

МИРРИКО

ГРУППА КОМПАНИЙ

Руководство по использованию
фирменного стиля

О правилах.

В этом руководстве заданы правила и рекомендации, которым необходимо следовать при изготовлении деловой и клиентской документации, рекламной, представительской продукции и других корпоративных материалов компании.

Логотип, цвета и шрифты — три основные составляющие фирменного стиля.

Последовательность и строгость в их использовании позволит выдержать ясность сообщений и создать образ надежной и динамичной организации.

Все необходимые для работы файлы находятся на диске, приложенном к руководству. Названия и пути к файлам помечаются специальными значками.

Файлы представлены в формате .ai, .eps, .png, .pdf и .jpg.





МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Базовые элементы

Логотип. Основная версия.

Логотип. Латинская версия.

Символические значения логотипа.

Свободное пространство и минимальный размер использования логотипа.

Логотип. Варианты цветовых решений.

Запрещенные редакции логотипа.

Корпоративные цвета.

Цветовая палитра. Основные цвета.

Цветовая палитра. Градиент.

Корпоративные шрифты.

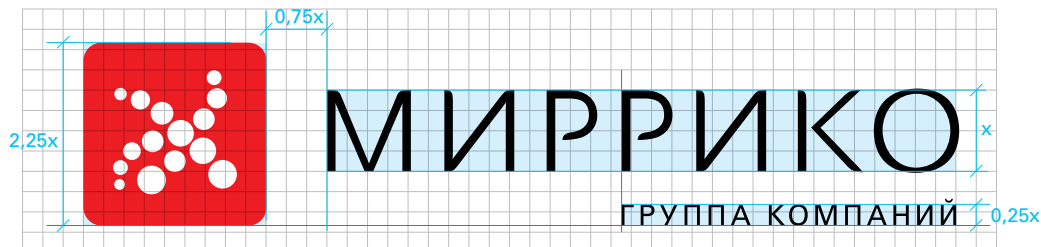
Стилеобразующая графика.

Стандарты написания.

Адресный блок.



Основная версия логотипа



Соотношение элементов

Логотип. Основная версия.

Логотип МИРРИКО является комбинированным товарным знаком и состоит из знака, уникального шрифтового написания наименования и статусной строки.

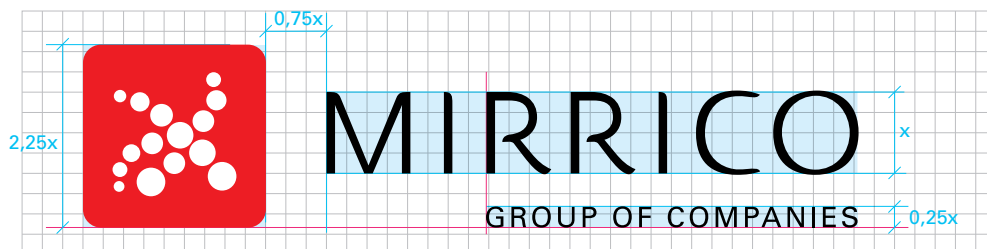
Основная версия логотипа используется в большинстве случаев и является предпочтительным вариантом для любых применений при отсутствии технологических или производственных ограничений. Она хорошо смотрится на бланках и визитках, в журналах и презентациях, на вывесках и билбордах.



Версия без статусной строки используется в особых случаях: в сувенирной продукции или в мелких форматах



Горизонтальное построение — основная версия логотипа



Соотношение элементов

Латинская версия логотипа также является комбинированным товарным знаком и состоит из знака, уникального шрифтового написания наименования и статусной строки.



Версия без статусной строки используется в особых случаях — в сувенирной продукции или в мелких форматах

Символические значения логотипа.

Символика формы:

Квадрат – базовая целостная форма / комплексность, символ фундаментальности, устойчивости. Закругленные углы квадрата – мягкость / лояльность.

Символика написания:

Шрифтовые начертания, присутствующие в логотипе, уникальны и созданы специально для ГК «Миррико» – инновационность.

Новизна:

Закругленная форма квадрата / оригинальные шрифты / композиция – появление двух смысловых центров: знак и шрифтовое написание / уменьшение объемов черного.

Оригинальность:

При анализе логотипов компаний-конкурентов не было найдено аналогов.

Запоминаемость и ассоциативность:

Логотип сохраняет преемственность с логотипом, действующим до марта 2016 года, узнаваемым на рынке.

Свободное пространство и минимальный размер использования логотипа.



— x — хорошее свободное поле

— 0.5x — минимально возможное свободное поле

Зона комфорта, или свободное пространство логотипа, — это невидимое поле, внутри которого не должны заходить никакие другие элементы дизайна (графика, фотографии, иллюстрации, тексты и прочее).

Минимальный размер использования логотипа.

На рисунках приведены минимальные размеры воспроизведения логотипа. При технологических ограничениях возможно использовать текстовую часть логотипа.



Минимальный размер полной версии логотипа



Минимальный размер текстовой части логотипа



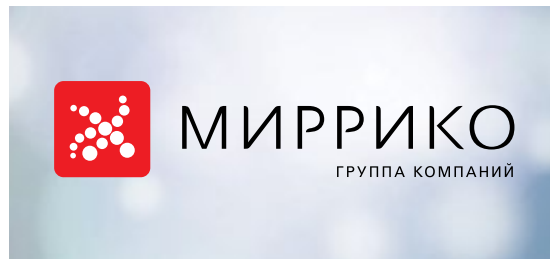
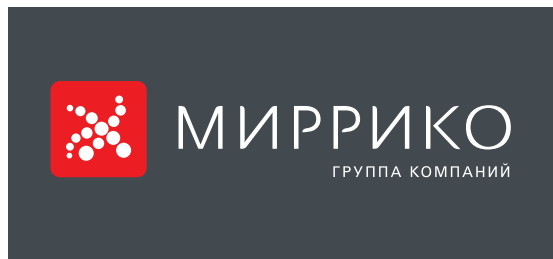
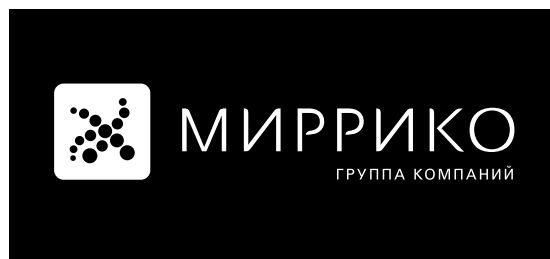
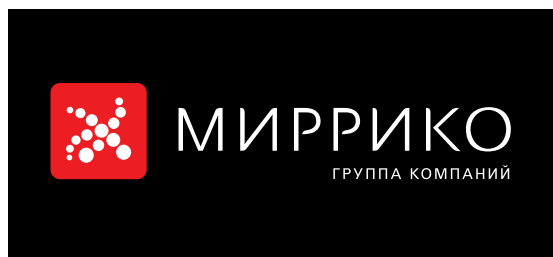
МИРРИКО^x



МИРРИКО^x

В некоторых случаях бывает необходимо использовать знак и шрифтовую часть отдельно. Такая необходимость возникает при брендировании сувенирной продукции. В этих случаях рекомендуется придерживаться следующих пропорций и правил: отношение знака к текстовому написанию может изменяться от 2,25 до 4 и зависит от размера брендимуемой поверхности, технических ограничений и прочих условий.





Логотип. Варианты цветовых решений.

В целях адаптации логотипа под различные применения, материалы и методы производства предусмотрено несколько цветовых решений. Предпочтительным вариантом всегда является полноцветный.

Когда полноцветный вариант неприемлем, выбор цветового решения должен основываться на способе демонстрации, используемых материалах и технологии производства.

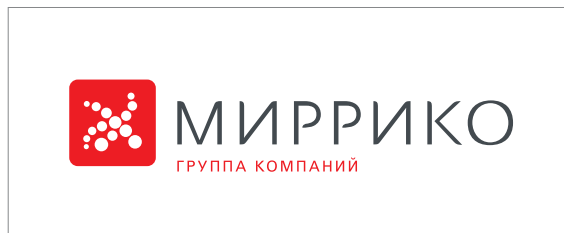
При необходимости размещения логотипа на полноцветном фоне стоит соблюдать контрастность.



НЕ ДОПУСКАЕТСЯ ОКРАШИВАНИЕ ВСЕХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГОТИПА В ФИРМЕННЫЙ КРАСНЫЙ ЦВЕТ!



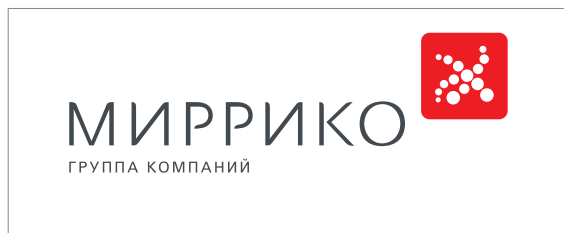
1.



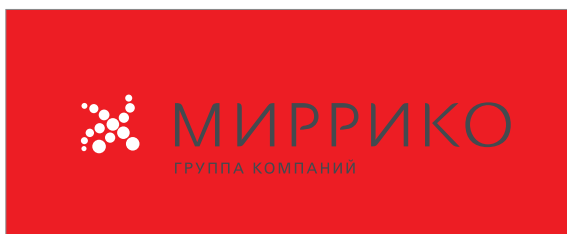
2.



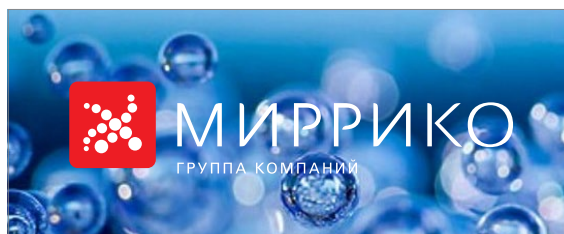
3.



4.



5.



6.

Запрещенные редакции логотипа.

Недопустимо использовать в логотипе и его элементах цвета, не описанные в данном руководстве ^(1, 2).

Недопустимо растягивать, искажать или менять элементы логотипа ^(3, 4).

Недопустимо размещать логотип на фонах любого цвета, кроме описанных в данном руководстве ⁽⁵⁾.

Недопустимо размещать логотип на значимом участке фотоизображения ⁽⁶⁾.

Цвета группы компаний «Миррико» являются одними из главных составляющих имиджа бренда «Миррико». Основными цветами являются: красный, черный, белый и серый.

Символика цвета: красный — концентрация энергии, целеустремленность, эффективность, динамичность; черный — стремление к достижению цели, точность, сила, основательность; белый — прозрачность, чистота намерений (порядочность), новизна; серый — гибкость, готовность к изменениям.

Последовательное применение сочетания этих цветов показывает целостность бренда «Миррико». Каждый цвет имеет описание в четырех цветовых системах. Это необходимо для правильной передачи цветов на различных носителях.

Цветовая палитра. Основные цвета.

Красный

CMYK	0 / 100 / 100 / 0
RGB	237 / 28 / 36
Pantone	485
RAL	xxxx

Черный

CMYK	0 / 0 / 0 / 100
RGB	0 / 0 / 0
Pantone	Black
RAL	9004

Белый

CMYK	0 / 0 / 0 / 0
RGB	255 / 255 / 255
Pantone	White
RAL	9003

Светло-серый

CMYK	0 / 0 / 0 / 20
RGB	237 / 28 / 36
Pantone	485
RAL	7047

Цветовая гамма бренда «Миррико» формируется сочетанием красного, белого, серого и черного. Белый всегда является основным компонентом во всех печатных материалах.

Красный используется в графической части логотипа, может использоваться в заголовках, дополнительных графических элементах и акцентах. Черный используется в текстовой части логотипа, для набора текстов и сообщений.

Серый — акцентный цвет, используется для плашек и смысловых выделений, может использоваться для акцентирования текстовых блоков, набранных крупным кеглем.

Модель CMYK используют при полноцветной печати. Pantone можно использовать при печати в две и более красок (для эффективной передачи корпоративных цветов возможно использование красок Pantone и при полноцветной печати).

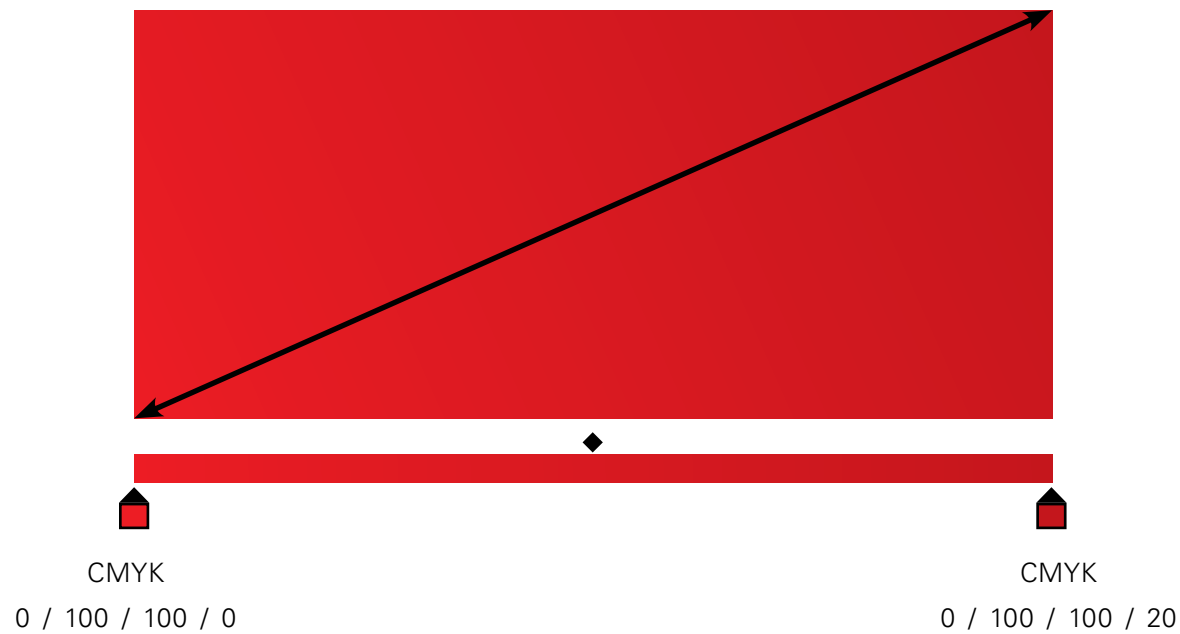
Модель RGB используют для обозначения цветов в электронных носителях информации (например, веб-сайт, презентация).

Модель RAL (Reichsausschub fur Lieferbedingungen und Gutesicherung - RAL) и используется для обозначения цветов окраски производственных объектов.

Все рекламно-информационные материалы необходимо создавать с использованием фирменных цветов.

Цветовая палитра. Градиент.

Кроме основных цветов у компании «Миррико» есть фирменные градиенты, которые можно использовать в качестве фона для рекламных и информационных материалов.



Шрифт является важным базовым элементом, который определяет уникальность фирменного стиля, обеспечивает узнаваемость компании.

Корпоративным шрифтом Группы компаний «Миррико» являются гарнитура Univers. Этот шрифт отличается простотой, современностью, высокая удобочитаемость.

Шрифт включает полный набор начертаний, чтобы соответствовать всем требованиям корпоративного шрифта для различных задач.

Univers LT CYR 45 Light

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»„“:;?!@#\$\$%&*()

Univers LT CYR 55 Roman

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»„“:;?!@#\$\$%&*()

Univers LT CYR 65 Bold

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»„“:;?!@#\$\$%&*()

Фирменный шрифт. Основная гарнитура.

В оформлении всех материалов используется гарнитура Univers LT CYR в трех начертаниях: светлом (light), жирном (bold) и прямом (Roman).

Univers — это семейство шрифтов класса «новый гротеск». Шрифт был спроектирован в 1957 году швейцарским дизайнером Адрианом Фрутигером (Adrian Frutiger) для французской фирмы Деберни и Пено (Deberny & Peignot).

Данная гарнитура используется в метрополитене Барселоны, Монреале, Франкфуртском аэропорту. Особенностью данного шрифта является то, что он не теряет своих качеств при использовании как в мелком наборе, так и в акциденции.

Univers — это хорошо читаемый универсальный шрифт, оправдывающий свое название. Он широко используется из-за его удобочитаемости, простоты и ясности.

Гарнитура используется следующим образом:

45 Light — для основного текста,
65 Bold — для основных заголовков,
55 Roman — для второстепенных заголовков.

Данным шрифтом должны оформляться все основные тексты бренда.

Charter ITC Regular

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,<>,,“:;?!@#\$%&*()

Charter ITC Bold

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,<>,,“:;?!@#\$%&*()

Times New Roman

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,<>,,“:;?!@#\$%&*()

Фирменный шрифт. Дополнительные гарнитуры.

Дополнительные гарнитуры необходимы в ситуациях, когда нужно добавить большую выразительность и добавить специфический окрас макетам. Использование дополнительных шрифтов жестко ограничивается использованием в определенных средах.

Одной из таких дополнительных гарнитур является Charter ITC, которая используется исключительно при оформлении корпоративных изданий «Миррико Таймс» и «Высокая планка». Charter ITC — это хорошо читаемый антиквенный текстовый шрифт. Он работает на контрасте с основным шрифтом Univers, прекрасно дополняет его и придает макетам издания более «живой, издательский» вид, что, несомненно, вызывает больше доверия у читателя.

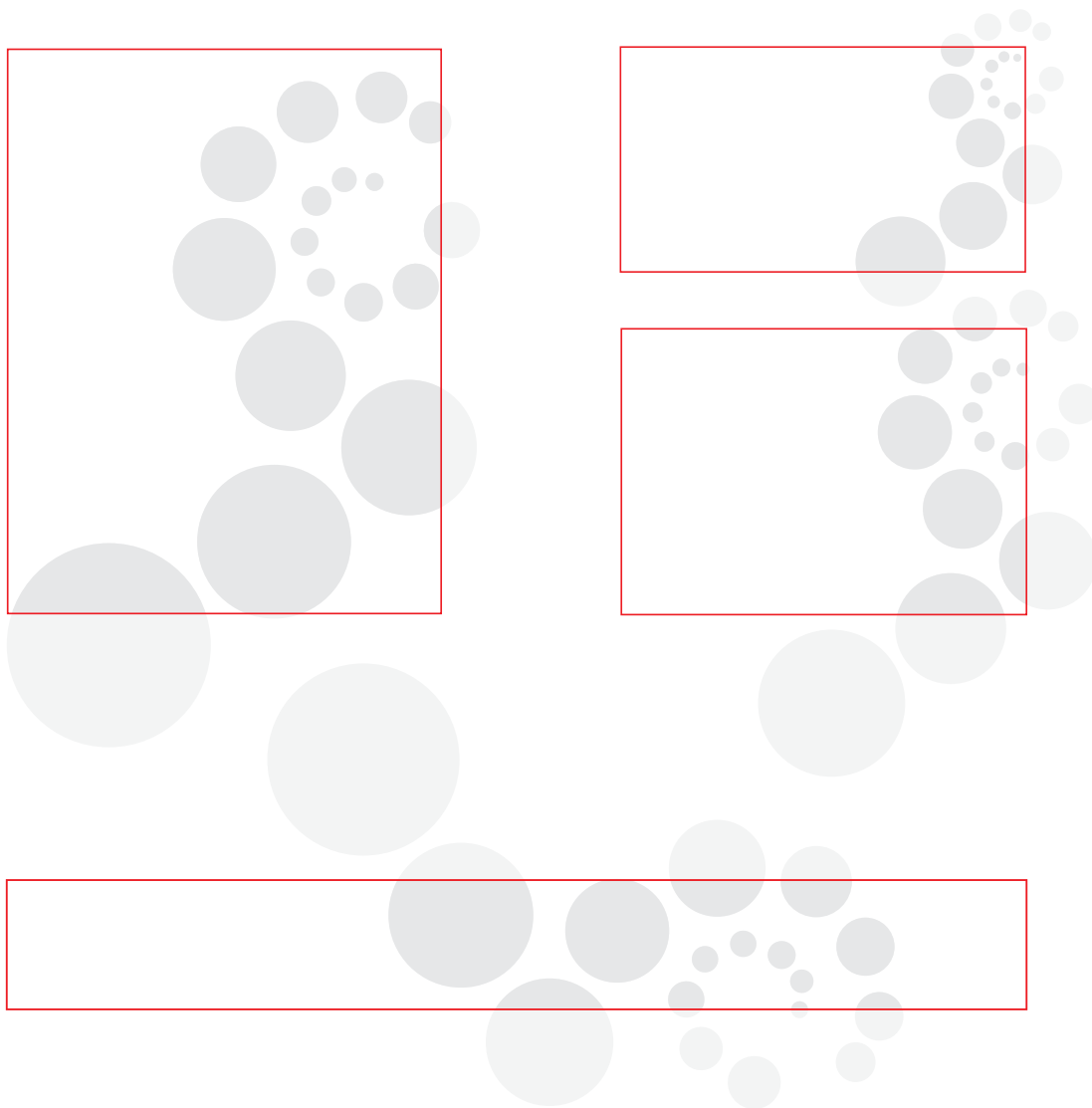
Еще одним дополнительным шрифтом является Times New Roman. Это встроенный фирмой Microsoft в операционную систему Windows шрифт. В рамках фирменного стиля «Миррико» его использование ограничено документооборотом управленческой документации. Он используется на фирменных бланках компании и организационно-распорядительной документации.

Стилеобразующая графика.

Дополнительная узнаваемость фирменного стиля достигается за счет использования на различных носителях фирменной графики, ассоциативно связанной с элементами фирменного знака «Миррико».

Элемент оформления макетов абстрактно представляет собой закрученную в спираль молекулу, состоящую из серии точек, увеличивающихся и уменьшающихся в математической последовательности, отражая собой движение и динамику.





Стилеобразующая графика.

Фирменный элемент необходимо помещать в край листа или экрана, оставляя видимым его большую часть. В зависимости от формата и замысла дизайнера возможно несколько изменять фрагмент фирменного элемента, необходимо лишь следить за тем, чтобы элемент оставался узнаваемым.

Фирменный элемент необходимо делать не сильно бросающимся в глаза, он должен быть чуть темнее фона, на котором используется. В печатной продукции его лучше воспроизводить методом выборочного прозрачного УФ-лакирования, при невозможности придерживаться следующих правил:

- 1) на белом фоне — элемент печатается 7-10% черного цвета;
- 2) на фирменном красном — с добавлением в красный цвет 7-10% черного пигмента (C-0 M-100 Y-100 K-7);
- 3) на фирменном градиенте — таким же градиентом, направление градиента должно быть обратным фону (см. пример 3).



03_Фирменный элемент

Полное название:

Группа компаний «Миррико» / ГК «Миррико»

Слоганы:

«Сфокусируйтесь на результате, химией займемся мы».

«Химия между нами» (используется для поздравлений, а также в рекламных сообщениях по согласованию с заказчиком сообщения).

«Эффективные комплексные решения технологических задач».

Group of Companies Mirrico

Focus on the result. Mirrico — chemistry of your business.

Склоняется слово «группа»:

Разработано в Группе компаний «Миррико» / Предложение из Группы

компаний «Миррико» / Оценить деятельность Группы компаний «Миррико»

Все корпоративные документы «Миррико» содержат блок с адресами, телефонами, электронной почтой и сайтом компании.

Пример адресного блока:

ул. Островского, 84, г. Казань, 420107

Тел.: (843) 537-23-85 info@mirrico.ru, www.mirrico.ru

Реквизиты почтового адреса оформляются согласно новым российским стандартам и пишутся в следующем порядке:

- 1) название компании;
- 2) название улицы, номер дома, строение, номер офиса;
- 3) название населенного пункта;
- 4) почтовый индекс;
- 5) название страны (для международной корреспонденции, отдельной строкой).

Телефонные номера должны оформляться в соответствии с примерами, приведенными ниже.

Номера с кодом города: (843) 537-23-85

(843) 537-23-94

Номера мобильных телефонов: 8 987 765-43-21

Если необходимо указать несколько телефонных номеров, они пишутся в одну строчку, через запятую. Общий для всех номеров код города указывается один раз перед первым номером:

(123) 123-45-67, 123-78-92

На английском языке адресный блок будет выглядеть следующим образом:

84, Ostrovskogo str., Kazan 420107, Russia

Международное обозначение российских телефонных номеров:

+7 987 765-43-21; +7 9877 65-43-21

Правила написания электронных адресов

Адреса электронной почты и сайта указываются после телефонных номеров. Адрес сайта начинается с www (http:// не пишется никогда).

E-mail: info@mirrico.ru

www: www.mirrico.ru



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

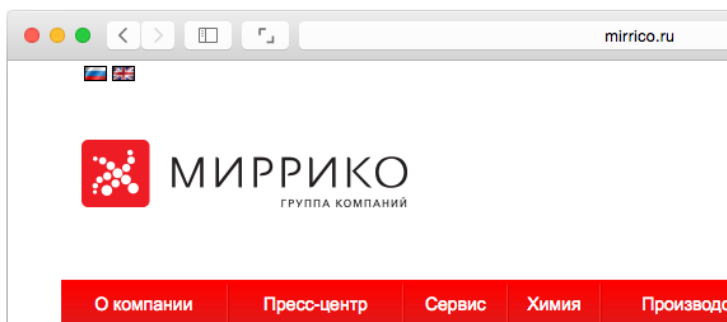
Фирменный стиль в web-среде

Логотип.

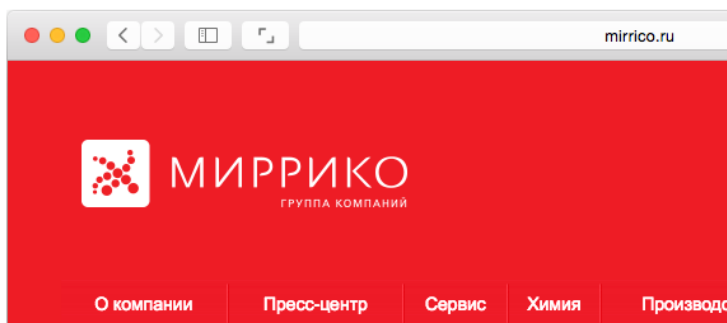
Размер логотипа.

Типографика. Шрифты.

Цветовая палитра.



Основная версия на белом (светлом) фоне



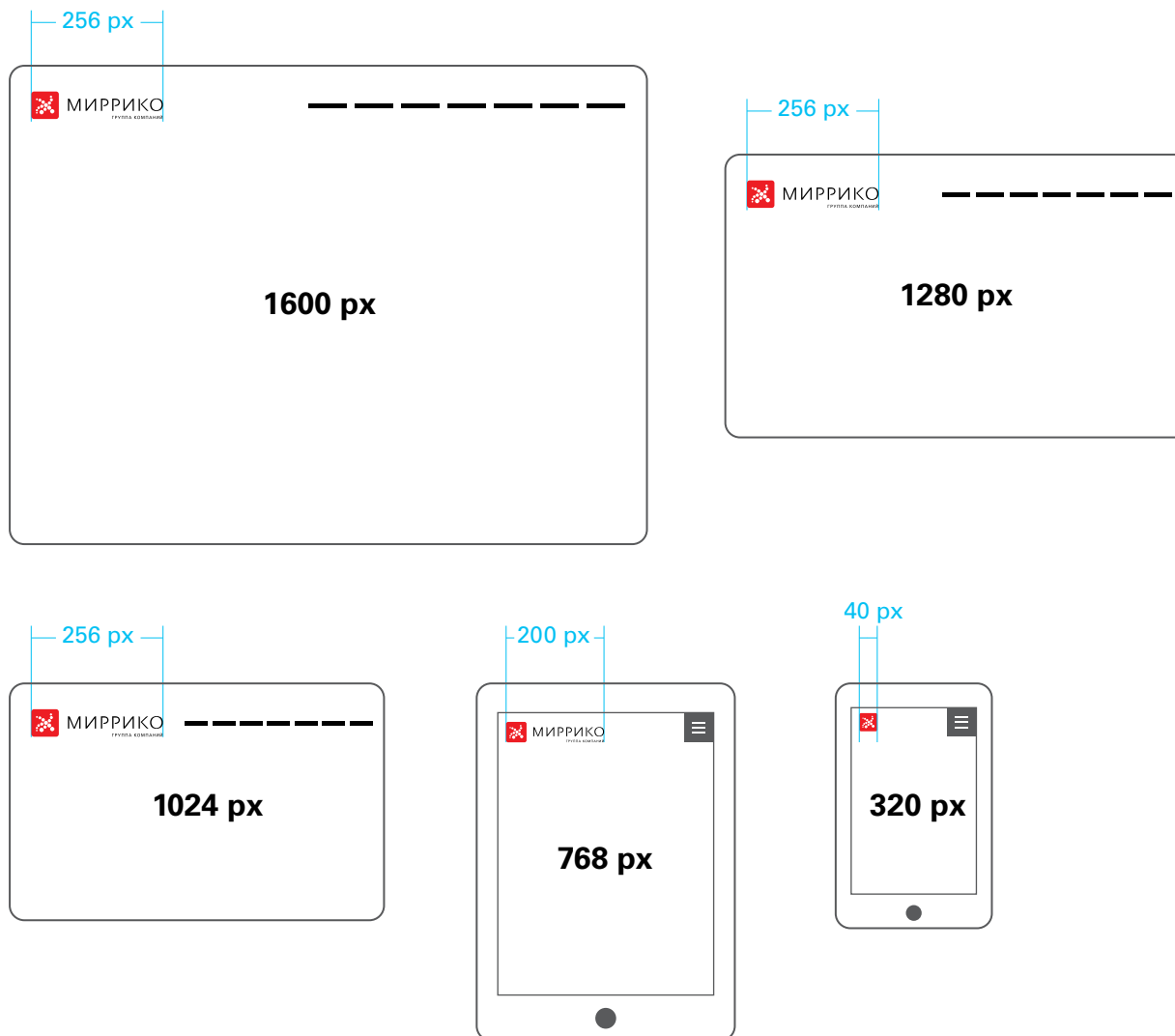
Версия на фирменном красном фоне

На главной странице сайта может быть использована одна из двух версий логотипа: 1) на белом фоне, 2) на фирменном красном фоне.

Недопустимо поворачивать логотип, изменять его пропорции, а также пропорции и расположение элементов логотипа относительно друг друга, использовать цвета, не входящие в корпоративную палитру.

На внутренних страницах сайта рекомендуется использовать основную версию логотипа (на белом или светлом фоне).

Изменение размера логотипа в зависимости от ширины экрана.



В зависимости от ширины экрана или устройства меняется размер логотипа. При разрешении меньше 1000 пикселей логотип уменьшается до 200 пикселей, а при менее 400 (мобильные версии) остается только знак.

Verdana **Regular**

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,<>,,":;?!@#\$%&*()

Verdana **Bold**

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,<>,,":;?!@#\$%&*()

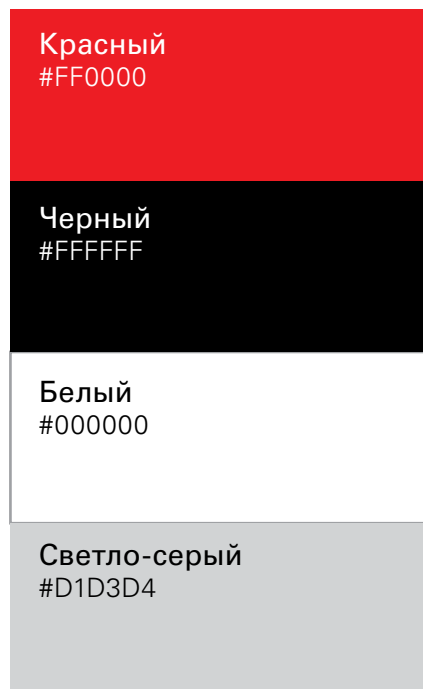
Шрифты

На сайте Миррико в качестве наборного шрифта выступает Verdana во всех начертаниях (светлый, жирный, подчеркнутый) — в зависимости от области применения.

Verdana — шрифт, созданный Мэтью Картером для компании Microsoft. С 1996 он входит во все версии Microsoft Windows, Microsoft Office и Internet Explorer для Windows и Mac OS. Шрифт входит в бесплатный пакет Corefonts, который можно использовать и в других системах. Вердана не имеет засечек (серифов), а буквы увеличены за счёт уменьшения межстрочного интервала, поэтому он хорошо читается и при маленьком размере (кегле). Шрифт оптимизирован для отображения на экране.

Для заголовков на сайте можно также использовать фирменный Univers светлого (light) или полужирного (bold) начертаний.

Цветовая палитра.



Основные цвета

Цвет текстовых ссылок

	Цвет ссылки	#08628C
	Цвет ссылки при наведении курсора	#EF3124
	Цвет посещенной ссылки	#532371

Дополнительные цвета

Все цвета, используемые на сайте, описаны в шестнадцатеричной кодировке HEX.

Основные цвета применяются в фирменной символике, для оформления текста и заголовков, ссылок и графических маркеров, информационных плашек. Всего основных цветов четыре: белый (#000000), черный (#FFFFFF), красный (#FF0000), светло-серый (#D1D3D4).

Дополнительные цвета используются для оформления текстовых ссылок. Данное цветосочетание установлено во многие браузеры по умолчанию, так что для большинства людей это привычная и ожидаемая схема, следовательно, это положительно скажется на юзабилити сайта.



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Деловая документация

Фирменные бланки.

Бейджи.

Папки.

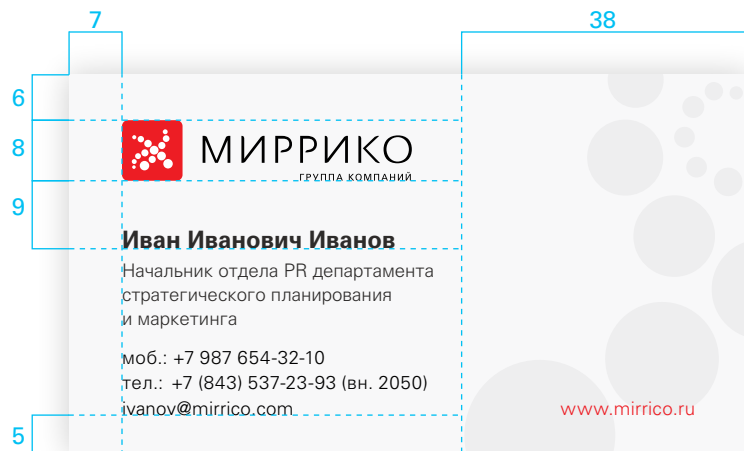
Конверты (евро, С4, С5).

Презентация.

Электронная подпись.

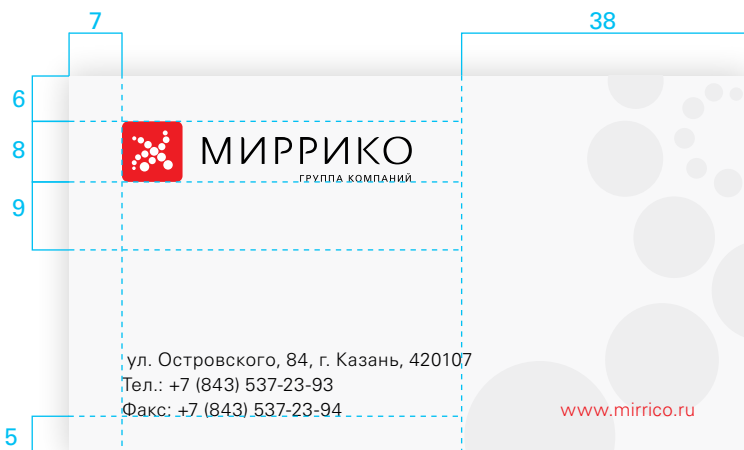
Почетная грамота.

Визитные карточки.



Персональная визитная карточка

Фирменный элемент может быть напечатан методом выборочного УФ-лакирования



Корпоративная визитная карточка

На персональной визитной карточке располагается информация о владельце визитки, его имя, должность, мобильный и рабочий телефон и электронная почта.

На корпоративной визитной карточке информация о компании, ее телефоны, факс, адрес и сайт.

Формат карточки: 90x50 мм

Имя Отчество Фамилия

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 9 pt, отступ после строки: 2 pt

Должность

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Контактный блок

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Бумага

Плотность — 300-350 г/м²

□ 04_Визитные карточки/Рус

Визитные карточки на английском языке



Персональная визитная карточка

Фирменный
элемент может быть
напечатан методом
выборочного УФ-
лакирования



Корпоративная визитная карточка

Формат карточки: 90x50 мм

Имя Отчество Фамилия

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 9 pt, отступ после строки: 2 pt

Должность

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Контактный блок

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Бумага

Плотность — 300-350 г/м²

□ 04_Визитные карточки/Англ

Визитные карточки двусторонние на двух языках.



Формат карточки: 90x50 мм

Имя Отчество Фамилия

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 9 pt, отступ после строки: 2 pt

Должность

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Контактный блок

Гарнитура: Univers LT Cyr bold

Размер кегля: 7 pt, интерлиньяж: 9,5 pt

Бумага

Плотность — 300-350 г/м²

□ 04_Визитные карточки/Англ



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

ГРУППА КОМПАНИЙ «МИРРИКО»
Общество с ограниченной ответственностью
«Миррико менеджмент»
(ООО «Миррико менеджмент»)
Юр. адрес: Островского ул, 84, г. Казань, 420107
Почтовый адрес: а/я 146, г. Казань, 420107,
тел.: (843) 537-23-93, факс: (843) 537-23-94
delo@mirrico.com, www.mirrico.ru

ИНН/КПП 1658073803/165501001, БИК 049205737,
р/с 40702810600510000047, к/с 3010181000000000737
Казанский филиал ПАО АКБ «Связь-Банк»

№ _____

[Название организации]

На № _____ от _____

[Должность]

[И.О. Фамилия]

О... [заголовок к тексту/тема]

Уважаемый ... !

Вводная часть («В связи с тем, что...», «Согласно договору от ... № ...»,
«Нами рассмотрены Ваши предложения ...»).

Основная часть (предложение, отказ, просьба). От первого лица
множественного числа («Направляем на согласование...», «Просим
рассмотреть...»), от третьего лица единственного числа («Компания не
возражает...»). Не допускается разрыв при переносе на другую строку текста
фамилий и инициалов, наименование компаний, нумерации, дат.

Текст письма печатается 14 кеглем 1-1,5 интервалом, шрифт «Times New
Roman», выравнивание текста по ширине листа.

Приложение: 1. ... на ... л. в ...экз.;
2. ...на ... л. в ...экз.

Должность

И.О. Фамилия

И.О. Фамилия
(843) 537-... доп. ...

Фирменный бланк на русском языке с реквизитами.

На основном фирменном бланке располагаются лого-тип, адресный блок и список реквизитов компании.



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

ГРУППА КОМПАНИЙ «МИРРИКО»
Общество с ограниченной ответственностью
«Миррико менеджмент»
(ООО «Миррико менеджмент»)
Юр. адрес: Островского ул, 84, г. Казань, 420107
Почтовый адрес: а/я 146, г. Казань, 420107,
тел.: (843) 537-23-93, факс: (843) 537-23-94
delo@mirrico.com, www.mirrico.ru

ИНН/КПП 1658073803/165501001, БИК 049205737,
р/с 40702810600510000047, к/с 3010181000000000737
Казанский филиал ПАО АКБ «Связь-Банк»

№ _____

[Название организации]

На № _____ от _____

[Должность]

[И.О. Фамилия]

О... [заголовок к тексту/тема]

Уважаемый ... !

Вводная часть («В связи с тем, что...», «Согласно договору от ... № ...»,
«Нами рассмотрены Ваши предложения ...»).

Основная часть (предложение, отказ, просьба). От первого лица
множественного числа («Направляем на согласование...», «Просим
рассмотреть...»), от третьего лица единственного числа («Компания не
возражает...»). Не допускается разрыв при переносе на другую строку текста
фамилий и инициалов, наименование компаний, нумерации, дат.

Текст письма печатается 14 кеглем 1-1,5 интервалом, шрифт «Times New
Roman», выравнивание текста по ширине листа.

Приложение: 1. ... на ... л. в ...экз.;
2. ...на ... л. в ...экз.

Должность

И.О. Фамилия

И.О. Фамилия
(843) 537-... доп. ...

05_Бланки

Руководство по использованию фирменного стиля

30

 **MIRRICO**
GROUP OF COMPANIES

«MIRRICO» GROUP OF COMPANIES
«Mirrico management» LLC
Limited Liability Company
(«Mirrico management» LLC)
Legal address: Ostrovskogo str. 84, of. 507,
Kazan, Russia 420107
Post address: p/o box 146, Kazan, 420107,
tel.: +7 (843) 537-23-93, fax: +7 (843) 537-23-94
delo@mirrico.com, www.mirrico.ru

INN/KPP 1658073803/165501001, BIC 049205737,
s/a 40702810600510000047, c/a 3010181000000000737
Kazan branch of Svyaz Bank PJSC JSCB

№ _____ [Название организации]
[Должность]
На № _____ от _____ [И.О. Фамилия]

О... [заголовок к тексту/тема]

Уважаемый ... !

Вводная часть («В связи с тем, что...», «Согласно договору от ... № ...»,
«Нами рассмотрены Ваши предложения ...»).

Основная часть (предложение, отказ, просьба). От первого лица
множественного числа («Направляем на согласование...», «Просим
рассмотреть...»), от третьего лица единственного числа («Компания не
возражает...»). Не допускается разрыв при переносе на другую строку текста
фамилий и инициалов, наименование компаний, нумерации, дат.

Текст письма печатается 14 кеглем 1-1,5 интервалом, шрифт «Times New
Roman», выравнивание текста по ширине листа.

Приложение: 1. ... на ... л. в ...экз.;
2. ... на ... л. в ...экз.

Должность _____ И.О. Фамилия _____

И.О. Фамилия
(843) 537-... доп. ...

Фирменный бланк на английском языке с реквизитами.

На основном фирменном бланке располагаются лого-
тип, адресный блок и список реквизитов компании.

 **MIRRICO**
GROUP OF COMPANIES

«MIRRICO» GROUP OF COMPANIES
«Mirrico management» LLC
Limited Liability Company
(«Mirrico management» LLC)
Legal address: Ostrovskogo str. 84, of. 507,
Kazan, Russia 420107
Post address: p/o box 146, Kazan, 420107,
tel.: +7 (843) 537-23-93, fax: +7 (843) 537-23-94
delo@mirrico.com, www.mirrico.ru

INN/KPP 1658073803/165501001, BIC 049205737,
s/a 40702810600510000047, c/a 3010181000000000737
Kazan branch of Svyaz Bank PJSC JSCB

№ _____ [Название организации]
[Должность]
На № _____ от _____ [И.О. Фамилия]

О... [заголовок к тексту/тема]

Уважаемый ... !

Вводная часть («В связи с тем, что...», «Согласно договору от ... № ...»,
«Нами рассмотрены Ваши предложения ...»).

Основная часть (предложение, отказ, просьба). От первого лица
множественного числа («Направляем на согласование...», «Просим
рассмотреть...»), от третьего лица единственного числа («Компания не
возражает...»). Не допускается разрыв при переносе на другую строку текста
фамилий и инициалов, наименование компаний, нумерации, дат.

Текст письма печатается 14 кеглем 1-1,5 интервалом, шрифт «Times New
Roman», выравнивание текста по ширине листа.

Приложение: 1. ... на ... л. в ...экз.;
2. ... на ... л. в ...экз.

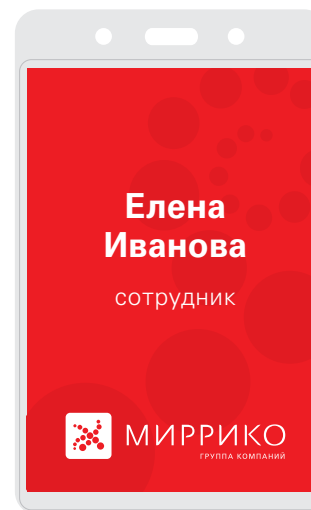
Должность _____ И.О. Фамилия _____

И.О. Фамилия
(843) 537-... доп. ...

05_Бланки

Бейдж.

На бейдже указывается имя сотрудника и его должность. В нижней части располагается логотип компании. Верстка бейджа выполняется на основе макета, приложенного к руководству.



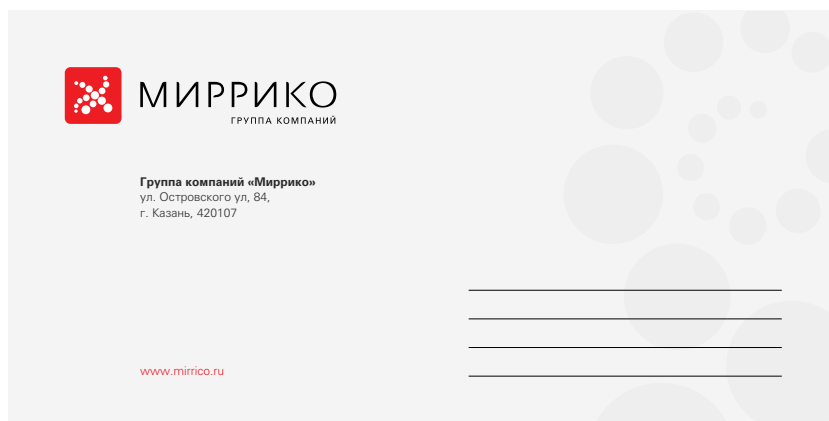
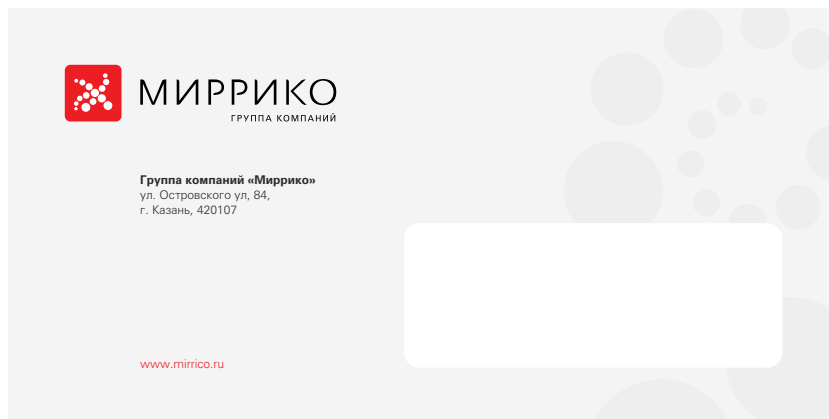
06_Бейджи



Папка изготавливается из цветного красного картона, логотип на лицевой стороне наносится методом шелкографии, фирменный элемент — УФ-лак.

07_Папка

Конверты. Формат DL.



Конверты для ежедневной деловой переписки выглядят строго и лаконично.

Конверт формата DL имеет размеры 220x110 мм. Используется для пересылки небольшого количества печатных листов формата A4, свернутых вдвое.

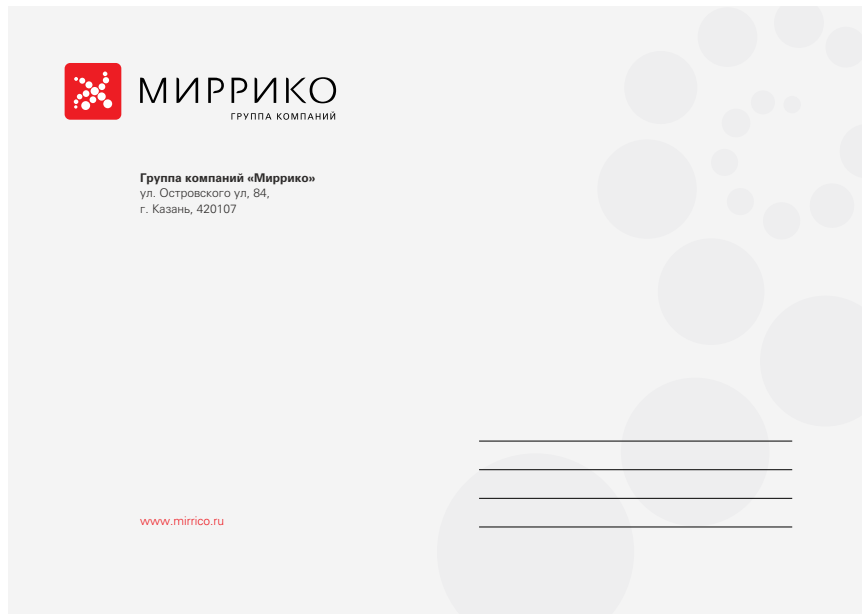
Для особых случаев можно использовать специальный конверт.



Адрес получателя печатается на обычном офисном принтере и приклеивается на конверт. Размеры наклеек могут быть любыми

08_Конверты/DL

Конверты. Формат С5.



Конверт формата С5 имеет размеры 229х162 мм.
Используется для пересылки небольшого количества
печатных листов формата А4, свернутых пополам.

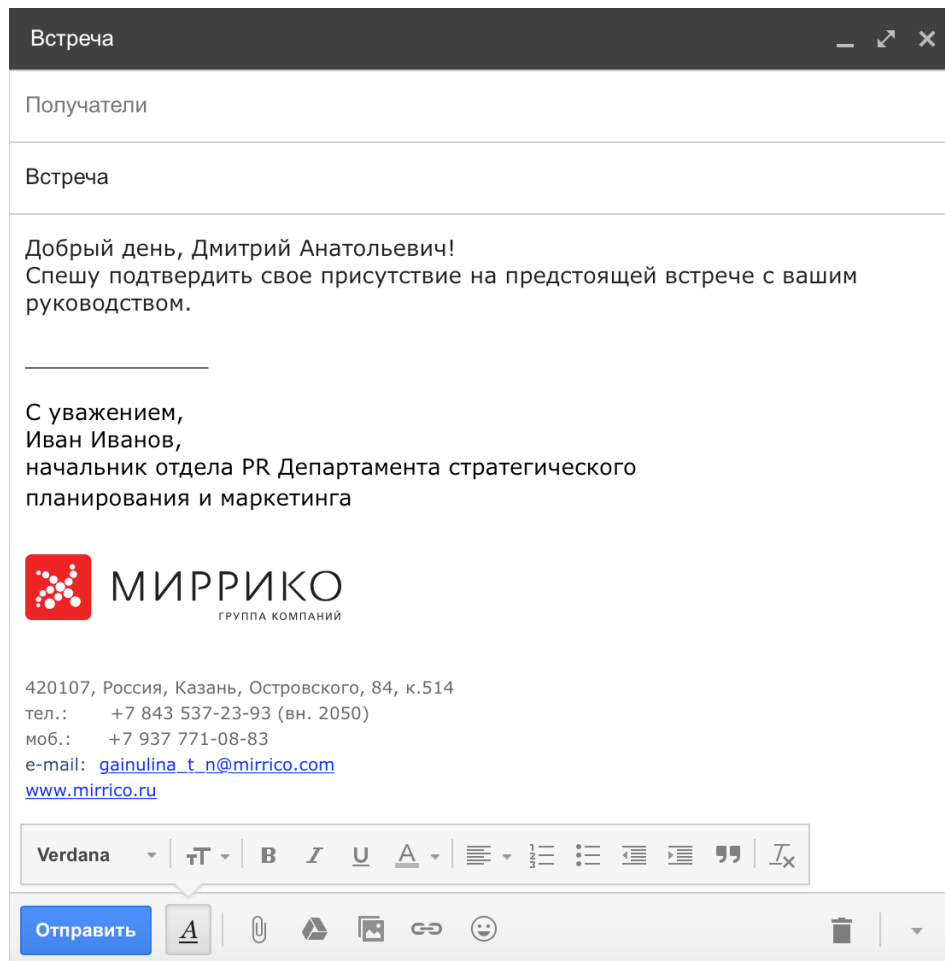
Конверты. Формат С4.



Конверт формата С4 имеет размеры 3324х229 мм. Используется для пересылки большого количества печатных листов формата А36.

08_Конверты/С4

Электронная подпись.



Подписи в электронной почте также рассматриваются как элемент фирменного стиля. Всем сотрудникам компании рекомендуется использовать единый шаблон.

Все тексты набираются фирменным шрифтом для использования в web-среде — Verdana.

Перед подписью ставится полоса из длинных тире чуть короче имени и фамилии.

Имя и должность всегда занимают две или больше строк.

Должность пишется с маленькой буквы.

Контактный блок отправителя набирается меньшим размером шрифта и серым цветом.

Рабочий и мобильный телефоны лучше указывать отдельными строками.

Адрес сайта начинается с www (не надо писать http://) и является активной ссылкой.





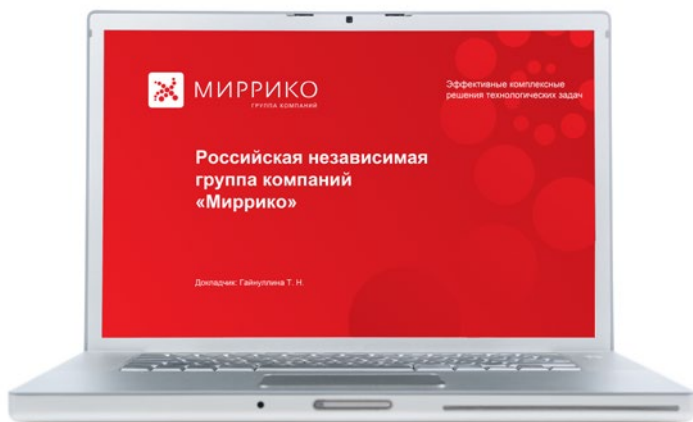
МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Рекламно- информационные материалы

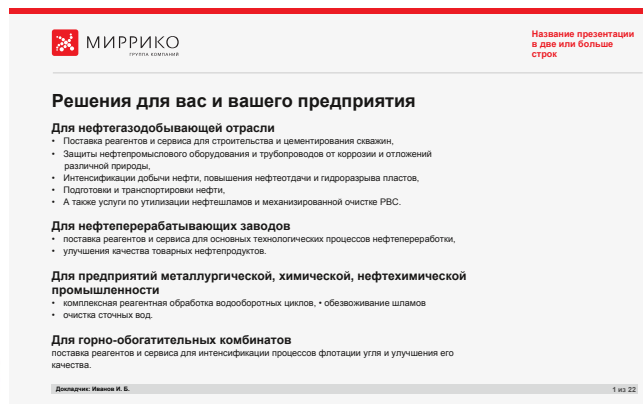
Модульная система верстки рекламного блока.

Модульная система верстки информационного проспекта, буклета, брошюры.

Модульная система верстки корпоративной электронной газеты, формат А4.



Титульный слайд



Слайд с текстом

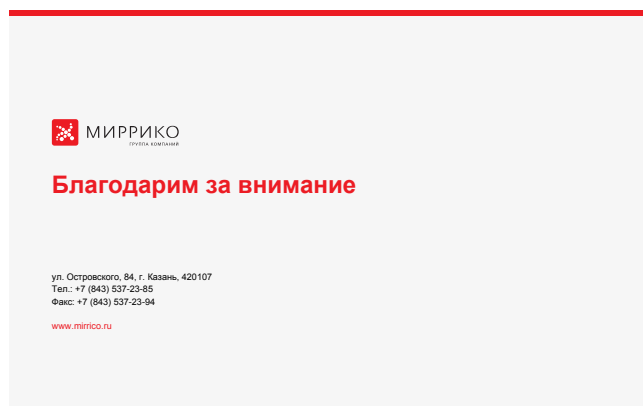
Шаблон презентации.



Слайд с текстом и фотографиями



Слайд с текстом и фотографиями



Финальный слайд с контактами

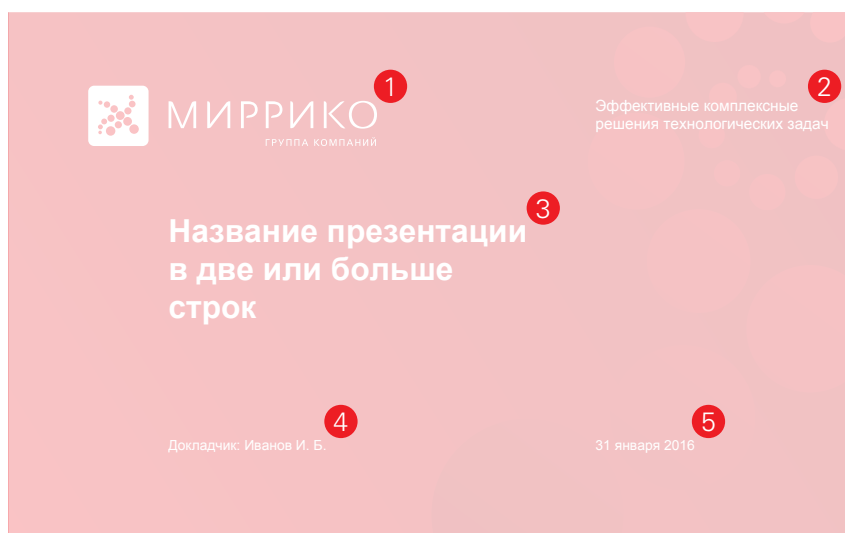
Шаблон презентации сделан максимально простым и понятным для того, чтобы ее мог создать любой сотрудник компании. Основное правило при создании презентаций — лаконичность. Информацию лучше давать небольшими порциями и разбивать на несколько слайдов.



Для печати на офисном принтере предусмотрен лаконичный вариант обложки

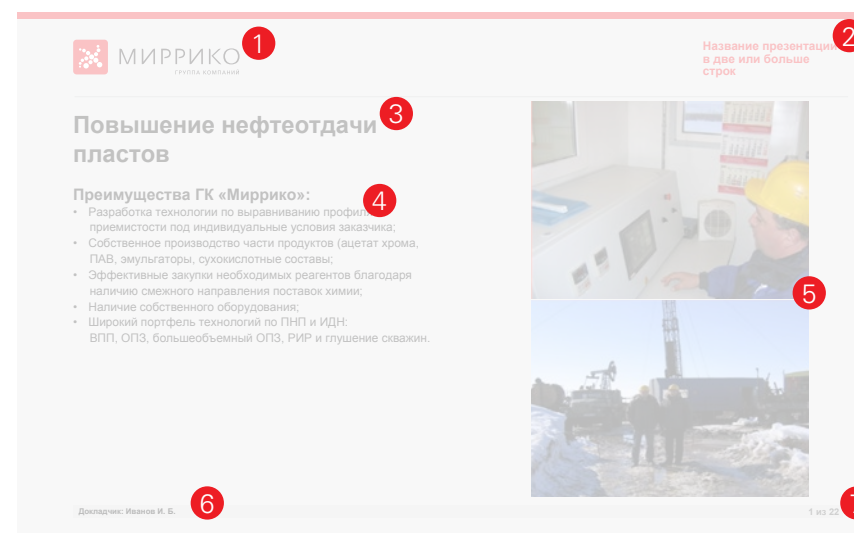
Разметка шаблона презентации.

Шаблон титульного слайда



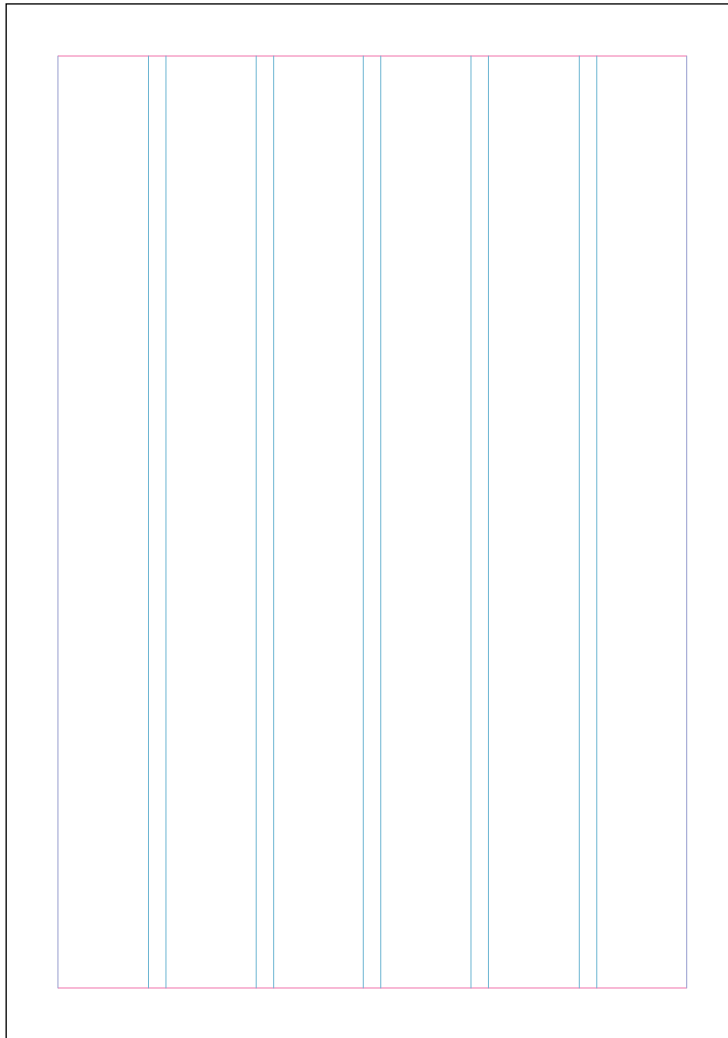
- 1 логотип
- 2 слоган компании
- 3 название презентации
- 4 докладчик
- 5 дата

Шаблон внутреннего слайда



- 1 логотип
- 2 название презентации
- 3 заголовок слайда
- 4 текст слайда
- 5 фотографии или иллюстрации
- 6 докладчик
- 7 текущий номер слайда

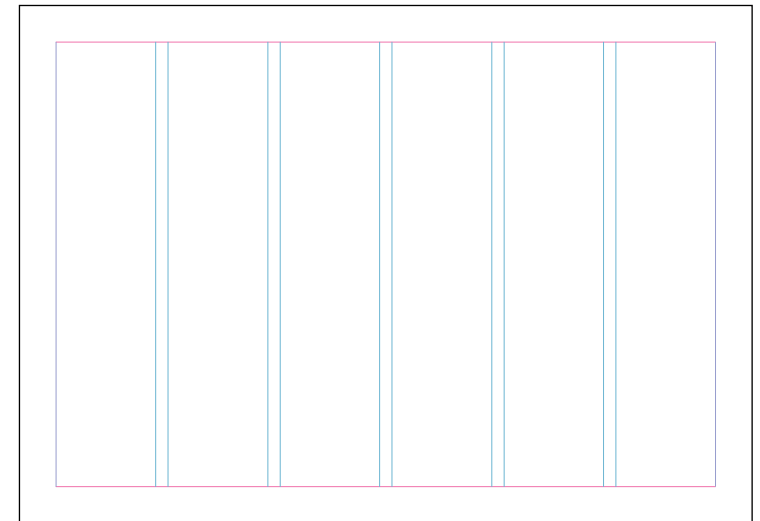
Модульная сетка.



В основе модульной сетки всей рекламно-полиграфической продукции лежит шестиколонник.

Сочетание различных его конфигураций позволяет добиться гибкости и разнообразия в исполнении.

Данная модульная сетка позволяет верстать текст и графику в одну, две или три колонки.



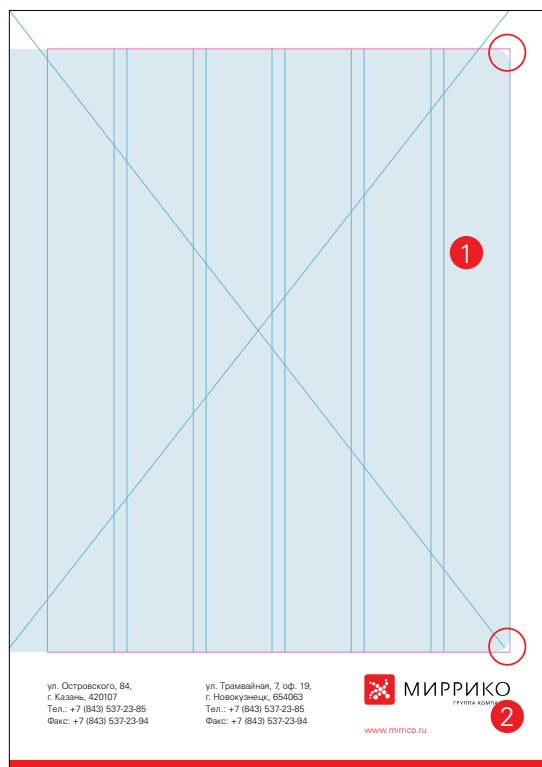
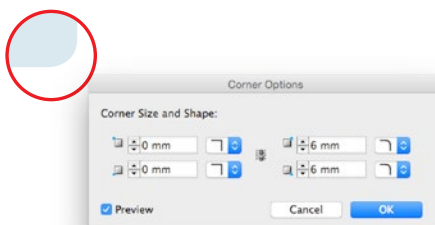
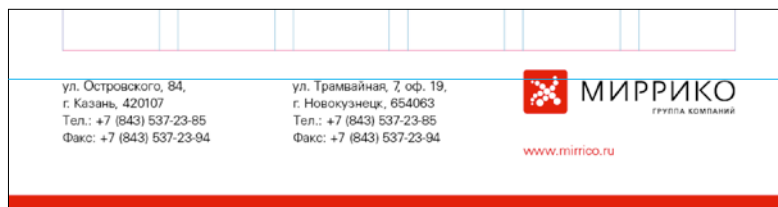


Схема компоновки рекламного блока

- 1 Рекламно-информационное поле
- 2 Идентификационное поле



Установки скругления углов



Оформление идентификационного поля

Модульная система верстки рекламного блока.

Для рекламных постеров и рекламы в периодических изданиях выбрана единая схема компоновки основных элементов.

Вся рекламно-полиграфическая продукция состоит из нескольких основных фирменных элементов: рекламно-информационного поля и идентификационного поля.

В рекламно-информационное поле входят иллюстративный материал, фотографии, текстовые поля, слоган. Расположение этих элементов определяется замыслом и идеей рекламного сообщения.

Идентификационное поле состоит из адресного блока, логотипа и декоративной полосы.

Декоративная полоса применяется лишь в оформлении рекламно-информационных материалов. На однополосных макетах она находится снизу, дополнительно подчеркивая идентификационное поле с логотипом и контактами. В многополосных макетах полоса находится сверху.

Данная схема построена исходя из пропорции полосы формата А4. Для форматов, отличных по пропорциям от А4, используется та же модульная сетка, т. к. она не привязана к конкретным линейным размерам и может динамично изменяться.

12_Сетка рекламной полосы

Примеры оформления рекламных полос.



**Технологии
Люди
Успех**

Комплексные решения технологических задач
в металлургической, нефтегазоперерабатывающей, химической, нефтехимической, горно-обогатительной и нефтегазодобывающей отраслях промышленности

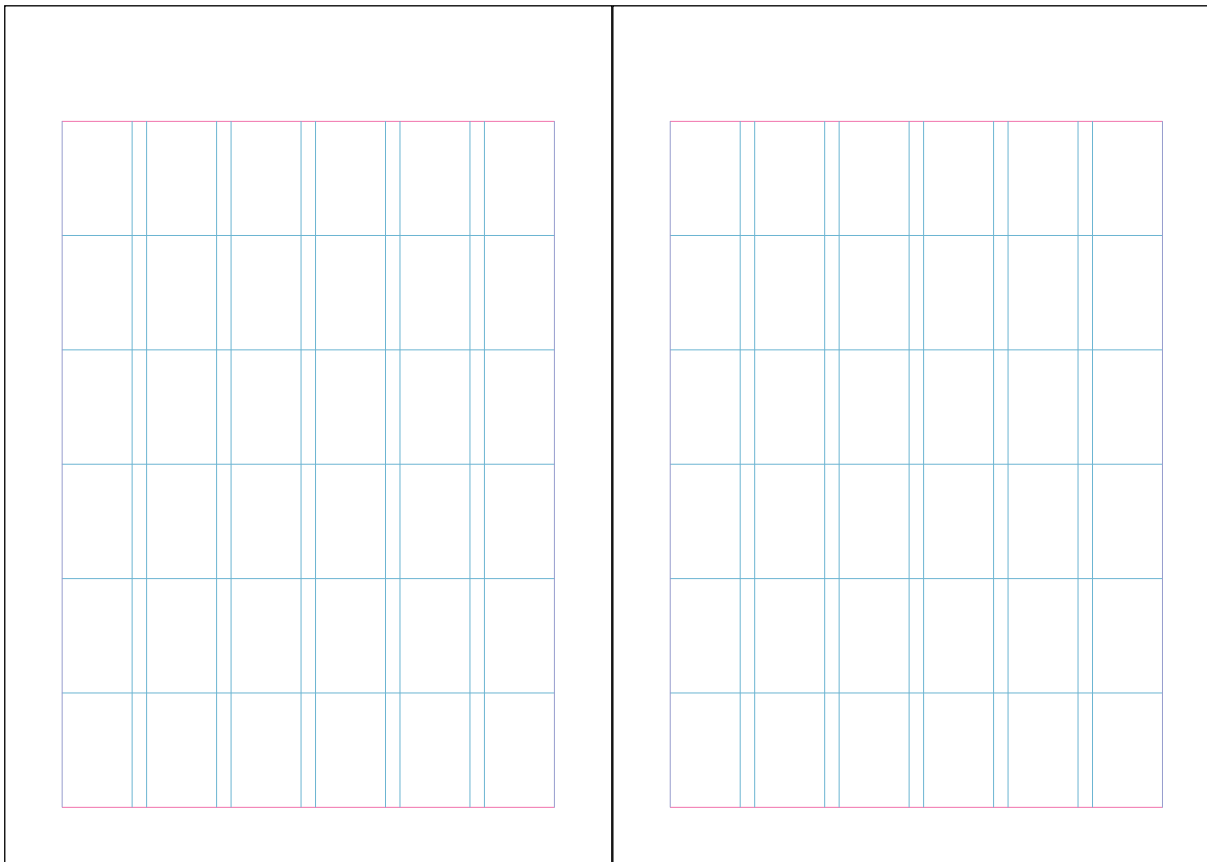
ул. Островского, 84,
г. Казань, 420107
Тел.: +7 (843) 537-23-85
Факс: +7 (843) 537-23-94

ул. Трамвайная, 7, оф. 19,
г. Новокузнецк, 654063
Тел.: +7 (843) 537-23-85
Факс: +7 (843) 537-23-94

МИРРИКО
группа компаний
www.mirrico.ru

Модульная система верстки информационного проспекта, буклета, брошюры.

Буклет верстается согласно общей модульной сетке
для рекламных материалов.



МИРРИКО
группа компаний

Комплексные решения технологических задач

Группа компаний «Миррико» — российская независимая группа инженерно-сервисных компаний, осуществляющая деятельность в области комплексных решений технологических задач в нефтегазодобывающей, нефтеперерабатывающей, химической, нефтехимической, горнодобывающей и металлургической отраслях промышленности.

Компания располагает собственным производством химических продуктов, научно-исследовательским центром, сетью представительств и складов в России и СНГ, а также квалифицированным персоналом, способным обеспечить проведение работ на высоком профессиональном уровне.

Отличительной особенностью деятельности Группы компаний «Миррико» является комплексный подход к решению проблем и нацеленность на разработку инновационных продуктов и технологий, направленных на повышение экономической и технологической эффективности процессов заказчика.

География деятельности — основные регионы нефтегазодобычи и промышленности России и стран СНГ. Основные заказчики — головные и дочерние предприятия ОАО «Роснефть», ОАО «Газпром», ОАО НК «ЛУКОЙЛ», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «НПМК», ОАО «Северсталь», ЕВРАЗ Групп и других.

Общая численность персонала — более 1100 человек (на 2014 г.). Штаб-квартира «Миррико» находится в г. Казани.

Миссия:
Развивая и применяя передовые технологии, опыт и знания, повышать эффективность наших партнеров (заказчиков и поставщиков), тем самым осуществляя вклад в сбалансированное развитие экономики, общества и окружающей среды.

Видение:
Стать лидирующей компанией по управлению и обслуживанию технологических процессов заказчиков в нефтегазовой и энергоемких отраслях промышленности на рынке СНГ.

Эффективные комплексные решения технологических задач

46

МИРРИКО
группа компаний

Инновации

Важнейшая стратегическая задача ГК Миррико — непрерывное повышение ценности товаров и услуг для наших клиентов, что достигается в том числе благодаря инновационной деятельности.

В инновационную деятельность вовлечены более 10 % из числа сотрудников ГК «Миррико», а объем ежегодных инвестиций в инновации, включая инновационные проекты, составляет 5 % от оборота компании!

Области инновационной деятельности
В ГК «Миррико» реализуются несколько типов инноваций: продуктовые, технологические, информационные и сервисные.

Интеллектуальная собственность
На сегодняшний день у компании более 20 патентов и заявок, прошедших экспертизу по существу.

НИОКР в «Миррико»
Научно-инжиниринговый центр Группы компаний «Миррико» является исследовательской платформой для новых направлений компании и обеспечивает техническую поддержку существующих продуктов и технологий. Широкий выбор методов исследований позволяет реализовать все циклы разработки и внедрения инновационных решений.

- 8 научно-исследовательских лабораторий, осуществляющих разработки продуктов для всех направлений деятельности ГК «Миррико» и новых проектов;
- более 30 высококвалифицированных сотрудников, включая кандидатов химических наук;
- новейшее специализированное оборудование, расположенное на площади более 1000 м²;
- возможность синтеза органических и полимерных веществ;
- масштабирование и моделирование технологических процессов.

Сотрудники Научно-исследовательского центра заняты своей работой

Приоритетные инновационные направления

Вектор инновационной деятельности направлен в области добычи, бурения, борьбы с осложнениями, подготовки, транспортировки нефти, а также промышленного водоснабжения.

Борьба с осложнениями

- Защита наземного и подземного оборудования от коррозии, АСПО и солей
- Повышение качества подготовки

Добыча нефти

- Повышение нефтеотдачи пластов
- Интенсификация добычи нефти
- Гидроариз пласта

Промышленное водоснабжение

- Водоподготовка
- Очистка сточных вод
- Обработка водопоточных циклов
- Управление водным хозяйством

Комплексная химизация месторождений

- Полное сервисное сопровождение процессов добычи
- Увеличение эффективности добычи

Бурение скважин

- Лекающие поглощения бурового раствора
- Борьба с осложнениями при бурении

Трубопроводный транспорт углеводородов

- Снижение энергозатрат на перекачку
- Увеличение объема
- Обеспечение безопасной эксплуатации

Эффективные комплексные решения технологических задач

46

Фирменный элемент уместно
напечатать УФ лаком

Руководство по использованию фирменного стиля

46

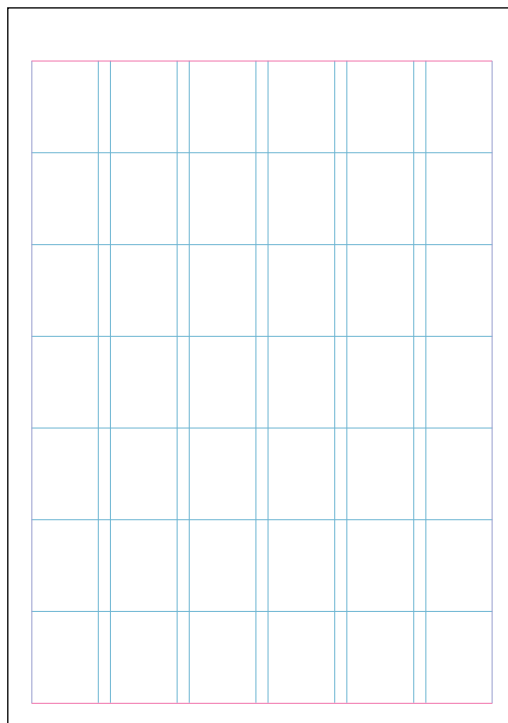


МИРРИКО
TIMES

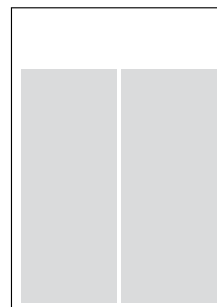
Корпоративное
издание группы
компаний «Миррико»

01.01.2016

Шапка издания



Модульная сетка



Модульная система верстки корпоративной электронной газеты.

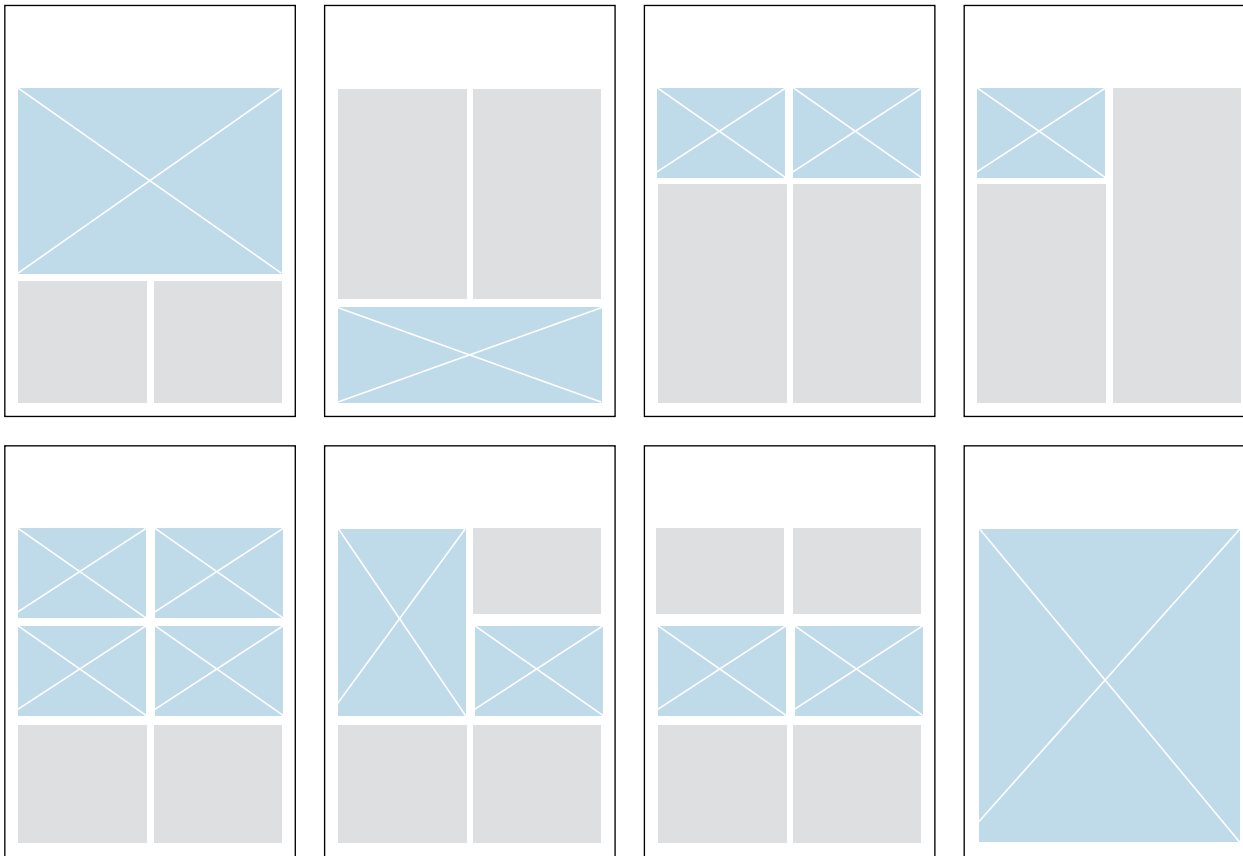
В основе модульной сетки издания «Миррико Times» лежит шестиколонник.

Сочетание различных его конфигураций позволяет верстать самые разные материалы.

Весь текст в издании верстается в две колонки. Все шесть колонок нужны для гибкости в компоновке изображения, лидов, подписей под изображениями.

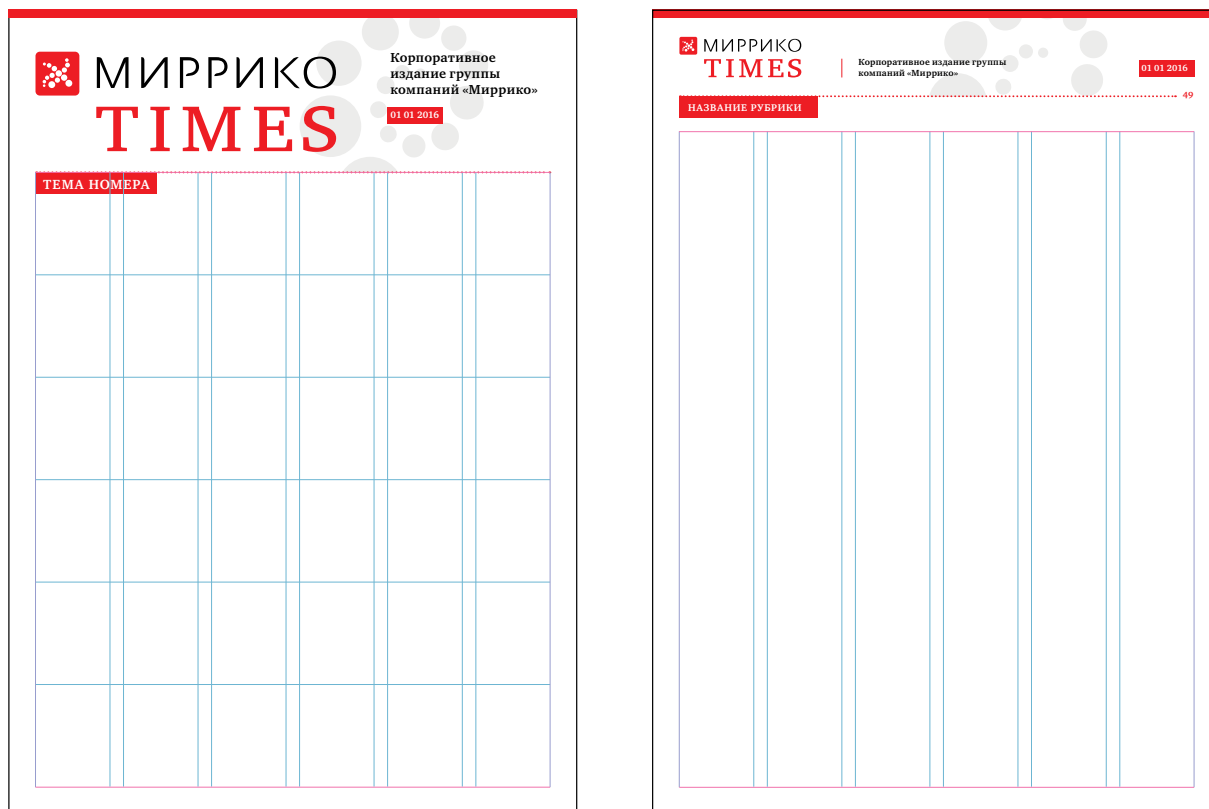
Модульная система верстки корпоративной электронной газеты.

Некоторые варианты
компоновки.



Модульная система верстки корпоративной электронной газеты.

Шаблон первой и внутренней
полосы.



13_Газета

Модульная система верстки корпоративной электронной газеты.

Пример верстки первой и внутренней полосы.



Корпоративное издание группы компаний «Миррико»
01.01.2016

ТЕМА НОМЕРА



МАРТИН

Использование мобильного автономного робототизированного комплекса очистки резервуаров и нефтепромыслового оборудования MARTin для безопасной чистки оборудования установки бутылочных спиртов названо в числе основных факторов успеха качества и оперативности остановочного ремонта предприятия.

Постоянное улучшение уже стало частью нашей производственной культуры...



читайте на стр. 2

МАРТИН отлично зарекомендовал себя в остановочном ремонте на пермской площадке Сибура



Корпоративное издание группы компаний «Миррико»
01.01.2016

НАЗВАНИЕ РУБРИКИ

В 2015 году целью номер один стало повышение эффективности операционной деятельности

На мероприятии были подведены итоги года. С отчетными презентациями выступили генеральный директор ГК И. А. Малыхин, операционный директор А. В. Качурин, директор Дивизиона «Добыча» А. Р. Сухов и финансовый директор К. Ф. Сайдашев.

Все силы бизнес-единиц и внутренних подразделений компании были направлены на достижение цели, поставленной в начале года генеральным директором — создание базовой финансовой устойчивости посредством повышения операционной эффективности деятельности ГК, финансовой дисциплины и развития прибыльных направлений.

Успешных в уходящем году, были названы бизнес-единицы «Реагенты для бурения и добычи», «Нефтегазопереработка и нефтехимия» в Опере-рационном блоке, а также «Нефтепромысловая химия и сервис» и «Противотурбулентная присадка» в Дивизионе «Добыча». Среди знаковых событий 2015 года были названы достижения инновационного блока.

Как отметил Игорь Александрович Малыхин, 2015 год отработан значительно лучше, чем предыдущий, однако компании необходимо дальше двигаться в реализации своих проектов и повышать общую эффективность. Среди направлений бизнеса, наиболее

В 2016 году ГК «Миррико» планирует подтянуть области деятельности, не позволившие некоторым БЕ достигнуть плана по рентабельности и выручке, дальше интенсивно развивать рентабельные направления и укрепить свои лидерские позиции в отрасли.





МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Оформление транспортных средств

Оформление корпоративного транспорта (легковой, грузовой, микроавтобусы).

Оформление корпоративного транспорта.

При оформлении транспортных средств необходимо руководствоваться конструктивными особенностями кузова транспортного средства.

Обязательным элементом является логотип и адрес сайта компании. Логотип всегда размещается на передних частях кузова транспортных средств, в зонах передних дверей водителя и пассажира или кабины водителя.

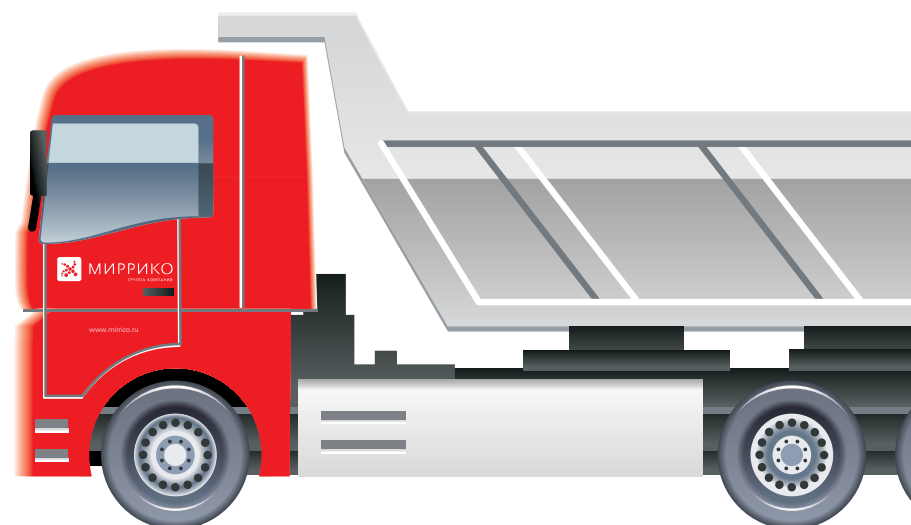
Логотип не может размещаться в зоне ребра жесткости двери, не должен делиться на части дверями или иными конструктивными частями кузова.

Транспорт может также быть дополнительно оформлен полоской со слоганом компании. Слоган набирается в две строчки фирменным шрифтом.



Оформление корпоративного транспорта.

При размещении логотипа на отличных от белого транспортных средствах необходимо руководствоваться правилами размещения логотипа на стр. 7 данного руководства.





МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Дизайн представительской и сувенирной продукции

Универсальная поздравительная
открытка и конверт.

Пакет бумажный.

Брендирование сувенирной
продукции. Карандаши и ручки.

Визитницы.

Блокнот, ежедневник.

Кружки.

Скотч.

Футболки.

Толстовки. Бейсболка.

Сувениры.

Универсальная поздравительная открытка.



Открытка изготавливается из дизайнерского плотного картона.

Формат открытки 155x155 мм.

На обложке логотипа напечатанный шелкографией и фирменный элемент, выполненный УФ лаком.

Внутри вкладыш с поздравлением на кальке, на вкладыше печать одним цветом — серебром.



Варианты открыток к разным праздникам: Новый год, Международный женский день, День защитника Отечества.

14_Открытки

Пакет бумажный.



Красный пакет может использоваться как подарочный, для вручения подарков сотрудникам или участникам торжественных событий, корпоративных мероприятий, в него можно положить сувенирную продукцию «Миррико».

Белый пакет может использоваться для вручения участникам конференций, совещаний в качестве пресс-пакета.

Брендинг сувенирной продукции. Карандаши и ручки.



1.

При брендинге сувенирной продукции необходимо следить за тем, чтобы элементы бренда «Миррико» воспроизводились правильно, без искажений. В случаях нанесения логотипа на небумажные носители (ручки, одежду, металлические предметы ит.п.) используется версия логотипа без статусной строки. Если размер продукции или технология производства не позволяет воспроизвести полную версию логотипа, можно ограничиться шрифтовой частью (1).





Блокнот, ежедневник.



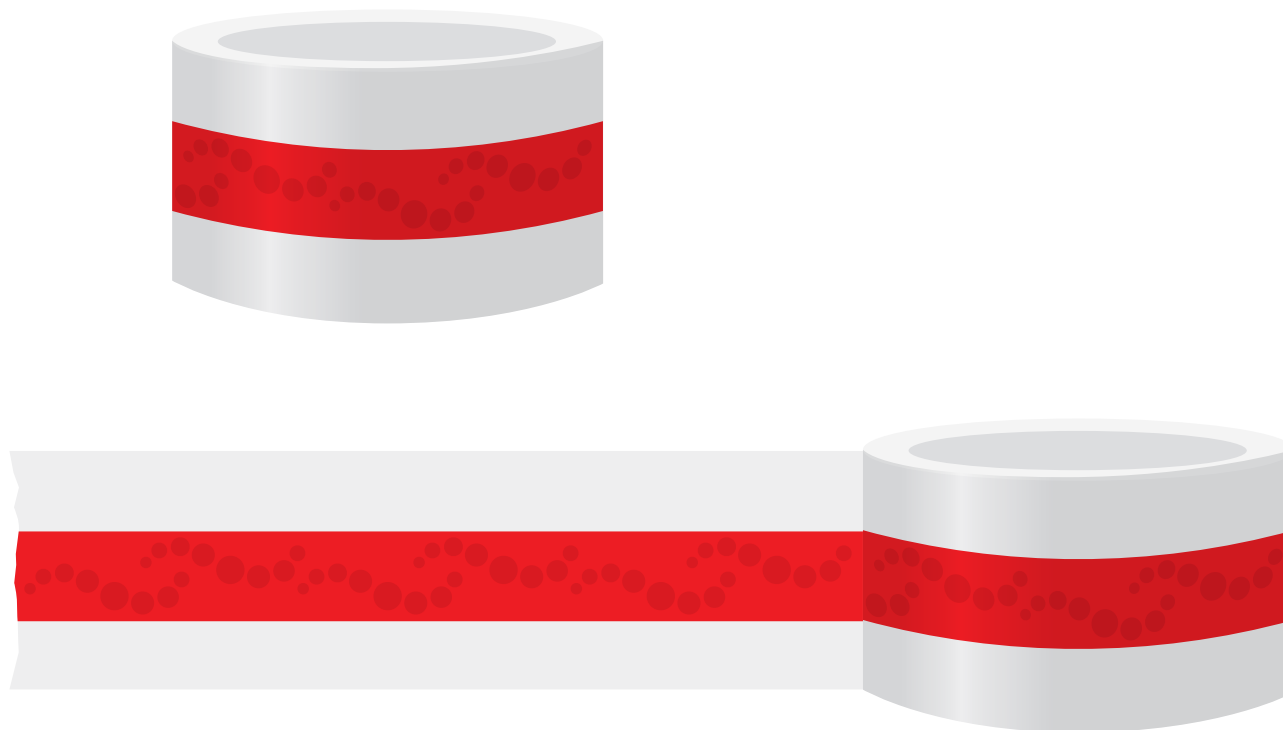
Блокнот. Формат А5



Лаконичные блокноты
с логотипом

16_Блокнот













МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Брендинг рабочей одежды

Брендинг головных уборов.

Правила размещения логотипа на одежде.

Брендинг комбинезонов.

Брендинг
полукомбинезонов.

Брендинг жилетов и брюк.

Брендинг курток.

Брендинг халатов.

Брендинг
противоэнцефалитных костюмов.

Одежда для промоакций.

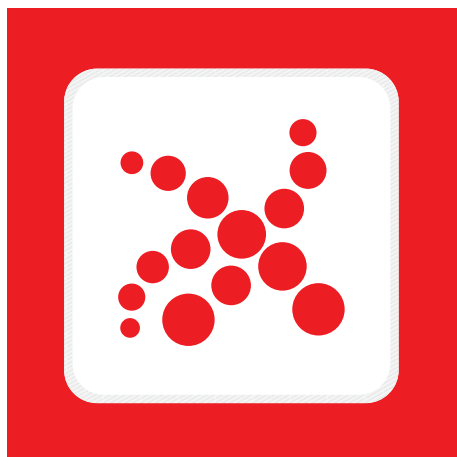
Фирменные аксессуары.

Брендирование головных уборов.

При брендировании головных уборов допускается использование знака и шрифтовой части логотипа отдельно.
Правила использования логотипа описаны на стр. 8.



Правила размещения логотипа на одежде.



При брендировании спецодежды используется логотип без статусной строки (см. стр. 4).

Основной способ нанесения логотипа на рабочую одежду — вышивка на самом изделии, приемлемо размещение на одежде шевронов с фирменной символикой. Брендирование промо-одежды выполняется термопереносом.

На не белых тканях рекомендовано использовать инверсивный вариант логотипа.

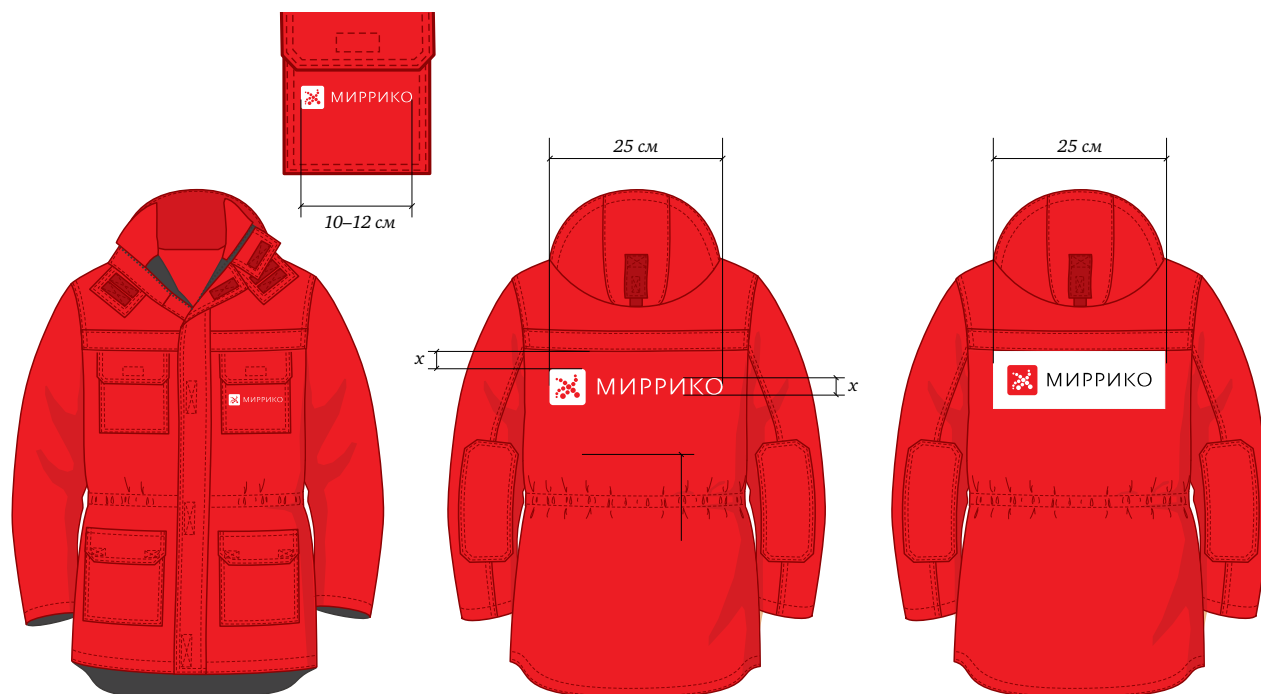
Правила размещения логотипа на одежде.



Вышивка на красном и сером фонах выполняется инверсивным белым цветом.

На белом и светло-сером фонах возможны и полноцветная, и монохромная версии вышивки.

На одежде темных тонов возможно использование шевронов белого цвета с полноцветным логотипом на нем.



Правила размещения логотипа на одежде.

Длина логотипа для вышивки непосредственно на спинке изделия или на шевроне для спинки изделия должна составлять 25 см.

Вышивка или шеврон располагаются в верхней части спинки посередине. Расстояние от шва кокетки до логотипа регламентируется Правилom свободного пространства логотипа (стр. 7) и примером слева (см. рисунок), шеврон нашивается в стык ко шву кокетки.

Длина логотипа для вышивки непосредственно на груди, кармане изделия или на шевроне для груди, кармана изделия должна составлять от 10 до 12 см (в зависимости от фасона).

Вышивка располагается на левом кармане или на кокетке левой части груди. Детальное расположение регламентируется Правилom свободного пространства логотипа (стр. 7) и примером слева (см. рисунок).

Правила размещения логотипа на одежде.



Для разных подразделений ГК «Мирррико» возможно использование шевронов с утвержденным написанием конкретного подразделения.

Пропорции написания неизменны.



Брендинг комбинезонов.



Комбинезон утепленный и комбинезон летний выполняются из прочного износостойкого материала.

Рекомендовано использование ткани красного цвета, максимально приближенного к красному фирменному оттенку (стр. 12). При невозможности исполнения комбинезонов красного цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. При комбинированных вариантах – модели, выполненные с преобладанием тканей красного и серого цвета.

Вышивка (или шевроны) размещаются на спине и переднем левом кармане (или слева на груди).

Брендирование комбинезонов.



При невозможности исполнения комбинезонов красного цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. При комбинированных вариантах – модели, выполненные с преобладанием тканей красного и серого цветов.

Размещение шевронов или вышивки аналогично красному варианту комбинезона.

Брендинг полукомбинезонов.



Полукомбинезон утепленный и полукомбинезон летний выполняются из прочного износостойкого материала.

Для исполнения полукомбинезона также рекомендовано использование ткани красного цвета, максимально приближенного к красному фирменному оттенку (стр. 12). При невозможности исполнения полукомбинезонов красного цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. При комбинированных вариантах – модели, выполненные с преобладанием тканей красных, серых цветов.

Вышивку (или шеврон) рекомендовано размещать на груди полукомбинезона.

Брендинг жилетов и брюк.



Жилет и жилет утепленный, брюки и брюки утепленные выполняются из прочного износостойкого материала.

Для исполнения брюк и жилета рекомендовано использование ткани красного цвета, максимально приближенного к красному фирменному оттенку (стр. 12). При невозможности исполнения полукombineзонов красного цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. При комбинированных вариантах – модели, выполненные с преобладанием тканей красных, серых цветов.

Вышивка (или шеврон) размещаются на спине и левом кармане на груди жилета.

Брюки не брендируются.

Брендинг курток.

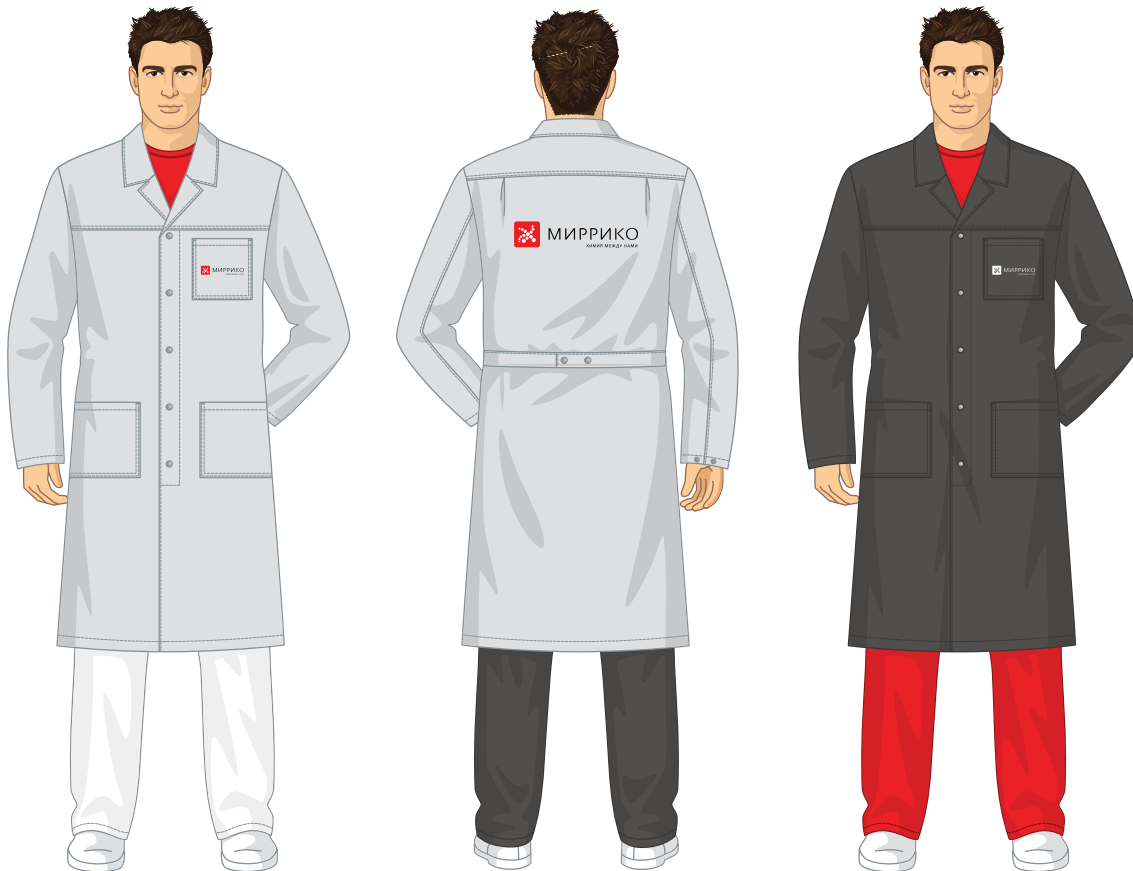


Куртка утепленная и летняя выполняются из прочного износостойкого материала.

Для исполнения курток рекомендовано использование ткани красного цвета, максимально приближенного к красному фирменному оттенку (стр. 12). При невозможности исполнения полукомбинезонов красного цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. При комбинированных вариантах – модели, выполненные с преобладанием тканей красных, серых цветов.

Вышивка (или шевроны) размещаются на спине и переднем левом кармане (или слева на груди).

Брендинг халатов.



Халат выполняется из прочного износостойкого материала.

Для халата рекомендовано использование ткани светло-серого цвета. При невозможности исполнения халатов светло-серого цвета, приоритетным является использование ткани темно-серого цвета. Брюки могут быть выполнены в красном или сером цвете.

Шевроны или вышивка размещаются на спине и переднем левом верхнем кармане халата.

Брендирование противоэнцефалитных костюмов.



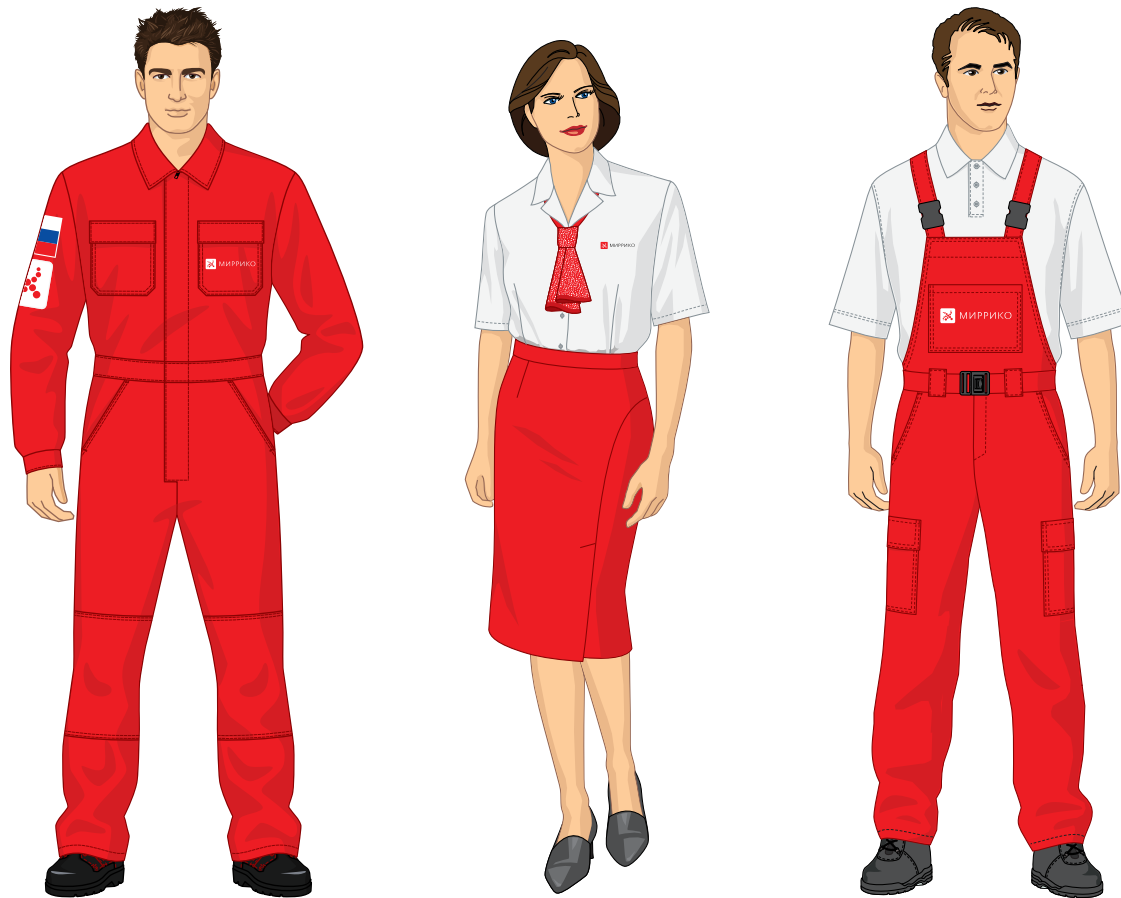
Противоэнцефалитный костюм выполняется из прочного износостойкого материала.

Рекомендовано использование ткани серого и красных цветов, максимально приближенного к красному фирменному оттенку (стр. 12).

Приоритетным является использование ткани темно-серого цвета.

Шевроны или вышивка размещаются на спине и переднем левом верхнем кармане костюма.

Одежда для промоакций.

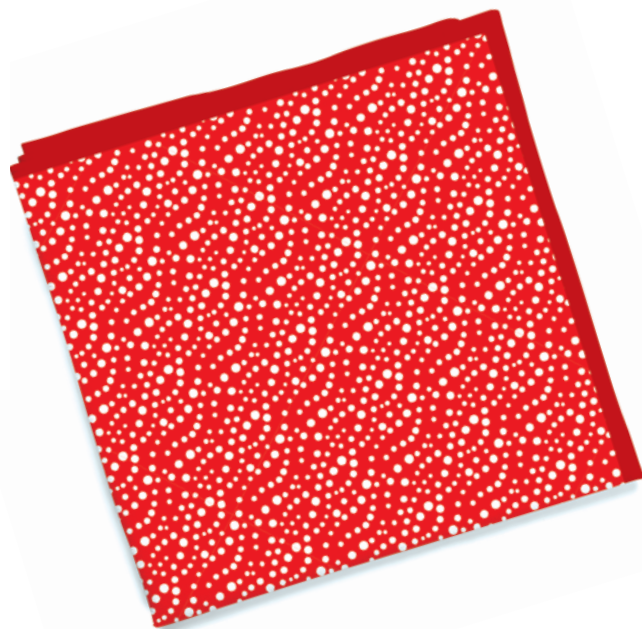


В одежде для промоакций предпочтительно сочетание фирменного красного с белым цветом.

Логотип может быть нанесен различными способами: шелкографией, вышивкой, UV печатью, тампопечатью. Способ нанесения зависит от материала, из которого изготовлено брендируемое изделие.

Дополнительно брендируется рукав. К фирменному шеврону может быть добавлен шеврон флага России.

Фирменные аксессуары.



Для промоакций могут быть использованы аксессуары с фирменной символикой.

Для мужчин – это галстук с нанесенным на него логотипом и платок в нагрудный карман пиджака. Предпочтение нужно отдавать аксессуарам красного цвета, максимально приближенного к красному фирменному оттенка (стр. 12).

Для женщин – красный шейный платок с фирменным паттерном (см. рисунок).



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Корпоративное пространство. Внутренняя навигация

Информационный стенд.
Интерьерная вывеска.

Информационный стенд.



Информационный стенд для размещения четырех листов формата А4 и плаката А1.

Размер: 1050x850 мм.

17_Информационный стенд





МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Фото и видеоматериалы

Правила использования
фотоматериалов.

Правила использования
видеоматериалов.

Правила использования фотоматериалов.



Правильный подбор фотоизображений играет важную роль в формировании визуального образа компании.

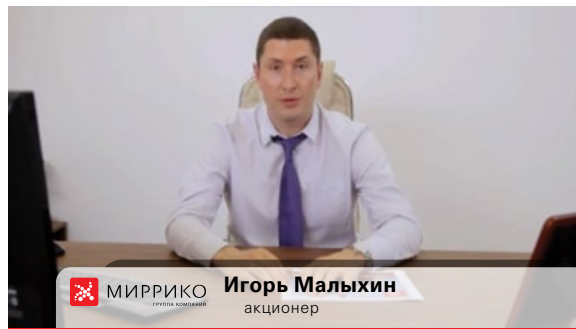
Элементы фирменного стиля должны использоваться только в сочетании с положительными образами и мотивами.

В фотоизображениях Группы компаний «Миррико» используется характерная цветовая гамма. Необходимо следить за тем, чтобы большая часть фотоизображений находились в этой цветовой гамме. Эти цвета являются связующим элементом для разнообразных носителей. Они создают общее визуальное впечатление от бренда.

Правила использования видеоматериалов. Основные принципы.



Титр-представление



Нижняя треть с информацией
о имени героя и должности



Верхняя треть с информационным
заголовком



Финальная заставка
со слоганом



Контактная информация, копирайт

18_Видео



МИРРИКО
ГРУППА КОМПАНИЙ

Брендирование тары

Железная бочка.

Пластиковая бочка.

Бумажный мешок.

Куб.

Канистра 326x286x453H.

Канистра 295x235x390H.



Название реагента:

Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
Размер/интерлиньяж: 133/163

Назначение реагента:

Univers LT CYR 65 Bold
Размер/интерлиньяж: 133/163



Название реагента:

Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
Размер/интерлиньяж: 130/160

Назначение реагента:

Univers LT CYR 65 Bold
Размер/интерлиньяж: 130/160



- a) Название реагента:**
Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
- b) Назначение реагента:**
Univers LT CYR 65 Bold
- c) Масса:**
Univers LT CYR 65 Bold

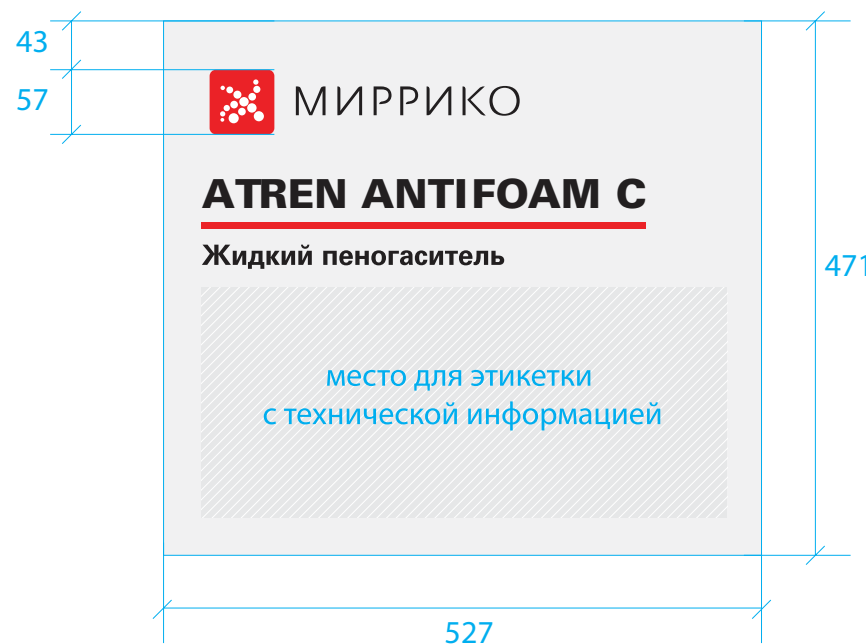


Жидкий пеногаситель ATREN ANTIFOAM C		MIRRIKO
Описание: Жидкий пеногаситель, предназначенный для подавления пены, образующейся при смешивании различных жидкостей. Применяется в различных отраслях промышленности и сельского хозяйства.		
Применение: Для подавления пены, образующейся при смешивании различных жидкостей. Применяется в различных отраслях промышленности и сельского хозяйства.		
Характеристики: Жидкий пеногаситель, предназначенный для подавления пены, образующейся при смешивании различных жидкостей. Применяется в различных отраслях промышленности и сельского хозяйства.		
Технические характеристики:		Параметры качества:
Внешний вид: жидкость, без осадка.		Внешний вид: жидкость, без осадка.
Цвет: белый.		Цвет: белый.
Запах: без запаха.		Запах: без запаха.
Срок годности: 12 месяцев.		Срок годности: 12 месяцев.
Условия хранения: в сухом, проветриваемом помещении.		Условия хранения: в сухом, проветриваемом помещении.
Масса нетто: 50 кг.		Масса нетто: 50 кг.



Возможно использование как в цветном, так и в монохромном варианте

Этикетка



a Название реагента:
Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
размер 100

b Назначение реагента:
Univers LT CYR 65 Bold
размер 70

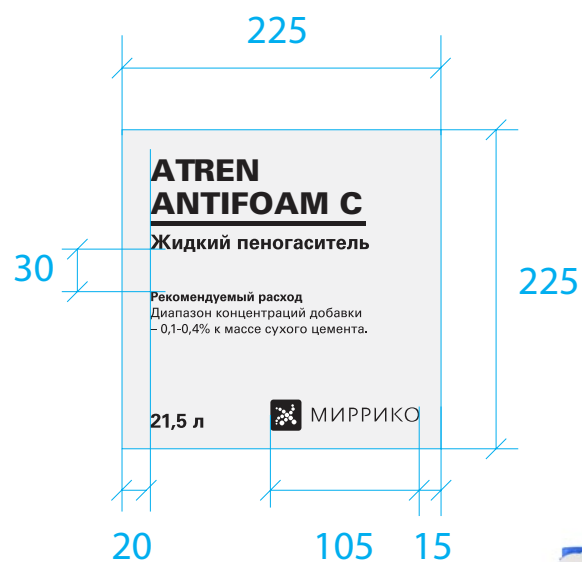


- a Название реагента:**
Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
размер/интерлиньяж 73/78
- b Назначение реагента:**
Univers LT CYR 65 Bold
размер/интерлиньяж 48/50
- b Рекомендуемый расход:**
Univers LT CYR 65 Bold
размер/интерлиньяж 31/38



Возможно использование как в цветном,
так и в монохромном варианте

□ 19_Брендинг тары



- a Название реагента:**
Univers LT CYR 75 Black
ПРОПИСНЫЕ, разрядка 20
размер/интерлиньяж 60/65
- b Назначение реагента:**
Univers LT CYR 65 Bold
размер/интерлиньяж 40/42
- b Рекомендуемый расход:**
Univers LT CYR 65 Bold
размер/интерлиньяж 26/32



Возможно использование как в цветном, так и в монохромном варианте

□ 19_Брендинг тары

