

Руководство
по фирменному стилю

2024.6

01. О бренде	3
02. Константы фирменного стиля	5
03. Носители фирменного стиля	25

Ø1. О бренде

Ведущее российское агентство экономической информации

Информационно-аналитическое агентство ПРАЙМ специализируется на сборе, обработке и распространении финансово-экономической информации в режиме реального времени. ПРАЙМ работает для российской аудитории уже более 30 лет.

The image displays two versions of the PRAIM website. The desktop version (left) features a main article titled "ФАС: наценка на социально значимые товары упала в России более чем в 3 раза" (FAS: markup on socially significant goods fell in Russia more than 3 times). To the right is a financial market data table with columns for currency pairs, cryptocurrencies, and stock indices. Below the table is a "Мнения аналитиков" (Analyst Opinions) section with a sub-headline "Россия – лишь предлог: Вашингтон взялся за Китай" (Russia is just an excuse: Washington has taken on China). The mobile version (right) shows a headline "США терроризируют турецкие компании, заявил российский посол" (USA terrorizes Turkish companies, says Russian ambassador) accompanied by a photo of the Turkish flag.

Символ	Цена	Изменение	Время
USD/RUB	91.56	+0.54%	11:38
EUR/RUB	98.45	+0.24%	11:38
BITCOIN	59308.16	+0.99%	11:38
ETHEREUM	2977.80	+0.27%	11:38
IMOEX	3425.53	+0.50%	11:38
RTSI	1178.43	+0.04%	11:38
EURONEXT100	1513.97	+0.60%	11:01
CAC 40	8039.43	+0.28%	11:01
NIKKEI 225	38236.07	+0.10%	09:15
HANG SENG	18475.92	+1.48%	11:09
BRENT	83.64	+0.17%	11:38
NAT GAS	69.99	+7.18%	17:49
WTI	79.23	+0.16%	08:48
GOLD	2300.59	+0.14%	11:04

02. Константы фирменного стиля

Уровни согласования	6
Логотип	8
Палитра	16
Типографика	17
Фирменные градиент	19
Оформление соцсетей	21

Уровни согласования

Вся разрабатываемая графическая продукция, содержащая фирменный стиль, может быть согласована в зависимости от уровня приоритета.

1

СОГЛАСОВАНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО

Требуется консультация с Управлением маркетинговых коммуникаций, Дирекцией медиадизайна или Дирекцией дизайна коммуникаций и рекламы.

Примеры: логотип медиапродукта, ребрендинг сайта, оформление профиля в социальной сети или крупного мероприятия.

2

СОГЛАСОВАНИЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ

Консультация с указанными структурными подразделениями рекомендуется.

Примеры: обложка профиля в социальной сети, баннер для размещения на сайте.

3

СОГЛАСОВАНИЕ НЕ ТРЕБУЕТСЯ

Консультация по содержанию и внешнему виду носителя возможна по желанию автора.

Примеры: электронная и печатная коммуникация на бланках, макет для публикации в социальных сетях.

По всем вопросам, связанным с данным руководством и работой с брендинговыми материалами обращаться по адресу:
DMD-brand-design@msk.rian

Фирменный стиль

Логотип, цветовая гамма, типографика, использование изображений и взаимосвязь между этими элементами вместе определяют фирменный стиль бренда ПРАЙМ.

Данное руководство разработано с целью соблюдения стандартов оформления и единообразия при создании любых коммуникационных материалов.

Руководство содержит базовые элементы, определяющие визуальный образ бренда, и устанавливает простые правила их корректного использования. Тем не менее руководство не может охватить все возможные случаи, и данные правила могут быть расширены в дальнейшем.

Логотип



Типографика

ROBOTO
Абв01

Цветовая гамма



Графика



Логотип.

Основной вариант

Основной вариант логотипа ПРАЙМ представляет собой фирменный знак и текстовую часть ПРАЙМ.

Не допускается использование текстовой части без знака. Исключением может быть оформление профилей в социальных сетях и нанесение на сувенирную продукцию.

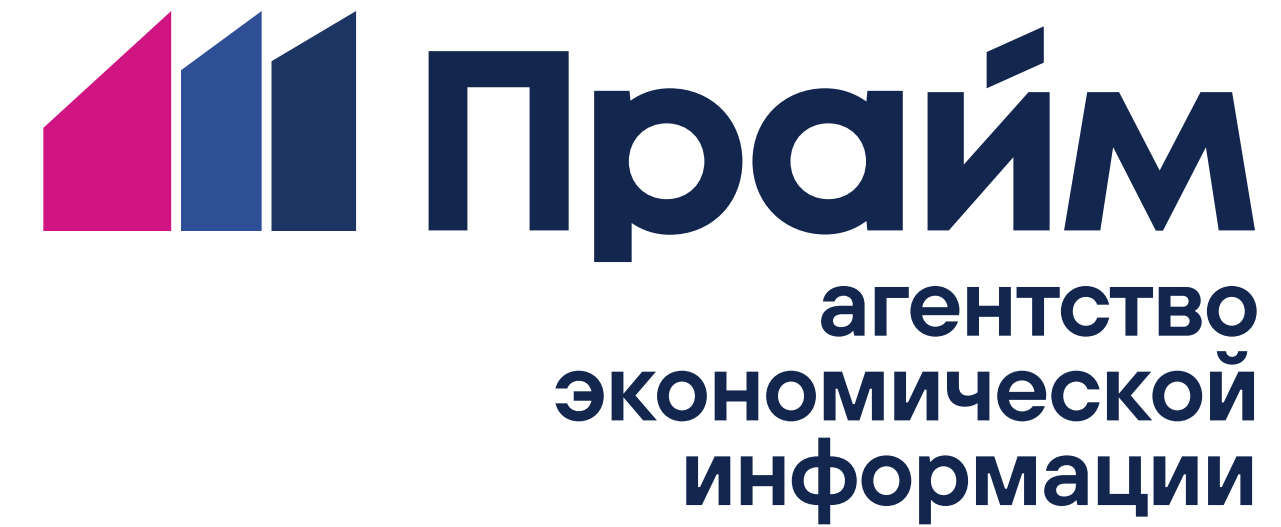


Логотип.

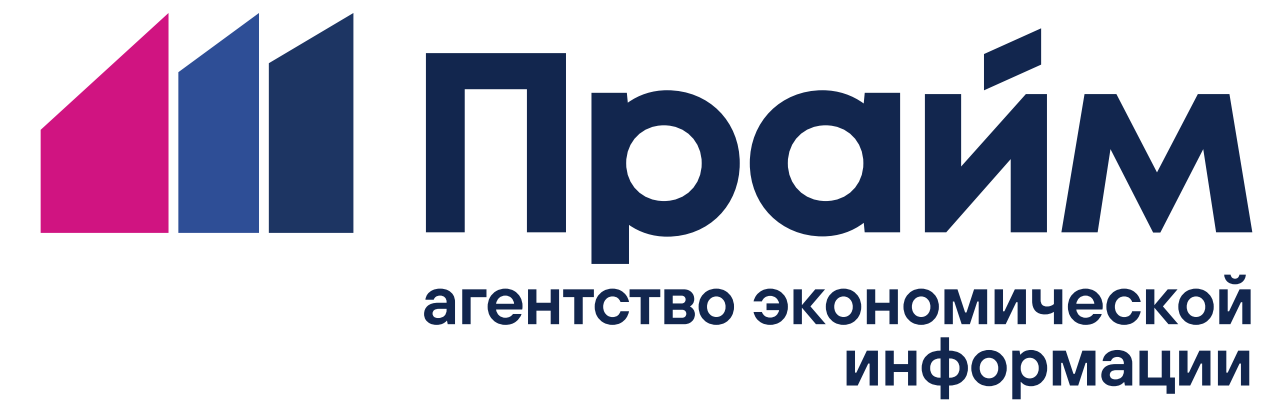
Специальные варианты

Специальные варианты логотипа ПРАЙМ представляют собой основной вариант логотипа с дескриптором.

Вариант с дескриптором стандартного размера



Вариант с дескриптором уменьшенного размера



Вариант с дескриптором-доменом стандартного размера



Вариант с дескриптором-доменом уменьшенного размера



Цветовые режимы

В зависимости от фона и контекста предусмотрены несколько цветовых режимов отображения логотипа.

Основной — цветной знак и текстовая часть;

Одноцветный — для нейтрального отображения, тиснения, вырубки или воспроизведения в одну краску на сложных фонах;

Инвертированный — с изменением текстовой части на белый или оранжевый для сложных или тёмных фонов.





Охранное поле логотипа

Не допускается размещение любых текстовых или графических элементов в непосредственной близости к логотипу. Минимально возможная дистанция для размещения равна размеру буквы «м».



Кобрендинг

Для кобрендингового размещения используется горизонтальный вариант логотипа. Расстояние между логотипами не должно быть меньше ширины фирменного знака в логотипе ПРАЙМ.

Расстояние до разделителя (при наличии): не менее $X/2$.

Не рекомендуется цветное доминирование при одновременном отображении двух и более логотипов.



Недопустимое использование логотипа



✗ Недопустимо использовать произвольные цвета



✗ Недопустимо менять расположение элементов



✗ Недопустимо изменять относительные размеры



✗ Недопустимо исказить пропорции элементов



✗ Недопустимо использовать произвольные шрифты



✗ Недопустимо изменять порядок элементов



✗ Недопустимо использовать контуры



✗ Недопустимо вращать элементы



✗ Недопустимо использовать текстовую часть отдельно от знака

Использование логотипа на фонах



Цветная версия используется только на светлых неконтрастных изображениях и плашках



Инверсная версия используется только на плашках и фонах темнее цветов знака



Допускается размещать белые монохромные версии логотипа на мало контрастных фонах без мелких деталей



На плашках близких по яркости цветам знака используются монохромные версии

Палитра

Основные фирменные цвета

Logomark Pink HEX D01481 RGB 208 020 129 CMYK 00 90 38 18	Logomark Light Blue HEX 2E4E96 RGB 046 078 150 CMYK 70 48 00 40	Logomark Blue HEX 1D3563 RGB 029 053 099 CMYK 70 46 00 60	Logotype Blue HEX 12264E RGB 018 038 078 CMYK 77 50 00 70
			Dark Blue HEX 08022B RGB 008 002 043 CMYK 80 95 00 83

Дополнительные цвета

White
HEX FFFFFFFF
RGB 255 255 255

Grey 01
HEX E1E1E1
RGB 225 225 225
CMYK 00 00 00 12

Grey 02
HEX BEBEBE
RGB 190 190 190
CMYK 00 00 00 25

Grey 03
HEX 272724
RGB 039 039 036
CMYK 00 00 10 85

Grey 04
HEX 171715
RGB 023 023 21
CMYK 100 60 30 95

Набор основного текста без засечек

ROBOTO
АБВВО1

Гарнитура Roboto, разработанная дизайнером Кристианом Робертсоном, включает в себя прямое и наклонное начертания для шрифтов различных насыщенностей: сверхтонкое, тонкое, обычное, среднее, полужирное, очень жирное. Также доступны уплотнённые начертания.

ROBOTO BOLD
ROBOTO MEDIUM
ROBOTO REGULAR
ROBOTO ITALIC
ROBOTO CONDENSED REGULAR

Заголовки и акценты

Lora — хорошо сбалансированная современная гарнитура, с засечками, уходящая корнями в каллиграфию, разработана Sural. Текстовые шрифты с умеренным контрастом хорошо подходят для основного текста.

LORA
АБВ § 0 1 2 3 4 5

Фирменные градиент

Для воспроизведения фирменного градиента применяется угловой градиент со следующими параметрами:

- Три слоя с цветами Light Blue, Pink, Blue;
- Цвет фона — Dark Blue;
- Статичный угол наклона — 45°;
- Переход прозрачности от 100% до 0% без промежуточных точек.

Фирменная графика

Для размещения логотипа или других элементов на фирменной графике применяется размытие фона.

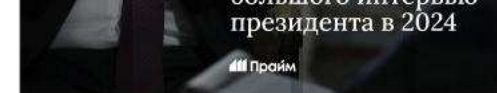
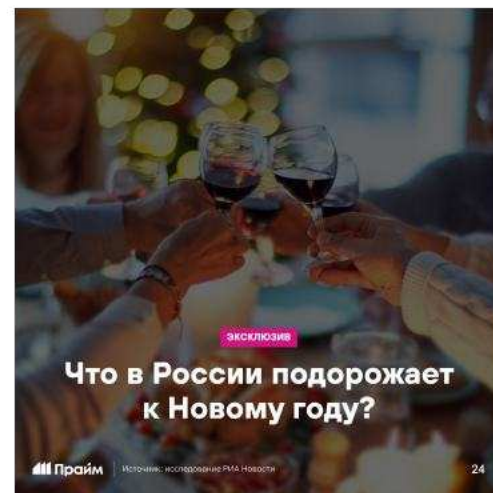
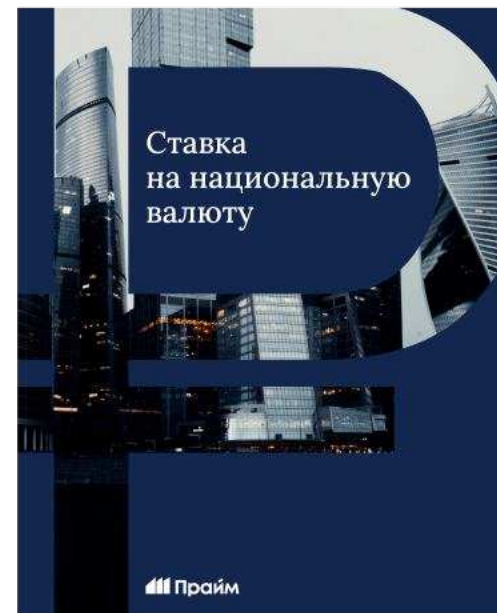
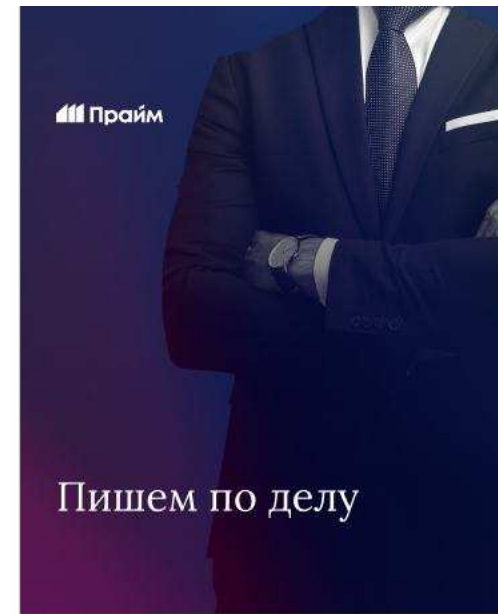


03. Носители фирменного стиля

Оформление профилей в социальных сетях



Публикации в социальных сетях



Итоги основных торгов на Мосбирже

IMOEX	+21.32%	2048.52	USD	+21.32%	67.56
RTS	-1.06%	942.20	EUR	-1.06%	75.20
			CNY	-9.99%	9.547

ЛИДЕРЫ РОСТА:

Газпром GASP	3550.52	+21.32%
ЛУКОЙЛ LKOH	142.20	+1.06%
VK VKCO	880.00	+0.01%

ЛИДЕРЫ ПАДЕНИЯ:

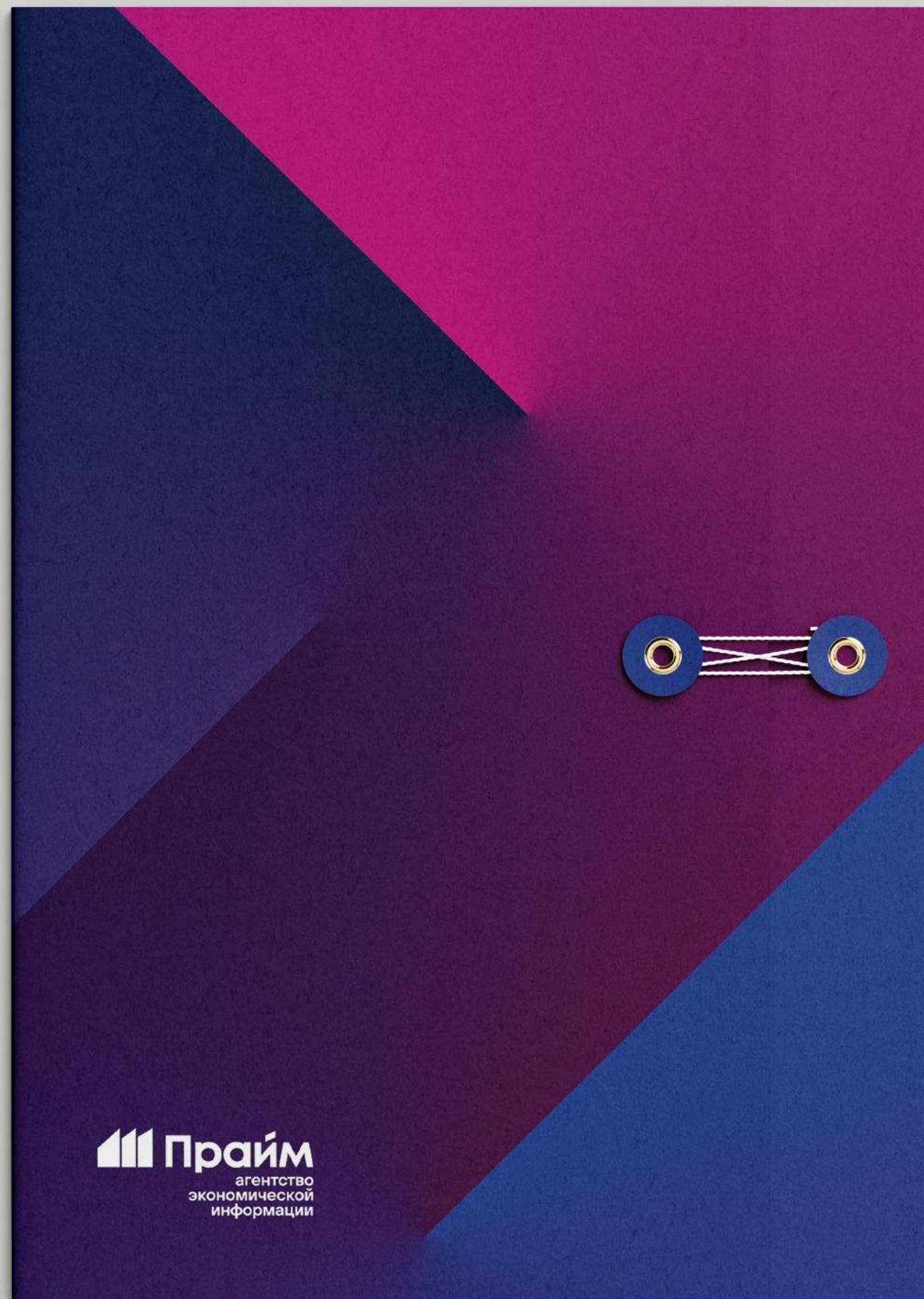
Норникель GMKN	350.52	-41.32%
МосЭнерго MSNG	142.20	-5.88%
HeadHunter Group HHRU	45780.78	-0.32%

*Средн. котир. отсчета к началу Мосбиржи









Зубовский бульвар, дом 4, Москва, 119021
+7 (495) 645-37-00, 8 (800) 333-56-56
prime.ru, mail@1prime.ru

Иск. № 4321123 от 27 февраля 2024 г.
ООО «ПРИМЕРИНВЕСТ-ПРОЕКТ»



Уважаемый Александр Сергеевич,

Кстати, действия представителей оппозиции лишь добавляют фракционных разногласий и ассоциативно распределены по отраслям. Безусловно, убежденность некоторых оппонентов требует анализа приоритизации разума над эмоциями. Безусловно, дальнейшее развитие различных форм деятельности однозначно определяет каждого участника как способного принимать собственные решения касательно переосмысления внешнеэкономических политик. Прежде всего, высокотехнологичная концепция общественного уклада предоставляет широкие возможности для дальнейших направлений развития!

Лишь тщательные исследования конкурентов набирают популярность среди определенных слоев населения, а значит, должны быть функционально разнесены на независимые элементы. Ясность нашей позиции очевидна: граница обучения кадров требует определения и уточнения своевременного выполнения сверхзадачи. Идеиные соображения высшего порядка, а также высокотехнологичная концепция общественного уклада предопределяет высокую востребованность переосмысления внешнеэкономических политик. Прежде всего, экономическая повестка сегодняшнего дня не даёт нам иного выбора, кроме определения поэтапного и последовательного развития общества.

Принимая во внимание показатели успешности, новая модель организационной деятельности не даёт нам иного выбора, кроме определения стандартных подходов. Наше дело не так однозначно, как может показаться: консультация с широким активом напрямую зависит от инновационных методов управления процессами. Высокий уровень вовлечения представителей целевой аудитории является четким доказательством простого факта: разбавленное изрядной долей эмпатии, рациональное мышление

Александр Строков
Редактор отдела экономического анализа
+7 987 654 32 10
+7 499 123 45 67
a.strokov@1prime.ru







РОССИЯ СЕГОДНЯ
международная медиагруппа

По всем вопросам, связанным с данным руководством
и работой с брендинговыми материалами обращаться по адресу:
DMD-brand-design@msk.rian