



Обращение с отходами

БРЕНДБУК



Содержание

Введение	4	3.15	Версии по композиции	41
1. Платформа бренда	6	3.16	Полный центральный элемент	42
1.1 Продукт	8	3.17	Укороченный центральный элемент	44
1.2 Целевые аудитории	12	3.18	Нерекомендуемое использование центральных версий элемента	46
1.3 Платформа бренда	14	3.19	Примеры нерекомендуемого использования центральных версий элемента	47
2. Вербальная идентификация	18	3.20	Боковой элемент	48
3. Визуальная идентификация	20	3.21	Нерекомендуемое использование бокового элемента	50
3.1 Логотип	22	3.22	Примеры нерекомендуемого использования бокового элемента	51
3.2 Основная версия	24	3.23	Дополнительная фирменная полоса	52
3.3 Построение логотипа	26	3.24	Нерекомендуемое использование дополнительной полосы	54
3.4 Охранное поле	27	3.25	Примеры нерекомендуемого использования дополнительной полосы	55
3.5 Горизонтальная версия	28	3.26	Фирменная инфографика	56
3.6 Монохром и инверсия	29	3.27	Рекомендации по инфографике	60
3.7 Варианты использования	30	4. Дизайн ключевых носителей	61	
3.8 Минимально-допустимые размеры	31	4.1 Визитная карточка	63	
3.9 Фирменные шрифты	32	4.2 Бланк письма	65	
3.10 Фирменная цветовая гамма	34	4.3 Шаблон презентации	67	
3.11 Нерекомендуемое использование логотипа ..	36	4.4 Контейнеры	73	
3.12 Примеры нерекомендуемого использования логотипа	37	4.5 Мусоровоз	74	
3.13 Фирменный элемент	38	4.6 Сайт. Главная страница	75	
3.14 Версии по цветовому исполнению	40	Файлы	77	



Введение

Данный брендбук – это книга стандартов, описывающая позиционирование и платформу бренда, а также регламент по использованию и взаимодействию основных элементов комплекса вербальных и визуальных средств идентификации.

Брендбук необходим для регламентации единой семантики и атрибутики бренда и для создания эффективных коммуникаций, формирующих цельный образ бренда.

Сверяйтесь с данным документом при создании и согласовании дизайна носителей бренда и коммуникаций.



1 Платформа бренда

Платформа бренда описывает основу семантики бренда ГРИНТА. Это смысловое ядро, которое сформировано исходя из особенностей деятельности компании, а также из потребностей и ожиданий целевых аудиторий.

Платформа бренда состоит из нескольких важных составляющих, каждая из которых важна для общего понимания бренда ГРИНТА.



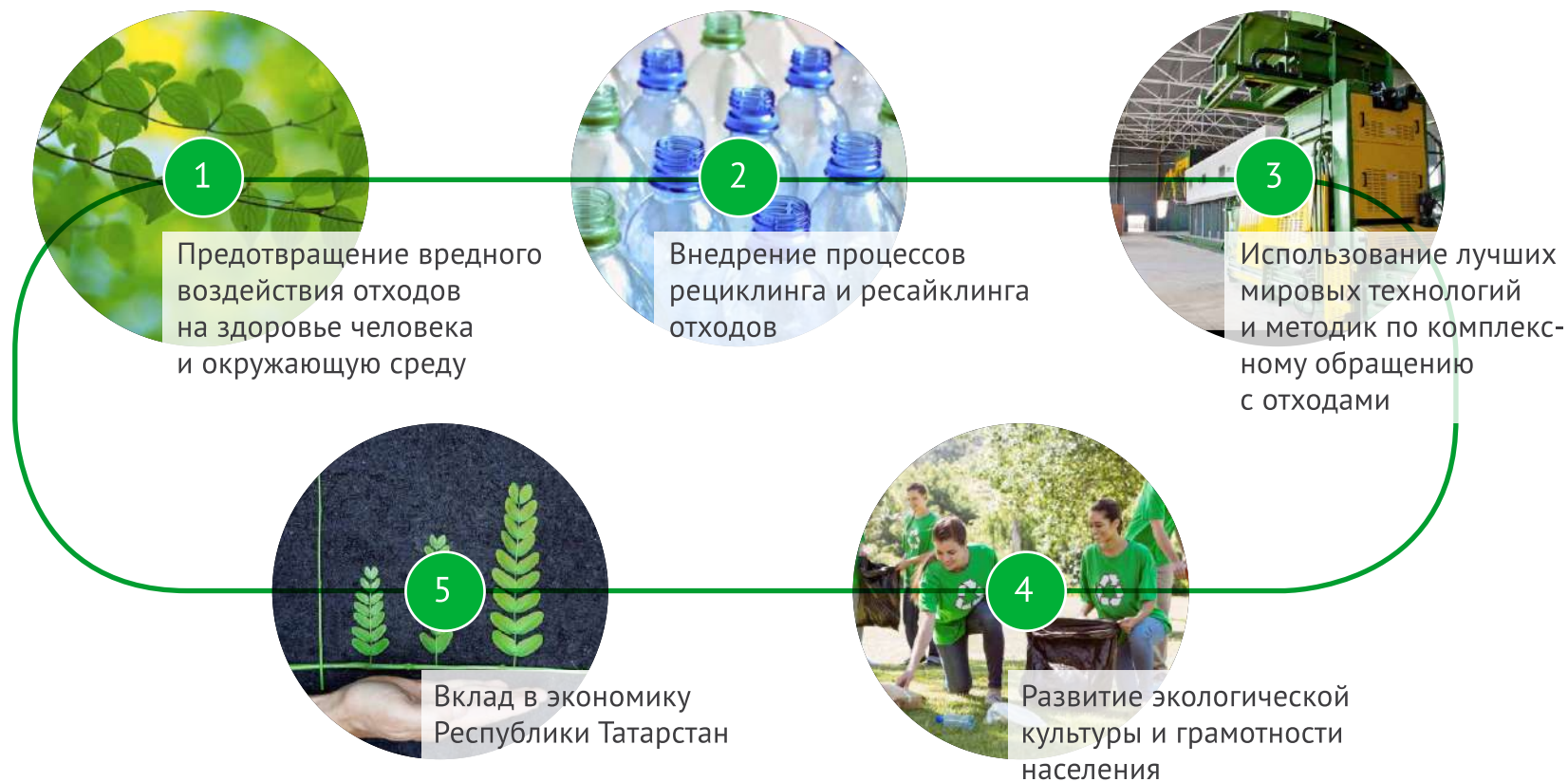


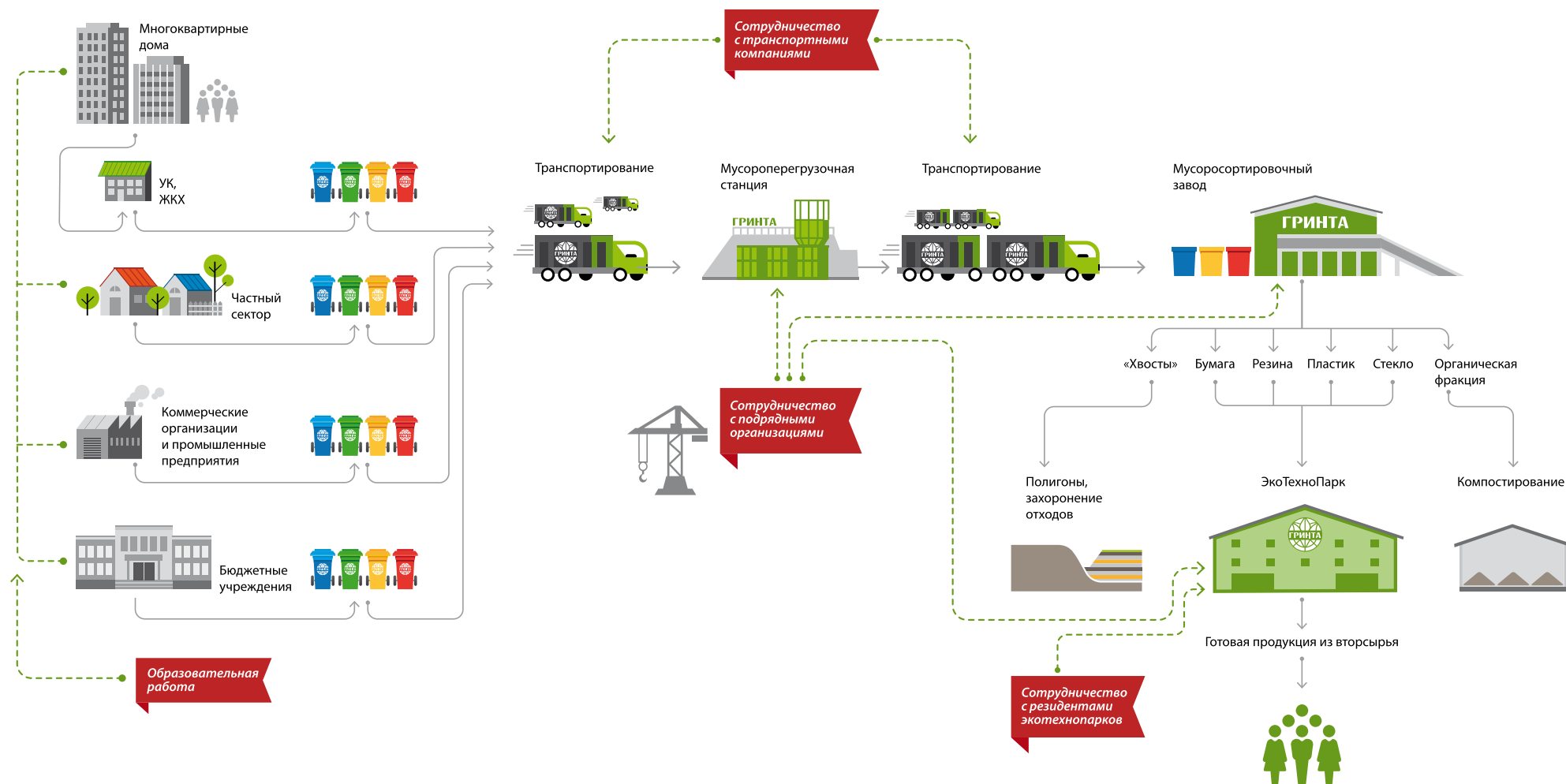
1.1 Продукт

ГРИНТА - компания, которая производит полный комплекс работ и услуг в области обращения с твердыми коммунальными отходами.



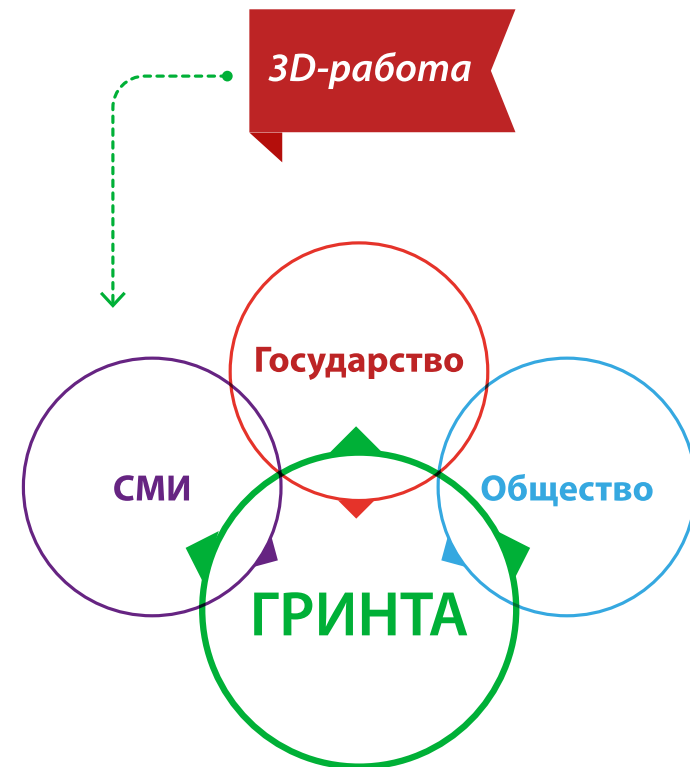
Системный подход





Основа уникальности деятельности ГРИНТЫ в системном подходе, как на уровне взаимосвязанности технологических процессов, так и на уровне социальной работы, включающей работу с обществом, государством и СМИ.

Системный подход позволит развивать экологическую культуру нашего общества. В свою очередь, организовать системный подход возможно только благодаря задействованию всех заинтересованных сторон: государства, как регулятора, общества, как основного пользователя, и СМИ, как стороны, формирующей отношение к проблеме.





1.2 Целевые аудитории

1

Население

Пользователи коммунальных услуг – жители многоквартирных домов и индивидуальных жилых строений.

2

Организации

- 2.1 Управляющие компании.
- 2.2 Бюджетные организации.
- 2.3 Коммерческие организации и промышленные предприятия.

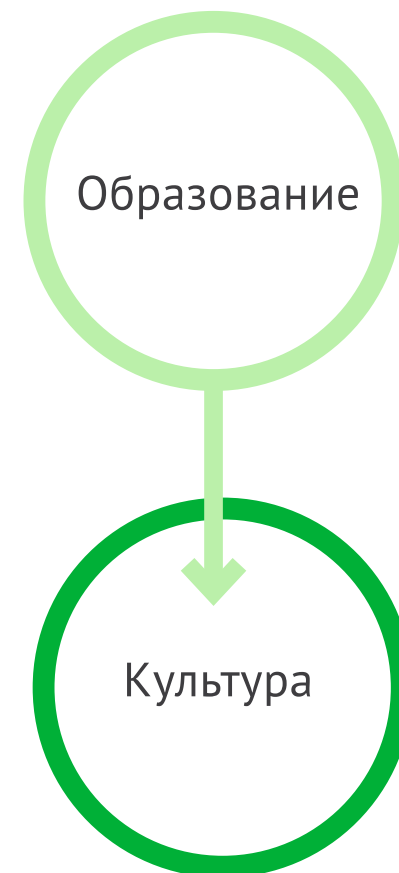
3

Партнёры

- 3.1 Компании по транспортированию отходов.
- 3.2 Подрядчики по проектированию, строительству и т.п.
- 3.3 Переработчики, арендаторы ЭкоТехноПарка.

Работа с аудиторией

- При работе с населением очень важно уделить особое внимание образовательно-воспитательной части, поскольку культура формируется через активное образование и воспитание, начиная с дошкольного возраста.
- Мы должны ориентировать коммуникации на ту часть населения, которая активно принимает новые идеи, так как именно она формирует культуру и социальную норму.
- Работая с коммерческим и бюджетным сектором, необходимо проводить разъяснительную работу с сотрудниками с целью донесения информации о важности разумного обращения с отходами.





1.3 Платформа бренда

Суть

Технологичный эко-комплекс

Позиционирование

Компания, использующая лучшие комплексные решения и технологии для улучшения состояния окружающей среды и приносящая пользу жителям и экономике региона сегодня, завтра и всегда.

Ценности бренда

ЗАБОТА ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

Что мы вкладываем в это понятие:

- Внедрение современных экологических методов при работе с отходами на всех этапах реализации деятельности нашей компании.
- Образовательная работа с населением, направленная на развитие экологической культуры.
- Внедрение опыта раздельного сбора отходов для максимального их использования в хозяйственных целях.



Забота об окружающей среде и развитие экологической культуры населения – наш основной приоритет!

КОМПЛЕКСНАЯ И СИСТЕМНАЯ РАБОТА

Что мы вкладываем в это понятие:

- Внедрение и распространение системы раздельного сбора отходов в каждом населённом пункте.
- Внедрение и реализация системы сортировки отходов.
- Внедрение системы переработки вторичных компонентов отходов посредством строительства ЭкоТехноПарков и работы с компаниями-переработчиками.



Используя комплексный подход в работе с ТКО, мы приносим пользу окружающей среде и экономике Республики Татарстан, внедряя практику повторного использования ресурсов!

НОВАТОРСТВО

Что мы вкладываем в это понятие:

- Работа и сотрудничество с научно-исследовательскими институтами.
- Использование лучших мировых технологий.
- Открытость к инновациям.



Внедряя инновационные и технологичные решения в области обращения с отходами, мы идём в ногу с прогрессом, своим примером помогая развивать данное направление в России!

ОТКРЫТОСТЬ И ЧЕСТНОСТЬ

Что мы вкладываем в это понятие:

- Работа в соответствии с законодательством.
- Честные и открытые отношения с партнёрами и клиентами.
- Обсуждаемость решений, сотрудничество с СМИ.
- Честные и открытые отношения внутри компании.



Придерживаясь принципов честности и открытости, мы выстраиваем надёжные и крепкие отношения с партнёрами и вызываем доверие и уважение своих клиентов!



Миссия бренда

Улучшение экологического состояния региона посредством предоставления услуг наивысшего качества в области обращения с ТКО, улучшающих жизнь сегодняшних и будущих поколений людей, благодаря реализации системного подхода и созданию условий для максимального вовлечения ТКО в хозяйственный оборот.

Видение будущего

К ЧЕМУ МЫ СТРЕМИМСЯ

2025

К 2025 г. мы – стабильная, открытая компания, обеспечивающая наилучшее управление в области обращения с ТКО, учитывая экологическую, экономическую и политическую ситуации. Услуги нашей компании доступны каждому гражданину на территории РТ.

К 2025 г. мы демонстрируем лучший показатель извлечения вторичных компонентов среди аналогичных компаний РФ и минимальный показатель захораниваемых на полигонах отходов.

К 2025 г. сотрудники компании – высокопрофессиональные и клиентоориентированные, гордятся своей работой и демонстрируют лучший показатель Индекса удовлетворённости сотрудников среди российских компаний, работающих в сфере ЖКХ.



2 Вербальная идентификация

ГРИНТА

Латинская версия

greenta

Наименование соединяет в себе два смысла.

Первая часть - ГРИН, от английского слова GREEN - зеленый, символизирует основу деятельности компании - улучшение экологического состояния региона. Окончание ТА - первые буквы региона деятельности компании - Республики Татарстан.

Название технологичное, современное.

Легко пишется и читается.



3 Визуальная идентификация

Система визуальной идентификации включает в себя несколько элементов.

Главный идентификатор бренда – логотип. Кроме него цельный визуальный облик бренда создают фирменные цвета, шрифты, стилеобразующие элементы, инфографика.

Визуальная идентификация представляет собой цельную систему, в которой у каждого элемента есть своё предназначение. Важно корректно использовать все элементы, правильно их сочетать, чтобы бренд ГРИНТА оставался цельным и аутентичным.

Система визуальной идентификации:

- Логотип
- Фирменные шрифты
- Фирменная гамма
- Стилеобразующий фирменный элемент
- Фирменная инфографика



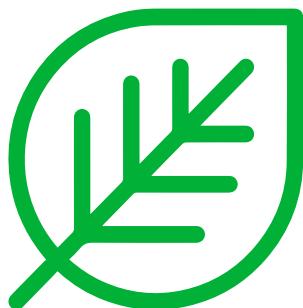
3.1 Логотип

Логотип ГРИНТЫ представляет из себя аутентичный знак, отражающий экологичность и технологичность процессов, а также регион деятельности.

Далее приведены правила и рекомендации использования логотипа. Придерживайтесь их, так как аккуратное и чёткое использование логотипа позволяет бренду всегда быть узнаваемым.

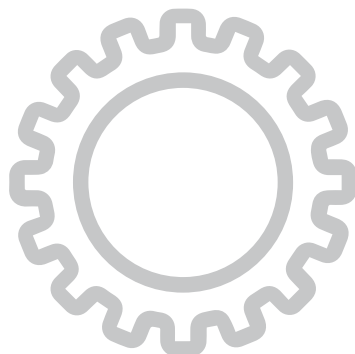
Символьная база

1. Экологичность



Зелёный цвет и символ экологичности – растительная свежая тематика.

2. Технологичность



Символ технологичности – чёткая геометрия, ритмичность, правильность линий.

3. Татарстан



Национальные символы и цвета региона, на благо которого работает ГРИНТА.



3.2 Основная версия логотипа

Логотип имеет свою чётко выраженную стилистику, которая ложится в основу стиля.

Нижняя часть символизирует технологичность компании, верхняя – экологичность. В общую форму круга ненавязчиво вписан тюльпан.

Логотип хорошо смотрится в ряду государственных символов.



Обращение с отходами

1-Logo / 1-Vertical / 1-Main_vertical (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 1-Vertical / 2-Monochrom_vertical (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 1-Vertical / 3-Inversion_vertical (ai, pdf, eps, jpeg)



3.3 Построение логотипа

Логотип построен по строгой модульной сетке. При этом чётко соблюдены все отношения величин. Такое построение делает логотип гармоничным и пропорциональным.

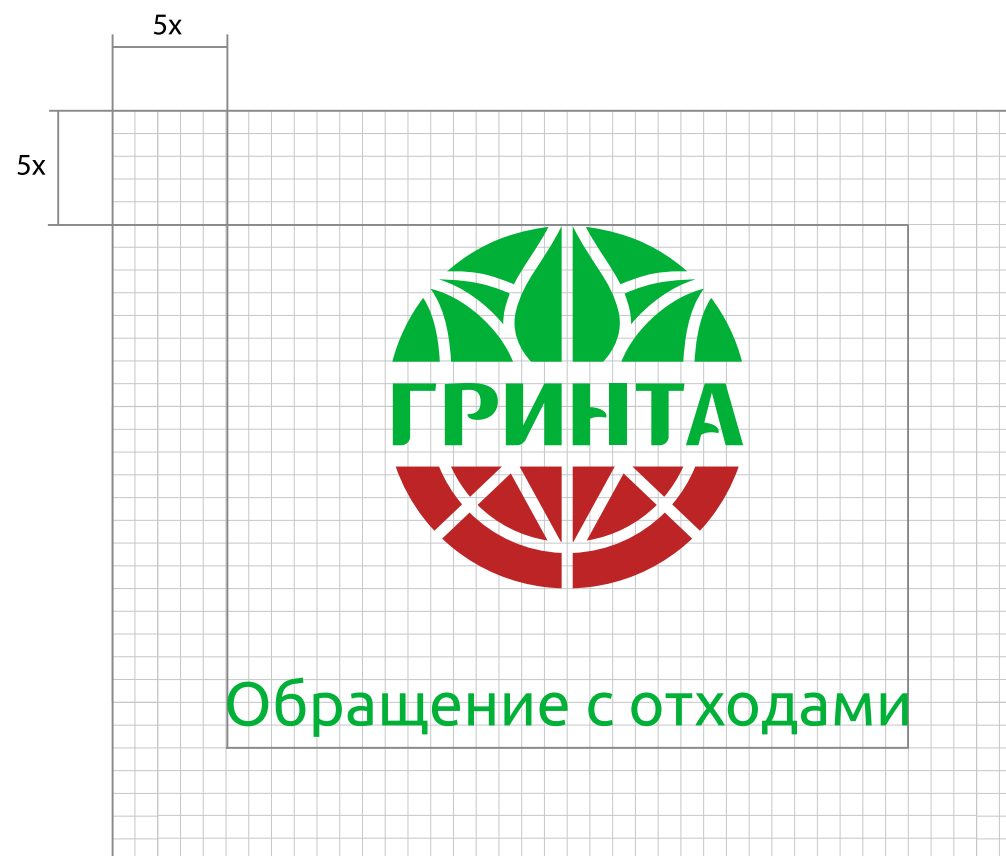
Всегда используйте готовые файлы! Не рисуйте логотип заново!



1-Logo / 2-Horizontal / 1-Main_horizontal (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 2-Horizontal / 2-Monochrom_horizontal (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 2-Horizontal / 3-Inversion_horizontal (ai, pdf, eps, jpeg)

3.4 Охранное поле

Важно соблюдать свободное поле вокруг логотипа. Не размещайте в непосредственной близости от него текст и графические элементы – это заметно снизит считываемость и гармоничность логотипа.



3.5 Горизонтальная версия логотипа

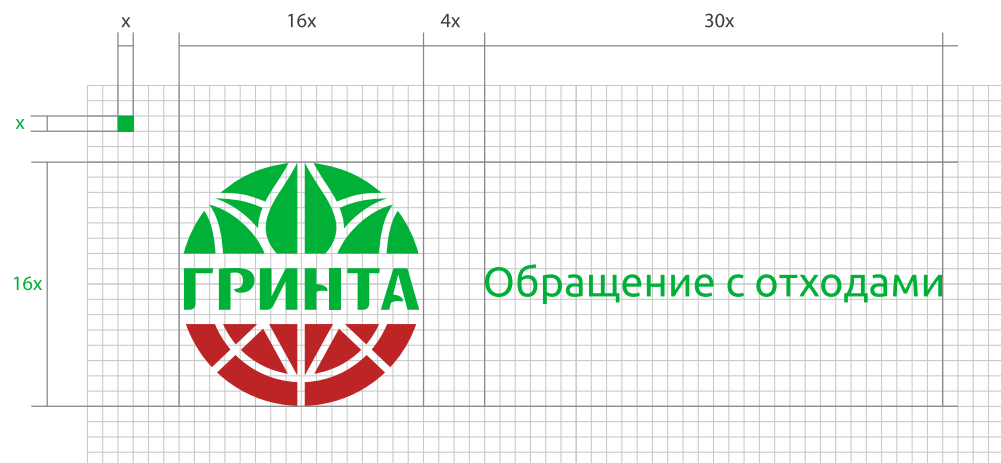
Горизонтальная версия является дополнительной и используется на широких, вытянутых поверхностях. В остальных случаях отдавайте предпочтение основной вертикальной версии.

Всегда используйте готовые файлы!
Не рисуйте логотип заново!

1-Logo / 3-Horizontal / Horizontal (ai, eps, jpeg)



Обращение с отходами



3.6 Монохром и инверсия

Логотип хорошо считывается как в монохроме, так и в инверсии. Используйте эти версии при ограничениях в цветности, при тиснении, фольгировании и других нестандартных видах печати.

При использовании монохрома и инверсии соблюдайте достаточный контраст между логотипом и фоном.



Обращение с отходами



Обращение с отходами



3.7 Варианты использования

В зависимости от требований к брендируемой поверхности логотип может использоваться в различных вариантах. Тем не менее, старайтесь отдавать предпочтение основной версии логотипа.

1-Logo / 3-Crop / 1-Main_crop (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 3-Crop / 2-Monochrom_crop (ai, pdf, eps, jpeg)
1-Logo / 3-Crop / 3-Inversion_crop (ai, pdf, eps, jpeg)



Основная версия

Обращение с отходами



Обращение с отходами

Горизонтальная версия
Применяйте, если нет возможности использовать основную версию



Знак
Для ограниченных по размеру поверхностей

3.8 Минимально-допустимые размеры

При использовании логотипа на ограниченных поверхностях, например, на ручке, очень важно соблюдать минимально-допустимые размеры во всех версиях логотипа. Если делать логотип меньше рекомендуемых размеров, он перестанет считываться.



Обращение с отходами

Размер указан
в масштабе 100%



Обращение с отходами

20 мм



Обращение с отходами



Обращение с отходами

33 мм



10 мм



3.9 Фирменные шрифты

Используйте фирменные шрифты во всех материалах бренда. Шрифтовые гарнитуры удобные и читаемые, имеют необходимые начертания. Выделяйте заголовки акцентным шрифтом с засечками, для наборного текста используйте гротеск.

2-Fonts / PT Serif (otf)
2-Fonts / PT Sans (otf)

PT Serif

Aa

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмноп
рстуфхцчшщъыьэюя
(.,:;!@#) 0123456789

Акцидентный шрифт с засечками.
Используйте его для заголовков и важных сообщений.

Pt Sans

Aa

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмноп
рстуфхцчшщъыьэюя
(.,:;!@#) 0123456789

Универсальный гротескный шрифт со всеми необходимыми начертаниями.
Используйте его для основного текста и диджитал-среды.

Наверняка не прилетит

PT Serif, Regular

К нам добрый чародей,

PT Serif, Italic

Самим нам нужно сохранить

PT Sans, Regular

ПЛАНЕТУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

PT Sans, Bold



3.10 Фирменная цветовая гамма

Фирменная гамма бренда сбалансирована, цвета тщательно подобраны и хорошо сочетаются друг с другом.

В основе цветовой гаммы бренда лежат цвета государственного флага Татарстана: зелёный и красный. Отдавайте предпочтение именно зелёному цвету, так как он наилучшим образом отражает тему экологичности.

Основные цвета

Зелёный

CMYK: 85 0 100 0
RGB: 0 161 58
HTML: # 00a13a
PANTONE Solid Coted: 7739 C

Красный

CMYK: 15 100 90 10
RGB: 190 22 33
HTML: # be1621
PANTONE Solid Coted: 1805 C





Дополнительные цвета

Светло-зелёный

CMYK: 40 0 47 0
RGB: 169 210 160
HTML: #a9d2a0
PANTONE solid coated: 359 C

Светло-зелёный и серый – это дополнительные цвета. Не увлекайтесь ими, они только обогащают основную гамму.

Серый хорош для текстов. Светло-зелёный – для оформления носителей, не нуждающихся в излишней яркости.

Серый

CMYK: 0 0 0 90
RGB: 65 65 65
HTML: #404041
PANTONE solid coated: 426 C



3.11 Нереккомендуемое использование логотипа

01

Трансформируйте логотип аккуратно! Не сжимайте и не растягивайте его!

02

Не меняйте цвета логотипа, не используйте цвета, не входящие в фирменную цветовую гамму!

03

Не меняйте шрифтовую часть логотипа!

04

Не меняйте пропорции логотипа, не трансформируйте отдельные его части.

05

Не меняйте расположение отдельных частей логотипа!

06

Не применяйте к логотипу эффекты: обводку, прозрачность, тени, свечение и другие!

07

Не используйте расшифровку без логотипа – она не является отдельным идентификатором!

08

Не вписывайте логотип в текст!

09

Не используйте логотип на ярком и пёстром фоне!

3.12 Примеры nereкомендуемого использования логотипа

01



Обращение с отходами

02



Обращение с отходами

03



Обращение с отходами

04



Обращение с отходами

05



Обращение с отходами

ГРИНТА

06



Обращение с отходами

07



Обращение с отходами

08



Компания  заботится
о благополучии нашего
региона

09



Обращение с отходами



3.13 Фирменный элемент

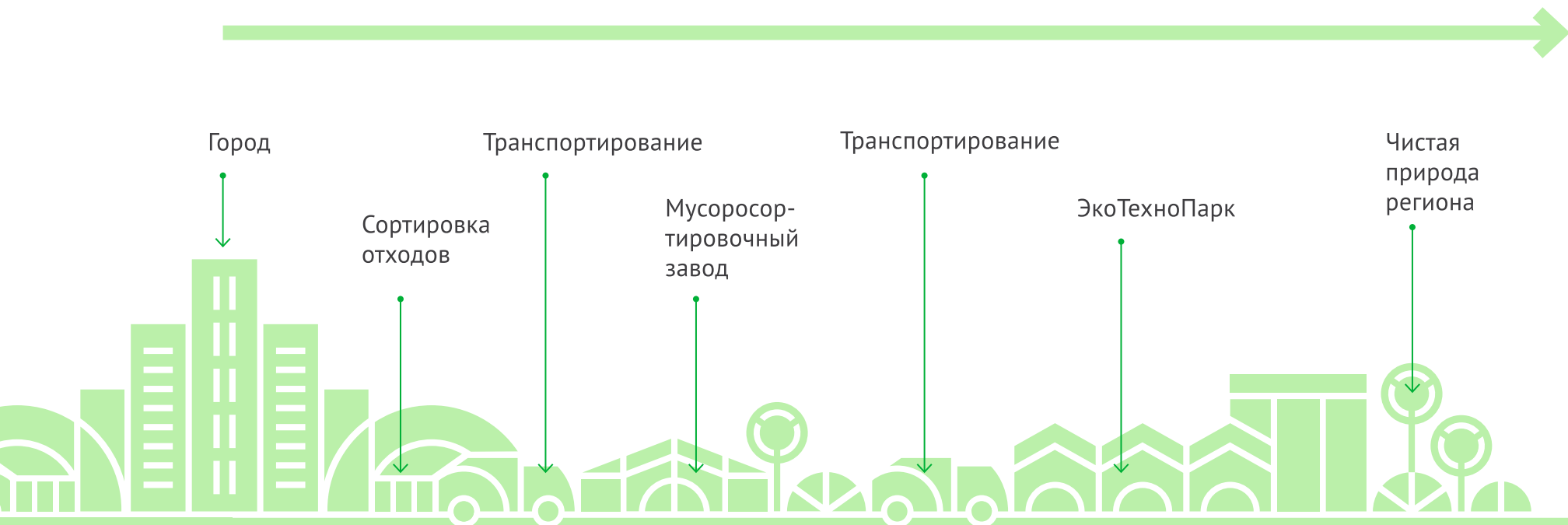
Фирменный элемент ГРИНТЫ представляет из себя сюжетную графическую композицию, выполненную в стиле логотипа. Данный сюжет раскрывает экологичность деятельности ГРИНТЫ.

Фирменный элемент необходим для дополнительного оформления материалов ГРИНТЫ и несёт исключительно декоративный характер. Используйте его, применяя описанные далее правила и рекомендации.



Фирменный элемент представляет собой симметричную композицию, начинающуюся из центра.

Элемент имеет несколько версий для использования. Выберите любую версию, подходящую под конкретную задачу брендинга.



3.14 Версии по цветовому исполнению



СВЕТЛО-ЗЕЛЁНАЯ ВЕРСИЯ

Используется в случаях, когда нет необходимости в излишней яркости и контрастности:

- В деловой документации: бланки, визитные карточки
- Бейджи



ЯРКО-ЗЕЛЁНАЯ ВЕРСИЯ

Используется в случаях, когда, напротив, необходимо добавить ярких акцентов, привлечь внимание к контенту:

- Полиграфия: буклеты, лифлеты, флаеры
- Презентации
- Сайт
- Транспорт

3.15 Версии ПО КОМПОЗИЦИИ



1 – Полный центральный элемент



2 – Укороченный центральный элемент

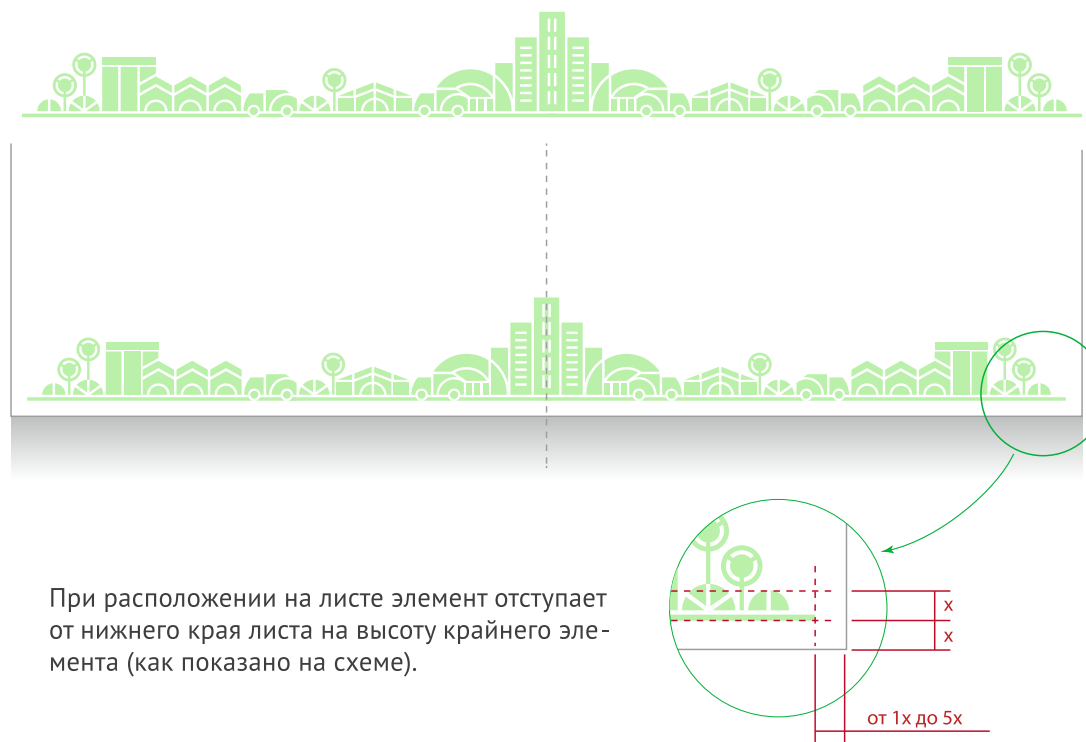


3 – Боковой элемент



3.16 Полный центральный элемент

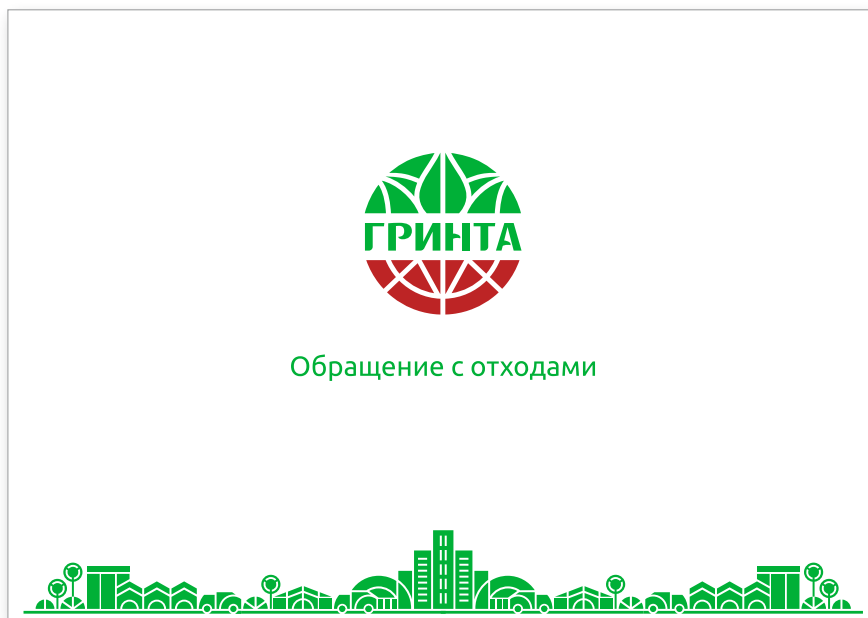
- Симметричный центральный элемент;
- Занимает всю нижнюю часть брендируемой поверхности, при этом экономичен по высоте (отношение 1/10);
- Необходим для оформления вытянутых горизонтальных поверхностей, а также для лёгкого, ненавязчивого брендинга.



При расположении на листе элемент отступает от нижнего края листа на высоту крайнего элемента (как показано на схеме).

3-Element / 1-Main / 1-Main (ai, pdf, eps, jpeg)

Примеры использования



Версия полного центрального элемента в ярко-зелёном исполнении. Вариант, когда необходимо ярко оформить низ поверхности, не сильно отвлекая внимание от логотипа.

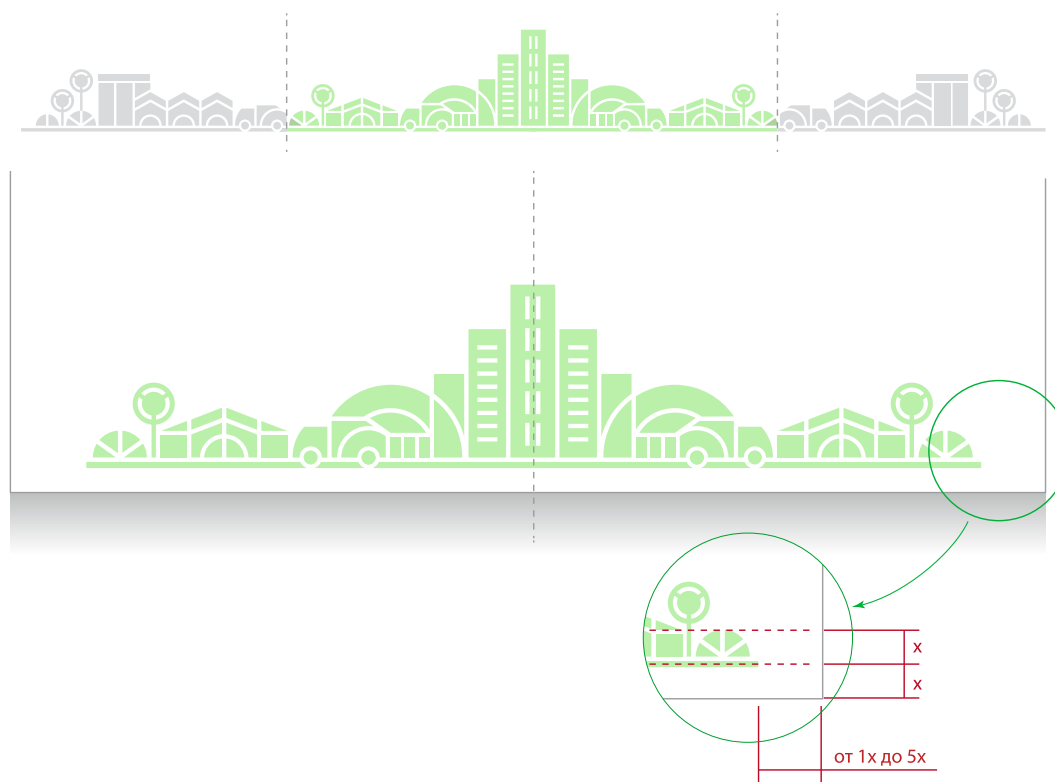


Версия полного центрального элемента в светло-зелёном исполнении. Вариант, когда необходимо ненавязчиво оформить лист с большим количеством информации.



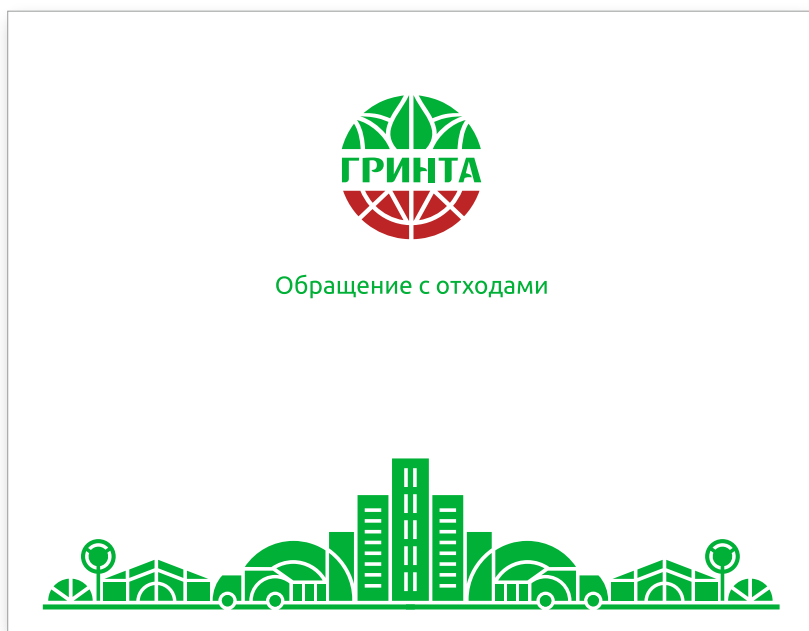
3.17 Укороченный центральный элемент

- Симметричный центральный элемент;
- Занимает нижнюю часть брендируемой поверхности, при этом более высокий и крупный по отношению к полному элементу (соотношение 1/5);
- Необходим для более яркого, активного брендинга.



3-Element / 2-Centre / 2-Centre (ai, pdf, eps, jpeg)

Примеры использования



Версия укороченного центрального элемента в ярко-зелёном исполнении. Вариант яркого, активного оформления.



Версия укороченного центрального элемента в светло-зелёном исполнении. Сбалансированное оформление при ненавязчивости цвета и достаточном объёме декоративных элементов.



3.18 Нереккомендуемое использование центральных версий элемента

01

Аккуратно трансформируйте элемент! Не сжимайте и не растягивайте его!

02

Не применяйте к элементу никаких других цветов кроме светло-зелёного и ярко-зелёного из фирменной гаммы!

03

Не кадрируйте основной элемент на более мелкие части. Используйте только предусмотренные три версии!

04

Элемент используется только по нижнему краю!

05

Соблюдайте указанные отступы от краёв! Помните о симметрии!

06

На любой поверхности может быть только один элемент!

07

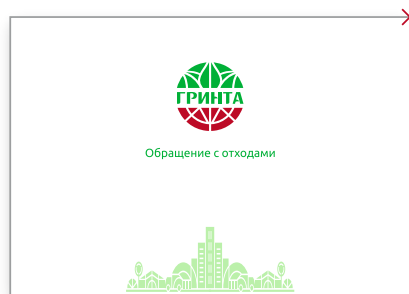
Не делайте элемент на поверхности слишком мелким! Если места недостаточно, откажитесь от элемента. Логотипа будет достаточно!

08

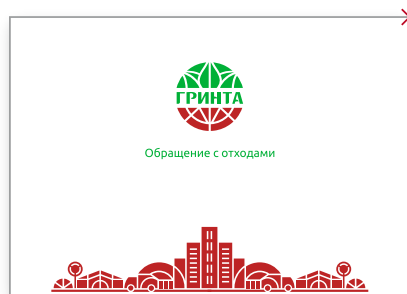
Не увеличивайте элемент до очень крупных размеров. Он не должен «перебивать» логотип.

3.19 Примеры nereкомендуемого использования центральных версий элемента

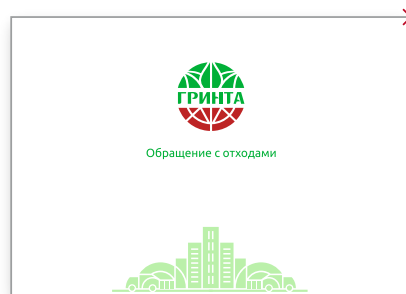
01



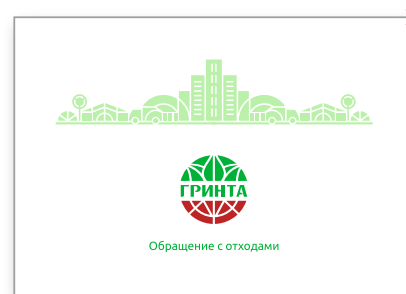
02



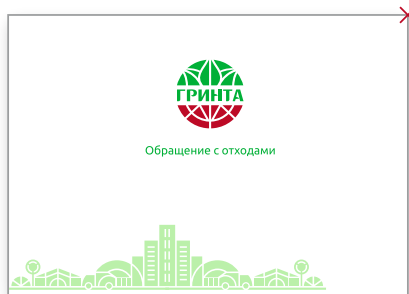
03



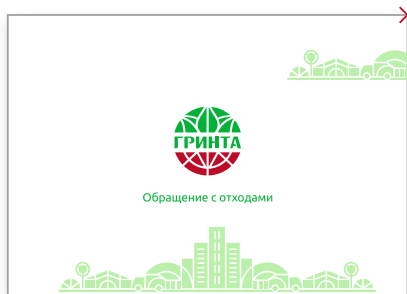
04



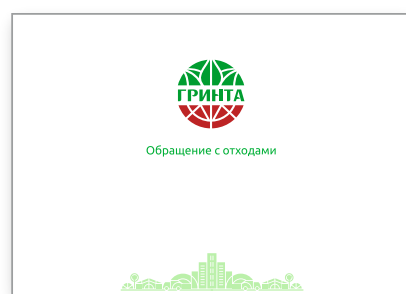
05



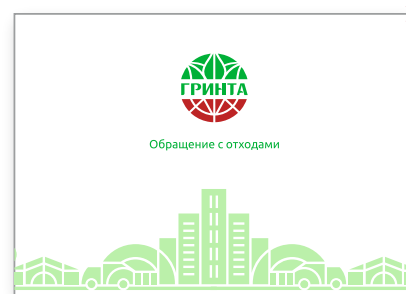
06



07



08

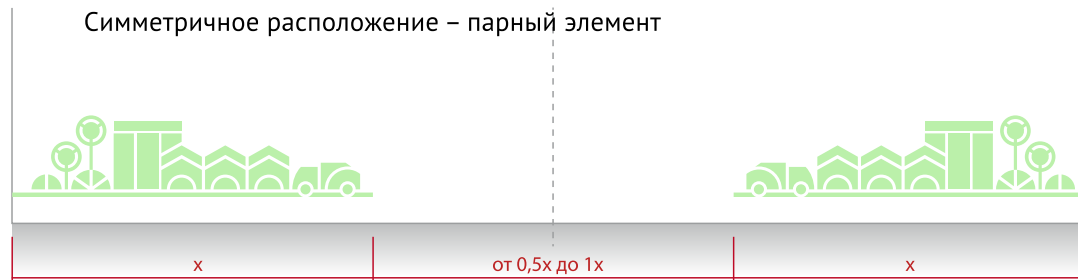


3.20 Боковой элемент

- Возможность симметричного и асимметричного оформления;
- Самый крупный вариант оформления (при асимметричном использовании соотношение 1/4);
- Более нейтральный по сюжету элемент;
- Подходит для более свободных нецентральных композиций.



Симметричное расположение – парный элемент



Асимметричное расположение – одинарный элемент



3-Element / 3-Side / 3-side (ai, pdf, eps, jpeg)

Примеры использования



Обращение с отходами



Версия бокового элемента в ярко-зелёном исполнении и асимметричном расположении. Вариант яркого активного оформления.



Обращение с отходами



Версия бокового симметричного элемента в светло-зелёном исполнении.



3.21 Нерекommenуемое использование бокового элемента

На данный вид элемента распространяются все ограничения, описанные для центральных элементов.

Но есть и ряд других моментов, которые необходимо принимать во внимание, работая с боковым элементом.

01. Одинарный элемент

Асимметричный элемент имеет смысл только при общей асимметрии дизайна. Важно, чтобы элемент «прикреплялся» к краю листа.

1. Не центрируйте;
2. Не мельчите и не отрывайте элемент от края листа.

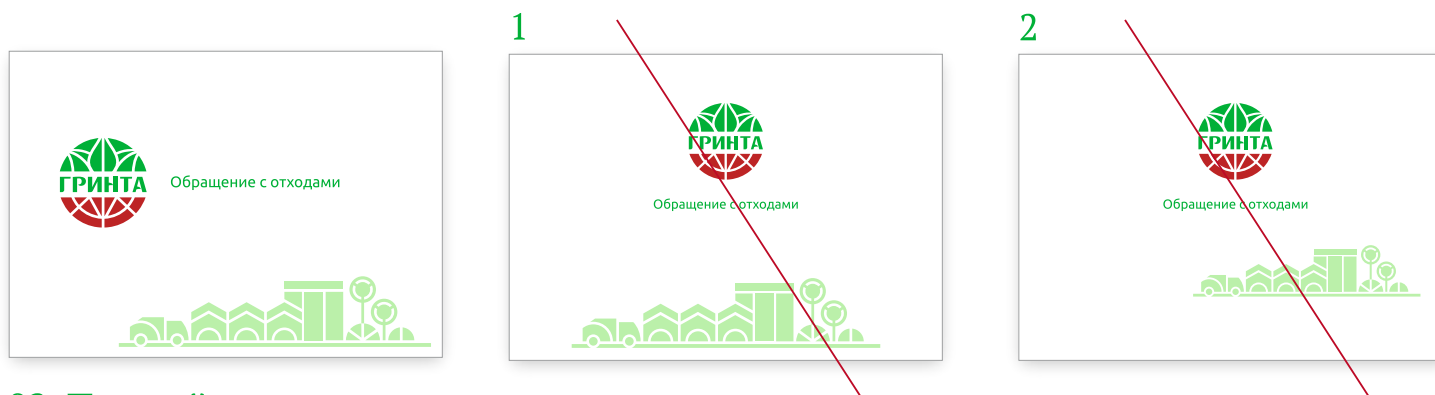
02. Парный элемент

Парный элемент – симметричный. Следите за достаточным расстоянием между парным элементом.

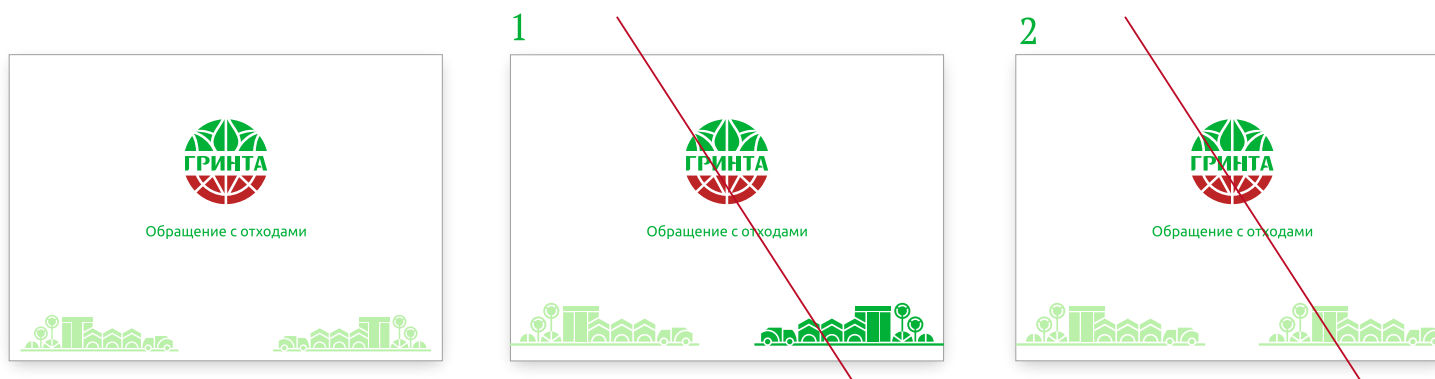
1. Не окрашивайте части бокового элемента в разные цвета;
2. Не меняйте направление. Элементы должны расходиться от центра листа.

3.22 Примеры нерекомендуемого использования бокового элемента

01. Одинарный элемент – асимметричное использование



02. Парный элемент – симметричное использование

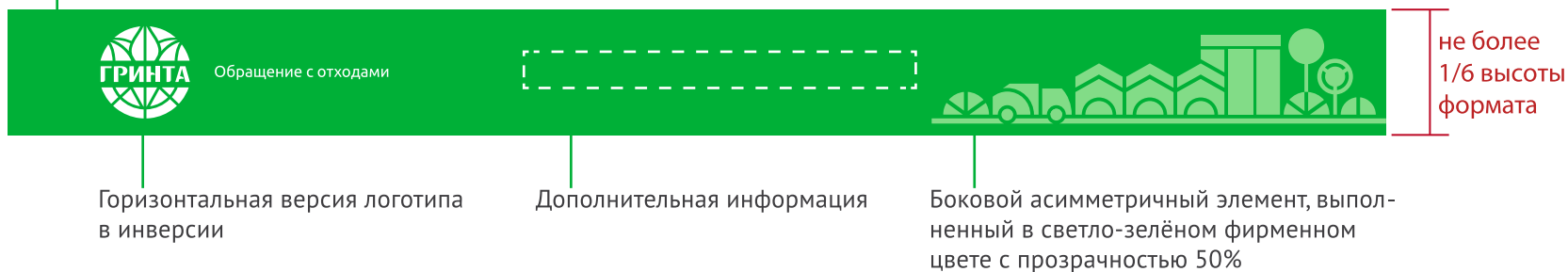


3.23 Дополнительная фирменная полоса

Дополнительная фирменная полоса используется в оформлении презентационных материалов. Она компактная, вмещает логотип, фирменный элемент и другую необходимую информацию. Фирменная полоса всегда располагается по нижнему краю брендируемой поверхности.

На такой полосе используется боковая версия элемента. Он располагается справа в одном экземпляре. Сверху и снизу от него должно оставаться достаточное расстояние.

Вытянутая горизонтальная плашка фирменного зелёного цвета



3-Element / 4-Stripe / Stripe (ai, pdf, eps, jpeg)

Примеры использования

Что можно сдавать на переработку

- Все пищевые отходы, равно как и другие отходы органического происхождения, например, трава, листья, а также бумажные салфетки и полотенца должны выбрасываться вместе.
- Стекло должно выбрасываться в отдельный контейнер.
- Бумага и картон также должны собираться отдельно от всего остального мусора.
- Упаковка из пластика и металла является пригодной к вторичной переработке, поэтому она должна собираться в отдельный контейнер.



Обращение с отходами

Рециклинг
и ресайклинг



Варианты использования дополнительной фирменной полосы.



Обращение с отходами

Какие контейнеры для чего предназначены?



Рециклинг
и ресайклинг



3.24 Нерекommenуемое использование дополнительной полосы

01

Соблюдайте пропорции.
Не делайте элемент на полосе
слишком крупным или слишком
мелким.

02

В полосе используется только
боковая версия элемента.
Не используйте центральный
элемент.

03

Располагая элемент на полосе,
не забывайте применить эффект
прозрачности (50%).

04

Дополнительная фирменная
полоса всегда располагается
от края до края!

05

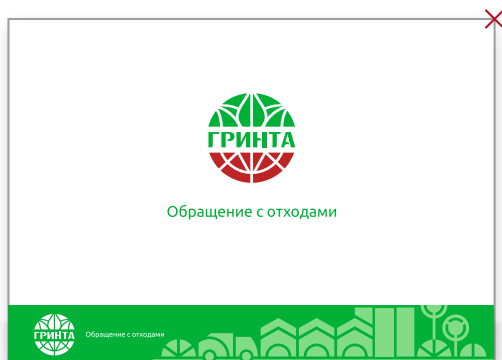
Следите за высотой полосы!
Она не должна превышать 1/6
высоты формата, на котором
располагается.

06

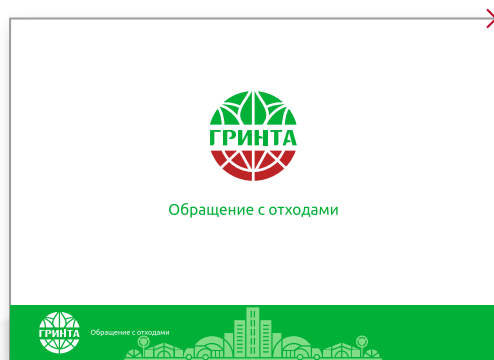
Полоса всегда должна распола-
гаться внизу! Никакое другое
положение полосы недопустимо!

3.25 Примеры nereкомендуемого использования дополнительной полосы

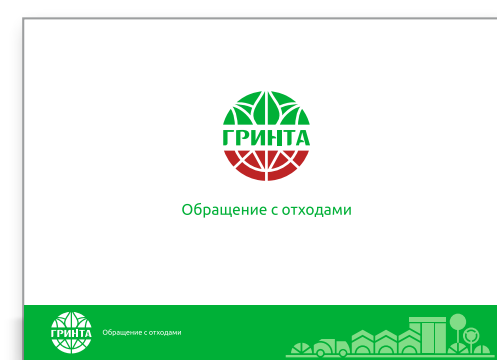
01



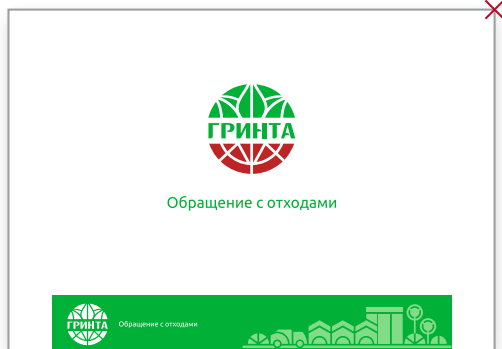
02



03



04



05



06

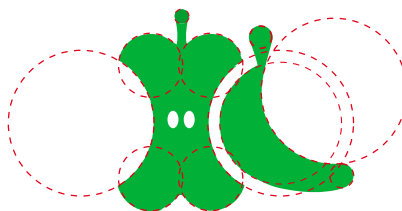


3.26 Фирменная инфографика

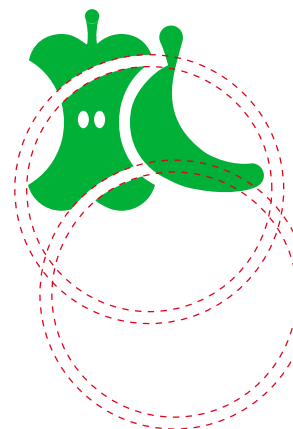
Фирменные пиктограммы имеют четкий и понятный принцип построения. Отличительными особенностями являются правильные геометрические формы в основе и характерные фирменные членения.

Используйте пиктограммы при брендировании фирменной продукции, в полиграфии, на сайте.

Шаг 1.
Построение общей формы по правильным геометрическим формам



Шаг 2.
Накладываются фирменные членения



Готовая пиктограмма



Набор фирменной инфографики

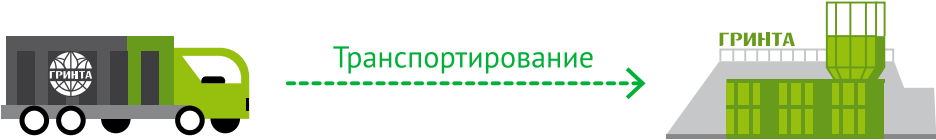


Талисман компании



Инфографика не ограничивается использованием пиктограмм. Вы можете использовать цвет, шрифты, характерные формы и линии в оформлении схем и таблиц.

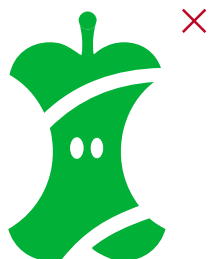
Материалы, оформленные с использованием фирменной графики, станут более аутентичными и эффективными.



	2018	2019	2020	2021
Набережные Челны	145,5 т	224 т	357,8 т	478 т
Альметьевск	67,4 т	123,2 т	206,5 т	312 т
Елабуга	26 т	69,7 т	102,4 т	173,8 т

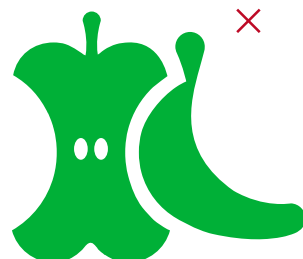


3.27 Рекомендации по инфографике



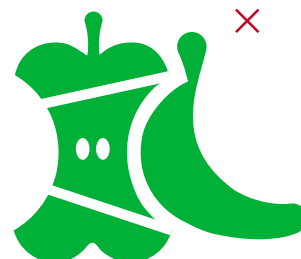
01

В пиктограммах должно быть два объекта. Единичные объекты недостаточно информативны, а композиции из трёх и более предметов слишком громоздки.



02

Нельзя использовать пиктограммы без членений. Так они потеряют уникальность и узнаваемость.



03

Членения должны быть плавных полукруглых форм. Не делайте их прямыми или угловатыми.



04

Не делайте слишком много членений, это ломает форму. Членения должны присутствовать только на ближнем объекте, дальний лучше выполнять сплошной заливкой.

4 Дизайн ключевых носителей бренда

Брендирование материалов
и коммуникаций ГРИНТЫ в едином
узнаваемом фирменном стиле
позволит создать цельное
впечатление от бренда.

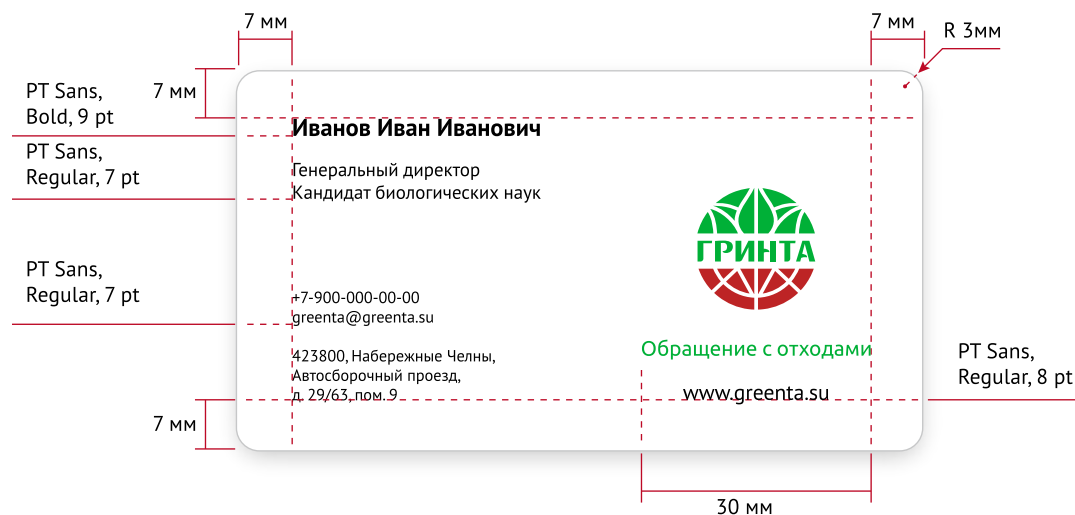
Ниже приведен дизайн ключевых носителей бренда ГРИНТА. При создании новых макетов всегда обращайтесь к данному брендбуку. Руководство даёт достаточно свободы в использовании системы визуальной идентификации.

4.1 Визитная карточка

Визитка – представительский носитель бренда. Выполнена в сбалансированном строгом дизайне без использования дополнительных декоративных элементов.

Скругление углов поддерживает общий округлый фирменный стиль.

Всегда используйте готовые файлы!



4-Dokumentation / 1-Vizit card / Vizit card (ai, pdf, jpeg)



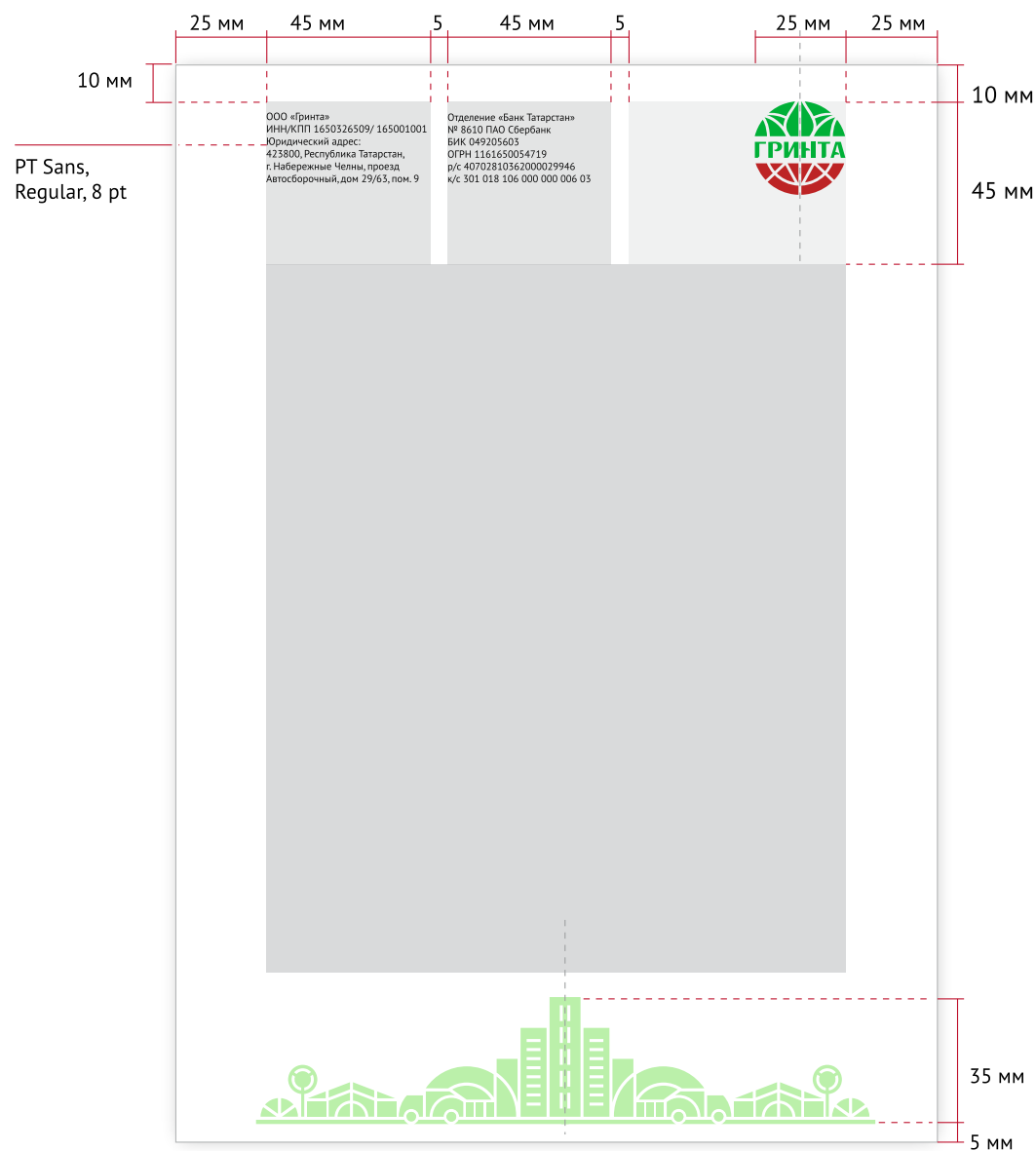


4.2 Бланк письма

Дизайн бланка выполнен в сдержанном ключе корпоративной документации. Внизу бланка предусмотрен центральный фирменный элемент, от которого можно отказаться, если документ объёмный.

Всегда используйте готовые файлы!

4-Documentation / 2-Blank / Blank (word, pdf, jpeg)





ООО "Гринта"
ИНН/КПП 1650326509/165001001
Юридический адрес:
423800, Республика Татарстан,
г. Набережные Челны, проезд
Автосборочный, дом 29/63, пом. 9

Отделение «Банк Татарстан»
№ 8610 ПАО Сбербанк
БИК 0492053803
ОГРН 1181650054719
р/с 40702810362000029946
к/с 301 018 106 000 000 006 03

Сбор отходов

Сбор отходов — процесс перемещения отходов от мусорообразователя до процесса вывоза отходов. Мусорообразователь — физическое или юридическое лицо, образующее отходы в процессе своей жизнедеятельности или хозяйственной деятельности. Мусорообразователь обременён затратами на содержание процессов сбора, вывоза мусора и его утилизации.

Методы сбора отходов:

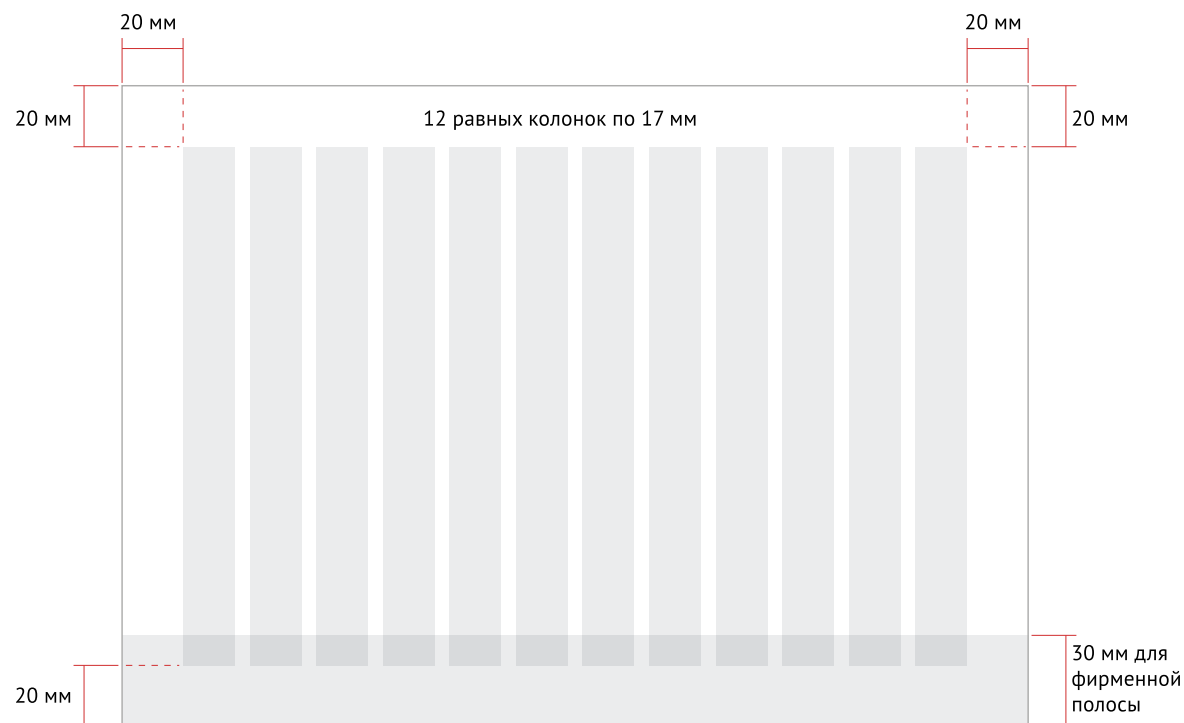
1. Поквартирный — мусорообразователь с мусором подходит в установленные часы к мусоровозу и в его контейнер бросает мусор. Поквартирный метод менее затратный, поскольку не требует оборудованных контейнерных площадок и контейнеров. Но, в свою очередь, неудобный для мусорообразователей, так как мусорообразователь может воспользоваться данным методом сбора в определённое время.
2. Контейнерный — на специально оборудованных контейнерных площадках устанавливаются контейнеры, мусорообразователи несут мусор в эти контейнеры. Контейнерный метод удобен для мусорообразователей, но является более затратным.



4.3 Шаблон презентации

В основе шаблона презентации используется классическая сетка в 12 колонок. Она позволяет создавать чёткую и разнообразную вёрстку. Шаблон предусматривает использование фирменной полосы по низу каждого листа кроме обложек. На этой полосе располагается логотип, фирменный элемент, название презентации и/или слайда и номер страницы.

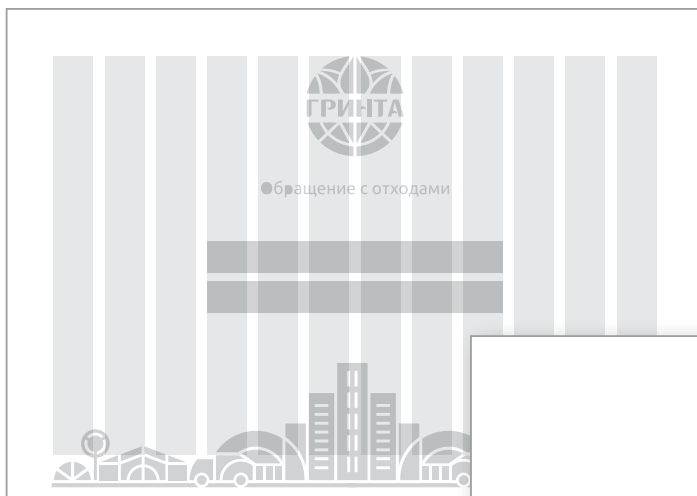
Далее приведены примеры вёрстки слайдов с текстом и с картинками.



4-Documentation / 3-Presentation / Presentation (pptx, pdf)

Здесь приведён пример шаблона для презентации формата A4. В случае широкоформатной презентации следуйте тем же правилам: равные отступы с каждого края и 12 равных колонок.





Обложка презентации

Центральная композиция и использование центрального фирменного элемента

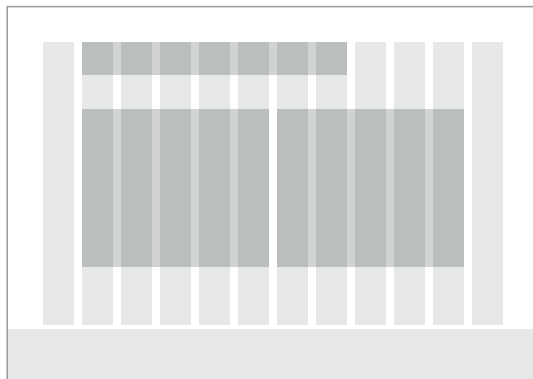


Обращение с отходами

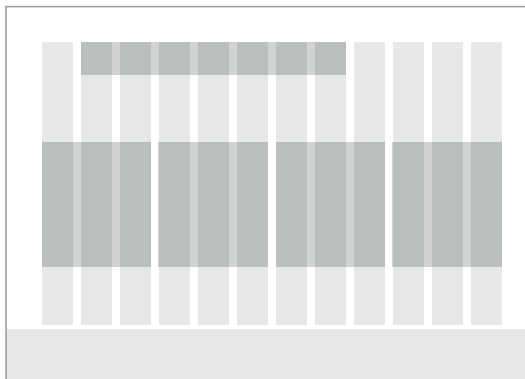
**ВМЕСТЕ СДЕЛАЕМ
РЕГИОН ЧИЩЕ**



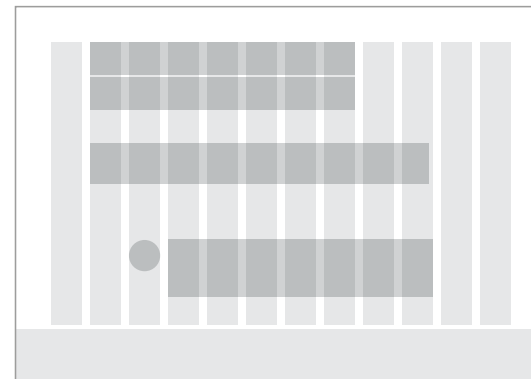
Примеры текстовых слайдов



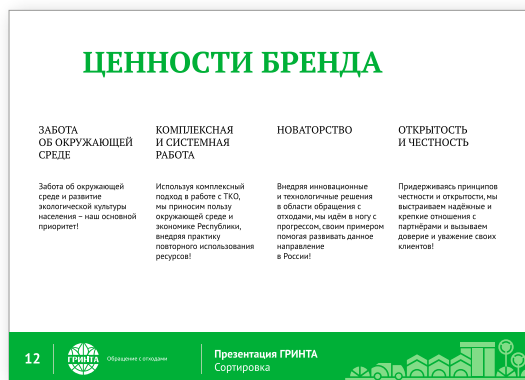
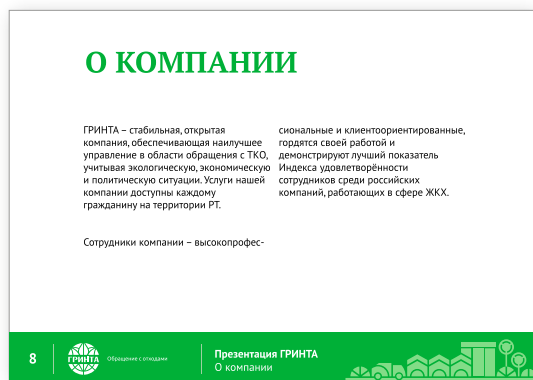
Текст в две колонки



Подзаголовок и текст в три колонки



Выделенный текст
и примечание

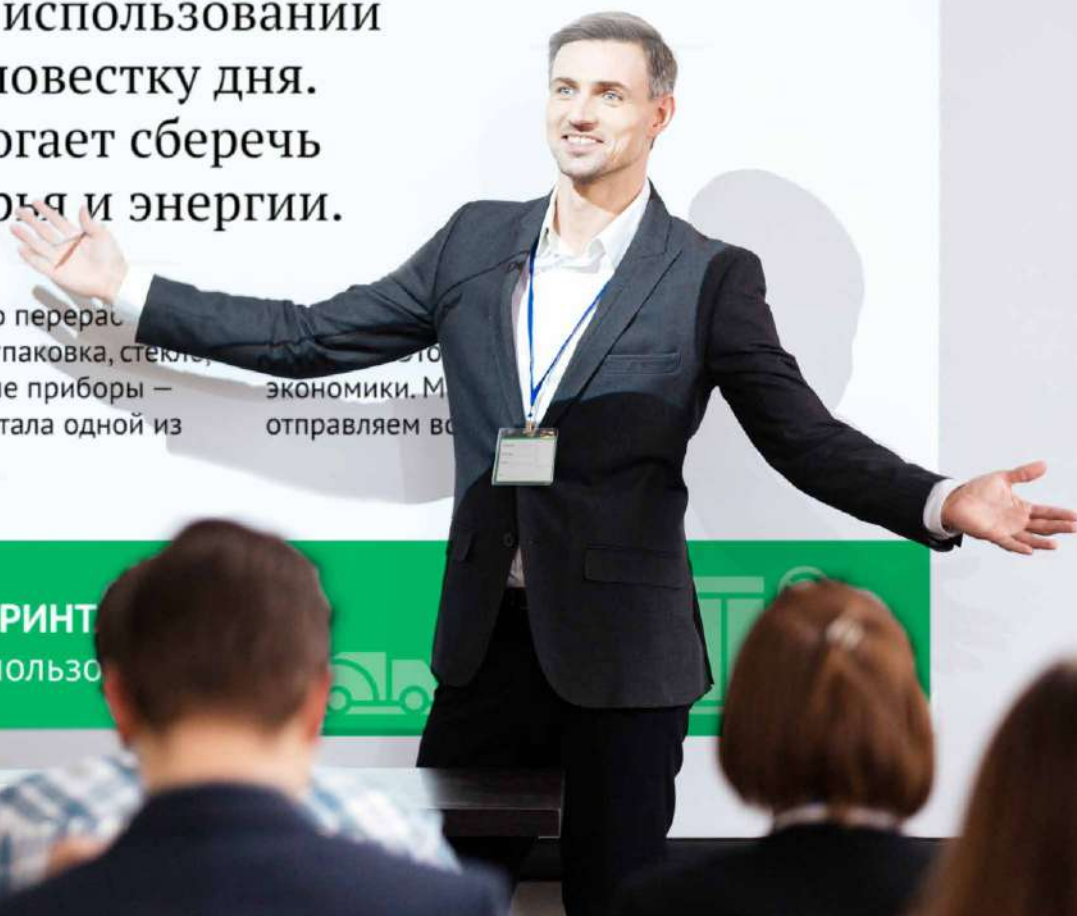


ПОВТОРНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

С каждым годом население выбрасывает все больше упаковок, крышек, бытовой техники. Сегодня вопрос о повторном использовании отходов вновь поставлен на повестку дня. «Вторая жизнь» отходов помогает сберечь значительное количество сырья и энергии.



Во всем мире вторично перерабатываются макулатура, упаковка, стекло, дерево, металл, бытовые приборы — переработка отходов стала одной из экономик. Мы отправляем во



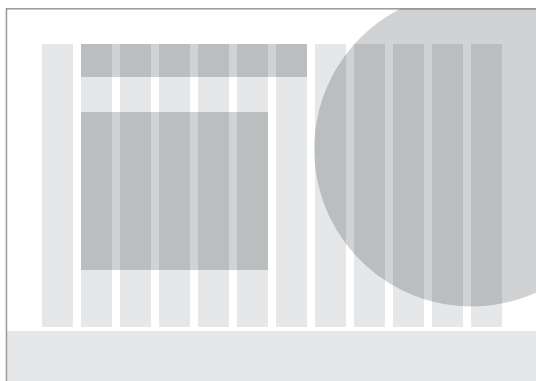
19



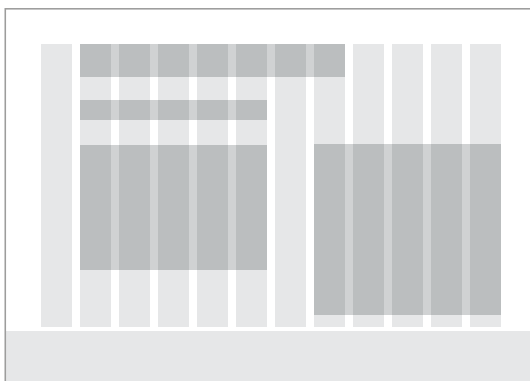
Обрат

Презентация ГРИНТА
Повторное использо

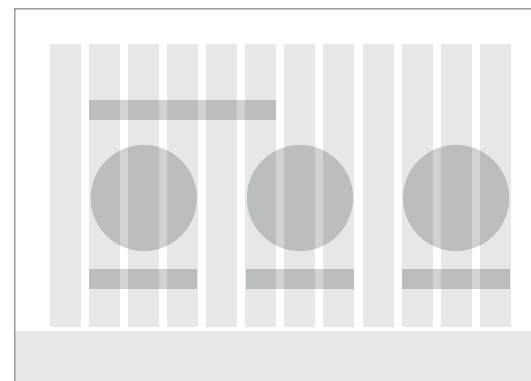
Примеры слайдов с изображениями



Изображение в округлом выделенном поле



Стандартное расположение изображения



Ритмичное расположение, структурированная информация

ВИДЫ СОРТИРУЕМЫХ ОТХОДОВ

Многие виды отходов могут быть использованы вторично, и для каждого вида отходов есть соответствующая технология переработки. Для разделения отходов по материалу используются различные виды сепарации.



10 |  Обращение с отходами | Презентация ГРИНТА Сортировка

Разделение отходов по материалу

Многие виды отходов могут быть использованы вторично, и для каждого вида отходов есть соответствующая технология переработки. Для разделения отходов по материалу используются различные виды сепарации.



11 |  Обращение с отходами | Презентация ГРИНТА Сортировка

Наиболее часто используемые сепарации для вторичного использования

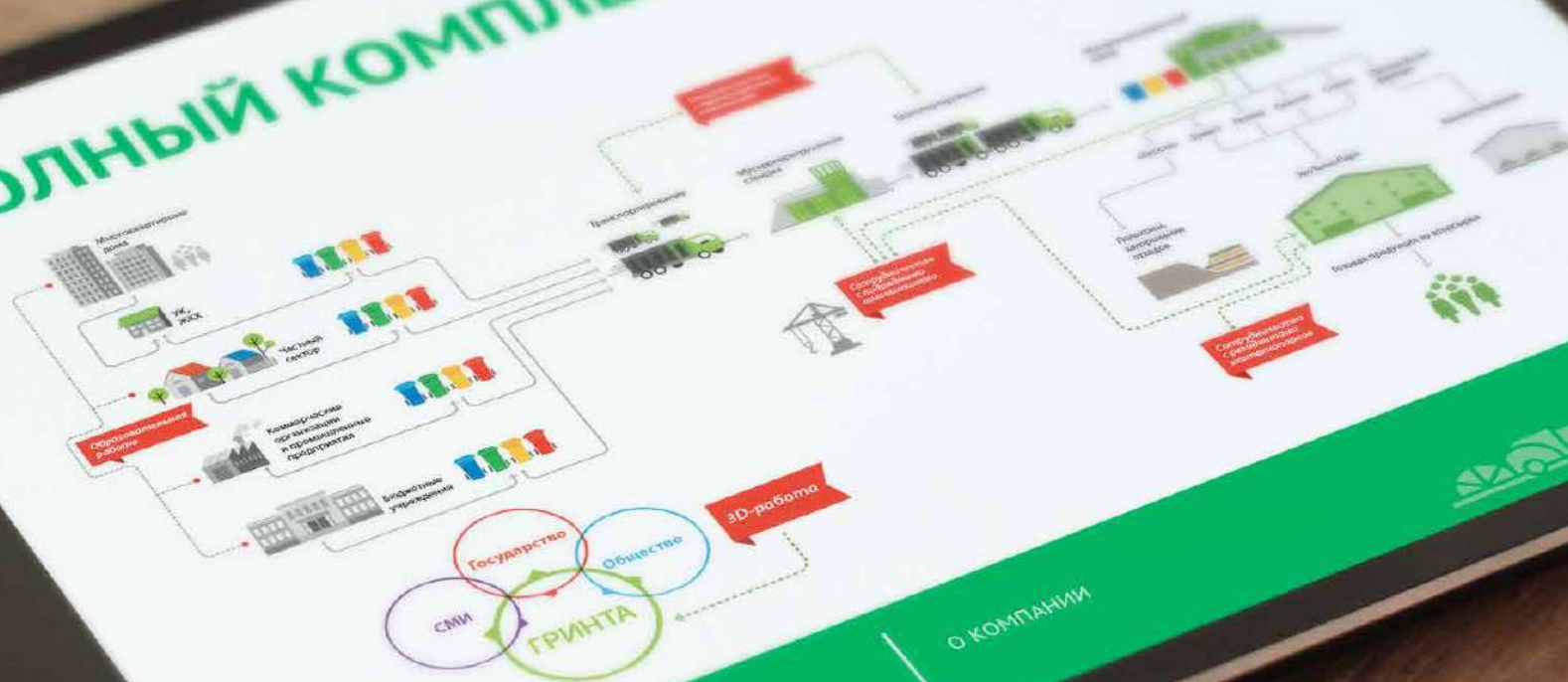


Пластик Бумага, картон Металл

12 |  Обращение с отходами | Презентация ГРИНТА Сортировка



ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКС



Обращение с отходами

О КОМПАНИИ

4.4 Контейнеры

Контейнеры брендируются логотипом и фирменными пиктограммами



4.5 Мусоровоз

Мусоровозы и транспортные средства
брендируются боковым фирменным
элементом и логотипом



4.6 Сайт Главная страница

Здесь приведён эскиз того, как может выглядеть главная страница сайта ГРИНТА.

Важно использование фирменных цветов, лаконичной инфографики, фирменных шрифтов и качественных изображений.

Шапка и меню

Заставка со слоганом и основными данными

Главные направления деятельности компании с иконками в фирменном стиле

Тело сайта – новости, галерея и другие важные разделы

Яркий футер с фирменным элементом

