумага, упаковочная лента, упаковочная калька**

Упаковочная калька предназначена для дополнительной (внутренней) упаковки. Калька изготавливается путем печати логотипа серебром (Pantone 877) согласно эскизу.



упаковочная бумага, упаковочная лента



упаковочная калька

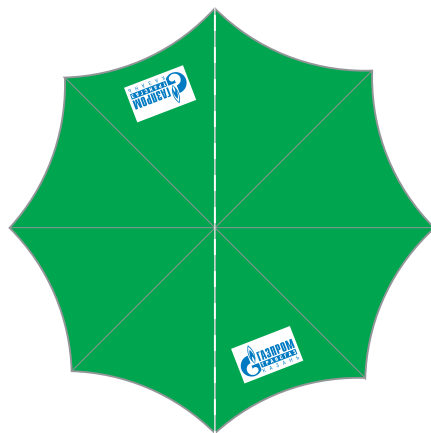
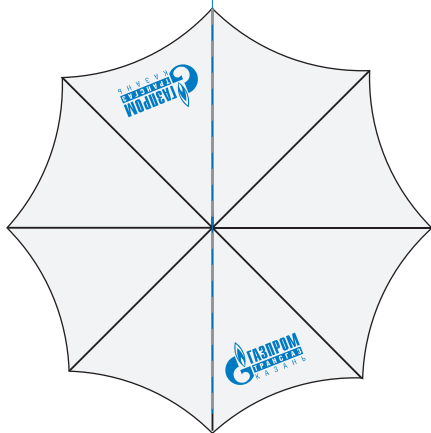
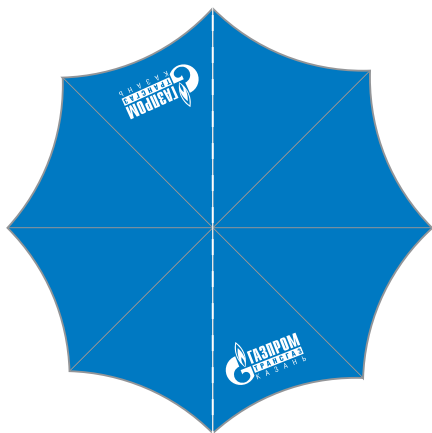
## Зонт

Пример оформления зонтов.

Предпочтительные цвета зонтов – синий (максимально близкий к Pantone 300) или белый.

Допускается изготовление зонтов из серебристой ткани с нанесением фирменной символики синим цветом (Pantone 300).

[Правила использования фирменной символики описаны в разделе 1](#)





### Футболка, шорты

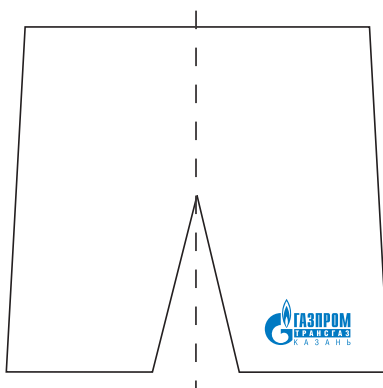
Предпочтительные цвета футболок – синий (максимально близкий к Pantone 300) или белый.



Фирменный блок размещен  
слева на груди,  
размер нанесения 100x54 мм.



Фирменный блок размещен  
на спине,  
размер нанесения 250x140 мм.



Размер нанесения надписи 200x13 мм.

При использовании дочерними обществами ОАО «Газпром» спортивной формы и другой специальной одежды с уже нанесенной фирменной символикой производителя следует придерживаться следующих правил:

- фирменный блок дочерней компании наносится симметрично символике производителя;
- фирменный блок должен занимать площадь, примерно равную площади логотипа производителя.

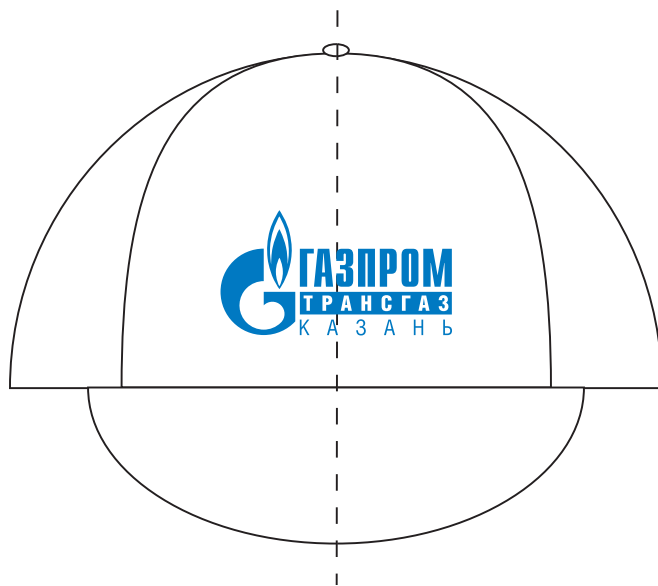
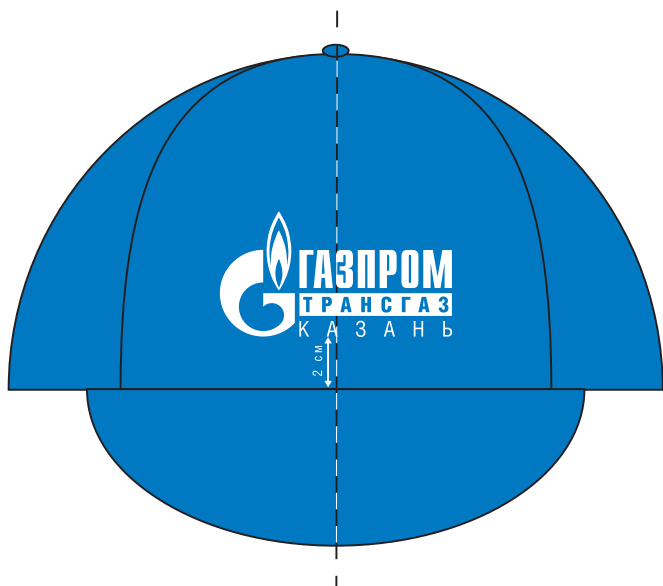
**Нанесение фирменного блока дочерней компании на одежду с центральным расположением символики производителя либо с символикой производителя, занимающей более 5% площади изделия, недопустимо.**

[Правила использования фирменной символики описаны в разделе 1](#)



## Бейсболка

Размер нанесения фирменного блока – 100х54 мм.



Типовой рекламный носитель дочерней компании ОАО «Газпром» – это часть централизованной системы визуального позиционирования ОАО «Газпром».

Типовой рекламный носитель представляет собой обязательный к использованию макет размещения основных графических элементов рекламного сообщения.

Типовой рекламный носитель состоит из двух блоков: имиджевого и рекламного.

Имиджевый блок, компокуемый согласно эскизу, содержит следующие элементы:

- ① имиджевый блок компании – размещается согласно эскизу;
- ② рекламный блок – размещается согласно эскизу
- ③ контактная информация компании – размещается согласно эскизу  
(в случае отсутствия необходимости контактная информация может не размещаться);
- ④ рекламный слоган – размещается согласно эскизу  
(в случае отсутствия необходимости рекламный слоган может не размещаться).

Размещение дополнительных элементов в имиджевом блоке не допускается.

Рекламный блок компании размещается согласно эскизу. Рекламный блок компокуется дочерней компанией самостоятельно. Он может содержать любые графические элементы, но использование в нем элементов, которые должны размещаться в имиджевом блоке, допускается, только если это обосновано рекламной концепцией.



Билборд



Перетяжка, рекламная полоса в прессе.



1 Логотип

# ТЕПЛО В КАЖДЫЙ ДОМ

2 Рекламный блок



2 Рекламный блок

4 Рекламный слоган

Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне для наших акционеров. Гигантская ресурсная база, активная наступательная политика как на зарубежных, так и внутреннем рынках, возможность наращивания производства всех основных видов энергоресурсов в соответствии с потребностями рынка – это гарантия стабильного развития Газпрома, надежная база для долгосрочного роста капитализации и уверенность в завтрашнем дне.



1 Имиджевый блок

## 8.1

Административные помещения.

Запрещено нанесение фирменной символики на офисную мебель и офисную технику.



## 8.2

Предприятия питания.

Запрещено нанесение фирменной символики на мебель, скатерти и салфетки, посуду и столовые приборы.



### 8.3

#### Гостиницы

Запрещено нанесение фирменной символики на мебель, постельное белье и одноразовые предметы гигиены.





## 9.1

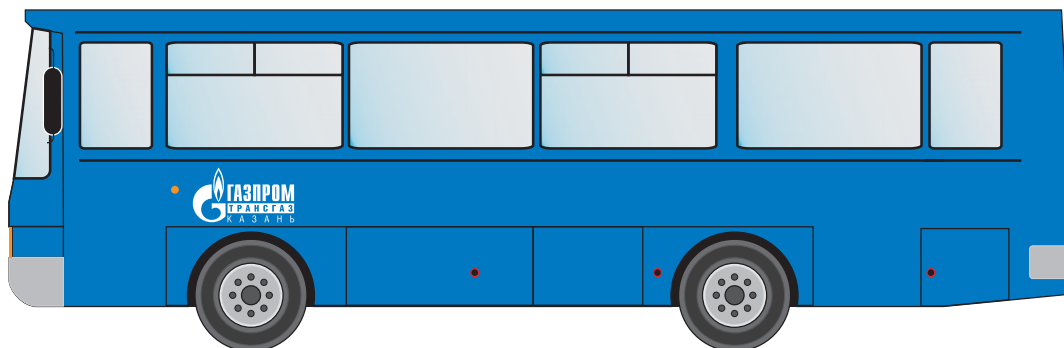
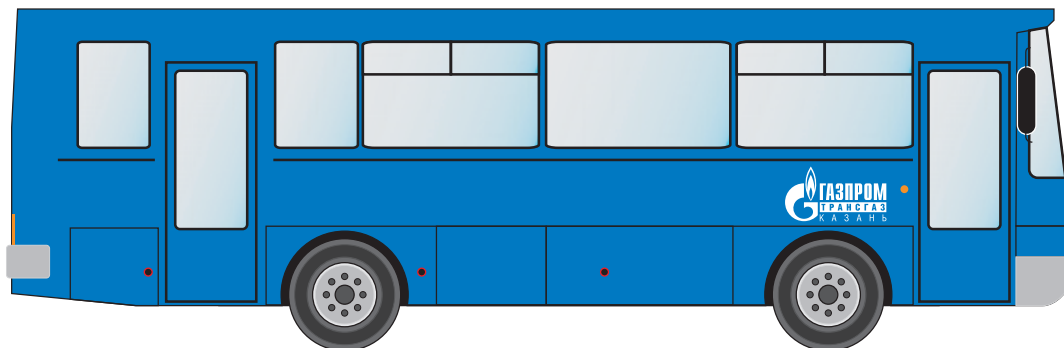
## Пассажирский автотранспорт

**Автобус****1 вариант**

Фирменный блок располагается над нишами передних колес боковых поверхностей кузова. Размер выбирается в зависимости от марки автобуса.

**2 вариант**

Фирменный блок располагается между колесной базой.  
Размер выбирается в зависимости от марки автобуса.



1 вариант



2 вариант

## Легкий грузовик, микроавтобус

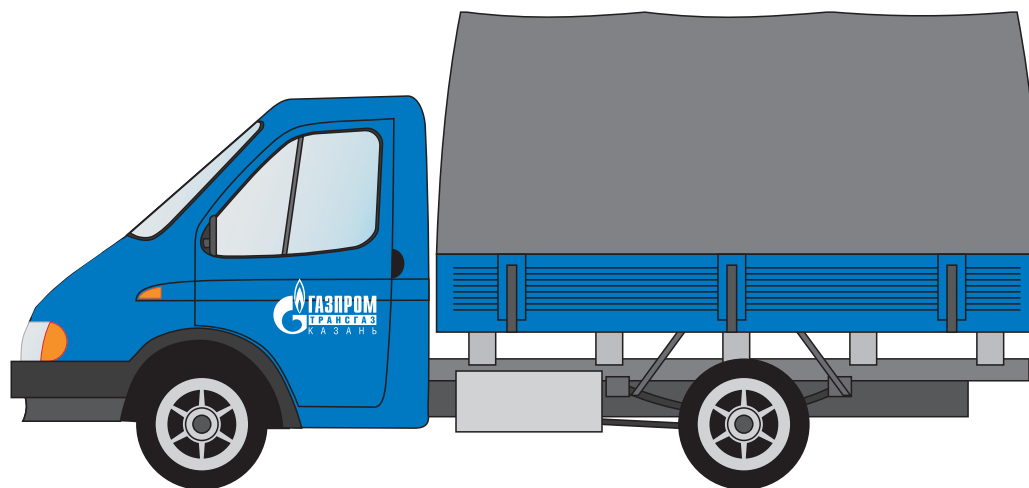
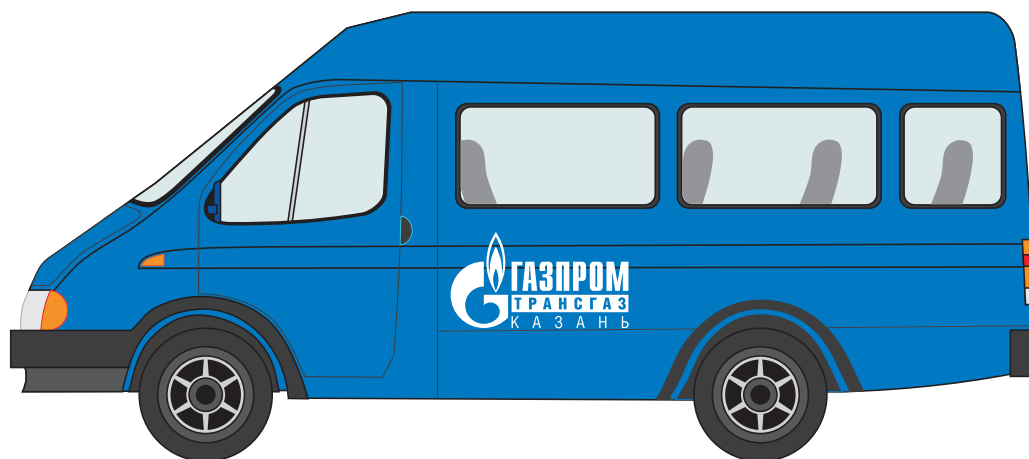
На легком грузовике фирменный блок располагается на дверях кабины.

Размер выбирается в зависимости от марки микроавтобуса.

На микроавтобусе фирменный блок располагается по центру боковых поверхностей кузова. Размер выбирается в зависимости от марки грузовика.

**При приобретении автотранспорта следует выбирать цвета:**

- белый;**
- синий (максимально приближенный к Pantone 300.**



## Табличка с указанием маршрута

Формат А4



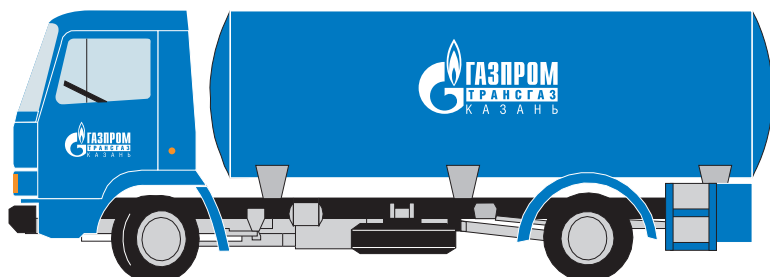
**КАЗАНЬ**  
**МОСКВА**

## Автоцистерна

На грузовом транспорте фирменный блок располагается на дверях кабины и по середине поверхности цистерны, контейнера, борта и т. д. Размер выбирается в зависимости от марки грузовика.

В случае, если кабина и кузов подвижного состава не соответствуют цветовой гамме предприятия, нанесение логотипа (pantone 300) производится на белом фоне (вариант 1) или логотип белого цвета на фирменном фоне предприятия (вариант 2).

Для нанесения логотипа используются автоэмали, по цвету максимально соответствующие фирменному цвету ОАО «Газпром» – Pantone 300, а также самоклеящаяся пленка Oracal – цвет RAL 5015.



1 вариант



2 вариант



При производстве видеопродукции запрещается использовать любую анимацию с использованием в качестве объекта фирменной символики.

*Рекомендуется демонстрировать фирменную символику на статичных заставках, появляющихся в по ходу демонстрации видеопродукта.*



Примеры типовых заставок

При оформлении торжественных событий и проведении массовых мероприятий любые макеты имиджевых и рекламных носителей фирменной символики следует разрабатывать в соответствии с книгой фирменного стиля дочернего общества и настоящим руководством.

**При создании визуального бренда события или мероприятия не следует формировать знак, объединяющий фирменную символику компании и символику мероприятия в единый графический блок.**

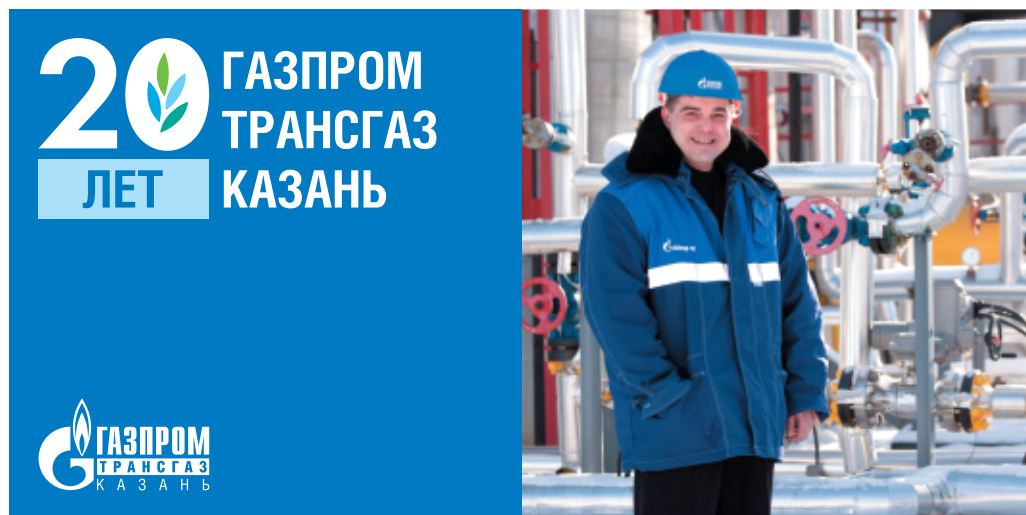


**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

Визуальный бренд следует формировать путем создания правил совместного размещения фирменной символики компании и символа мероприятия на различных носителях.

Пример оформления комплекта рекламных носителей создаваемых к юбилею компании – билборд.

1 вариант



2 вариант



Пример оформления комплекта рекламных носителей создаваемых к юбилею компании – блокнот, буклет.



1 вариант



2 вариант





Пример оформления комплекта рекламных носителей создаваемых к юбилею компании – пакеты, рекламные полосы.



1 вариант



2 вариант



Пример оформления комплекта рекламных носителей создаваемых к юбилею компании – кружки, зажигалки, значки.



1 вариант



2 вариант

Авто цистерна	138
Автобус	132
Автотранспорт	132
Бейсболки	120
Билборд	122, 144
Бланки	98
Блокноты	108, 146
Буклет	146
Видеопродукция	142
Визитные карточки	100
Внутренние вывески	32, 90
Входные группы	54
Вывески на входе	62
Грузовик	134
Задники пресс-конференций	90
Защитная зона фирменного блока	24
Значки	150
Зонты	114
Кожанные изделия	110
Кружки	104, 150
Крышные установки	40
Мебель	126, 130
Микроавтобус	134
Объемное исполнение фирменной символики	22, 36
Оргтехника	126

Пакеты	106, 148
Перетяжка	124
Подсветка вывесок	38
Постельное белье	130
Посуда	128
Предметы гигиены	130
Предприятия питания	128
Реклама	124
Рекламная полоса	124, 146
Салфетки	128
Селекторные совещания (компоновка кадров)	94
Скатерти	128
Спортивная одежда	116
Стеллы	72
Столовые приборы	128
Сувенирная продукция	102, 150
Таблички и указатели внутренние	82
Таблички на кабинетах	78
Уличные указатели	74
Упаковка	112
Фасадные вывески	56
Фасадные установки	46
Флаг	66
Флаговая группа	68
Футболки	116, 118
Шорты	116

Для заметок

Для заметок



ОАО «Газпром»

Департамент по информационной политике

Управление развития общественных связей

отдел рекламы и брендинга

тел.: +7 (495) 719-44-35, 719-11-65, 719-10-21

ООО «Т.Г.Д.»

тел.: +7 (495) 719-04-51, 719-04-52