



# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Эти рекомендации являются важным инструментом для корректного использования фирменного стиля компании «Сервье».

**В документе изложены ключевые правила использования логотипа и других графических элементов. Эти правила необходимы для сохранения единообразия во всех материалах компании.**

По любым вопросам, касающимся использования фирменного стиля, пожалуйста, обращайтесь к Ольге Грозовой:  
[olga.grozova@servier.com](mailto:olga.grozova@servier.com)

**SERVIER**   
*moved by you*

Новый фирменный стиль призван стать отражением трансформации на всех уровнях компании.

Он является олицетворением наших убеждений и нашей уникальности. Благодаря статусу независимой компании под управлением некоммерческого фонда мы обладаем свободой выбирать собственный путь. Это означает – прислушиваться к пациентам и предлагать им наиболее подходящие решения.

Новый логотип призван подчеркнуть нашу гибкость. Напоминающий улыбку элемент буквы R поддерживает фирменную звезду и является символом эмпатии, сотрудничества и поддержки.

Теплая палитра новых фирменных цветов отражает направленность нашей деятельности на благо человека и общества, а также гармонично сочетается с нашим слоганом «движемся вместе» (*moved by you*) — вместе с женщинами и мужчинами, пациентами, специалистами здравоохранения, партнерами и сотрудниками «Сервье». Именно благодаря им мы можем работать в соответствии с нашим призванием и вносить вклад в терапевтический прогресс для удовлетворения потребностей пациентов.

**ВВЕ  
ДЕ  
НИЕ**

# СОДЕРЖАНИЕ

## 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

1.1	Логотипы и символ	5
1.2	Охранная зона и минимальный размер логотипа	6
1.3	Монохромные логотипы и символ	7
1.4	Варианты использования логотипов и символа	8
1.5	Примеры некорректно использования логотипов и символа	9

## 2. ГРАФИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

2.1	Визуальные элементы	11
2.2	Цветовая палитра	12
2.3	Корпоративные шрифты	13
2.4	Размер логотипа в печатных материалах	14
2.5	Размер логотипа на цифровых носителях	16
2.6	Принцип построения «улыбки»	17
2.7	Правила использования «улыбки»	18
2.8	Принципы верстки заголовков	21
2.9	Принципы оформления заголовков в цифровых материалах	22
2.10	Использование фотографий	23
2.11	Иллюстрации, изображающие пациентов	24

## 3. ПЕЧАТНЫЕ И ЦИФРОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1	Двустраничный фирменный бланк	28
3.2	Визитная карточка	29
3.3	Почтовый конверт	30
3.4	Подпись электронной почты	31
3.5	Бейдж	32
3.6	Виртуальный фон Microsoft® Teams®	33
3.7	Обои для рабочего стола	34
3.8	Социальные сети	35
3.9	Обложки брошюр	37
3.10	Внутренние развороты	38
3.11	Презентация PowerPoint®	39
3.12	Новостной дайджест	40
3.13	Плакаты	41
3.14	Баннеры	42



01

# ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

## 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

### 1.1 Логотипы и СИМВОЛ

#### Логотип со слоганом

При использовании логотипа со слоганом (moved by you) в материалах для внешних аудиторий необходимо наличие в материале **сноски с согласованным переводом слогана** («двигаемся вместе») (см. пример [по ссылке](#))

При направлении логотипа третьим лицам для размещения на сторонних ресурсах, необходимо использовать **логотип без слогана**.

#### Символ

Символ используется для минималистичного обозначения бренда компании в некоторых средствах коммуникации (в частности, в качестве иконки/аватара для цифровых ресурсов).

#### Три основных фирменных цвета:

- темно-синий
- мандариновый
- белый

Белый цвет является предпочтительным фоновым цветом и неотъемлемой частью палитры фирменных цветов «Сервье» (см. стр. 12).

Логотип со слоганом



Логотип без слогана



Символ



Скачать файлы:



#### ТЕМНО-СИНИЙ

C100 M95 Y0 K30  
R36 G34 B106  
#24226a  
pantone® 2756 C

#### МАНДАРИНОВЫЙ

C0 M75 Y70 K0  
R245 G91 B65  
#f55b41  
pantone® 171 C

#### БЕЛЫЙ

C0 M0 Y0 K0  
R255 G255 B255  
#ffffff

## 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

### 1.2 Охранная зона и минимальный размер логотипа

#### Охранная зона

Это минимальное расстояние, эквивалентное высоте буквы «Е» логотипа, которое должно быть между логотипом и любым другим элементом (текстом, изображением, границами документа и т.п.). В охранной зоне не должно располагаться никаких посторонних элементов, так как это влияет на его читаемость.

#### Символ

Охранная зона символа эквивалентна полутора размерам толщины «улыбки» с правой стороны и двум размерам толщины «улыбки» с других сторон.

#### Минимальный размер

Минимальный размер логотипа составляет 15 миллиметров в ширину для логотипа со слоганом, 10 миллиметров для логотипа без слогана и 5 миллиметров для символа. Это требования необходимы для того, чтобы сохранить читаемость логотипа при печати.

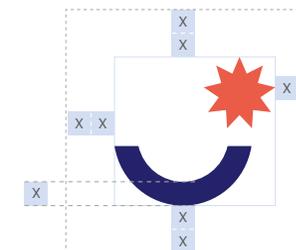
Логотип со слоганом



Логотип без слогана



Символ



## 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

### 1.3 Монохромные ЛОГОТИПЫ И СИМВОЛ

#### Логотипы и символ в темно-синем цвете

При одноцветной печати на белом фоне используется темно-синий вариант логотипа или символа.

#### Логотипы и символ в белом цвете

При одноцветной печати на темно-синем фоне используется белый вариант логотипа или символа.

#### Логотипы и символ в черном цвете

Используется при черно-белой печати на белом фоне (когда цветная печать недоступна).

#### Логотипы и символ в белом цвете

Используется при черно-белой печати на черном фоне (когда цветная печать недоступна).

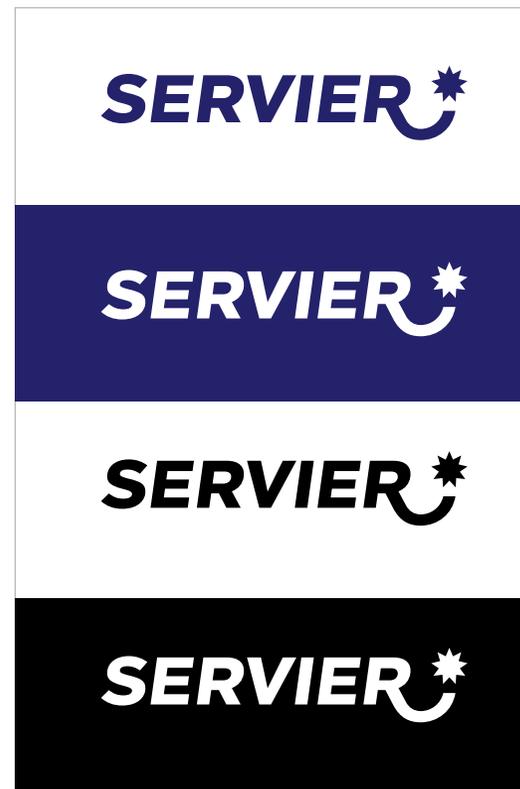
Скачать файлы:



Логотип со слоганом



Логотип без слогана



Символ



## 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

### 1.4 Варианты использования ЛОГОТИПА И СИМВОЛА

#### Белый фон

На белом фоне используется классическая версия логотипа и символа в сине-мандариновом цвете и с соблюдением охранных зон.

#### Темно-синий фон

На фирменном темно-синем фоне используется логотип бело-мандаринового цвета.

#### Светлый фон

На светлом фоне логотипы и символ должны быть цветными (плотность фона: максимум 20%).

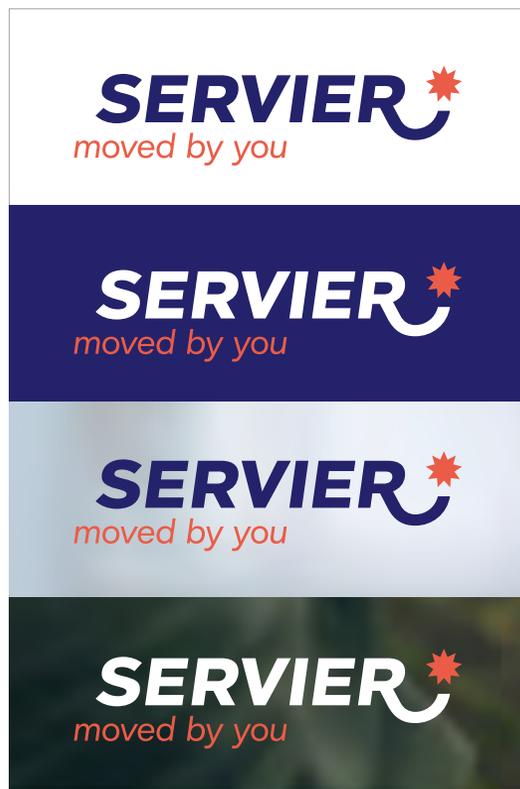
#### Темный фон

На темном фоне используется логотип белого цвета (плотность фона: минимум 60%).

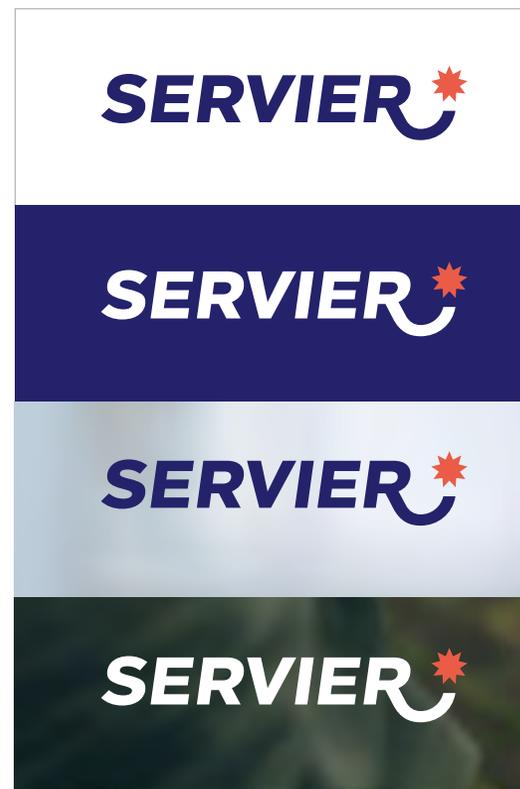
#### Примечание:

Важно учитывать особенности каждого конкретного фона и обеспечивать достаточную контрастность и хорошую читаемость логотипа и символа.

Логотип со слоганом



Логотип без слогана

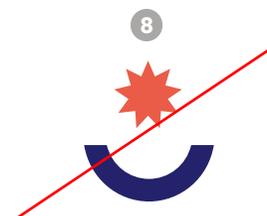


Символ



### 1.5 Примеры некорректного использования логотипа и символа

- 1 Не изменяйте цвета логотипа
- 2 Не изменяйте шрифты слогана
- 3 Не применяйте к логотипу эффекты
- 4 Не искажайте форму логотипа
- 5 Не изменяйте размер звезды
- 6 Не используйте логотип без звезды
- 7 Не нарушайте охранную зону
- 8 Не изменяйте символ



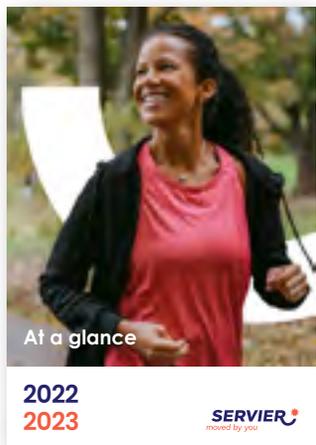


# 02

# ГРАФИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

## 2. ГРАФИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

### | 2.1 Визуальные элементы



В основе графических решений нового фирменного стиля лежит напоминающий улыбку элемент буквы R, взятый из логотипа: он используется в том числе как самостоятельный элемент, символизирующий заботу, доброжелательность и энтузиазм.

Этот элемент стал отражением открытости и сотрудничества, которыми мы руководствуемся во всех аспектах своей деятельности.



### 2.2 Цветовая палитра

#### Основная палитра

Основная палитра состоит из трех цветов, используемых в логотипе (темно-синий, мандариновый и белый), а также двух более светлых оттенков фирменного синего цвета.

#### Вспомогательная палитра

Основную палитру дополняют четыре цвета, соответствующие ключевым терапевтическим областям.

Эти цвета могут использоваться как для заливки, так и для текста в сочетании с черным цветом (см. примеры в главе 3 «Печать и цифровые приложения», стр. 26).

#### Режимы печати

Применимые цветовые модели могут отличаться в зависимости от материалов и/или режима печати:

- CMYK
- RGB
- Hex
- Pantone®

#### Основные цвета

##### темно-синий

C100 M95 Y0 K30  
R36 G34 B106  
#24226a  
pantone® 2756 C

C95 M84 Y3 K0  
R50 G60 B142  
#323c8e  
pantone® 2117 C

C20 M10 Y0 K0  
R212 G222 B242  
#d4def2  
pantone® 2706 C

##### мандариновый

C0 M75 Y70 K0  
R245 G91 B65  
#f55b41  
pantone® 171 C

##### белый

C0 M0 Y0 K0  
R255 G255 B255  
#ffffff

#### Дополнительные цвета

C48 M56 Y0 K0  
R155 G125 B205  
#9c7dcc  
pantone® 2655 C

C64 M0 Y15 K0  
R71 G191 B217  
#47bfd9  
pantone® 637 C

C0 M25 Y95 K0  
R253 G196 B0  
#fdc400  
pantone® 123 C

C51 M0 Y75 K0  
R145 G196 B97  
#91c461  
pantone® 2269 C

### | 2.3 Корпоративные шрифты

#### Корпоративная типографика

POPPINS — основной шрифт бренда «Сервье» для материалов на языках, использующих латиницу. Шрифт Poppins недоступен на кириллице, поэтому не используется в материалах на русском языке.

# Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

#### Офисная типографика

Для языков, использующих латиницу, шрифт CENTURY GOTHIC является предпочтительным в делопроизводстве (для презентаций PowerPoint®, шаблонов Word®, подписей в электронной почте и т. д.).

**Для языков, использующих кириллицу, он является основным шрифтом.**

# Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

## 2.4 Размер логотипа в печатных материалах

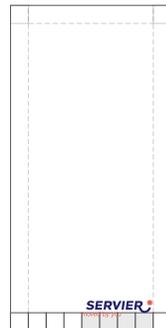
На печатных носителях размер логотипа и полей рассчитывается в зависимости от формата носителя.

Как показано в таблице, это соотношение зависит от ширины носителя (например, для вертикального формата А4 размер поля равняется 1/14 ширины документа, а ширина логотипа составляет 4/14).

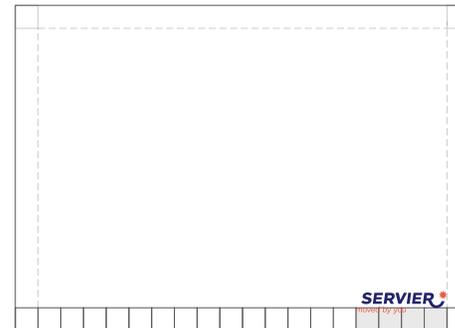
По умолчанию логотип располагается в правом нижнем углу.



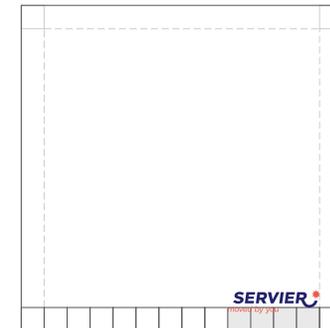
1



2



3



4

Расположение логотипа со слоганом



Форматы	Поле документа	Размер логотипа
1. Вертикальный 210 x 297 мм	1/14 общей ширины	Ширина логотипа = 4/14 общей ширины
2. Листовка 105 x 210 мм	1/9 высоты	Ширина логотипа = 4/9 общей ширины
3. Горизонтальный 297 x 210 мм	1/20 общей ширины	Ширина логотипа = 4/20 общей ширины
4. Квадрат 210 x 210 мм	1/14 высоты	Ширина логотипа = 4/14 общей ширины

### 2.4 Размер логотипа в печатных материалах (продолжение)

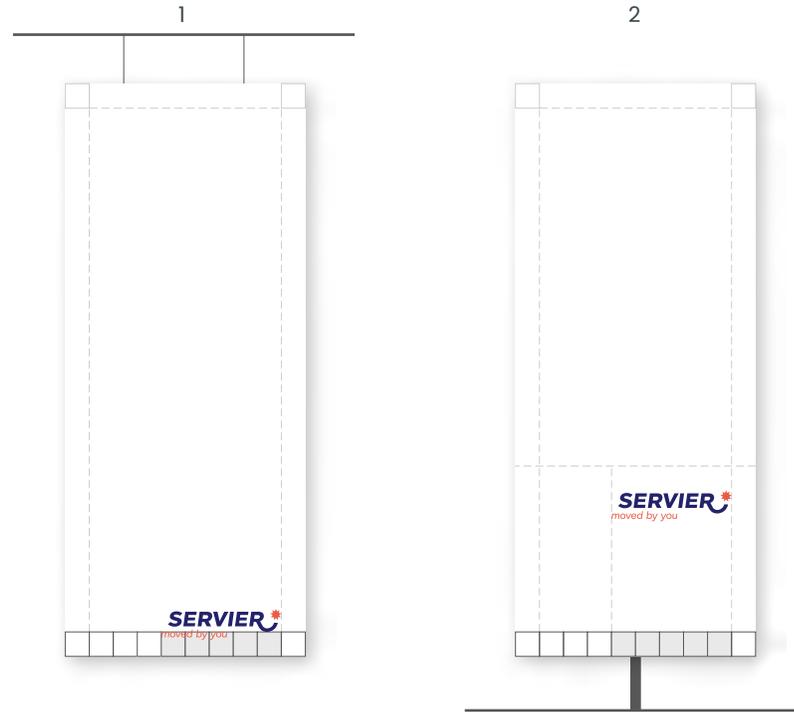
При использовании на баннере, логотип можно расположить двумя разными способами в зависимости от типа баннера.

#### 1. Подвесной баннер

Логотип располагается в правом нижнем углу.

#### 2. Ролл-ап

При размещении баннера на полу логотип должен быть расположен в пределах нижней трети носителя для обеспечения лучшей читаемости.



Форматы	Поле документа	Размер логотипа
Баннер 850 x 2000 мм	1/10 общей ширины	Ширина логотипа = 5/10 ширины

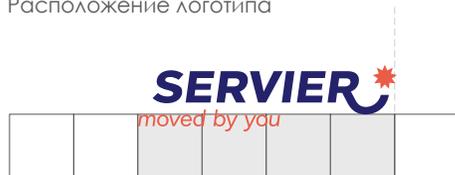
## 2.5 Размер логотипа на цифровых носителях

На цифровых носителях размер логотипа и полей также зависит от формата.

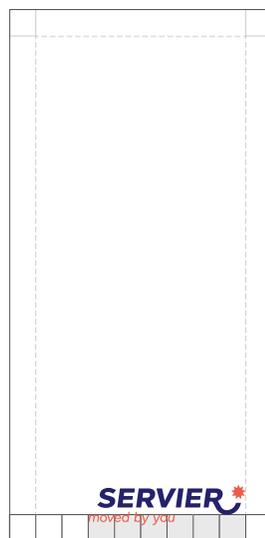
Соотношение логотипа, полей и форматов показано в таблице справа (например, для вертикального формата поле равняется 1/7 ширины, а ширина логотипа составляет 4/14 этой же ширины).

Логотип располагается в правом нижнем углу согласно представленным примерам.

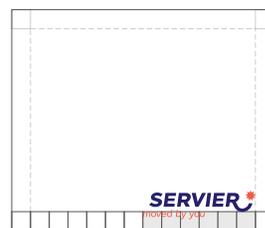
Расположение логотипа



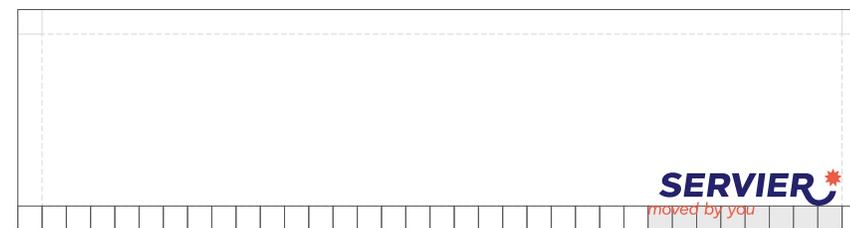
1



2



4



3

Форматы	Поле документа	Размер логотипа
1. Вертикальный 160 x 600 пикселей	1/7 высоты	Ширина логотипа = 5/7 ширины
2. Вертикальный 300 x 600 пикселей	1/10 общей ширины	Ширина логотипа = 6/10 ширины
3. Квадрат 300 x 250 пикселей	1/14 высоты	Ширина логотипа = 6/14 ширины
4. Горизонтальный 970 x 250 пикселей	1/35 высоты	Ширина логотипа = 8/35 общей ширины

### 2.6 Принципы построения «улыбки»

«Улыбка» — простая геометрическая фигура, которая лежит в основе нового визуального стиля «Сервье»

Толщина «улыбки» определяется как радиус круга, разделенный на три равные по ширине отрезка.

После определения толщины линии, окружность делится на четверти.

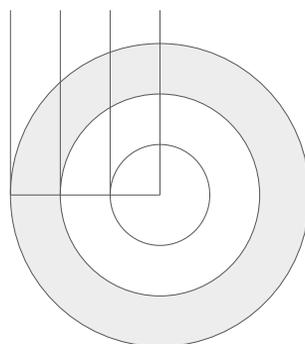
Возможны два варианта «улыбки»:

- А. четверть круга
- Б. полукруг

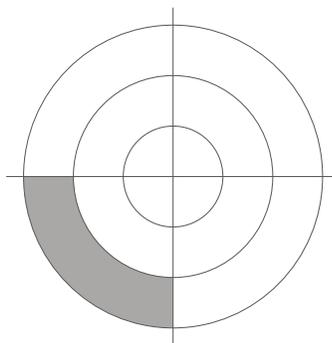
Примечание:

Вариации «улыбки» могут использоваться в направлении, противоположном направлению чтения, что позволяет создавать различные графические решения.

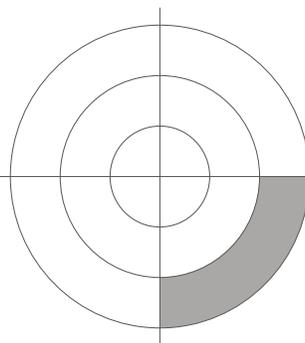
Радиус делится на три части



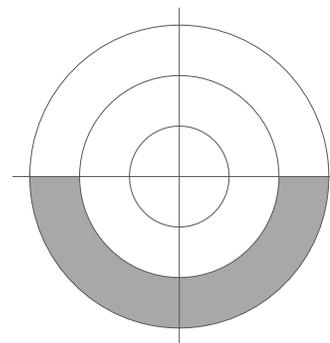
Построение «улыбки»



А. четверть круга

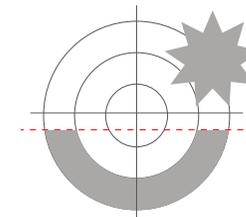
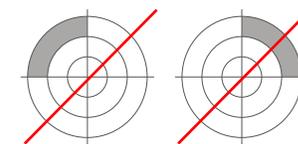


вариация четверти круга



Б. полукруг

Запрещается использовать верхние четверти круга.



**ВАЖНО!**

Принцип построения символа отличается: в нем улыбка начинается ниже центра круга.

### 2.7 Правила использования «улыбки»

Графический элемент «улыбка» может быть использован практически любым способом при соблюдении базовых требований. Размер «улыбки» и ее расположение зависят от макета и формата материала.

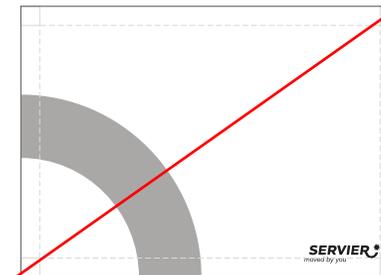
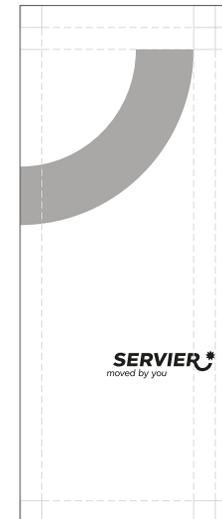
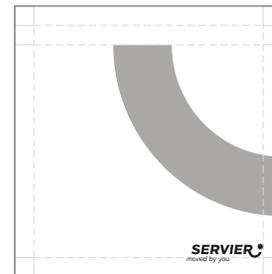
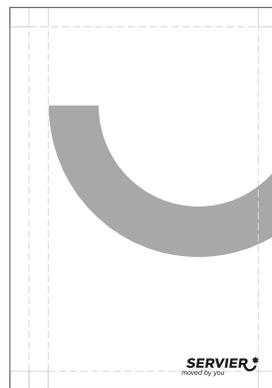
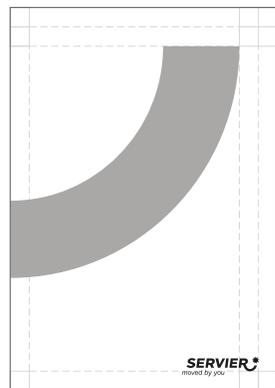
«Улыбка» должна оставаться читаемой, поэтому одна из ее частей должна всегда оставаться видимой, независимо от типа макета.

Видимая часть «улыбки» должна составлять не менее 1/4 круга.

Минимальное расстояние видимого края «улыбки» до границы макета должно быть эквивалентно двум стандартным для макета полям.

#### Примечание:

Примеры использования «улыбки» показаны в главе 3 «Печать и цифровые приложения» (см. стр. 26).



Запрещается использовать перевернутую «улыбку»

### 2.7 Правила использования «улыбки»: выбор цвета

Для цветных материалов возможны четыре варианта цветовых сочетаний, которые перечислены ниже и показаны справа. Использование любых иных комбинаций цветов запрещено.

#### Сочетание 1

Темно-синий фон, белая «улыбка»

#### Сочетание 2

Темно-синий фон, синяя «улыбка».

#### Сочетание 3

Белый фон, темно-синяя «улыбка»

#### Сочетание 4

Белый фон, голубая «улыбка»

#### Темно-синий:

C100 M95 Y0 K30  
R36 G34 B106  
#24226A  
pantone® 2756 C

#### Синий:

C95 M84 Y3 K0  
R50 G60 B142  
#323c8e  
pantone® 2117 C

#### Голубой:

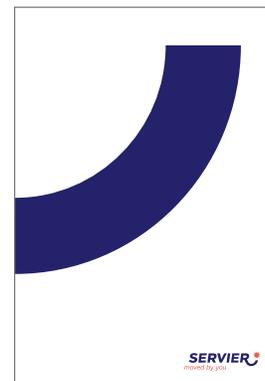
C20 M10 Y0 K0 - R212 G222 B242  
#d4def2 - pantone® 2706 C



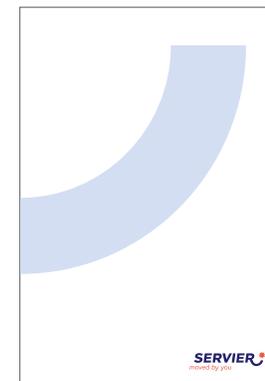
1



2

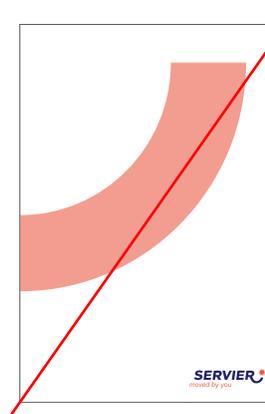
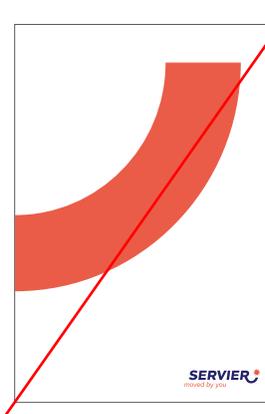
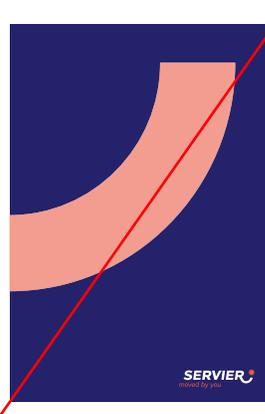
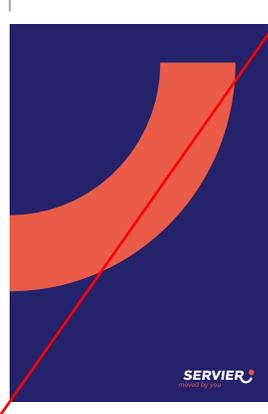


3



4

Запрещено



## 2. ГРАФИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

### 2.7 Правила сочетания «улыбки»: с другими элементами

Возможны два варианта сочетания «улыбки» и других элементов:

#### Вариант 1

Иллюстрация помещается в «улыбку» (примеры 1 и 2)

#### Вариант 2

«Улыбка» помещается в иллюстрацию (примеры 3 и 4).

#### Примечание:

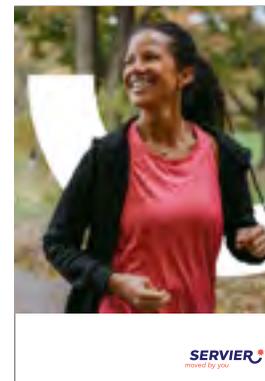
При объединении «улыбки» и иллюстрации, «улыбка» должна использоваться в цветах, приведенных на предыдущей странице.



1



2



3



4

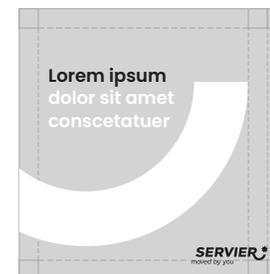
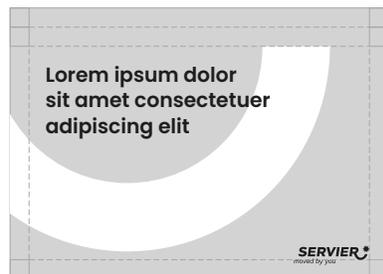
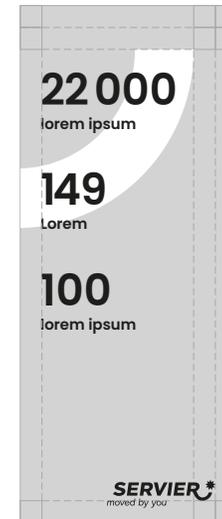
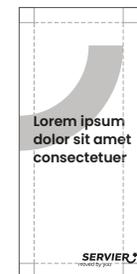
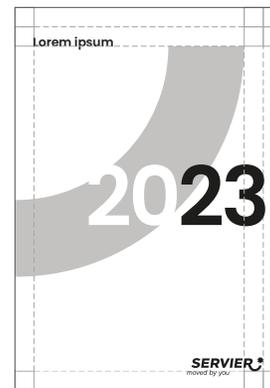
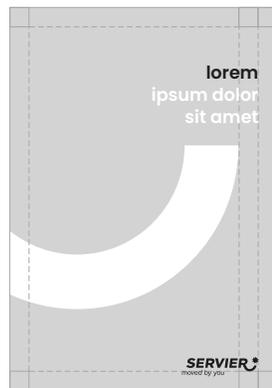
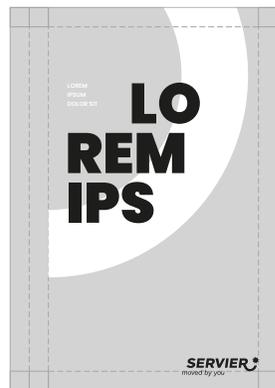
### | 2.8 Принципы верстки заголовков

Типографика играет ключевую роль в оформлении макета в новом фирменном стиле.

Справа представлены возможные варианты оформления заголовков в сочетании с «улыбкой». Рекомендуется выделять заголовок визуально, используя два контрастных цвета или деление на слоги, если он состоит только из одного слова.

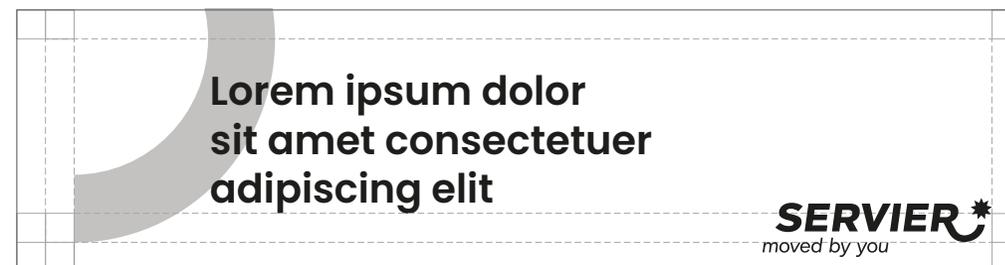
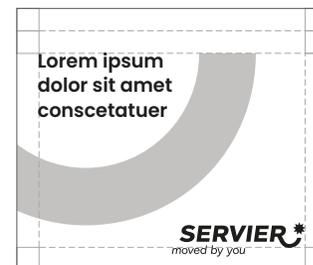
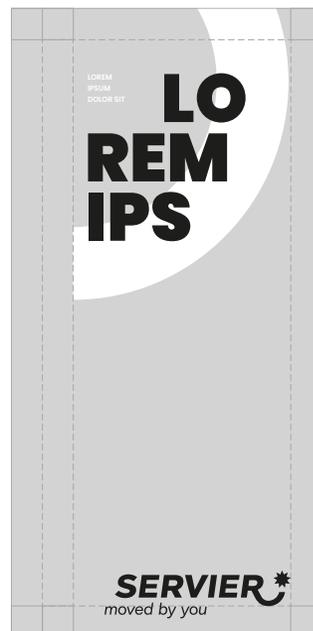
**Примечание:**

Заголовок должен композиционно сочетаться с «улыбкой». Он может быть размещен поверх нее или находиться в той части страницы, которая гармонирует с ее формой и расположением.



### 2.9 Принципы оформления заголовков в цифровых материалах

При работе с макетами для цифровых материалов следует придерживаться тех же рекомендаций, что и для печатных макетов (см. стр. 20).



### 2.10 Использование фотографий

Используемые изображения делятся на два основных типа:

1. Иллюстрации, изображающие специалистов
2. Иллюстрации, изображающие пациентов (см. следующую страницу)

#### Изображения специалистов

Эти изображения демонстрируют опыт сотрудников в достижении единой цели в области **здравоохранения**. Фотографии созданы в рабочей обстановке и передают следующие ценности: опыт, профессионализм, компетентность и сотрудничество.

#### Фотография или иная иллюстрация должны соответствовать простым правилам:

Рекомендуется использовать светлые кадры, сочетающие в себе несколько цветовых акцентов, строгое кадрирование, легкий контраст и достаточную глубину резкости. Следует избегать использования чрезмерно холодных и переэкспонированных изображений.

#### Примечание:

Представленные справа изображения доступны в библиотеке фотографий «Сервье», которая также включает изображения из библиотеки Gettyimages.

#### Изображения можно найти [на ресурсе «e-photo»](#)

Перед использованием выбранной фотографии необходимо ознакомиться с условиями ее использования.



## 2. ГРАФИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

### 2.11 Иллюстрации, изображающие пациентов

#### Фотографии пациентов:

Такие изображения должны выражать теплые отношения и связь поколений, а также отражать такие ценности как сотрудничество и доброжелательность.

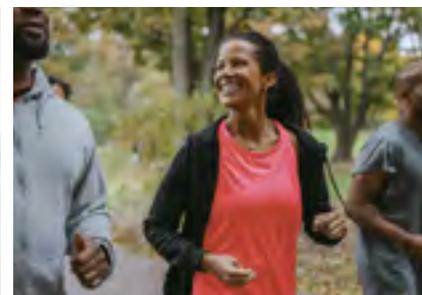
Необходимо, чтобы фотографии были максимально естественными с точки зрения освещения и мимики героев. Запечатленные на фотографиях моменты должны быть простыми и понятными для восприятия.

#### Примечание:

Изображения справа взяты из библиотеки Gettyimages.

Вы можете найти их [на ресурсе «e-photo»](#).

Перед использованием выбранной фотографии необходимо ознакомиться с условиями ее использования.



### 2.12 Пиктограммы

Состоящие из линий пиктограммы открывают возможности для иллюстрации отдельных направлений деятельности компании. Пиктограммы могут быть использованы как для печатных, так и для цифровых материалов.

Пиктограммы можно использовать в темно-синем цвете на белом фоне или наоборот.

[Скачать файлы:](#)



Препараты-  
дженерики



Показатели



Исследования и  
разработки



Цифровые  
материалы



### 2.12 Пиктограммы (продолжение)

Каждое терапевтическое направление представлено пиктограммой, цвет и дизайн которой должен оставаться неизменным.

Для пиктограмм используются цвета дополнительной палитры (см. стр. 12).

[Скачать файлы:](#)



Онкология



Кардиология и  
метаболические нарушения



Нейродегенеративные  
заболевания



Иммуновоспалительные  
заболевания



# 03

## ПЕЧАТНЫЕ И ЦИФРОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## 3.1 Двустраничный фирменный бланк

Бланк компании должен соответствовать представленному шаблону.

#### 1. Текстовая область

Шрифт Century Gothic Regular, 10 пт, интервал перед абзацем 0 пт, междустрочный интервал 12 пт, цвет: черный

#### 2. Адрес и контактные данные

Шрифт Century Gothic Regular, 6,5 пт, интервал перед абзацем 0 пт, цвет: темно-синий

#### 3. Название компании

Шрифт Century Gothic Regular, 6,5 пт, интервал перед абзацем 0 пт, междустрочный интервал 9 пт, цвет: темно-синий

[Скачать файлы:](#)



Рекомендации по использованию фирменного стиля («Сервье»)

20	108	41	15
21	1		
32		20	
	2	<p>Название компании ФИО Должность Название улицы и номер дома Город и почтовый индекс Страна</p> <p>Date</p> <p>Madam, Sir,</p> <p>Harum solorem oluptae volupti onsequer pos is ea demo dolores et erum es quam voluptati sitam, si con onsequatur, ommolorem iur, tem venistem. Otaero vendandandes pore demporati re voluptis porehenim et fugiaturio beris equo omniature, officiat, aspe corilicandae nam cum dolo culorum simolorita consequi ut fugia que corum culam doluptur, idisquis doluptaqui debis destrumetur, quam, autat. Tem cupta quam esti aspiltures int prature, ipsum veliqua sperum reprerspid eos adiosanlin re ne pero con presequeae eum voluptati vollam quis dolor sunt vollabor abor asit eossitate porendant et ersperit ovitas eosoenum consequamus et landeli gnificae scilibus et re vene eos parci ut valore, int quasimil mintiscipsa lum explam, ipsame perios doluptat doluptaera et aut eatem invenia que aperorr orepro te molupta temolorem hit veliquis as autet liqui dolut acccum vendist fuga.</p> <p>Ferchic ipiendili deri idel inim unt porae doloreperum et hit laut quibus ant re nobiltionem. Et ea velique volum et occat ea consequi iataes dolupientia dem simi, nestrum repelic aesequi adis moditib usandae et, ommo beaquam qui rem. Neque valore endipienet parundis vellit assinci entureria solenes mi, aut qui volo mintionsecta sintemque sit eiuscite endipic iduscid quisicid et aliqua quos sant et latut? Fuga. Epudam ut fuga. Facit perione stusandae lislatur, quiam diti ut aut lus milliqui voluplatut sit eum a dolupta quamefur aut fugiam as ut architunime latur restem quidu-same nia sequia lum iunt aut fuga.</p> <p></p> <p>Должность</p> <p>Конец области текста</p>	
25	3		
10	4	<p>Штаб-квартира : 50 rue Carnot 92284 Suresnes Cedex - T. +33 (0)1 55 72 50 00 - www.cerveas.eu S.A.S. ou capital de 34 995 852 euros - 085 480 776 RCS Nanterre</p>	

Формат 210 x 297 мм — Масштаб: 38% — масштабирование в миллиметрах

20		20
21		12
32		
	2	<p>Harum solorem oluptae volupti onsequer pos is ea demo dolores et erum es quam voluptati sitam, si con onsequatur, ommolorem iur, tem venistem. Otaero vendandandes pore demporati re voluptis porehenim et fugiaturio beris equo omniature, officiat, aspe corilicandae nam cum dolo culorum simolorita consequi ut fugia que corum culam doluptur, idisquis doluptaqui debis destrumetur, quam, autat. Tem cupta quam esti aspiltures int prature, ipsum veliqua sperum reprerspid eos adiosanlin re ne pero con presequeae eum voluptati vollam quis dolor sunt vollabor abor asit eossitate porendant et ersperit ovitas eosoenum consequamus et landeli gnificae scilibus et re vene eos parci ut valore, int quasimil mintiscipsa lum explam, ipsame perios doluptat doluptaera et aut eatem invenia que aperorr orepro te molupta temolorem hit veliquis as autet liqui dolut acccum vendist fuga.</p> <p>Ferchic ipiendili deri idel inim unt porae doloreperum et hit laut quibus ant re nobiltionem. Et ea velique volum et occat ea consequi iataes dolupientia dem simi, nestrum repelic aesequi adis moditib usandae et, ommo beaquam qui rem. Neque valore endipienet parundis vellit assinci entureria solenes mi, aut qui volo mintionsecta sintemque sit eiuscite endipic iduscid quisicid et aliqua quos sant et latut? Fuga. Epudam ut fuga. Facit perione stusandae lislatur, quiam diti ut aut lus milliqui voluplatut sit eum a dolupta quamefur aut fugiam as ut architunime latur restem quidu-same nia sequia lum iunt aut fuga.</p> <p></p> <p>Должность</p> <p>Конец области текста</p>
25	3	
10	4	<p>Штаб-квартира : 50 rue Carnot 92284 Suresnes Cedex - T. +33 (0)1 55 72 50 00 - www.cerveas.eu S.A.S. ou capital de 34 995 852 euros - 085 480 776 RCS Nanterre</p>

Дополнительные страницы

СОДЕРЖАНИЕ

28

## 3.2 Визитная карточка

Шаблон визитной карточки должен соответствовать образцу справа.

#### 1. ФИО

Шрифт Century Gothic Bold, 9,5 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
цвет: мандариновый

#### 2. Должность - Отдел

Шрифт Century Gothic Regular, 8 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 12 пт,  
цвет: темно-синий

#### 3. Контактная информация

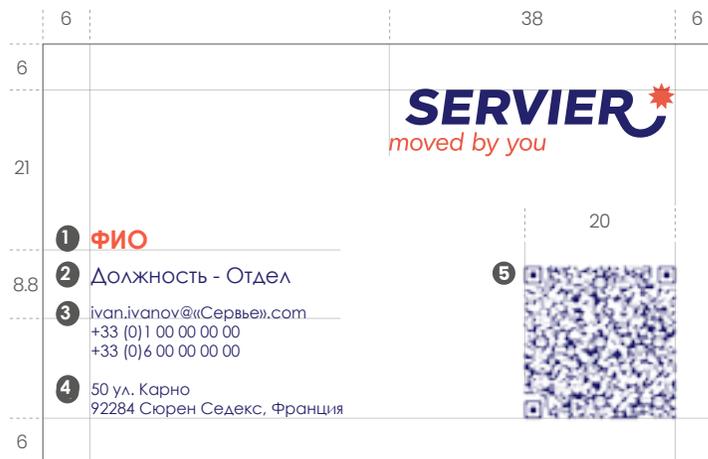
Шрифт Century Gothic Regular, 6 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 9,5 пт,  
цвет: темно-синий

#### 4. Почтовый адрес:

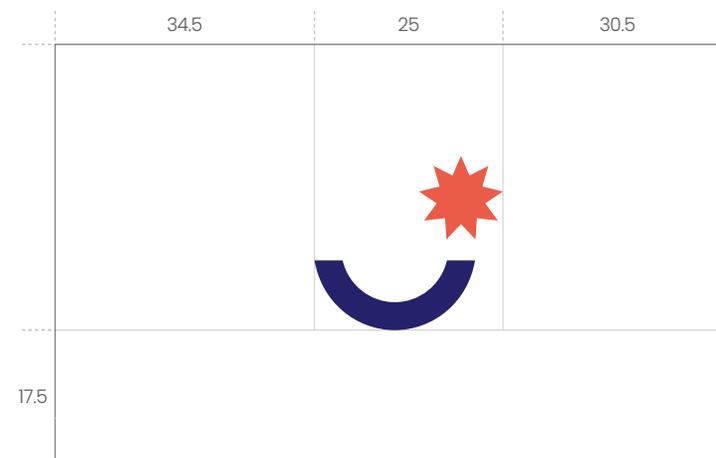
Шрифт Century Gothic Regular, 6 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 7 пт,  
цвет: темно-синий

#### 5. QR-код

QR-код справа приведен в качестве примера. Для каждой визитной карточки создается индивидуальный QR-код



Вид спереди  
Формат 90 x 55 мм — Масштаб: 100% — масштабирование  
в миллиметрах



Вид сзади

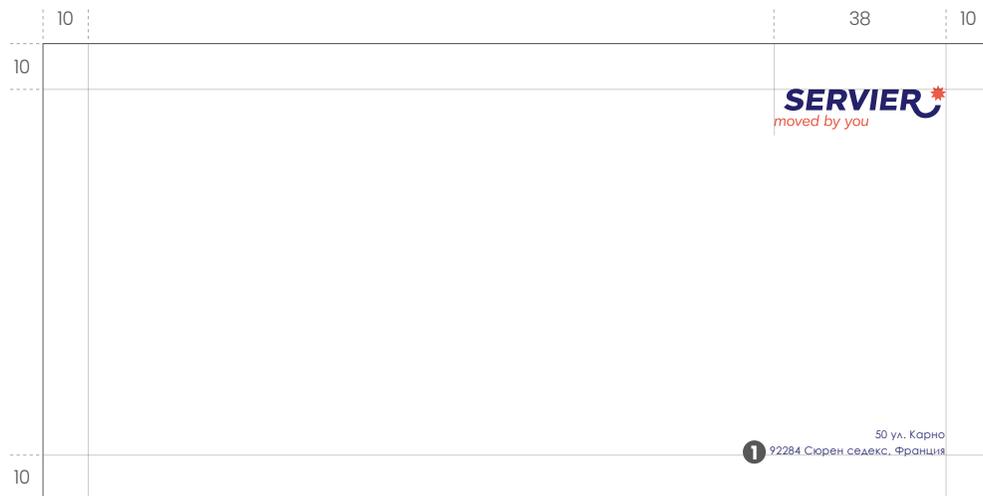
## 3.3 Почтовый конверт

Внешний вид конверта должен соответствовать шаблону справа.

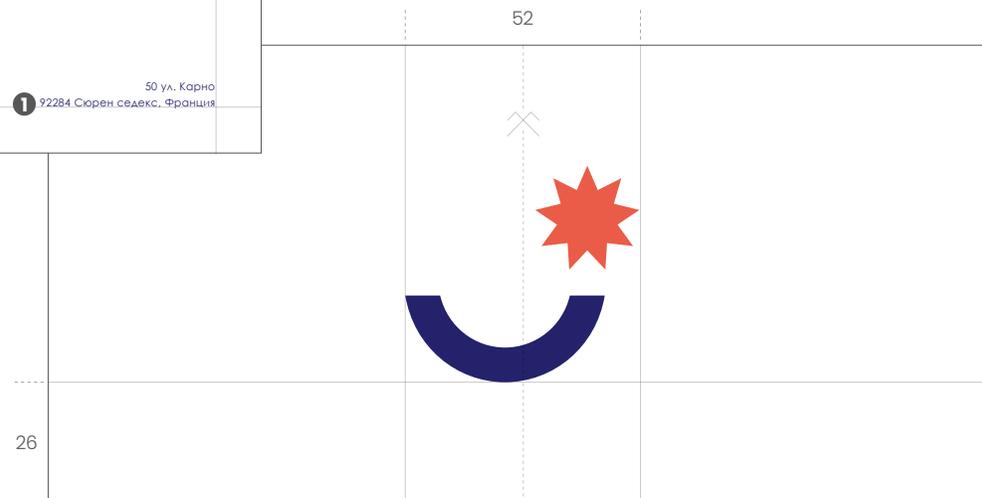
Конверт также может быть именовым. В этом случае имя и фамилия располагаются под логотипом с выравниванием по правому краю.

#### 1. Почтовый адрес:

Шрифт Century Gothic Regular, 7 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 9 пт,  
цвет: темно-синий



Вид спереди  
Формат 210 x 100 мм — Масштаб: 60% — масштабирование  
в миллиметрах



Вид сзади

### 3. ПЕЧАТНЫЕ И ЦИФРОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## 3.4 Подпись электронной почты

Для электронных писем сотрудники «Сервье» обязаны использовать белый фон и предустановленную подпись.

Подпись должна содержать следующую информацию: имя, фамилия, должность, отдел, логотип. Также подпись может содержать уведомление о конфиденциальности и информацию о наградах и сертификатах компании (если применимо).

#### 1. ФИО

Шрифт Century Gothic Bold, 11 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
цвет: мандариновый

#### 2. Должность - Отдел

Шрифт Century Gothic Bold, 9 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 10,8 пт,  
цвет: темно-синий

#### 3. Контактные данные

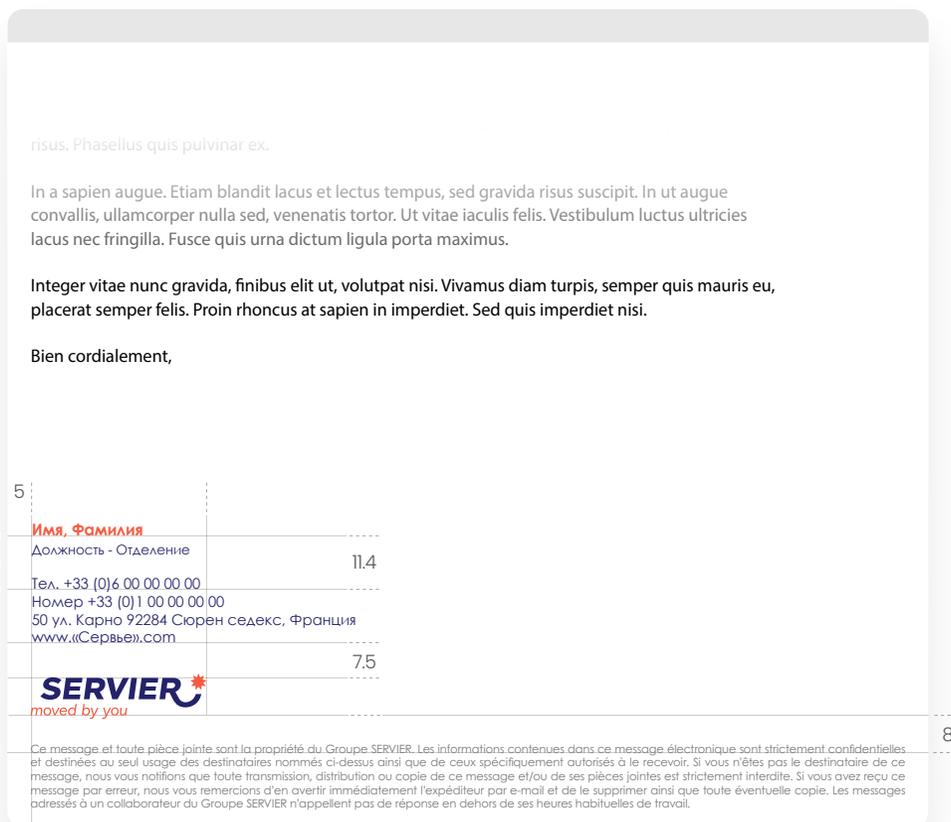
Шрифт Century Gothic Regular, 9 пт,  
интервал перед абзацем 0 пт,  
междустрочный интервал 10,8 пт,  
цвет: темно-синий

#### 4. Уведомление о конфиденциальности

Шрифт Century Gothic Regular, 7 пт,  
интервал перед абзацем 10 пт,  
междустрочный интервал 8,4 пт,  
цвет: черный контур при масштабе 65%

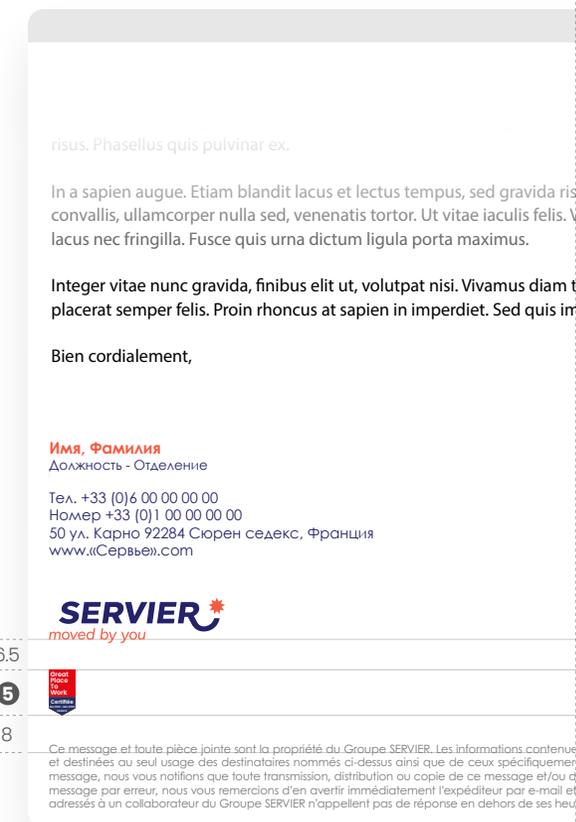
#### 5. Награды и сертификаты

Рекомендации по использованию фирменного стиля «Сервье»



Масштаб: 60% — масштабирование в миллиметрах

Скачать файлы:



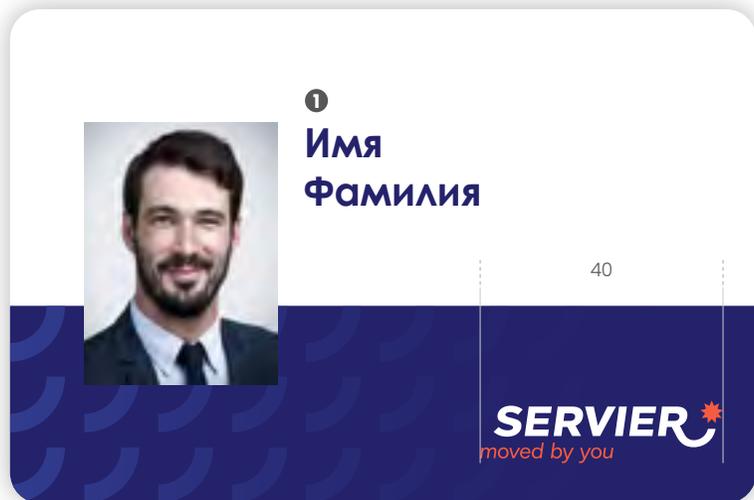
## 3.5 Бейдж

Фон бейджа состоит из двух цветов: белого и темно-синего.

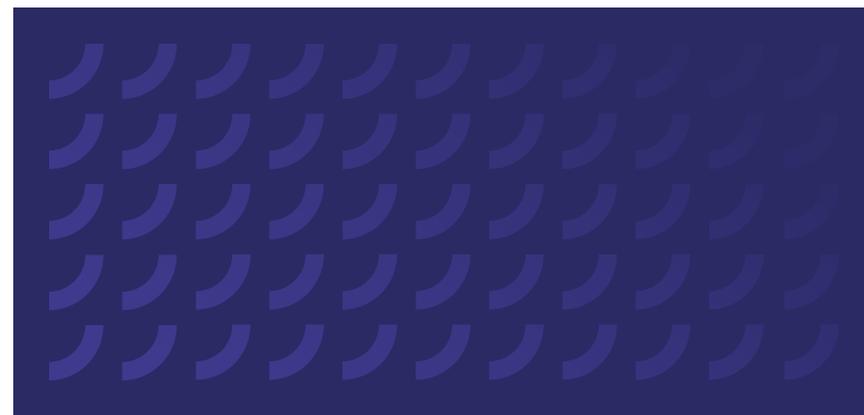
Темно-синий фон может быть дополнен узором с использованием «улыбки», как показано на примере справа.

#### 1. ФИО

Шрифт Cetry Gothic Bold, 19 пт, интервал перед абзацем 0 пт, междустрочный интервал 23 пт, цвет: темно-синий



Формат 124 x 81 мм — Масштаб: 80% — масштабирование в миллиметрах



Градуированный узор заливки на темно-синем фоне

## 3.6 Виртуальный фон Microsoft® Teams®

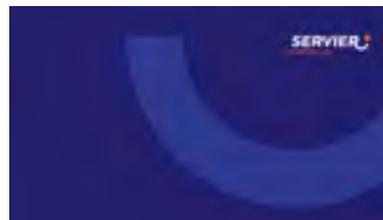
Для персонализации фона в Microsoft® Teams® доступна коллекция из четырех виртуальных заставок с логотипом «Сервье».

Фоны добавляются в библиотеку автоматически при установке обновлений.

Чтобы добавить фон вручную:

1. Нажмите «Фильтры фона» во время конференции.
2. Выберите «Добавить»
3. Импортируйте фон с вашего компьютера
4. Ваш фон установлен!

[Скачать файлы:](#)



Фон 1



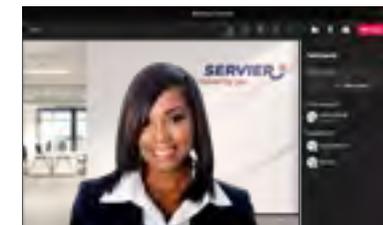
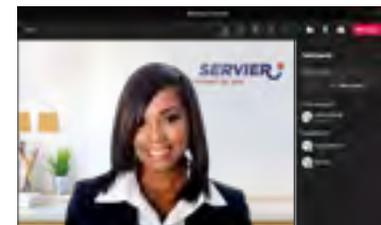
Фон 2



Фон 3



Фон 4



Примеры фона в конференции Microsoft® Teams®

## | 3.7 Обои для рабочего стола

Фирменная заставка для рабочего стола устанавливается на главный экран компьютера автоматически.

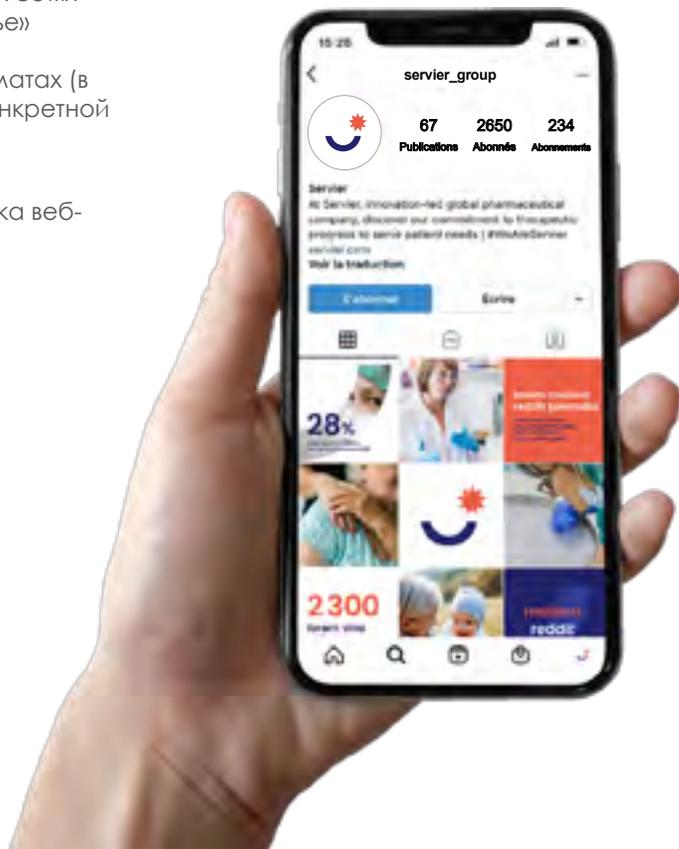
На ней изображен логотип «Сервье», а также «улыбка» на темно-синем фоне.



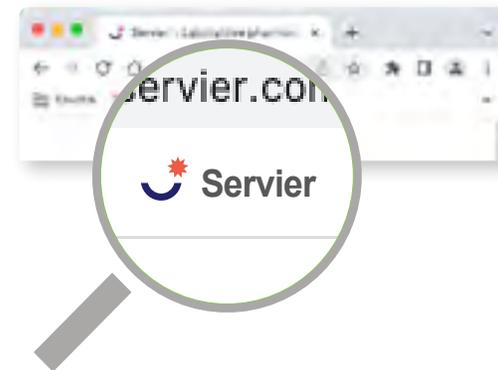
## 3.8 Социальные сети

Аватар компании в социальных сетях представлен символом «Сервье» на белом фоне и может быть использован в различных форматах (в зависимости от требований конкретной социальной сети).

Символ «Сервье» также может использоваться в качестве значка веб-сайта или страницы (favicon).



Пример поста в социальной сети



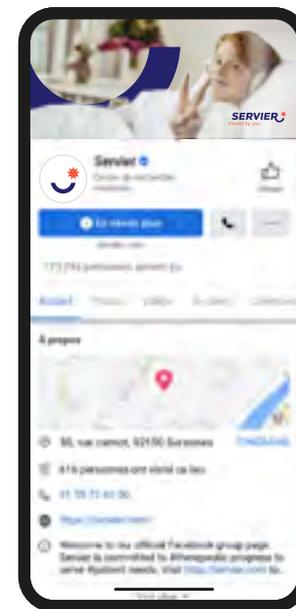
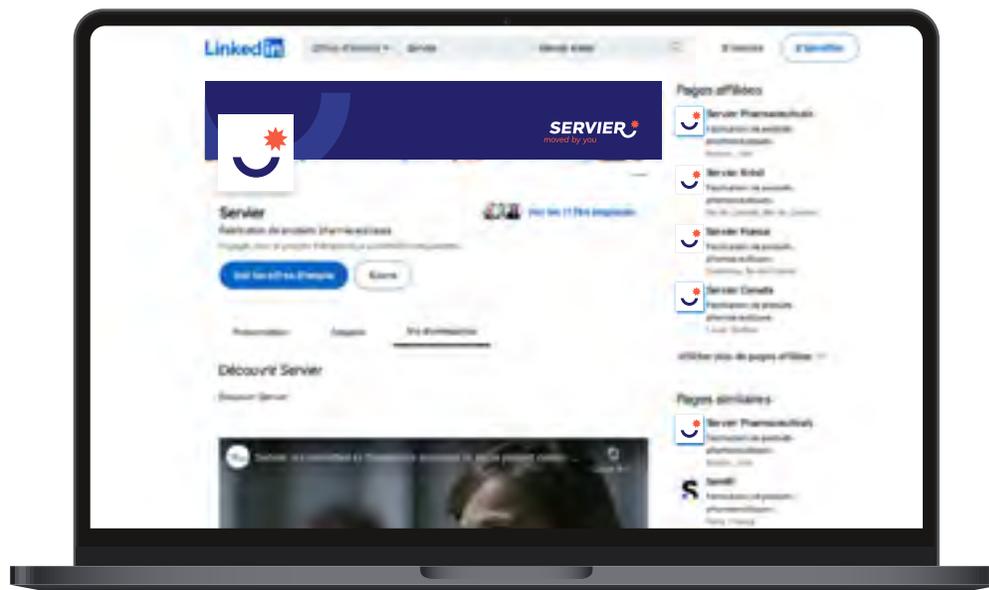
Значок веб-сайта или веб-страницы

## 3.8 Социальные сети (продолжение)

Баннеры в социальных сетях должны соответствовать шаблонам справа:

- с «улыбкой» на синем фоне
- с интеграцией «улыбки» в иллюстрацию

Баннеры должны использоваться на всех платформах, где это применимо.



### 3. ПЕЧАТНЫЕ И ЦИФРОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## 3.9 Обложки брошюр

Для обложек печатных материалов должен использоваться однотонный фон (белый или темно-синий) или иллюстрация с размытым фоном.

Благодаря разнообразию графических элементов возможно создание различных вариантов дизайна обложек (см. главу 2).

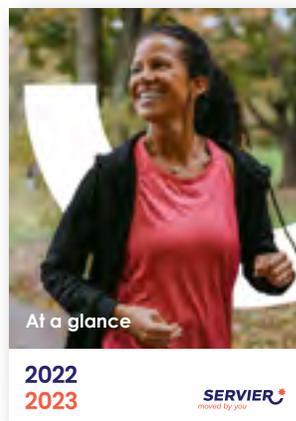
Заголовки пишутся строчными или заглавными буквами шрифтом POPPINS при написании латиницей и CENTURY GOTHIC (bold) — при написании кириллицей.

Для того, чтобы заголовки привлекали внимание, они оформляются с использованием фирменных цветов, а также размещаются в сочетании с фирменным элементом «улыбки».

#### Примечание:

Независимо от дизайна обложки, (белый фон, темно-синий фон или изображение), наличие «улыбки» является обязательным.

Рекомендации по использованию фирменного стиля «Сервье»



## 3.10 Внутренние развороты

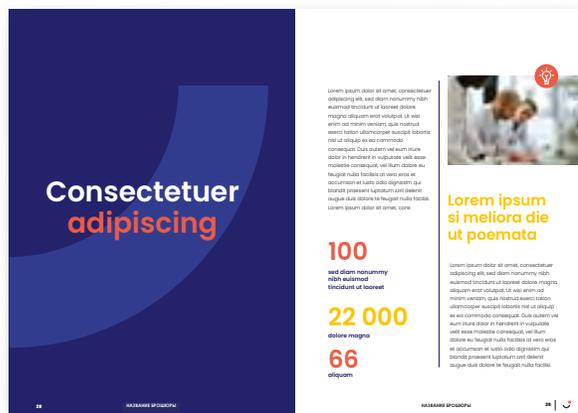
Внутренние страницы печатных материалов должны быть оформлены преимущественно на белом фоне. Текст на них может располагаться в два или (при необходимости) три столбца.

Макет страницы формируется из заголовков, фотографий и столбцов текста (с выравниванием по левому краю), а также тонких вертикальных линий.

Для выделения заголовков, цифр, цитат или другой важной информации могут использоваться цвета из дополнительной палитры.

Для выделения ключевой информации можно использовать («улыбку») в две четверти круга, как показано на примерах справа: она может быть любого из допустимых фирменных цветов (см. п. 2.7)

**Примечание:**  
«Улыбка» позволяет «оживлять» страницы брошюры, однако ее следует использовать с осторожностью, чтобы избежать слишком частых повторов.



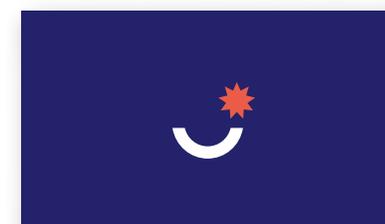
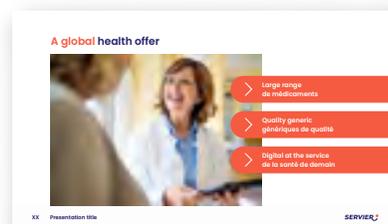
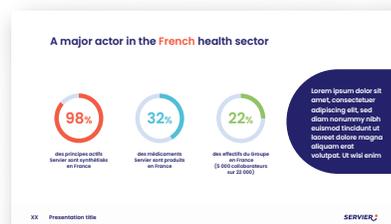
### 3. ПЕЧАТНЫЕ И ЦИФРОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

## 3.11 Презентация PowerPoint®

Для презентаций PowerPoint® в Microsoft Office 2018 доступен единый шаблон.

Он является обязательным для использования, что позволяет обеспечить единообразие всех презентаций компании «Сервье».

В текстах презентаций используется только шрифт Century Gothic.



## 3.12 Новостной дайджест

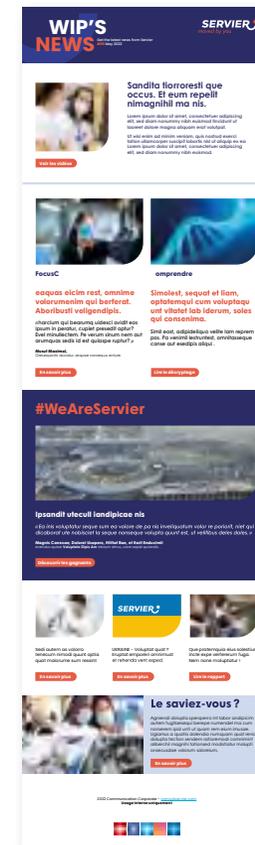
Новостные рассылки «Сервье» создаются в соответствии с шаблоном и предполагают использование фирменных цветов.

Основной цвет макета — белый, который дополняется другими фирменными цветами (в том числе оттенками синего цвета из дополнительной палитры).

Для разделения белых секций используются толстые горизонтальные линии.

Заголовки оформляются строчными буквами шрифтом Century Gothic Bold. Для основного текста используется шрифт Century Gothic Regular.

При использовании иллюстраций один из углов должен быть скруглен как показано в примере справа.



## 3.13 Плакаты

Чтобы сделать плакаты более яркими и динамичными, в них используются сочетания различных графических элементов и фирменных цветов.

#### Плакат 1

Состоит из трех сегментов: в верхнем сегменте находится заголовок, в среднем располагается визуальный элемент (иллюстрация или фотография), а в нижнем — текст и логотип «Сервье» на белом фоне.

#### Плакат 2

Состоит из двух сегментов: в верхнем находится визуальный элемент (иллюстрация или фотография), в нижнем — заголовок и информация на темно-синем фоне.

#### Блок с логотипом

Белый блок с логотипом не должен содержать текст. Логотип располагается в правом нижнем углу с сохранением охранной зоны.



1



2

## 3.14 Баннеры

Фирменный стиль предполагает возможность создания двух типов баннеров: подвесных или напольных (ролл-ап).

В напольных баннерах логотип должен находиться в верхней части нижней трети баннера для обеспечения лучшей читаемости (см. стр. 15).

Для всех корпоративных баннеров используется логотип со слоганом: при этом в формате сноски необходимо включать перевод слогана — «двигаемся вместе» (см. пример [по ссылке](#)).

Логотип располагается справа в нижней части с соблюдением охранной зоны (см. стр. 15).

Баннеры печатаются на белом или цветном фоне (предпочтение отдается темно-синему фону).

Для текстов используется шрифт Poprins (латиница) или Century Gothic (кириллица).



