



**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ.
РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ**

Настоящее руководство – свод единых правил презентации и идентификации бренда «Группы «Илим», его атрибутов. Оно определяет правила визуальной идентификации бренда, использования корпоративного (фирменного) стиля, регламентирует стилистические и цветовые решения.

Руководство необходимо для защиты визуального имиджа компании. Оно используется при разработке новых рекламных материалов, в документообороте, при создании новых продуктов (проектов) и т. д. Во всех видах деятельности «Группы «Илим», связанных с визуальной идентификацией, во всех ее филиалах и отделениях необходимо всегда сверяться с правилами, изложенными в настоящем руководстве. Так формируется и сохраняется общая стилистика визуальной идентификации бренда, создаются адекватные коммуникации, отвечающие единому духу компании.

БАЗОВЫЕ КОНСТАНТЫ

- 5 Фирменный блок
- 6 Пропорции и построение фирменного блока
- 8 Охранное поле фирменного блока
- 9 Фирменные блоки филиалов
- 10 Фирменные блоки представительств
- 11 Пропорции и построение фирменного блока филиалов
- 12 Пропорции и построение фирменного блока представительств
- 13 Охранное поле фирменных блоков филиалов и представительств
- 14 Адаптация фирменного блока к различным видам печати
- 16 Фирменные цвета
- 17 Адресный блок
- 18 Примеры неправильного использования фирменного блока
- 20 Фирменные шрифты
- 22 Примеры правильного использования фирменного блока

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- 26 Визитные карточки
- 30 Фирменные бланки
- 38 Папка для документов
- 40 Конверты

КОРПОРАТИВНЫЕ АТТРИБУТЫ

- 46 Вывеска (при входе в офис)
- 47 Флаги
- 48 Флажки (настольные)
- 49 Пакеты
- 50 Грамоты/благодарности
- 55 Оформление e-mail
- 56 Шаблон презентации (титул)
- 57 Шаблон презентации (подложка, последняя страница)

Основными визуальными атрибутами (базовыми константами) фирменного (корпоративного) стиля являются: фирменный знак, логотип, фирменные цвета и шрифты. Начертание и использование этих элементов строго регламентировано настоящим руководством, отступления от этих правил недопустимы.

К руководству прилагается компакт-диск, содержащий оригинальные электронные версии фирменного логотипа, фирменные шрифты, бланки и т. д. Во всех случаях, когда это возможно, необходимо использовать в работе эти оригинальные электронные версии.

Фирменный знак компании «Группа «Илим» (уникальный идентификационный графический элемент) и логотип «Группы «Илим» (уникальное графическое начертание названия компании) – официальные знаки, они являются основными узнаваемыми и идентифицирующими компанию элементами фирменного стиля. Правильное и аккуратное их использование поможет сохранить эти свойства основных идентификаторов и избежать неверной трактовки и возможных юридических накладок. Фирменный знак и логотип НЕ МОГУТ использоваться отдельно друг от друга.



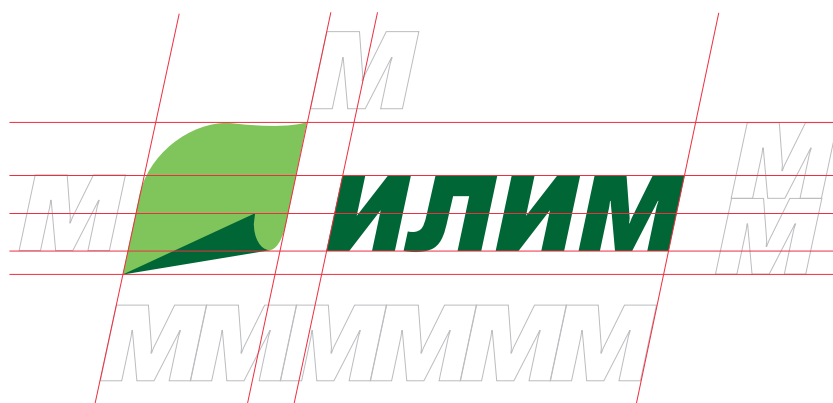
ПРОПОРЦИИ И ПОСТРОЕНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА (РУССКОЯЗЫЧНЫЙ ВАРИАНТ)

6

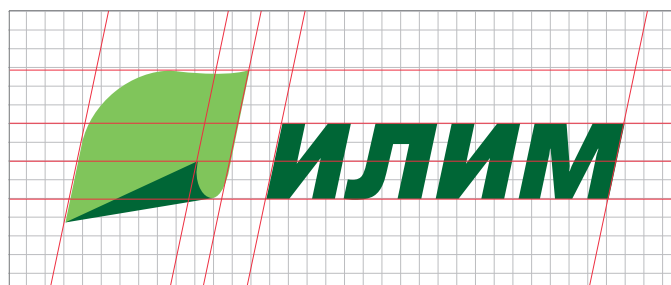
Все части фирменного знака и логотипа пропорционально связаны между собой, и ни под каким предлогом нельзя изменять их взаиморасположение и относительные размеры. При макетировании желательно использовать оригинальную электронную версию. Логотип исполнен уникальным шрифтом, не допускается замена его похожим стандартным шрифтом.

Модульная сетка построения фирменного знака и логотипа предназначена для нанесения знака на большие площади при отрисовке вручную и невозможности использования электронной версии. Цвет подбирается в соответствии с фирменными цветами по шкале PANTONE.

ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ И ПРОПОРЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО ЗНАКА



МОДУЛЬНАЯ СЕТКА ПОСТРОЕНИЯ ФИРМЕННОГО ЗНАКА И ЛОГОТИПА



ПРОПОРЦИИ И ПОСТРОЕНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА (АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ВАРИАНТ)

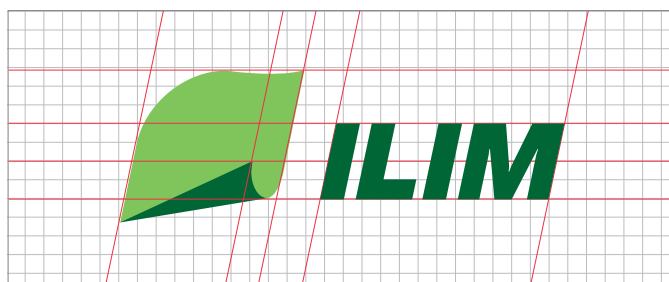
7

Модульная сетка построения фирменного знака и логотипа предназначена для нанесения знака на большие площади при отрисовке вручную и невозможности использования электронной версии. Цвет подбирается в соответствии с фирменными цветами по шкале PANTONE или RAL.

ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ И ПРОПОРЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО ЗНАКА



МОДУЛЬНАЯ СЕТКА ПОСТРОЕНИЯ ФИРМЕННОГО ЗНАКА И ЛОГОТИПА



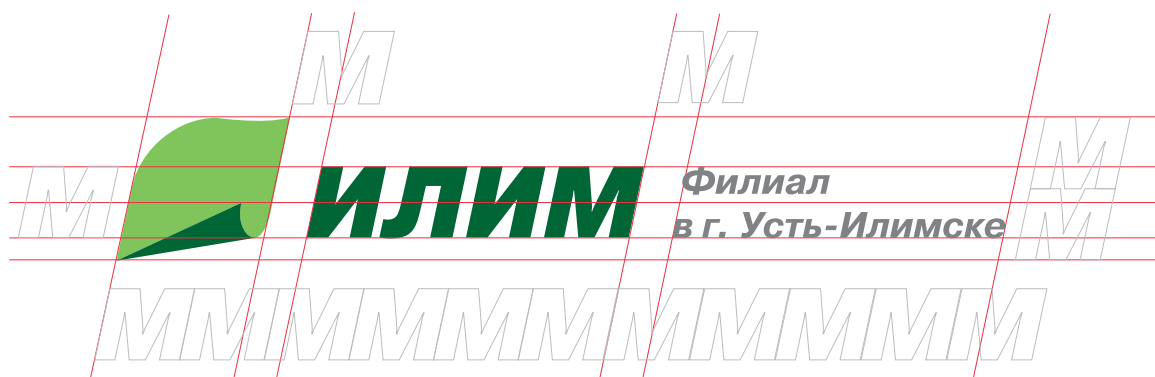
Минимальное свободное поле регламентирует расположение логотипа на рекламном носителе, оно обеспечивает его наилучшее визуальное восприятие. Наличие в зоне минимального свободного поля каких-либо элементов недопустимо.



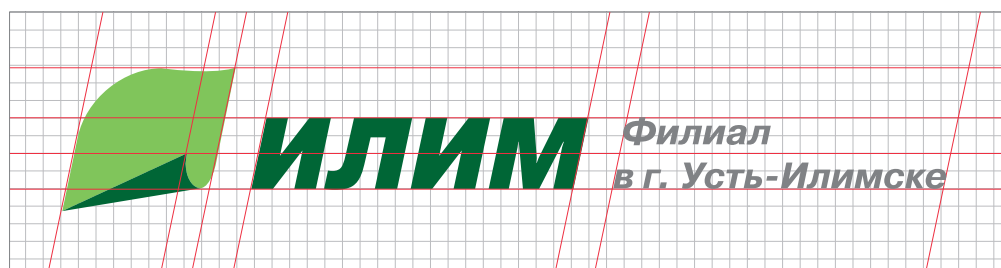




ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ И ПРОПОРЦИОНАЛЬНЫЕ
ОТНОШЕНИЯ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО ЗНАКА



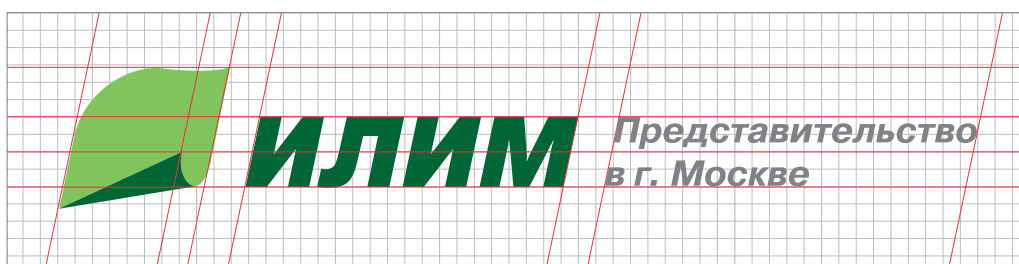
МОДУЛЬНАЯ СЕТКА ПОСТРОЕНИЯ ФИРМЕННОГО
ЗНАКА И ЛОГОТИПА

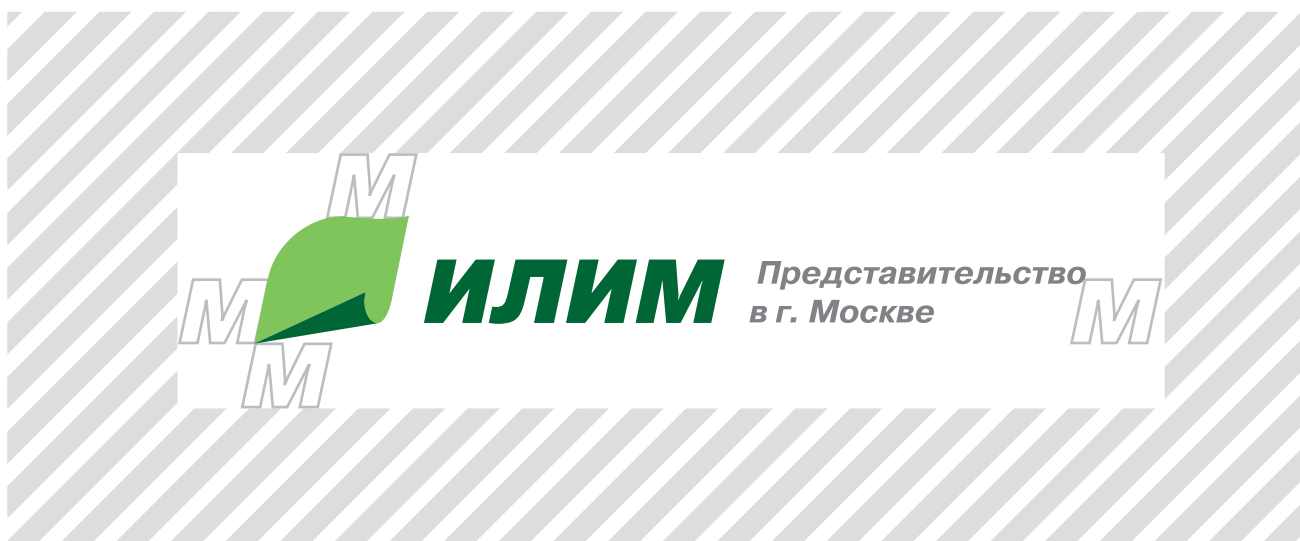


ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ И ПРОПОРЦИОНАЛЬНЫЕ
ОТНОШЕНИЯ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО ЗНАКА
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ



МОДУЛЬНАЯ СЕТКА ПОСТРОЕНИЯ ФИРМЕННОГО ЗНАКА
И ЛОГОТИПА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ





В большинстве случаев используйте полноцветный вариант логотипа/фирменного знака. Он может воспроизводиться как в СМУК, так и пантонами (стр. 16).

Для черно-белой печати, при нанесении одной краской или при тиснении используйте монохромный вариант логотипа/фирменного знака.



МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Для офсетной печати с линиатурой растра менее 175 lpi и среднего качества шелкографии.



Для офсетной печати с линиатурой растра более 175 lpi и высокого качества шелкографии.



Инверсионные изображения используются в случаях, когда воспроизведение на белом фоне невозможно (например, в сувенирной продукции).



МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Для офсетной печати с линиатурой растра менее 175 lpi и среднего качества шелкографии.



Для офсетной печати с линиатурой растра более 175 lpi и высокого качества шелкографии.



Основные цвета являются определяющими цветами фирменного стиля и используются при подборе всех видов материалов (бумаги, пластика, картона, тканей и т. д.).

Дополнительные цвета являются вспомогательными и должны быть использованы вместе с основными цветами. Дополнительная цветовая гамма содержит:

- красный цвет, который используется для выделения (не более 10% от общей площади макета);
- серый и серебряный цвета, которые используются как основной носитель для представительской продукции.

Для белого цвета в качестве фона (в рекламных материалах и в документообороте) всегда необходимо использовать бумагу с коэффициентом белизны не ниже 124 единиц CIE. На бумаге с коэффициентом белизны ниже 124 единиц CIE возможно также использовать заливку белого цвета под логотип/фирменный знак.

При работе с неполиграфическими материалами подбирается цвет, визуально близкий к указанному образцу по шкале PANTONE.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



Pantone 376 C
 CMYK – 53/0/85/0
 RGB – 147/187/82
 RAL – 6018



Pantone 349 C
 CMYK – 92/0/88/50
 RGB – 33/87/44
 RAL – 6002



Pantone Cool Gray 9 C
 CMYK – 0/0/0/60
 RGB – 128/128/128
 RAL – 7045

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



Pantone Cool Gray 3 C
 CMYK – 0/0/0/15
 RGB – 222/222/222
 RAL – 7001



Pantone 1795 C
 CMYK – 0/94/75/0
 RGB – 190/63/63
 RAL – 3000

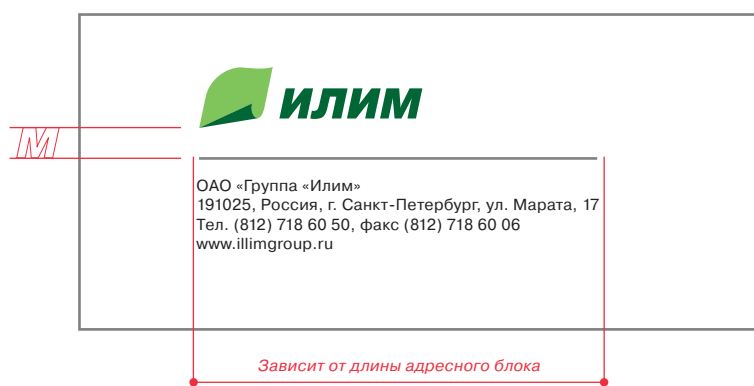


Серебро: Pantone 877 C
 CMYK – 10/0/0/40
 RGB – 158/163/168
 RAL – 9023

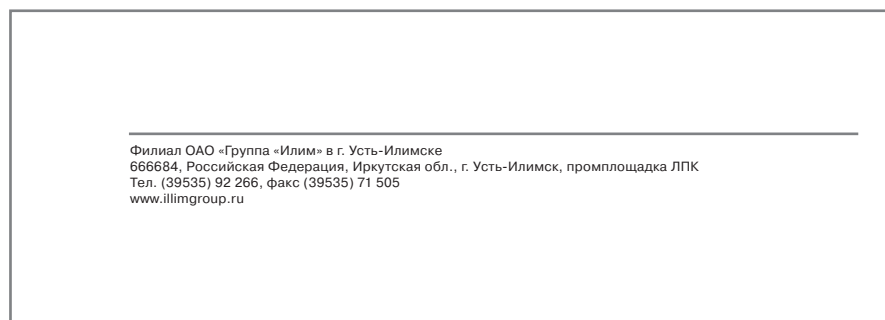
ВАРИАНТЫ АДРЕСНЫХ БЛОКОВ

1. Для конвертов и рекламных материалов.
2. Для бланков и рекламных материалов.
3. Для визитных карт и рекламных материалов.

1



2



3



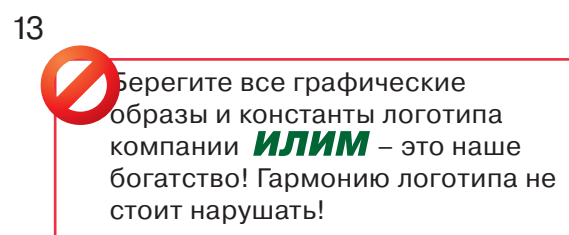
ПРИМЕРЫ НЕПРАВИЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА

18

- 1) не изменяйте соразмерность логотипа и знака
- 2) не искажайте пропорций
- 3) остерегайтесь использования сложного фона
- 4) на темных фонах используйте инверсию
- 5) не используйте логотип как водяной знак и не печатайте процентом от цвета
- 6) не размещайте фирменный блок на пестрых фотоизображениях
- 7) не добавляйте никаких надписей в область охранного поля фирменного блока



- 8) используйте только оригинальную версию фирменного блока (не изменяйте шрифт в написании филиалов и представительств)
- 9) не изменяйте взаиморасположение логотипа и фирменного знака
- 10) используйте только основные фирменные цвета
- 11) не используйте дополнительные цвета
- 12) строго соблюдайте ограничения минимального поля фирменного блока (расстояние до края макета, расстояние до ближайших объектов)
- 13) не используйте фирменный шрифт логотипа в тексте
- 14) недопустимо использовать логотип без фирменного знака
- 15) недопустимо разносить знак и логотип



Основные шрифты рекомендуются к использованию при создании всех рекламно-полиграфических материалов.

Типичное применение начертаний:

Regular – для набора текста и заголовков;

Italic – для выделения отдельных слов внутри текста;

Bold – для заголовков и подзаголовков.

ОСНОВНОЙ ШРИФТ

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Pragmatica Regular

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +*

Pragmatica Italic

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +**

Pragmatica Bold

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +***

Pragmatica Bold Italic

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +**

**Pragmatica Black
 Oblique**

Дополнительные шрифты рекомендуются к использованию при заполнении бланков и всех видов электронных документов. Типичное применение начертаний аналогично основным шрифтам.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Arial Regular

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +*

Arial Italic

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +**

Arial Bold

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 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
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +***

Arial Italic

Стилеобразующий элемент «Лист» представляет собой линию, взятую из фирменного знака. Рекомендуется для применения преимущественно в рекламных макетах, в том числе с использованием фотоматериалов.

В зависимости от макета и конкретных дизайнерских решений может использоваться любой из представленных вариантов стилеобразующего элемента «Лист»: верхняя или нижняя заливка, контур, инверсия и т. д.

Возможно использовать не более 70% стилеобразующего элемента «Лист».

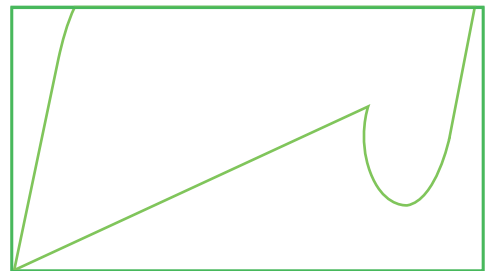
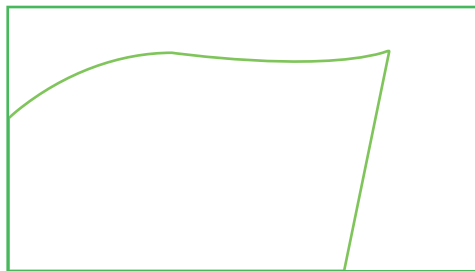
Стилеобразующий элемент для вертикальных макетов строится по тем же принципам, что и для горизонтальных.

При использовании стилеобразующего элемента следует пользоваться только оригинальной электронной версией.

Не допускается вытягивание, кадрирование и разворот элемента на произвольный угол.

Представленные примеры – правилозадающие варианты использования стилеобразующего элемента, по этим схемам возможно построение других вариантов по указанным здесь принципам.

«ПРЯМЫЕ» ВАРИАНТЫ



ИНВЕРСИОННЫЕ ВАРИАНТЫ



Полноцветный вариант логотипа размещается только на белом фоне.

В случаях, когда воспроизведение на белом фоне невозможно (например, в сувенирной продукции), используется инверсионное изображение.



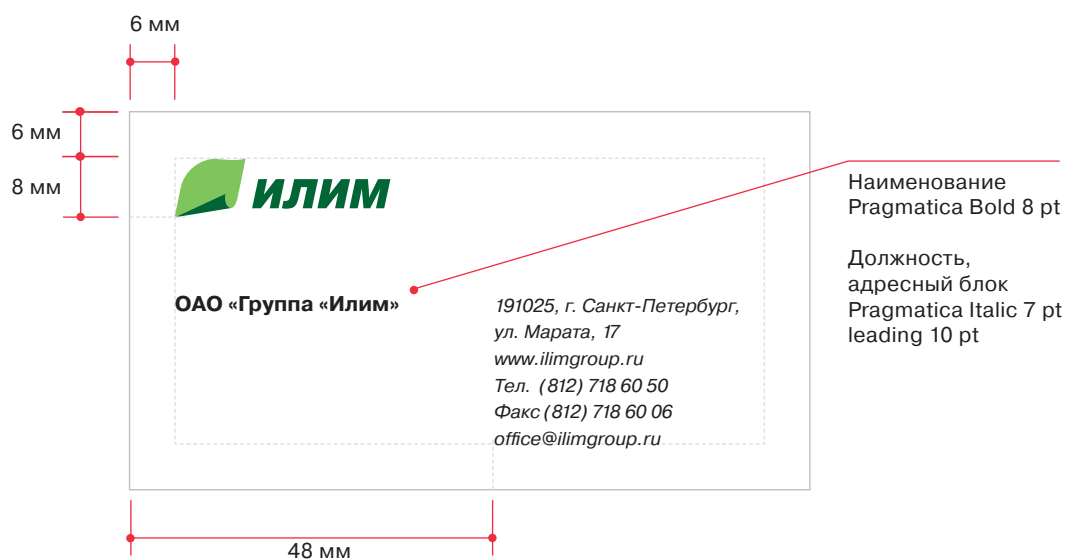
Элементами фирменного стиля, помимо логотипа, фирменного знака, фирменных цветов, являются бланки, конверты, визитные карточки и т. д. На всех указанных элементах присутствует логотип или фирменный блок (логотип и фирменный знак) компании «Группа «Илим» и ее координаты (адресный блок). Настоящее руководство регламентирует использование фирменного стиля в документообороте. Отступление от изложенных в этом разделе рекомендаций недопустимо.

**КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА
ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА**

26

Формат: 90 x 50 мм, масштаб изображения 100 %

Бумага: бриллиант, без тиснения, 260 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)



FILES: IlimPalp_vizitka_rus.ai, IlimPalp_vizitka_eng.ai

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА

27

Формат: 90 x 50 мм, масштаб изображения 100 %

Бумага: бриллиант, без тиснения, 260 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)



FILES: IlimPalp_vizitka_per_rus.ai,
IlimPalp_vizitka_per_Eng.ai

КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ДЛЯ ФИЛИАЛОВ И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ

28

Формат: 90 x 50 мм, масштаб изображения 100 %

Бумага: бриллиант, без тиснения, 260 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)



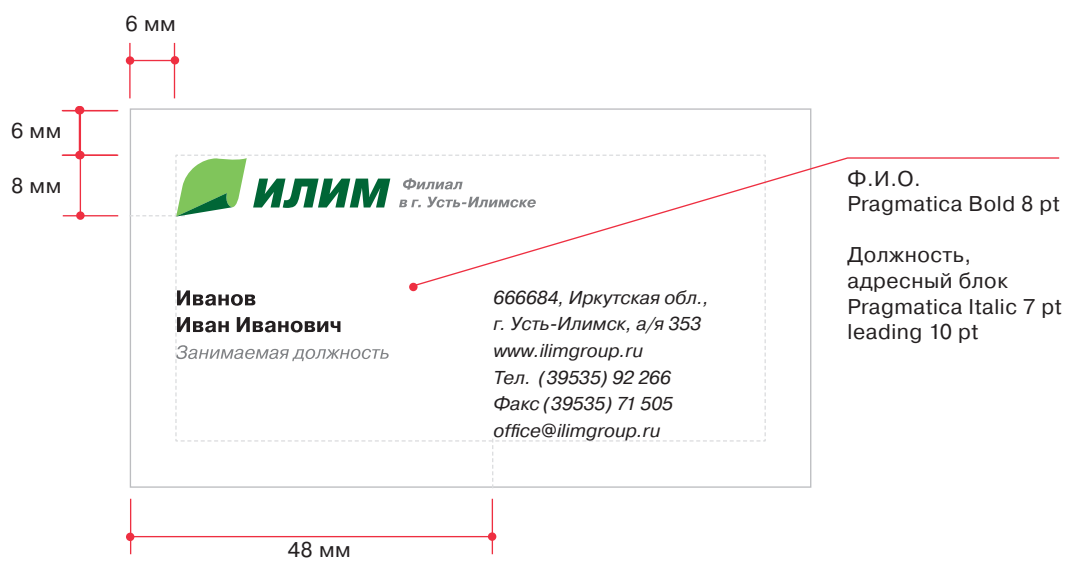
FILES: IlimPalp_Ust-Ilimsk_vizitka_rus.ai,
IlimPalp_Ust-Ilimsk_vizitka_Eng.ai

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ДЛЯ ФИЛИАЛОВ И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ

29

Формат: 90x50 мм, масштаб изображения 100 %

Бумага: бриллиант, без тиснения, 260 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

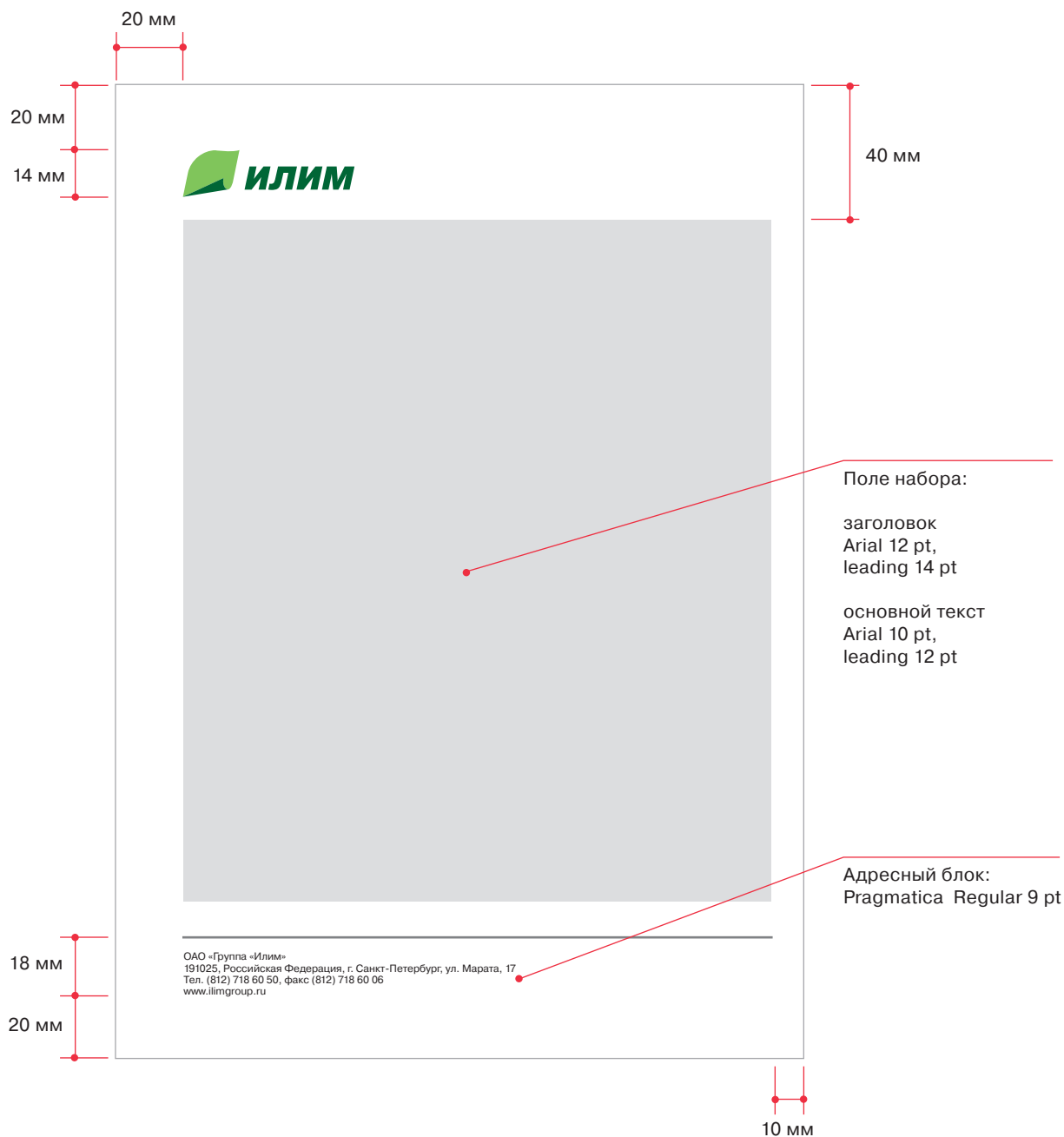


FILES: IlimPalp_Ust-Ilimsk_vizitka_per_rus.ai,
IlimPalp_Ust-Ilimsk_vizitka_per_Eng.ai

Формат: 210x297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

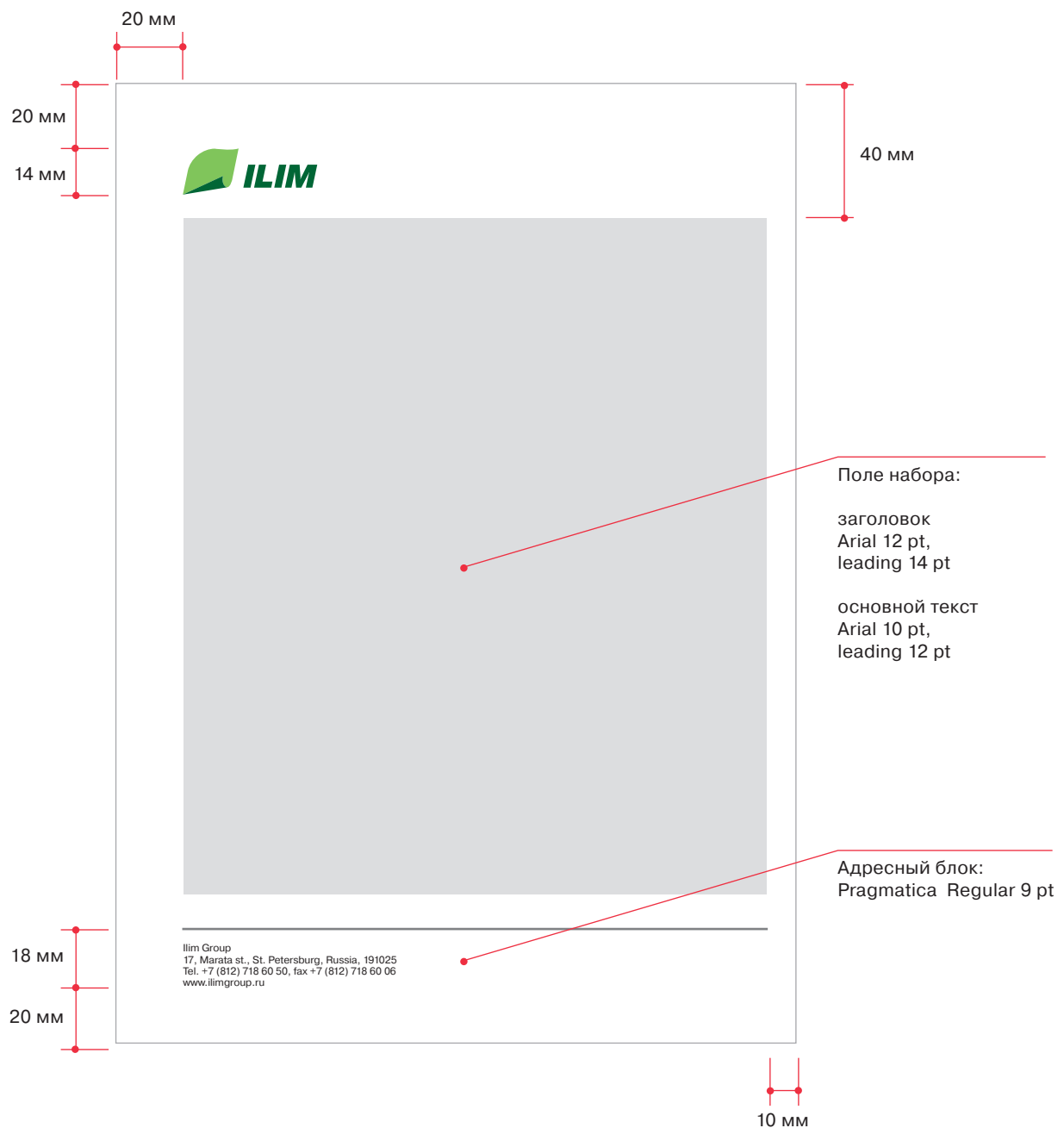
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик Double V)

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



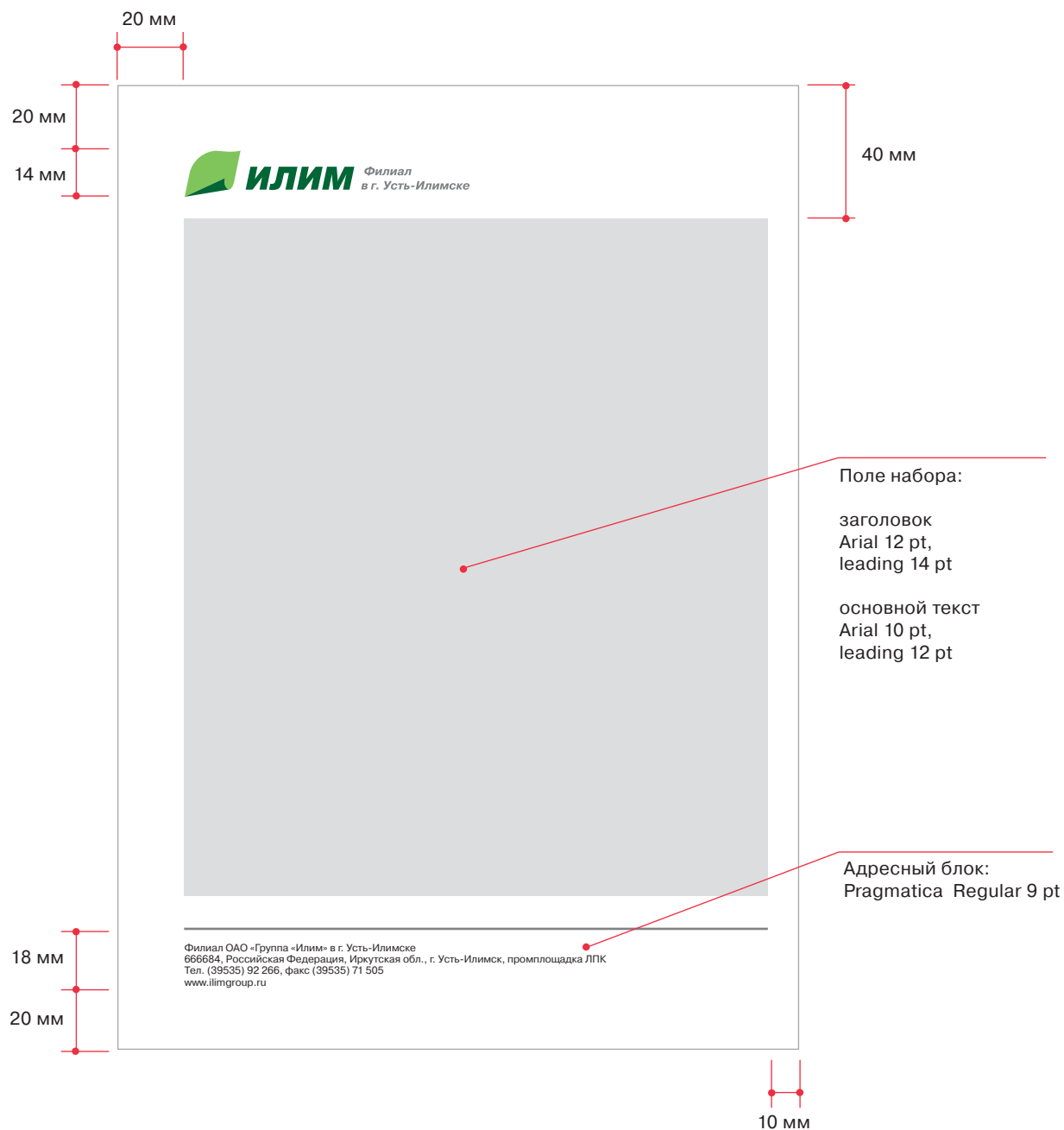
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК ДЛЯ ФИЛИАЛОВ

32

Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black

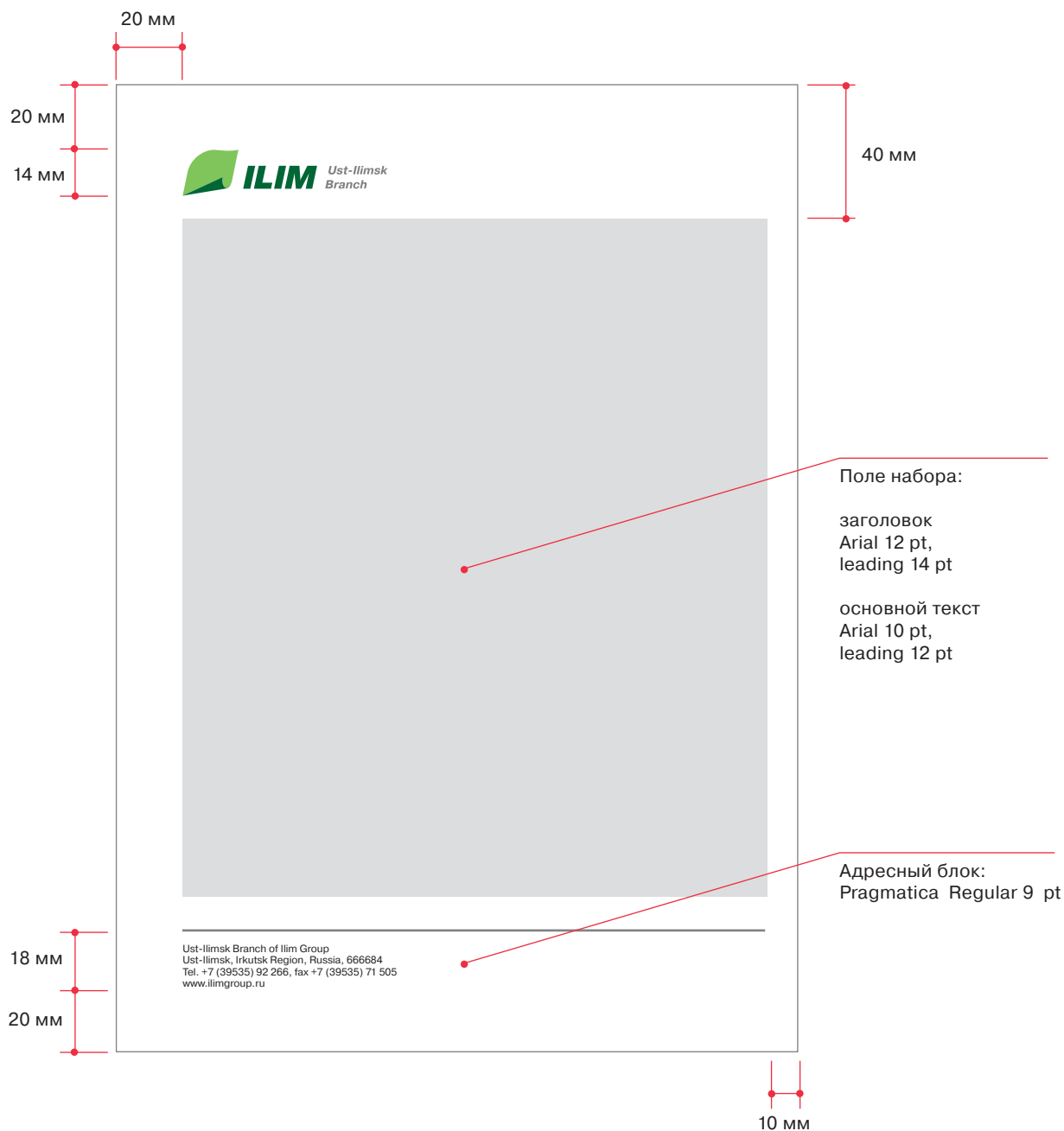


FILES: Blank_Ustilimsk_rus.ai

Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

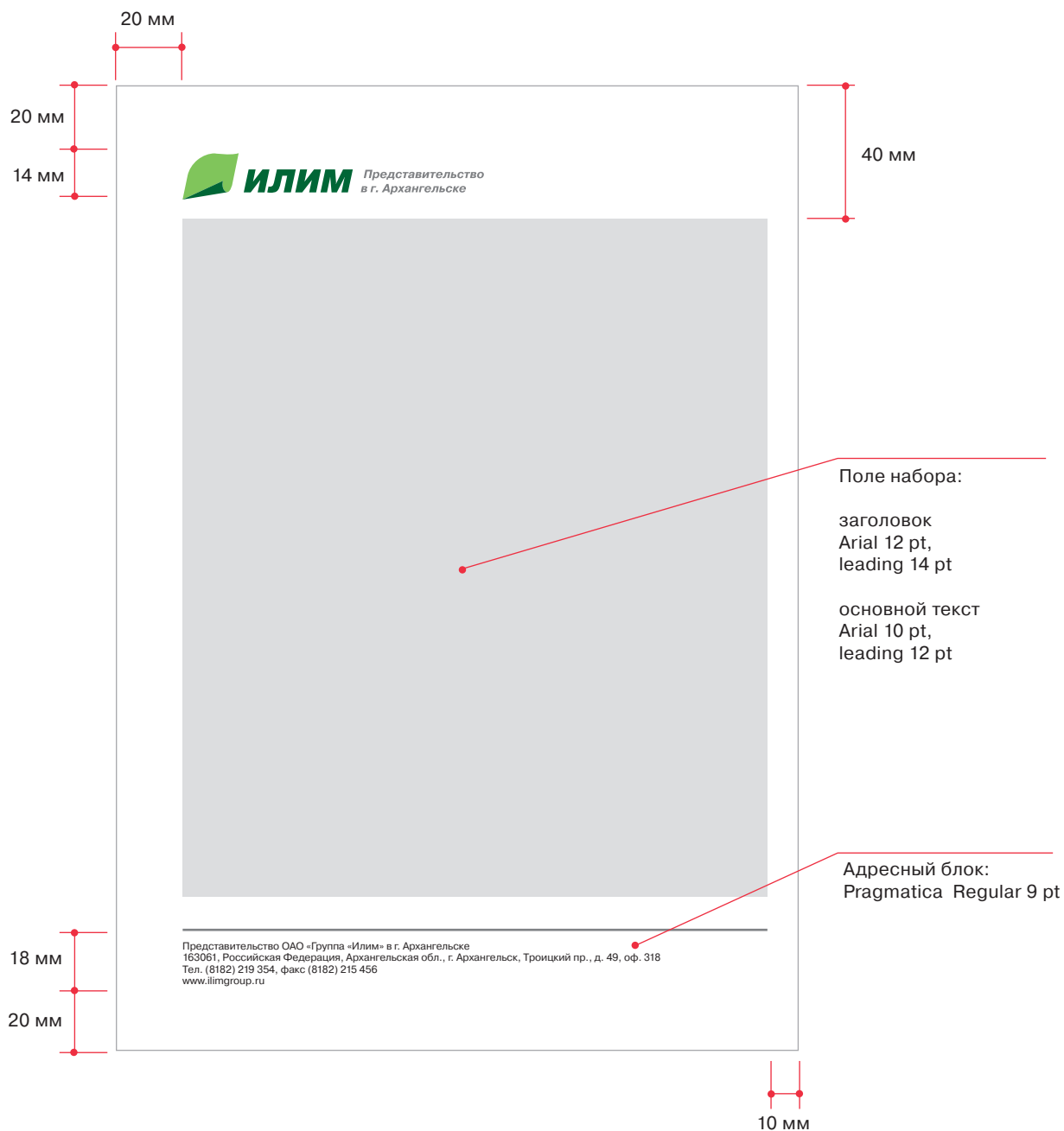
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик Double V)

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



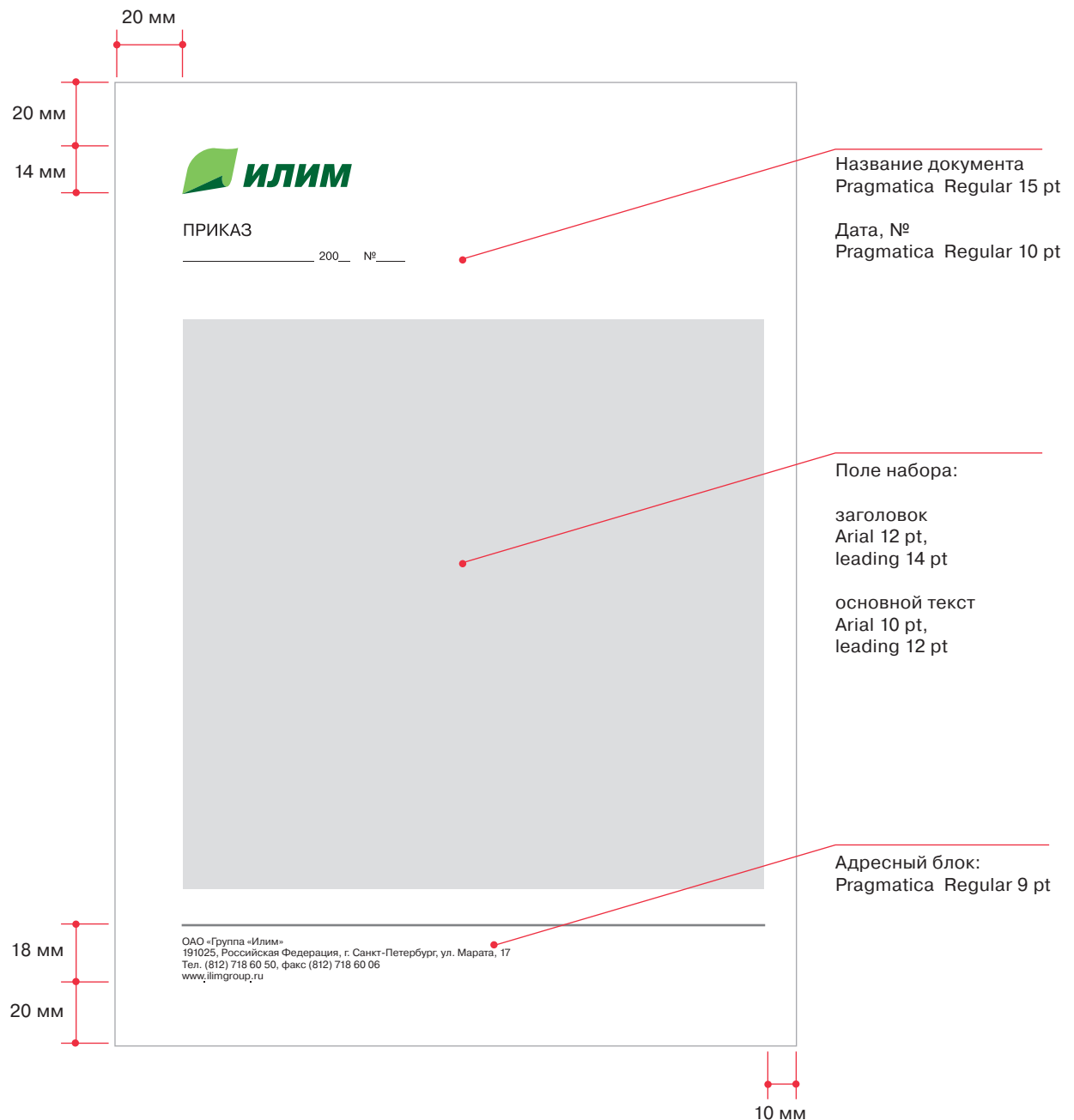
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК ДЛЯ ЦО (ПРИКАЗ)

35

Формат: 210x297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



FILES: Blank_Raspor_Arkhangelsk_rus.ai

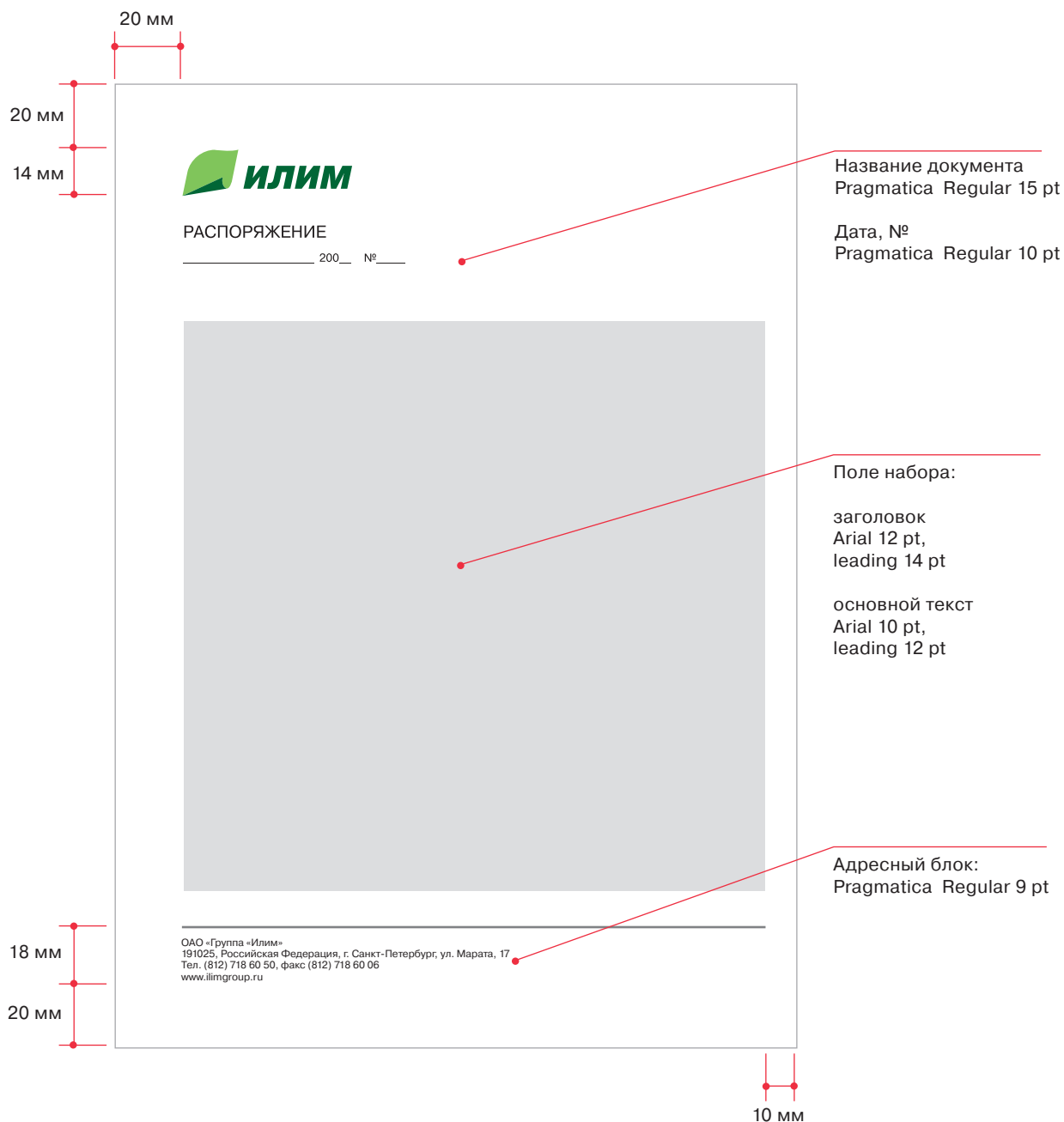
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК ДЛЯ ЦО (РАСПОРЯЖЕНИЕ)

36

Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



FILES: Blank_Raspor_co_rus.ai

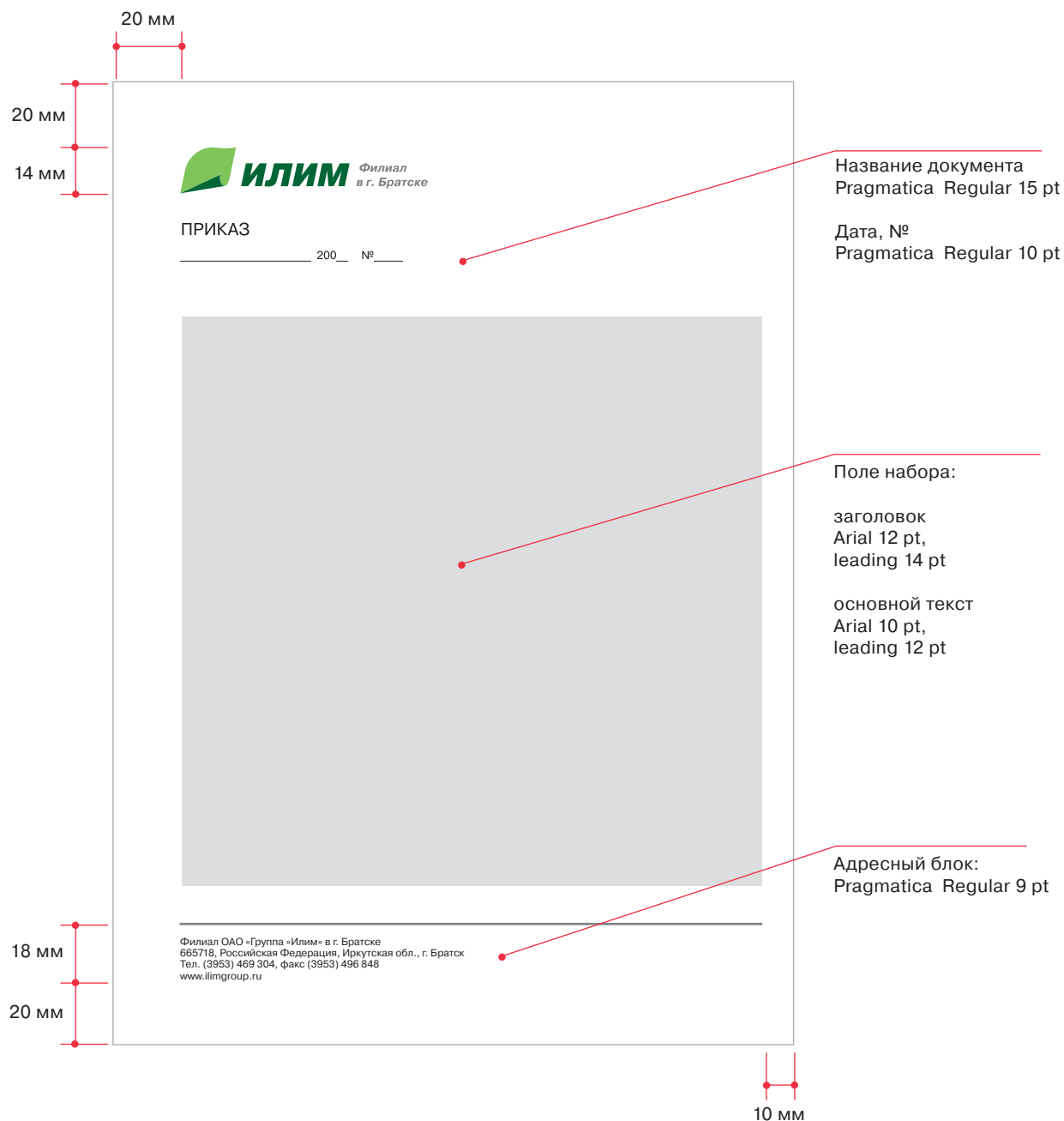
ФИРМЕННЫЙ БЛАНК ДЛЯ ФИЛИАЛОВ (ПРИКАЗ)

37

Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Бумага: белая, без тиснения, 80 г (Каталог: ZETA.
Поставщик: Double V)

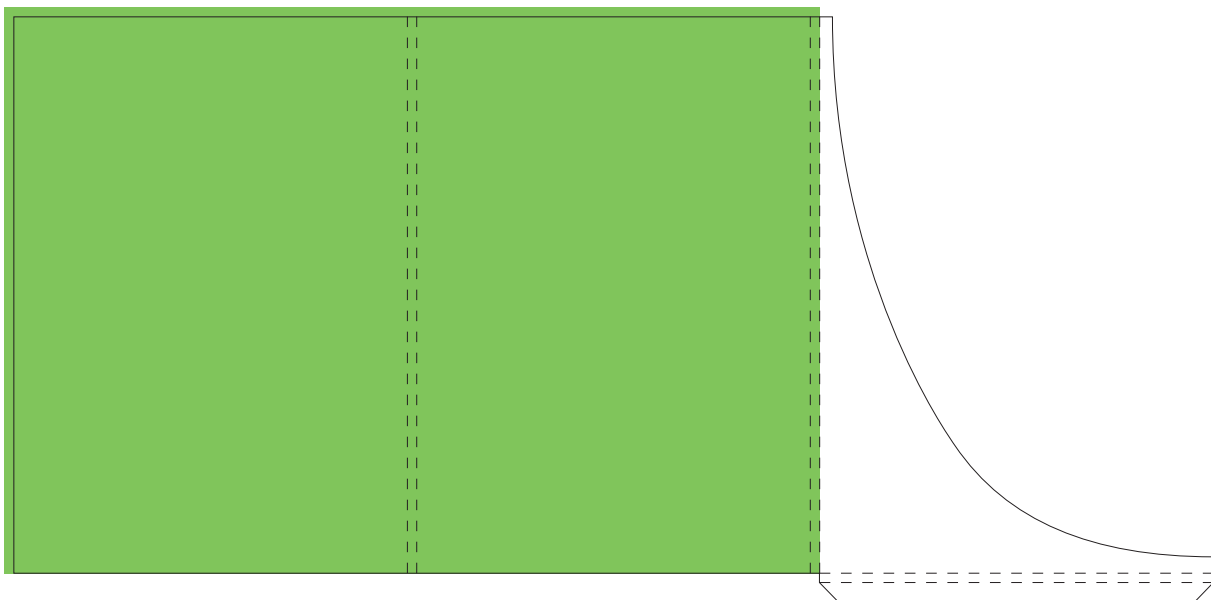
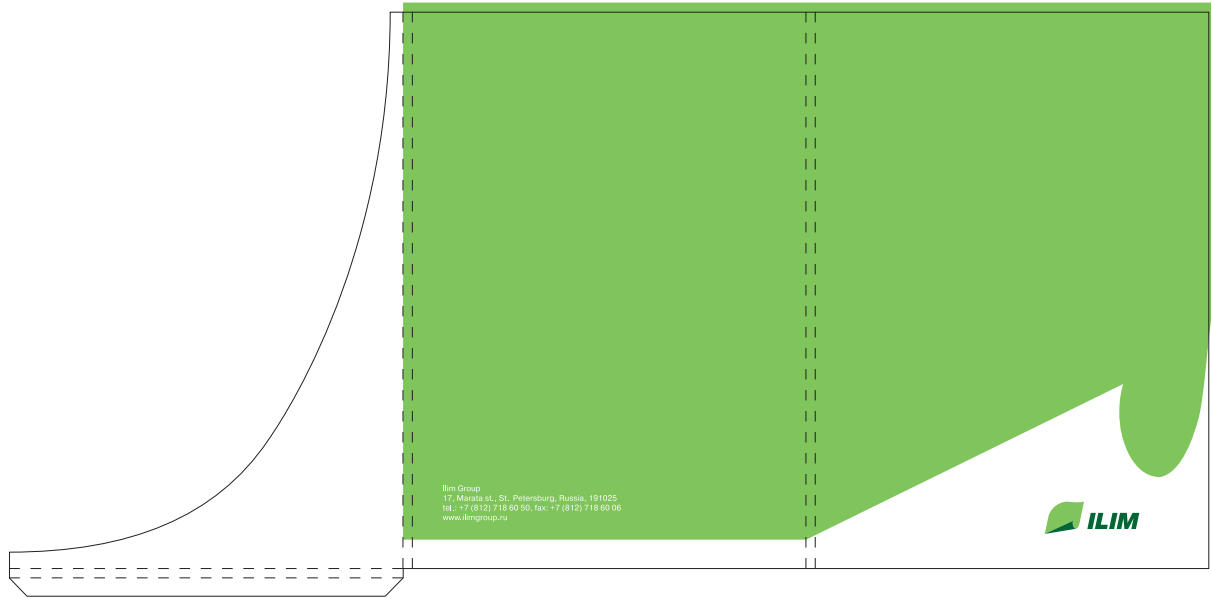
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C,
Black



FILES: Blank_Prikaz_Bratsk_rus.ai

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black

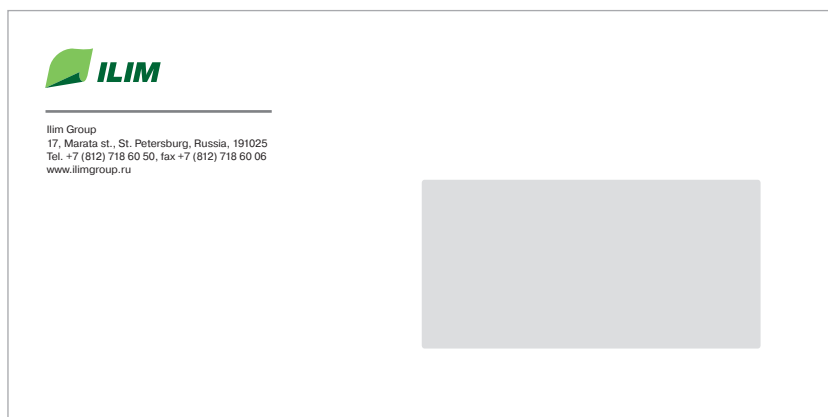
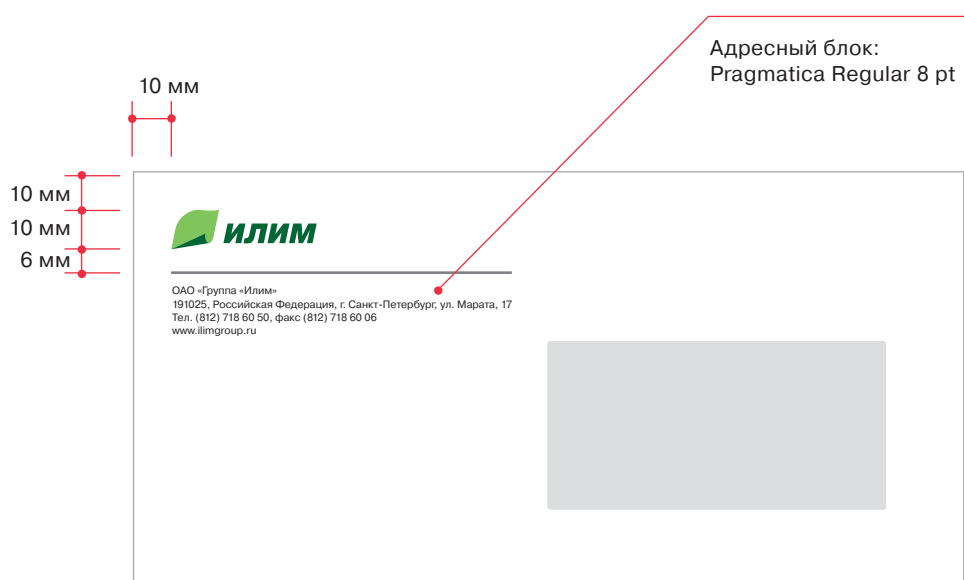




Используются готовые конверты формата E65 с окном.

Формат: 220 x 110 мм, масштаб изображения 50 %

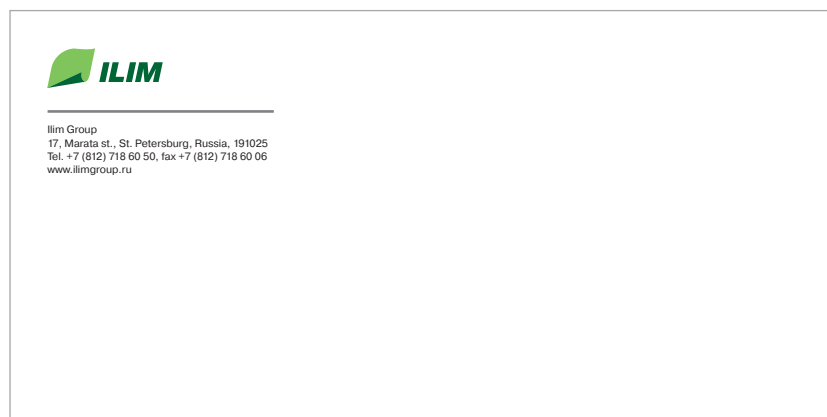
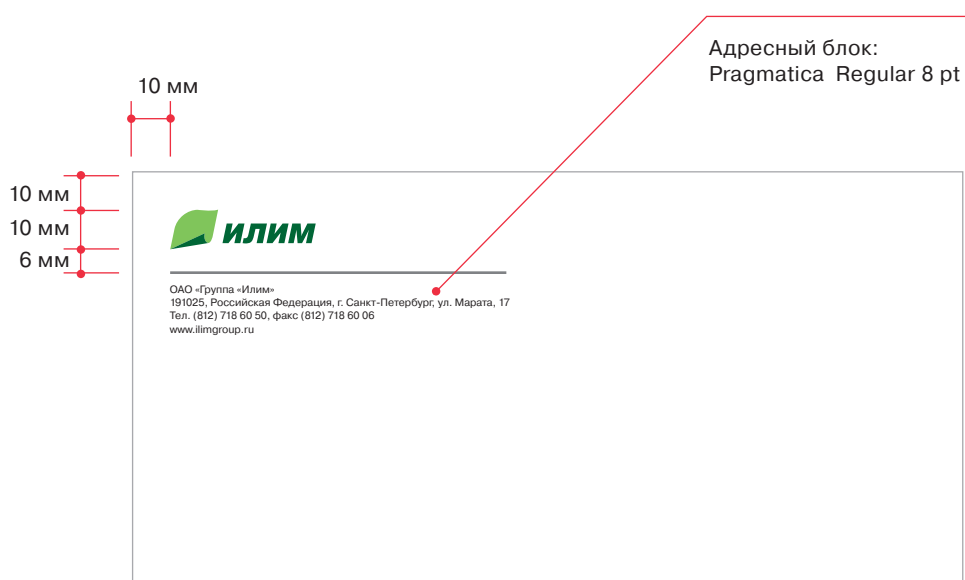
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black



Используются готовые конверты формата E65.

Формат: 220 x 110 мм, масштаб изображения 50 %

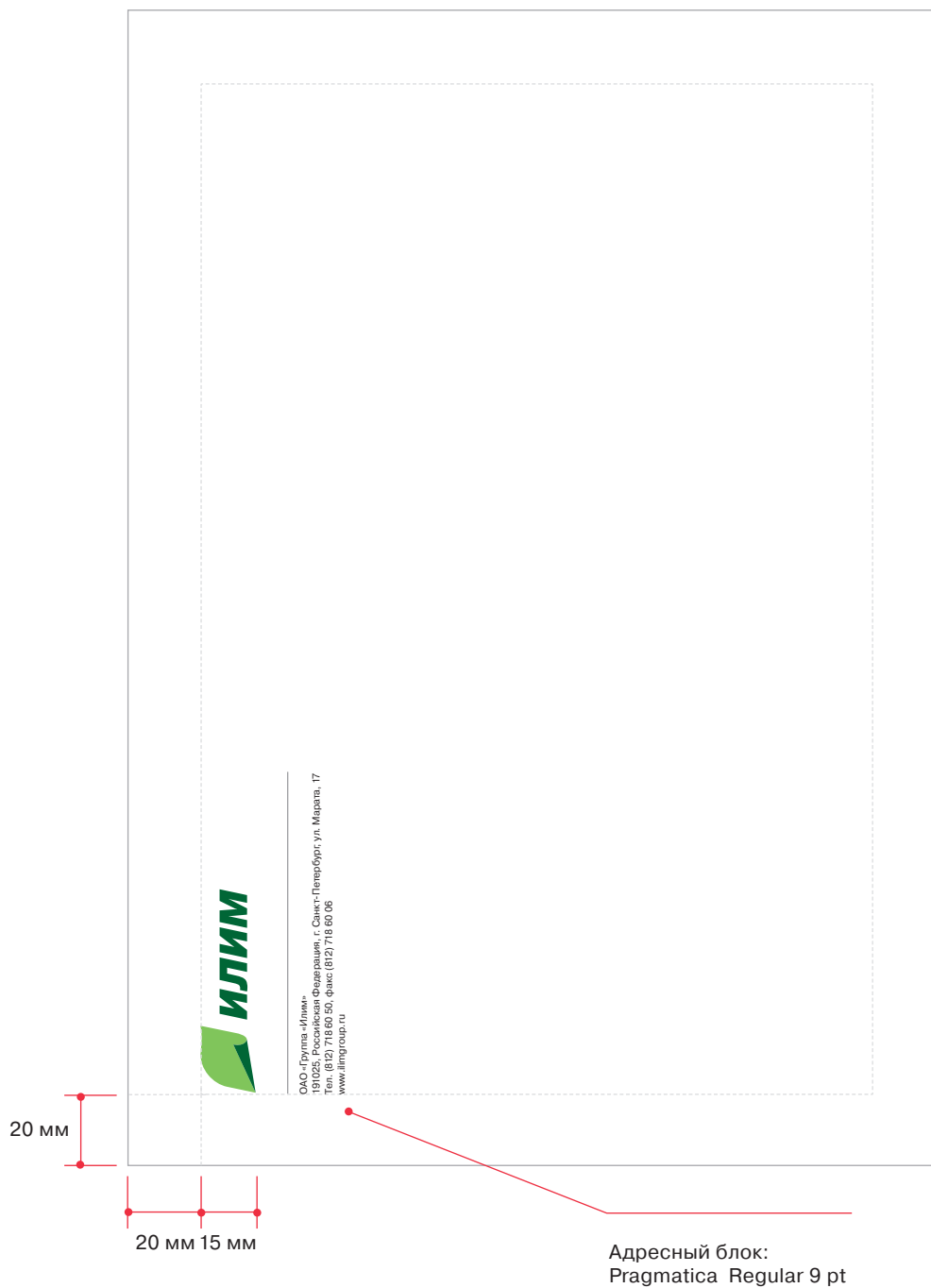
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black



Используются готовые конверты формата С4.

Формат: 324x 229 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black

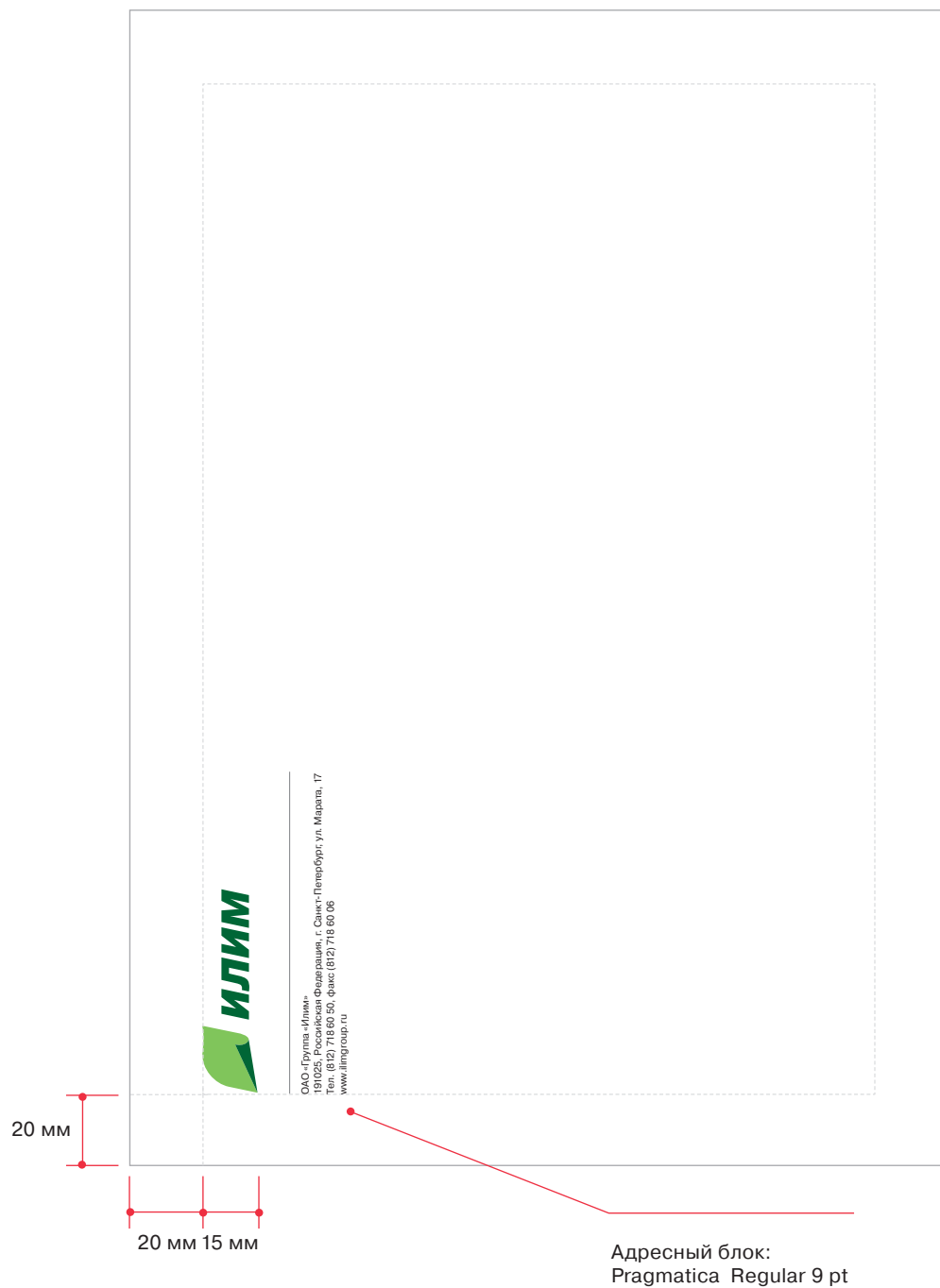


FILES: Convert_C4_rus.ai

Используются готовые конверты формата С4+ (утолщенные – «гармошка»).

Формат: 324 x 229 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black

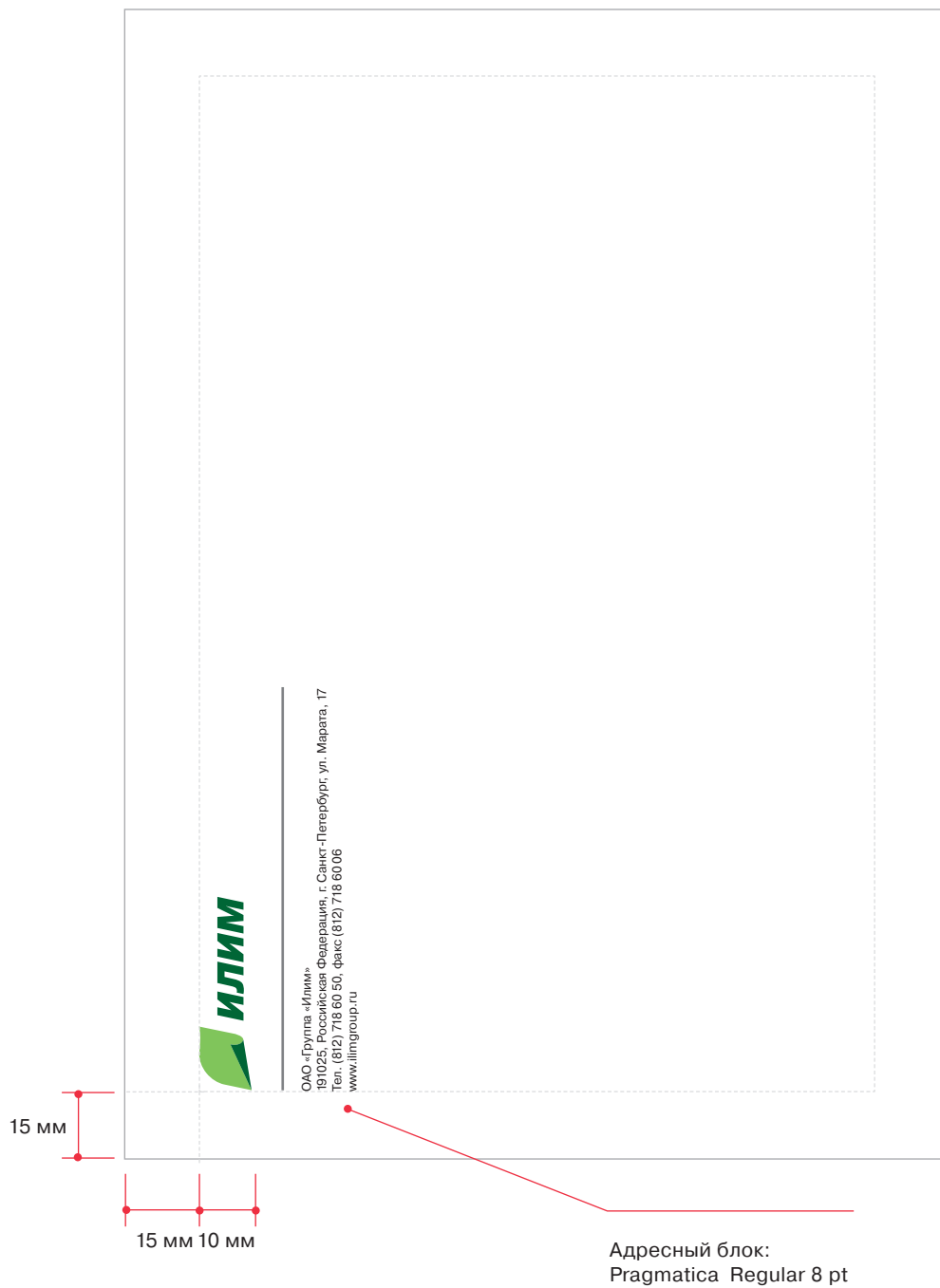


FILES: Convert_C4_rus.ai

Используются готовые конверты формата С5.

Формат: 229 x 165 мм, масштаб изображения 70 %

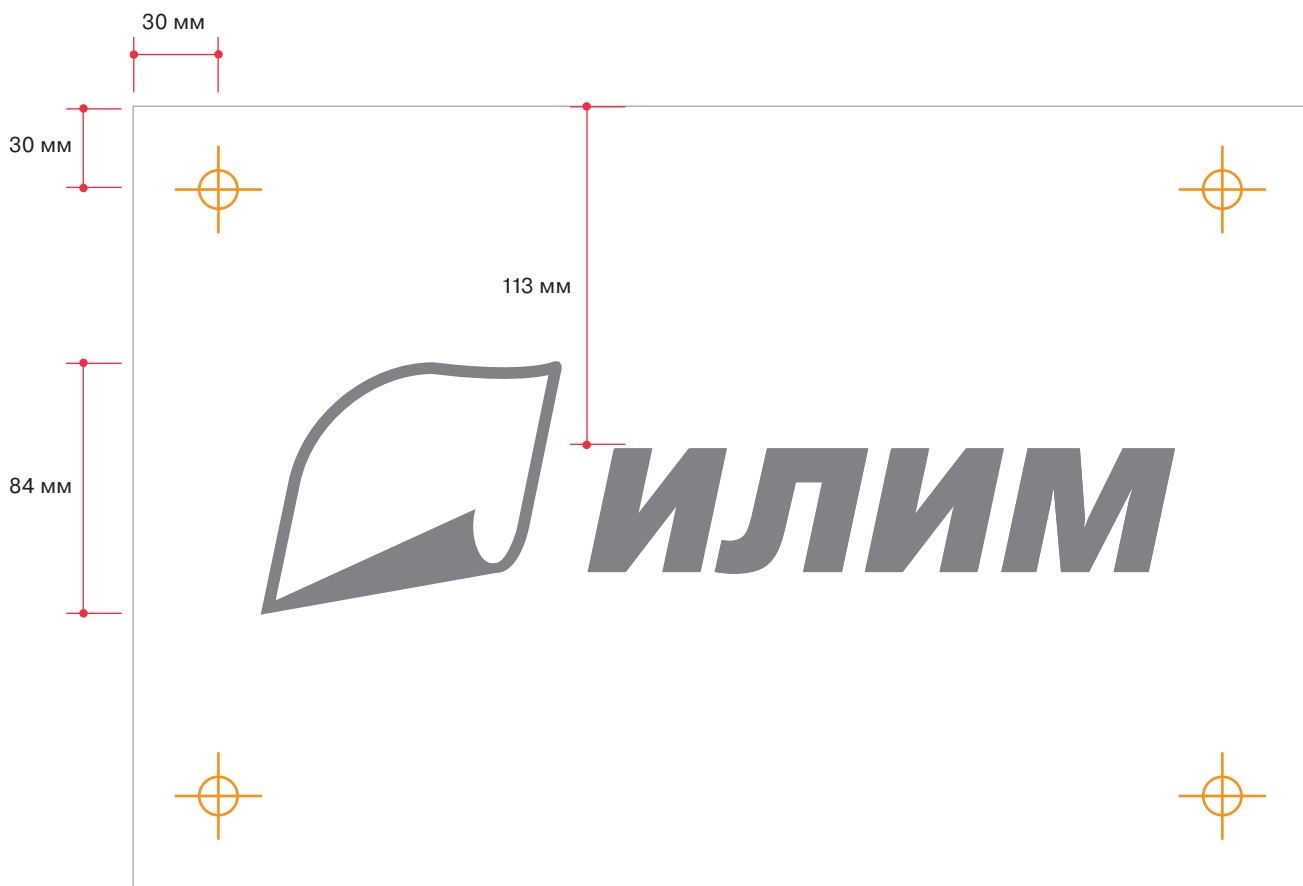
Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black



FILES: blank prikaz CO.eps, blank prikaz bratsk.eps,
blank prikaz korazhma.eps, blank prikaz ustilimsk.eps

Элементами фирменного стиля компании, помимо вышеизложенных, ее корпоративными атрибутами являются также различные «брендированные объекты»: стенды, баннеры, сувенирная продукция, здания, автомобили и т. д. Все они в совокупности создают рабочую среду для сотрудников компании или четко считываемую принадлежность для клиентов и партнеров. На всех описанных объектах присутствуют логотип (или фирменный блок) компании «Группа «Илим» или стилистические элементы. Настоящее руководство регламентирует использование фирменного стиля при изготовлении корпоративной атрибутики. Отступление от изложенных в этом разделе рекомендаций недопустимо.

Формат: 390 x 260 мм, масштаб изображения 40 %



Формат: 2250 x 1500 мм, масштаб изображения 5 %



Формат: 220 x 150 мм, масштаб изображения 50 %



Формат: 400 x 600 мм, масштаб изображения 30 %



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: офсетная, 4 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black, Pantone 877 C (серебро)



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: цифровая



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: офсетная, 3 краски – Pantone 376 C, Pantone 349 C, Black, или цифровая печать



Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: цифровая



БЛАГОДАРНОСТЬ

объявляется

**Иванову
Ивану Ивановичу**

Должность

За что объявляется благодарность

Генеральный директор
ОАО «Группа «Илим»

Фамилия

Санкт-Петербург
Год

Формат: 210 x 297 мм, масштаб изображения 50 %

Печать: офсетная, 5 красок – CMYK + Pantone 877 C (серебро),
или цифровая печать

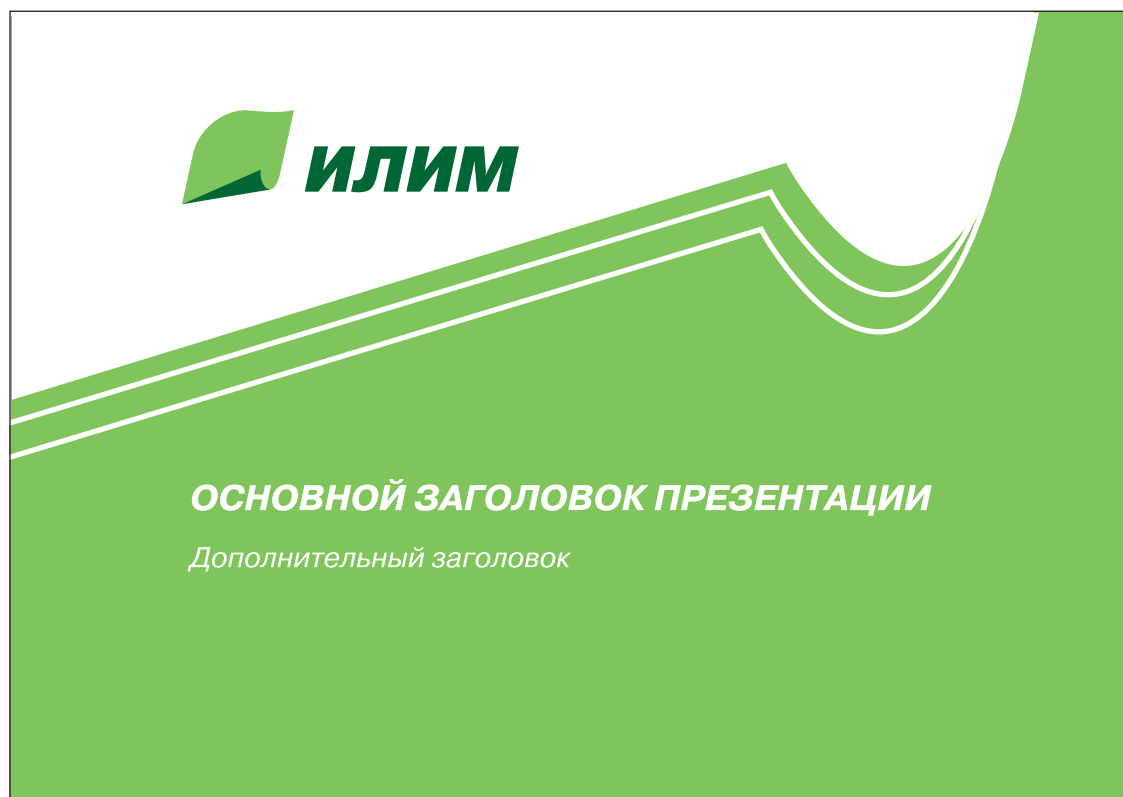


С уважением,

Владимир Славцкий
Директор представительства в г. Москве
ОАО «Группа «Илим»
Тел. (812) 718 60 50
е-mail: office@msk.ilimgroup.ru
www.ilimgroup.ru

Vladimir Slavutskiy
Representative
Ilim Group
Tel. +7 (812) 718 60 50
е-mail: office@msk.ilimgroup.ru
www.ilimgroup.ru

ТИТУЛЬНАЯ СТРАНИЦА



ПОДЛОЖКА

ЗАГОЛОВОК СЛАЙДА

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЗАГОЛОВОК СЛАЙДА

Текстовая информация слайда

- Буллет 1, текстовое сообщение и информация
- Буллет 2, следующее текстовое сообщение
- Буллет 3, последнее текстовое сообщение

- Буллет 1, текстовое сообщение и информация
- Буллет 2, следующее текстовое сообщение
- Буллет 3, последнее текстовое сообщение

- Буллет 1, текстовое сообщение и информация
- Буллет 2, следующее текстовое сообщение
- Буллет 3, последнее текстовое сообщение

- Буллет 1, текстовое сообщение и информация
- Буллет 2, следующее текстовое сообщение
- Буллет 3, последнее текстовое сообщение

1

ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА



 **ИЛИМ**

ОАО «Группа «Илим»
191025, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Марата, 17
Тел. (812) 718 60 50, факс (812) 718 60 06
www.ilimgroup.ru

© 2007