

Россия меняется, вместе с ней меняется  
Ростех.

Ростех – лидер в области гражданской  
и военной промышленности. С новым  
именем и новым брендом Ростех вступает  
в период интенсивного технологического  
и экономического развития, способствуя  
позитивным переменам в России.

# *Новый Ростех Новая Россия*

[www.rostec.ru](http://www.rostec.ru)



# *Ростех – КОМПАНИЯ будущего*

Будущее, где сочетание силы российских технологий и глубоких знаний в области промышленности приводит к выдающимся результатам, – это будущее Ростеха. Ориентация на будущее – главная ценность новой российской реальности, которую несет в себе Ростех.

Партнерство, основанное на уважении и доверии, внутри компании и за ее пределами, на международном рынке и в совместных предприятиях, — гарантия успеха в будущем. Ростех налаживает долгосрочные отношения со всеми партнерами и сотрудниками, будь то рядовой рабочий, органы власти или международные компании.

# *Ростех — единство партнеров*





# Партнер в развитии

## **Инвестиции и инновации**

Ростех – главный партнер по умным инвестициям в Россию.

## **Партнерство**

Ростех открыт для сотрудничества с российскими и зарубежными партнерами. В первую очередь, он выступает гарантом и поручителем дочерних промышленных предприятий, что обеспечивает надежное и безопасное сотрудничество для крупнейших мировых организаций.

## **Вместе в будущее**

Ростех переходит на новый этап развития, демонстрируя амбиции на мировое лидерство в области промышленности и технологий. Только объединенные усилия высококлассных профессионалов и экспертов Ростеха делают возможным успех компании в будущем.

## **Партнер в развитии**

Находясь в состоянии постоянного роста, корпорация формирует пространство вокруг себя, тем самым создавая условия для развития партнеров, предприятий, сотрудников и всей страны в целом.

# *Новый Ростех Новый бренд*

Философия бренда Партнер в развитии определяет все, что делает Ростех. Как выглядит. Как говорит. К чему стремится. В России и за рубежом, внутри компании и за ее пределами – эта стратегия формирует цели и позиционирование, стиль и суть деятельности корпорации. Философия воплощена в новом бренде, который создает ясный образ компании, транслирует ее видение и амбиции.



## Стиль бренда

## Логотип

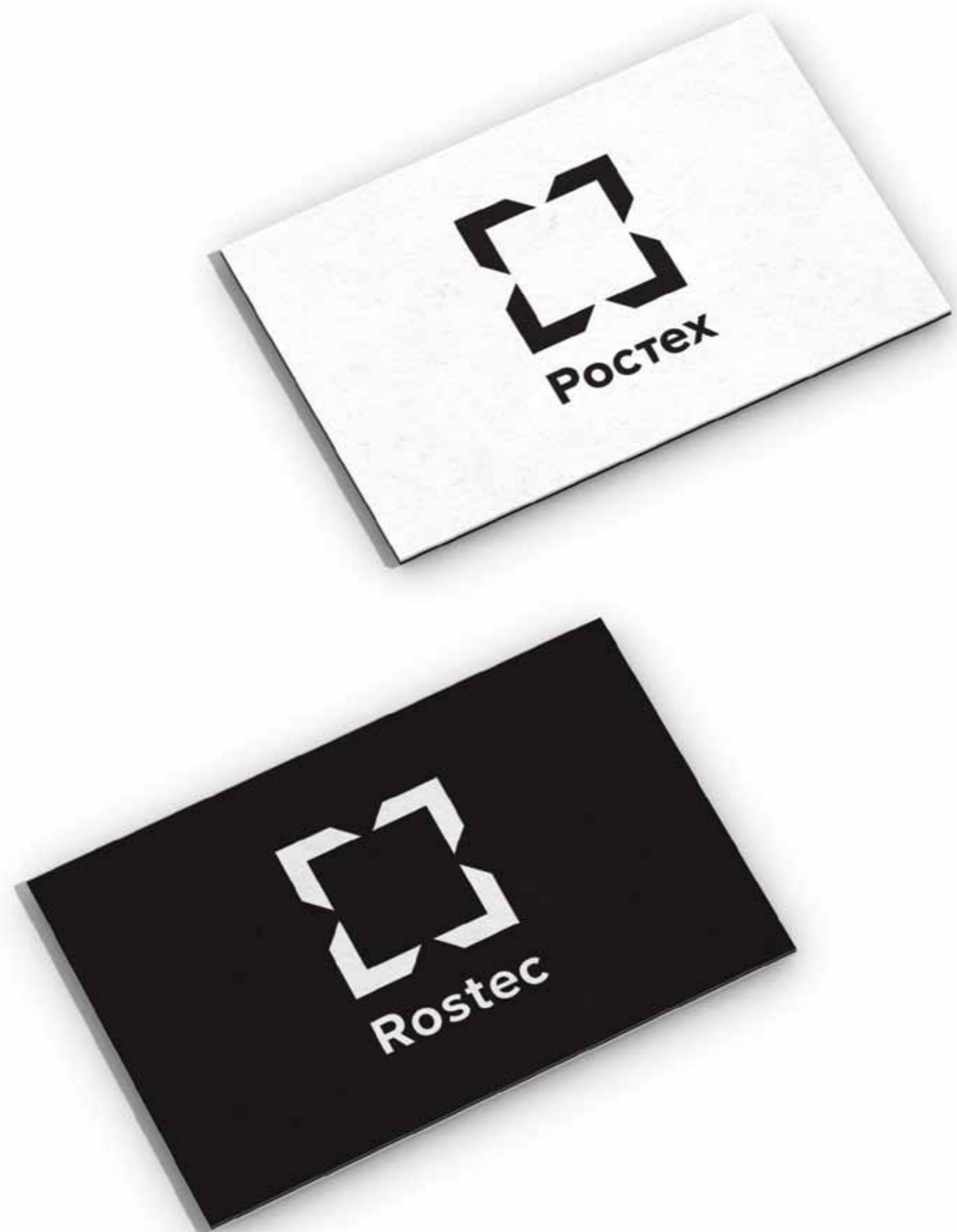
Логотип состоит из символа и названия компании, он выражает философию Партнер в развитии. Символ – это открытый квадрат, современный, изящный в своей строгости и располагающий к себе. Символ логотипа – сильное визуальное высказывание, символизирующее технологичность, инновационность и открытость компании.

Открытый квадрат одновременно символизирует окно в мир и рамку фокуса. В связи с этим нужно аккуратно выбирать объекты, на которых фокусируется логотип. Со временем логотип станет знаком качества Ростеха.

Частью нового стиля является яркое и запоминающееся название компании – «Ростех». В нем сочетаются уважение к традициям компании и стремление в будущее. Современное и ритмичное звучание слова «Ростех» поможет компании привлечь партнеров на глобальном рынке.

Название «Ростех» с легкостью адаптируется для коммуникации на других языках мира. Его легко произносить, легко писать, и оно одинаково хорошо воспринимается российской и иностранной аудиторией. С помощью нового названия бренд становится международным.

Визитки с изображением российской и международной версий логотипа

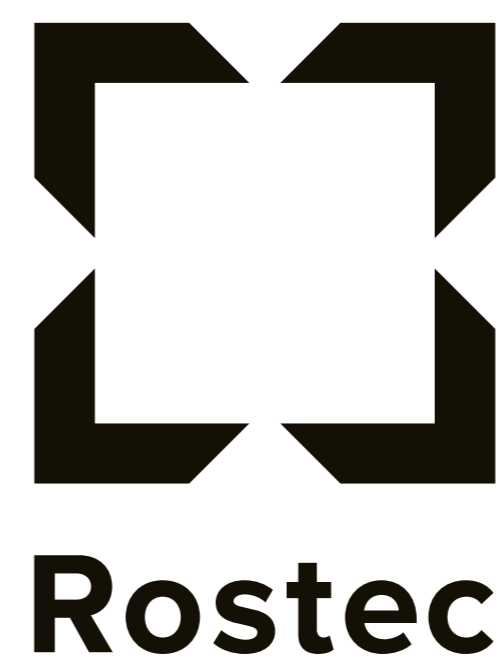
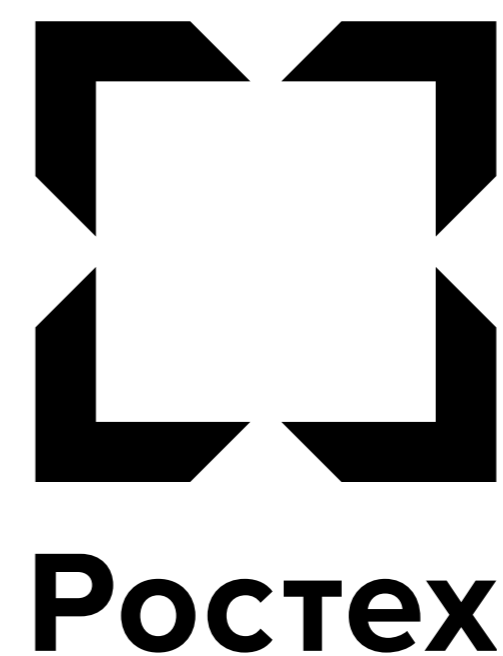


Российский и международный варианты бренда

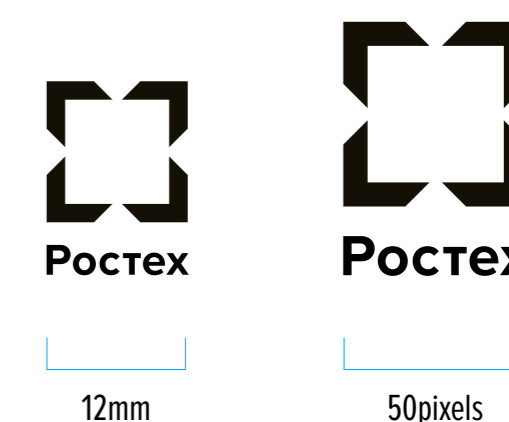
## Размер логотипа

Чтобы добиться четкого восприятия, очень важно соблюдать безопасное поле логотипа. В этом пространстве не должно быть текста или изображений. Безопасное поле рассчитывается в соответствии с размерами угловой фигуры логотипа так, как показано на рисунке.

Для точного воспроизведения логотипа минимальный размер не должен быть менее 12 мм в ширину в печати и менее 40 пикселей для экрана. Минимальные размеры для других методов нанесения (гравировка или вышивка) могут меняться в зависимости от используемых материалов. Чтобы убедиться в том, что изображение на носителе воспроизведено качественно, делайте пробные образцы.



Минимальные размеры в печати и для экрана



Минимальное безопасное поле



## Элементы бренда *Идея бренда*

Философия бренда *Партнер в развитии* является основой всего, что мы делаем, и становится важной частью стиля бренда в качестве подписи к названию компании на брендированных объектах. Слоган должен использоваться там, где это возможно, чтобы заявлять о нашем видении бизнеса и укреплять позиционирование бренда.

Ниже представлены два варианта написания слогана для использования в России (кириллица) и в мире (латиница). Техническое руководство по размерам и размещению логотипа приведено на следующих страницах.

*Слоган в кириллическом написании*

**Ростех**  
*Партнер в развитии*

*Англоязычный вариант слогана*

**Rostec**  
*Partner in the future*



*Слоган обычно размещается под логотипом. Идея бренда формулирует миссию бренда – способствовать перепозиционированию Ростеха в узнаваемого и ценного международного партнера, помочь в привлечении стратегических партнеров и инвесторов в России и за рубежом*





## Элементы бренда Слоган. Размеры и размещение

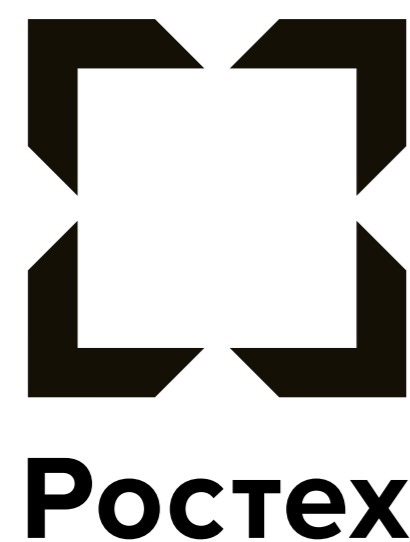
Идея бренда Партнер в развитии может быть расположена под логотипом или справа от него, если этого требует формат размещения. Следуйте этим простым рекомендациям, чтобы правильно расположить элементы бренда.

### Вертикальное размещение

#### 1. Пропорции элементов логотипа.

Соотношение размеров символа и названия должно быть тщательно выверено и не должно подвергаться радикальным изменениям. Ширина названия совпадает с шириной символа. Название должно отступать от символа ровно на высоту буквы «О».

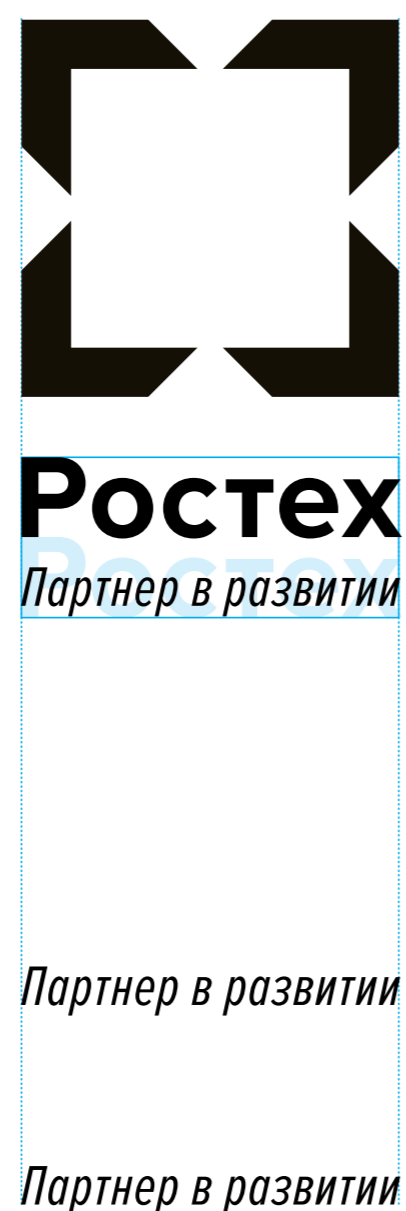
1.



#### 2. Пропорции элементов логотипа и слогана.

Ширина слогана равна ширине знака и располагается на расстоянии высоты заглавной буквы слогана от нижнего края логотипа. Слоган может быть расположен ниже, если этого требует композиция. При этом ширина слогана всегда должна быть равна ширине знака.

2.



### Горизонтальное размещение

#### 3. Соотношение между названием/слоганом и символом.

Название и слоган могут быть размещены справа по нижнему краю символа.

#### 4. Соотношение между названием/слоганом и символом.

Чтобы сделать акцент на идее бренда и названии, их можно пропорционально увеличить на высоту варианта № 3.

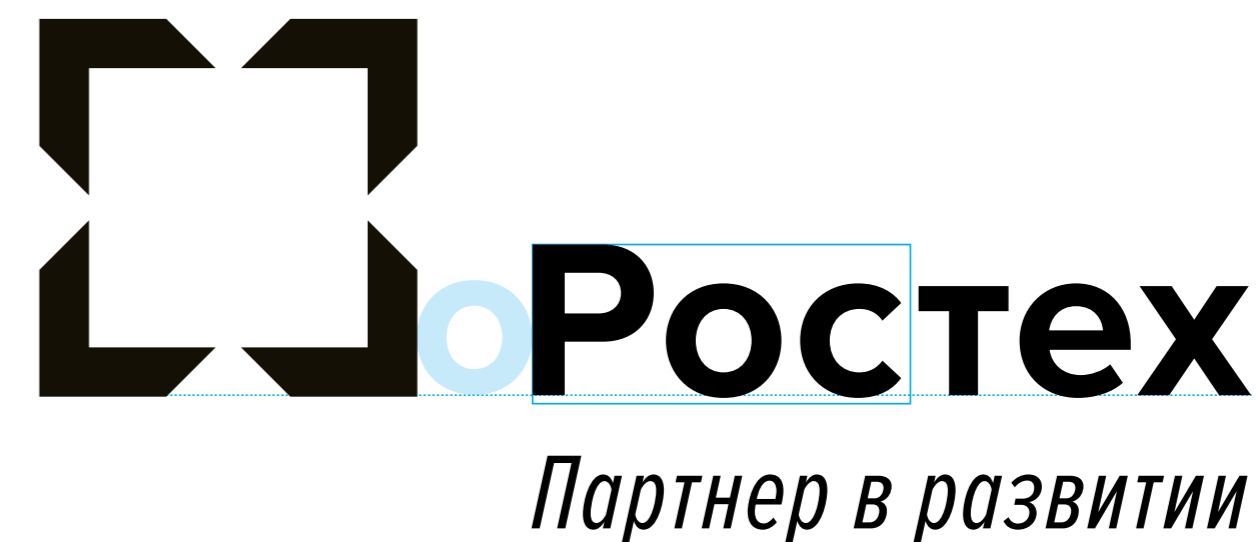
#### 5. Соотношение между названием и слоганом в большем размере.

Если размещение слогана нецелесообразно в конкретном случае или есть необходимость сделать акцент на названии «Ростех», слоган можно убрать из композиции.

3.



4.



5.



## Элементы бренда Цвета бренда

Лучше всего бренд Ростеха выглядит в основных цветах: черном и белом.

Также существуют дополнительные цвета. Золото и серебро используются в тех случаях, когда нужно подчеркнуть премиальность продукта. Красный и синий в комбинации с черным и белым используются, когда нужно выглядеть ярко и современно.

### Черный

Pantone Black 6C  
C100 Y79 M44 K9  
R16 G24 B32

### Синий

Pantone 647  
C96 M54 Y5 K27  
R35 G97 B146

### Красный

Pantone 032  
C0 M86 Y63 K0  
R239 G51 B64

### Серебряный

Pantone 877  
C38 M27 Y26 K9  
R143 G143 B140

### Золотой

Pantone 871  
C20 Y25 M60 K25  
R163 G144 B97

Superjet в фирменных цветах Ростеха



## Элементы бренда *Стиль изображений*

Использование профессиональной фотографии оживляет бренд. Изображения на фотографиях должны производить масштабное впечатление, чтобы проиллюстрировать глобальный характер нашего бизнеса.

Изображения должны скорее показывать реальный мир, «ловить момент», нежели быть очевидно постановочными.

**Стремление к совершенству:** Стремление к внедрению новых технологий лежит в основе успеха Ростеха. Индустриальные ландшафты, масштабный подход к изображению предприятий, динамические ракурсы иллюстрируют инновационную деятельность компании.

**Партнерство:** Ростех смотрит в будущее и выстраивает деловые отношения с крупнейшими зарубежными партнерами. Панорамы, снятые с большой высоты, открытые пространства – изображения, стимулирующие воображение.

**Люди будущего:** Ростех – компания талантливых людей и высококлассных специалистов. Изображения людей за работой на предприятиях, в лабораториях и офисах Ростеха.



Наш основной шрифт для внешних коммуникаций – Proxima Nova Extra Condensed Italic – характерный шрифт без засечек, который подчеркивает модернистский дизайн символа и соответствует тональности коммуникации Ростеха.

Дополнительный шрифт Proxima Nova Roman – хорошо читаемый, прямой шрифт, прекрасно подходящий для набора больших массивов текста.

Прописные буквы используются в начале предложения и для имен собственных. В остальных случаях мы пишем строчными буквами. Название Ростех всегда пишется с прописной буквы и полностью.

Основной цвет шрифта – черный, комментарии и информация не первого приоритета может быть набрана темно-серым, в соответствии с пантонами. Серый цвет не следует использовать для основного текста и заголовков. При четырехкрасочной печати следует избегать использования серого цвета для маленьких кеглей.

*Proxima Nova Extra Condensed – Bold Italic*

**AaBbCcDdEeFf**

*Proxima Nova Extra Condensed – Regular Italic*

*AaBbCcDdEeFf*

*Proxima Nova – Bold*

**AaBbCcDd**

*Proxima Nova – Regular*

AaBbCcDd

**Печатная продукция**

Основной шрифт Proxima Nova Extra Condensed используется во всех внешних коммуникациях на печатных носителях.

Для поддержания единства макета во всех материалах рекомендуется использовать соответствующее начертание шрифта в соответствии с иерархией.

**Шрифты для офисных программ и использования в интернете**

В случаях, когда фирменный шрифт не может быть использован: веб-сайты, Power Point, e-mail, нужно использовать шрифт Arial.

Использование Arial предпочтительнее по сравнению с другими шрифтами в силу своего широкого распространения на платформах MAC и PC. Кроме того, Arial похож на фирменный шрифт Ростеха.

Для заголовков, важных сообщений и наборного текста используется Arial Condensed.

Для второстепенных текстов (аннотаций, подписей, таблиц) нужно использовать Arial в основном, а также жирном и курсивном начертаниях.

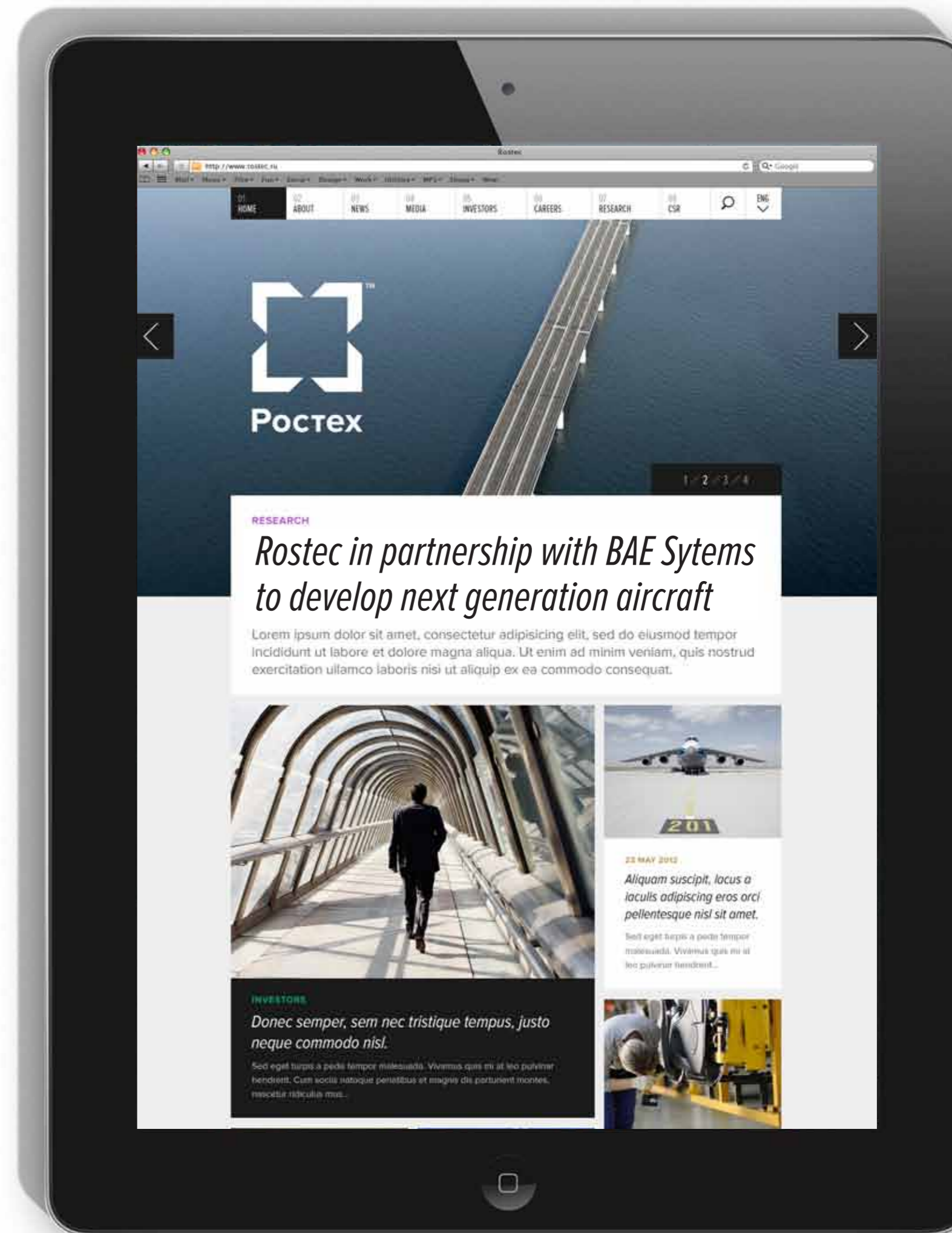
Пример использования шрифтов на сайте Ростеха.

*Arial – Bold*

**AaBbCcDd**

*Arial – Regular*

AaBbCc



# Новый Ростех Новый бренд

Типографика, стиль изображений, цвета, идея бренда, название и логотип – это элементы нового бренда. От их правильного использования зависит целостность восприятия бренда.



**Использование  
бренда**

**Использование бренда**

Пример удачного использования элементов нового бренда в наружной рекламе: масштабная фотография в сочетании с жесткой графикой логотипа.

Билборд в центре Москвы



## Фирменный стиль **Использование бренда в деловой документации**

Элементы бренда, собранные вместе, создают узнаваемый стиль деловой документации. Для российской аудитории используются кириллические элементы фирменного стиля, для международной коммуникации – латинские.

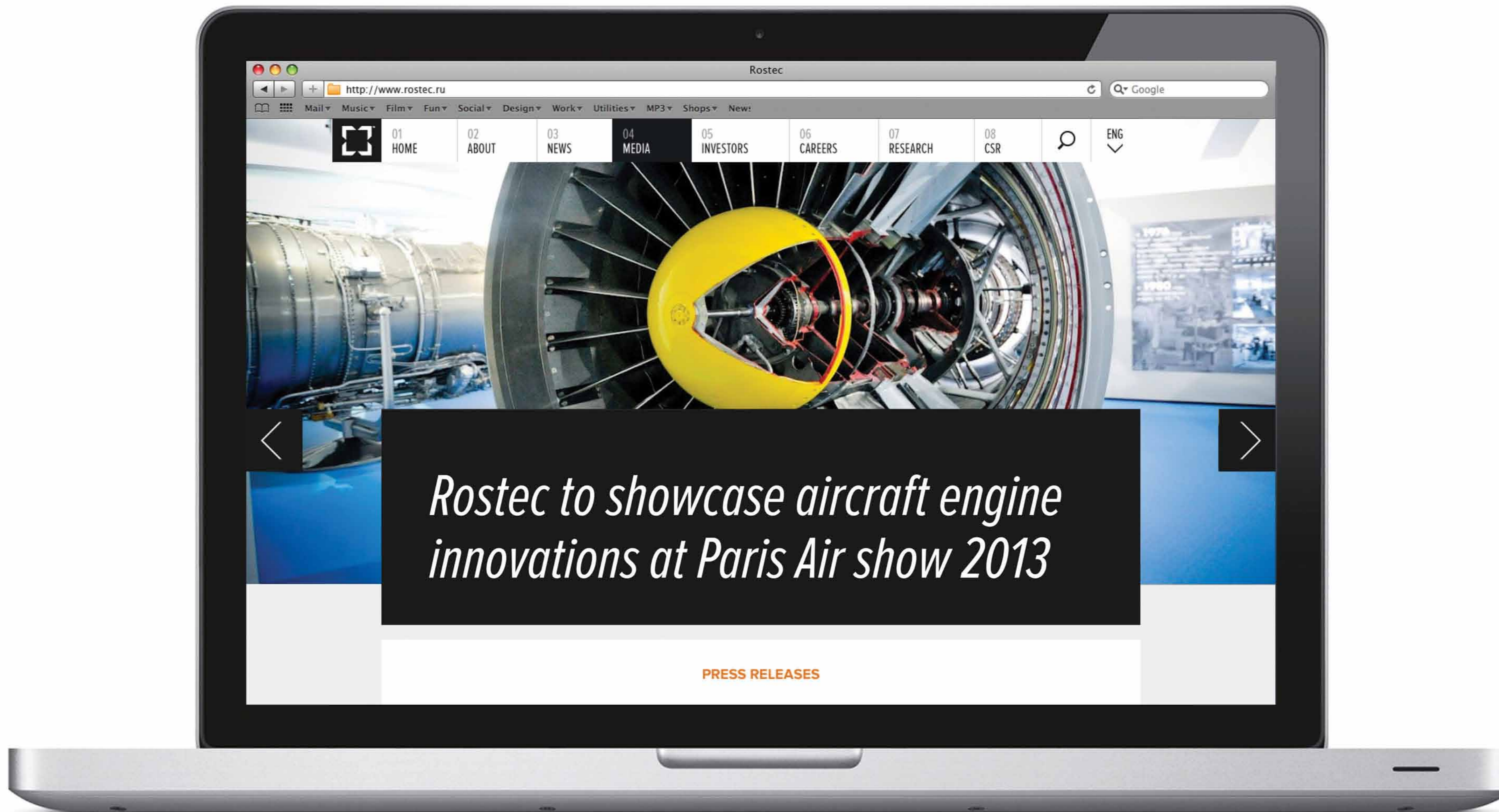


## Фирменный стиль Веб-сайт компании

Веб-сайт создан в стилистике нового бренда и дает возможность делиться последними новостями и текущими инновационными разработками компании. Сайт работает как медицентр актуальной информации с прямым доступом к обзорам индустрии, интересным бизнес-кейсам, фотографиям и видео о деятельности Ростеха для СМИ. Сайт также является источником первичной информации для новых сотрудников.

Английская версия веб-сайта Ростеха.

- 01 Главная
- 02 О компании
- 03 Новости
- 04 Медиа
- 05 Инвесторы
- 06 Работа
- 07 Исследования
- 08 Соцпроекты



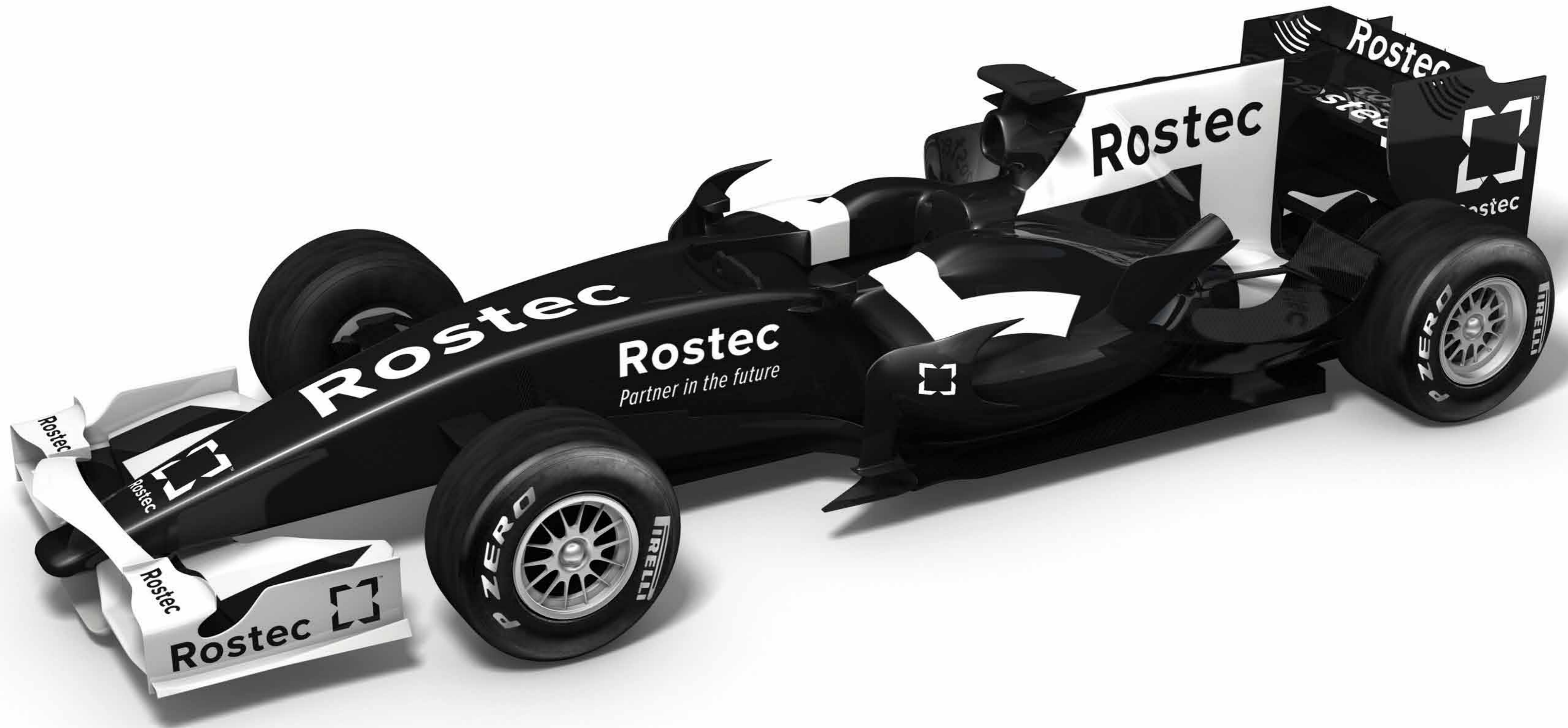


## Фирменный стиль **Брендинг**

Бренд Ростеха можно размещать только на товарах высокого качества. Например, на подарках ключевым партнерам компании. Логотип можно использовать и на других промотоварах, но качество предметов должно оставаться высоким, а предназначение – понятным. Дешевые сувениры и банальные решения наносят ущерб бренду Ростеха.

Логотип Ростеха на ноутбуках, перьевых ручках, планшете Apple iPad, иконке приложения для смартфона — это интересные и правильные брендинговые решения





*Ростех –  
вместе в  
будущее*

[www.rostec.ru](http://www.rostec.ru)

**Ростех**  
*Партнер в развитии*