

**Руководство
по использованию
фирменного стиля**

Структура гайдбука

1 Фирменный логотип

- 1.1. Кириллическое начертание логотипа
- 1.2. Латинское начертание логотипа
- 1.3. Недопустимое использование логотипа

2 Цветовой код

- 2.1. Основная палитра
- 2.2. Дополнительная палитра
- 2.3. Градиенты

3 Типографика

- 3.1. Базовый шрифт
- 3.2. Дополнительный шрифт

4 Фирменный паттерн

- 4.1. Варианты паттернов
- 4.2. Варианты масштабирования
- 4.3. Варианты фоновых изображений

5 Примеры оформления

- 5.1. Деловая документация
- 5.2. Сувенирная продукция
- 5.3. Мерч

Фирменный ЛОГОТИП

1.1. Кириллическое начертание логотипа	05
1.2. Латинское начертание логотипа	11
1.3. Недопустимое использование логотипа	14



О компании

«ГАЛАКТИКА» В ЦИФРАХ

Российский разработчик программного обеспечения и решений по цифровизации крупного бизнеса, государственных и частных корпораций, учебных заведений, федеральных органов исполнительной власти

более 37 лет

Мы создаем
информационные системы

6 500+

Реализованных
проектов

Более 37 лет разрабатываем и внедряем системы класса ERP, ERP HR, MES, EAM, ESB, которые масштабируются для централизованной эксплуатации десятков тысяч пользователей

1 200+

Заказчиков

200+

Партнеров
разных статусов

Компания включена в перечень системообразующих организаций российской экономики в сфере информации и связи

1 000+

Ресурсный пул

 минцифры_

Продукты
внесены в реестр

Выполняет контракты по государственному оборонному заказу на разработку сложных информационных систем по заданию Минпромторга России и Минобороны России



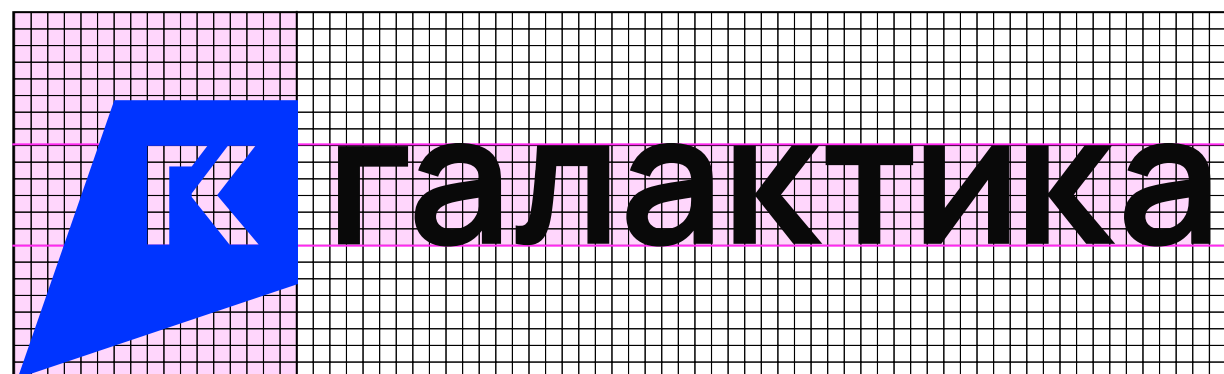
ЛОГОТИП — ключевой элемент фирменного стиля и визуальная точка входа в бренд. Он формирует первое впечатление, обеспечивает узнаваемость и служит **основой для всей системы** айдентики: от цветовой палитры и типографики до графических приёмов и носителей.

Последовательное и корректное использование логотипа гарантирует целостность визуального образа бренда во всех точках контакта. Он работает как **якорь доверия**, **усиливает коммуникацию** и **помогает бренду** оставаться единым и узнаваемым в любой среде — от цифровых интерфейсов до физических носителей.

Основное начертание логотипа в кириллическом исполнении.

Логотип отражает строгий и целостный характер бренда. Геометричный знак с лаконичной формой создаёт чёткий визуальный акцент и обеспечивает высокую узнаваемость даже при минимальном использовании.

Сочетание знака и шрифтового написания выстроено в единую систему, где каждый элемент логически дополняет другой. Такая структура подчёркивает устойчивость, надёжность и целостность бренда, делая логотип универсальным и масштабируемым для любых носителей.



Символ

Логотип

Знак

Охранное поле логотипа в кириллическом начертании.

Вокруг логотипа всегда сохраняется свободное пространство — охранное поле, обеспечивающее визуальную чистоту и правильное восприятие знака. Оно позволяет логотипу «дышать» и оставаться читаемым в любой среде и на любом носителе.

В пределах охранного поля запрещено размещение текста, графики и любых других элементов. Логотип не должен пересекаться или визуально конкурировать с окружением — он всегда остаётся самостоятельным акцентом композиции.

Размер охранного поля определяется как две высоты лигатуры «ГК» из логотипа по всем сторонам знака. Данное правило обязательно к соблюдению во всех вариантах использования логотипа.



ГК x2

Варианты логотипа
в кириллическом начертании.

СИМВОЛ ЗАЛИВКОЙ



СИМВОЛ КОНТУРНОМ



HEX #003FF
RGB 0/55/255



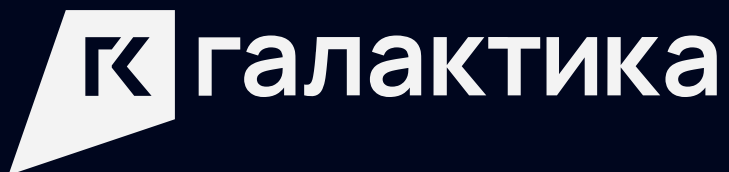
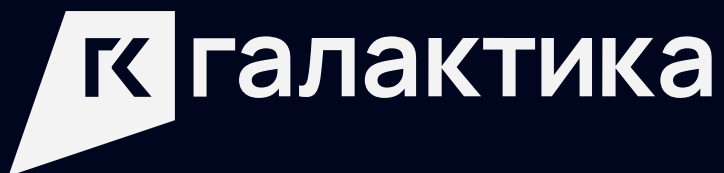
HEX #F23
RGB 0/15/35

Варианты логотипа инверсией в кириллическом начертании.

Инверсная версия логотипа используется на тёмных или насыщенных фонах, где основной вариант теряет контраст и читаемость.

Допускается применение инверсии на полноцветных и монохромных подложках, а также в случаях, когда визуальная среда требует повышенной контрастности. Важно сохранять достаточное свободное поле вокруг знака и избегать фонов со сложными текстурами, способными нарушить читаемость инверсной версии.

СИМВОЛ ЗАЛИВКОЙ



СИМВОЛ КОНТУРНОМ



HEX #003FF
RGB 0/55/255

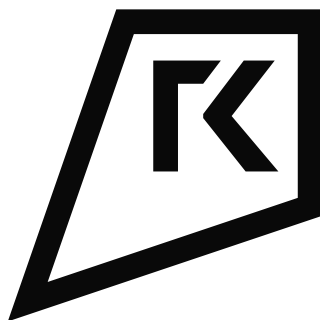
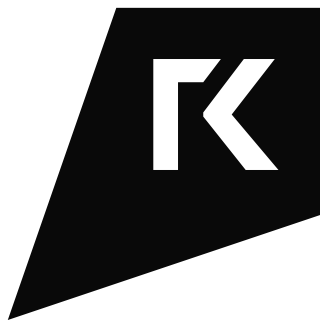


HEX #FFFFFF
RGB 0/15/35



HEX #5AE6C8
RGB 90/230/200

**Варианты короткой версии логотипа (монограмма)
в кириллическом начертании.**



Краткая версия логотипа (монограмма) используется в ситуациях, где полноразмерный знак теряет читаемость или избыточен по масштабу. Допустимо применять монограмму на компактных носителях: фавиконах, иконках приложений, промо-материалах малого формата, а также в случаях, когда пространство ограничено или требуется акцент на графическом символе.

Использование **краткой версии** не должно нарушать общие правила айдентики и применяется только при сохранении узнаваемости бренда.

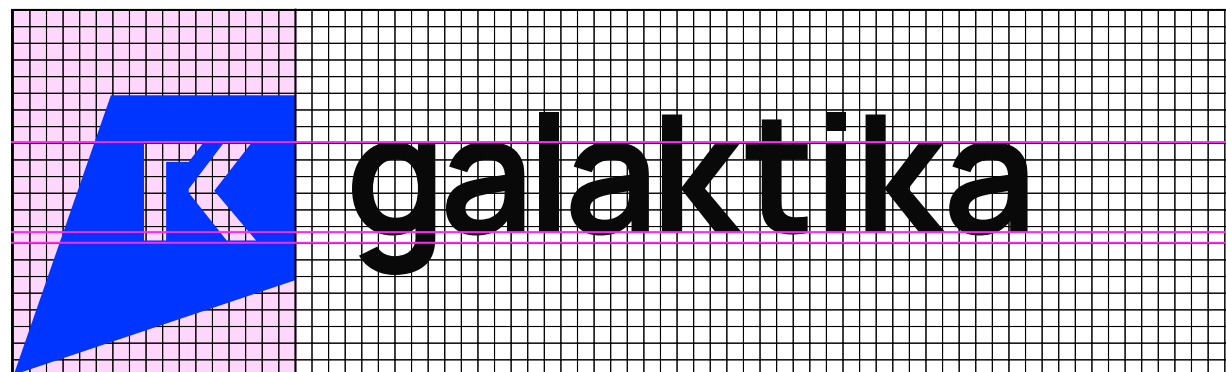


Основное начертание логотипа в латинском исполнении.

Логотип в латинском написании используется в международных коммуникациях и в средах, где применение кириллицы ограничено или нецелесообразно.

Данная версия обеспечивает корректное восприятие бренда на зарубежных рынках, в цифровых продуктах, доменных именах и технических интерфейсах.

Латинское исполнение логотипа полностью сохраняет пропорции, стилистику и визуальные принципы основного знака. Его использование подчиняется тем же правилам масштабирования, цветовых решений и охранных полей, что гарантирует целостность и единообразие фирменного стиля.



Символ

Логотип

Знак

Охранное поле логотипа в кириллическом начертании.

Вокруг логотипа всегда сохраняется свободное пространство — охранное поле, обеспечивающее визуальную чистоту и правильное восприятие знака. Оно позволяет логотипу «дышать» и оставаться читаемым в любой среде и на любом носителе.

В пределах охранного поля запрещено размещение текста, графики и любых других элементов. Логотип не должен пересекаться или визуально конкурировать с окружением — он всегда остаётся самостоятельным акцентом композиции.

Размер охранного поля определяется как две высоты лигатуры «ГК» из логотипа по всем сторонам знака. Данное правило обязательно к соблюдению во всех вариантах использования логотипа.



ГК x2

Варианты логотипа
в латинском начертании.

СИМВОЛ ЗАЛИВКОЙ



СИМВОЛ КОНТУРНОМ



HEX #003FF
RGB 0/55/255



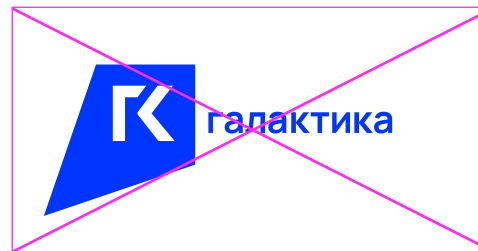
HEX #F23
RGB 0/15/35

Приведенные примеры иллюстрируют проблемные ситуации, которые необходимо избегать при использовании знака.

Эти примеры не являются полным перечнем неправильных вариантов использования, но они дают представление о том, как нельзя изображать знак.



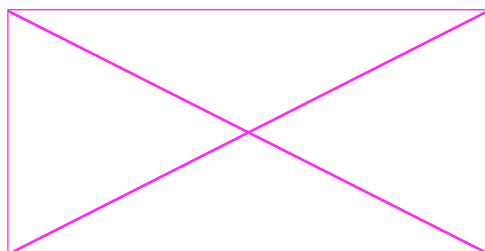
1. Деформировать логотип.



2. Менять пропорции логотипа или символа внутри знака.



3. Поворачивать логотип под различными углами.



4. Использовать в логотипе нефирменные цвета.



5. Использовать логотип без символа.



6. Использовать вертикальное расположение логотипа.



7. Создавать тени под логотипом.



8. Использовать нефирменный цвет фона под логотипом.



9. Создавать контур вокруг символа и логотипа.

Цветовой код

2.1. Основная палитра	17
2.2. Дополнительная палитра	18
2.3. Градиенты	19

ЦВЕТОВОЙ КОД — цветовая система бренда основана на чётко зафиксированных цветовых кодах, обеспечивающих **единообразие визуального стиля во всех носителях и средах**. Для каждого фирменного цвета заданы значения HEX и RGB, которые являются обязательными к использованию в цифровых и печатных материалах.

Цвета первого уровня формируют базу айдентики и используются в ключевых элементах бренда: логотипе, интерфейсах, навигации и основных визуальных акцентах. Они задают характер бренда и обеспечивают высокую узнаваемость.

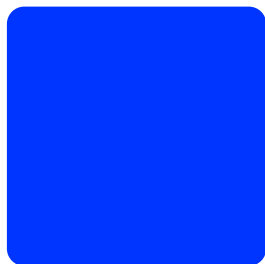
Цвета второго уровня дополняют основную палитру и применяются для второстепенных акцентов, фоновых элементов, графики и иллюстраций. Все цветовые коды должны использоваться строго без изменений, чтобы сохранять целостность и визуальную стабильность бренда на любых носителях.

Цветовая палитра бренда разделена на две группы, каждая из которых выполняет свою функцию в визуальной системе: основная и дополнительная палитры.

1. Основная палитра (для дизайна).

Используется в коммуникационных материалах, маркетинге и графических носителях. Эти цвета формируют визуальный характер бренда, задают тональность и обеспечивают узнаваемость во всех внешних проявлениях.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА ПЕРВОГО УРОВНЯ



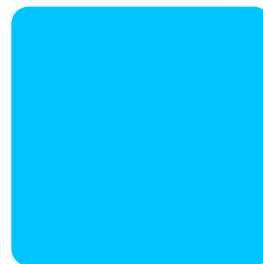
HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



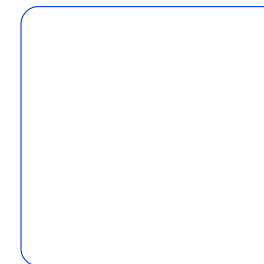
HEX# 000F23
RGB 0/15/35



HEX# 000A96
RGB 0/10/150

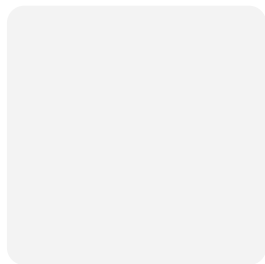


HEX# 00C3FF
RGB 0/195/255



HEX# FFFFFFFF
RGB 255/255/255

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА ВТОРОГО ЦВЕТА



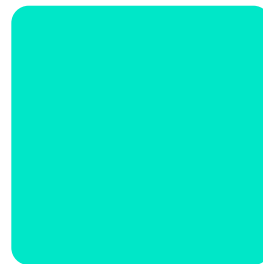
HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235



HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200

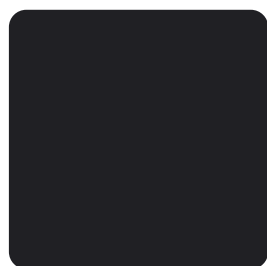


HEX# 111111
RGB 17/17/17

Цветовая палитра бренда разделена на две группы, каждая из которых выполняет свою функцию в визуальной системе: основная и дополнительная палитры.

2. Дополнительная палитра (для интерфейсов).

Применяется в цифровых продуктах: веб-интерфейсах, приложениях, сервисных панелях. Эти оттенки оптимизированы под удобочитаемость, доступность и функциональное различие элементов. Дополнительная палитра поддерживает основную, не конкурируя с ней, и помогает



HEX# #212529
RGB 37/37/41



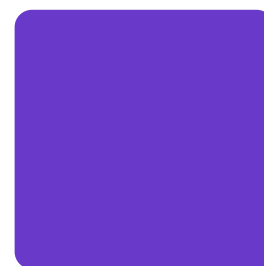
HEX# C92A2A
RGB 201/42/42



HEX# A61E4D
RGB 166/30/77



HEX# 862E9C
RGB 134/46/156



HEX# 5F3DC4
RGB 95/61/196



HEX# 364FC7
RGB 54/79/199



HEX# 1864AB
RGB 24/100/171



HEX# 0B7285
RGB 11/114/133



HEX# 087F5B
RGB 8/127/91



HEX# 2B8A3E
RGB 43/138/62



HEX# 5C940D
RGB 92/148/13



HEX# E67700
RGB 230/119/0

Варианты фирменных градиентов.
Базовые из двух цветов.



HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

HEX# 000F23
RGB 0/15/35



HEX# 00C3FF
RGB 0/195/255

HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235

HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255



HEX# 000F23
RGB 0/15/35

HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255



HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255

HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200



HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200

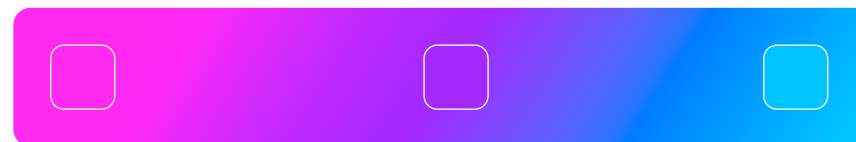
Варианты фирменных градиентов.
Базовые из трех цветов.



HEX# 000F23
RGB 0/15/35

HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235

HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255

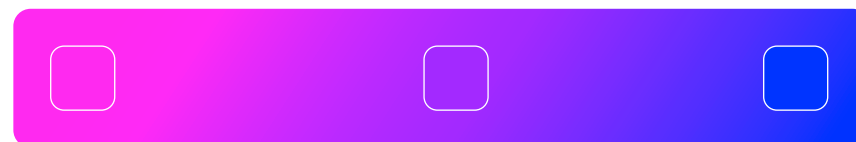
HEX# 00C3FF
RGB 0/195/255



HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200

HEX# 000F23
RGB 0/15/35

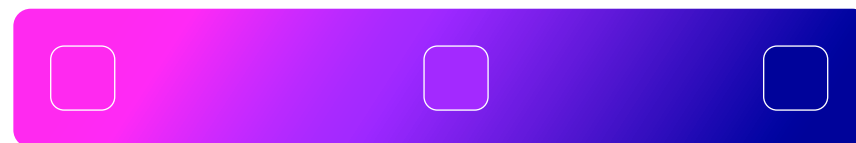
HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235

HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255

HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235

HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255

HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

Варианты фирменных градиентов.
Дополнительные из двух цветов.



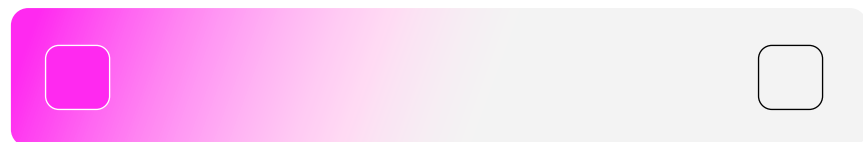
HEX# 000F23
RGB 0/15/35

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# 8C2DFF
RGB 140/45/255

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# FF2DEB
RGB 255/45/235

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# 5AE6C8
RGB 90/230/200

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243



HEX# 00C3FF
RGB 0/195/255

HEX# F3F3F3
RGB 243/243/243

Типографика

3.1. Базовый шрифт	24
3.2. Дополнительный шрифт	25



ТИПОГРАФИКА — один из ключевых инструментов формирования фирменного стиля. Она задаёт **характер бренда**, влияет **на восприятие тона коммуникации** и помогает транслировать ценности на уровне формы, а не только смысла. Шрифты работают как **голос бренда**: даже без логотипа они способны поддерживать узнаваемость.

Последовательное использование фирменной типографики обеспечивает **визуальную целостность всех материалов** — от маркетинговых носителей до цифровых интерфейсов. Чёткая иерархия начертаний, размеров и межстрочных интервалов повышает читаемость, упрощает навигацию и делает коммуникацию более структурированной и понятной.

Корректно выстроенная типографическая система повышает **эффективность дизайна** и снижает визуальный шум. Она помогает бренду выглядеть профессионально, современно и устойчиво во времени, обеспечивая единый стиль во всех точках контакта и масштабируемость в будущем.

Основным акцентным шрифтом бренда является семейство Bounded.

Он используется для слоганов, ключевых сообщений, промо-графики и крупных акцентов в цифровых и печатных носителях, включая сайты и рекламные материалы.

Шрифт применяется исключительно для коротких фраз (от 1 до 5 слов) с кеглем от 24 pt и выше. Допускается использование фирменных цветов. Запрещено применять Bounded для длинных текстов и наборных блоков, чтобы сохранять читаемость и визуальный баланс фирменного стиля.

Bounded
ExtraLight

ABCaBc
ABBaBb

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Bounded
Light

ABCaBc
ABBaBb

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Bounded
Regular

ABCaBc
ABBaBb

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Bounded
Bold

ABCaBc
ABBaBb

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Bounded
Black

ABCaBc
ABBaBb

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Второй основной шрифт для **Manrope**.

Он используется для основного текстового набора в **сайтах, интерфейсах, рекламных материалах и презентациях**, обеспечивая удобство чтения и нейтральный визуальный баланс.

При работе с Manrope важно соблюдать комфортную типографическую среду: поддерживать достаточные отступы между элементами и использовать оптимальную длину строки — примерно 50–70 символов.

Это позволяет сохранять высокую читаемость и аккуратный, современный характер коммуникаций бренда.

Manrope
Light

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Manrope
Regular

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Manrope
Medium

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Manrope
SemiBold

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Manrope
Bold

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Manrope
ExtraBold

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!N°%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила земли богачей и процветающих крестьян.

Дополнительным служебным шрифтом бренда является Arial.

Он используется в деловой переписке, договорах и внутренних документах, где приоритетом являются универсальность, совместимость и корректное отображение на любых устройствах.

Применение Arial обеспечивает единый и аккуратный вид официальных материалов, а также гарантирует стабильность верстки в корпоративной и внешней коммуникации.

Arial Regular

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!№%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.

Arial Bold

**ABCabc
ABBaбв**

**1234567890
(!№%&#@*)**

**Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей и
процветающих крестьян.**

Arial Narrow

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!№%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила
земли богачей и процветающих крестьян.

Arial Narrow Bold

ABCabc
ABBaбв

1234567890
(!№%&#@*)

Аэрофотосъёмка ландшафта уже выявила
земли богачей и процветающих крестьян.

Arial Black

**ABCabc
ABBaбв**

**1234567890
(!№%&#@*)**

**Аэрофотосъёмка ландшафта
уже выявила земли богачей
и процветающих крестьян.**



Фирменный паттерн

4.1. Варианты паттернов.....	29
4.2. Варианты масштабирования	32
4.3. Варианты фоновых изображений.....	33

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН является вспомогательным элементом айдентики и **усиливает визуальную идентичность бренда**.

Он построен на геометрическом ритме и повторяющихся формах, что подчёркивает структурность, системность и технологичный характер бренда. Паттерн работает как фоновый слой, создавая узнаваемую визуальную среду без перегрузки композиции.

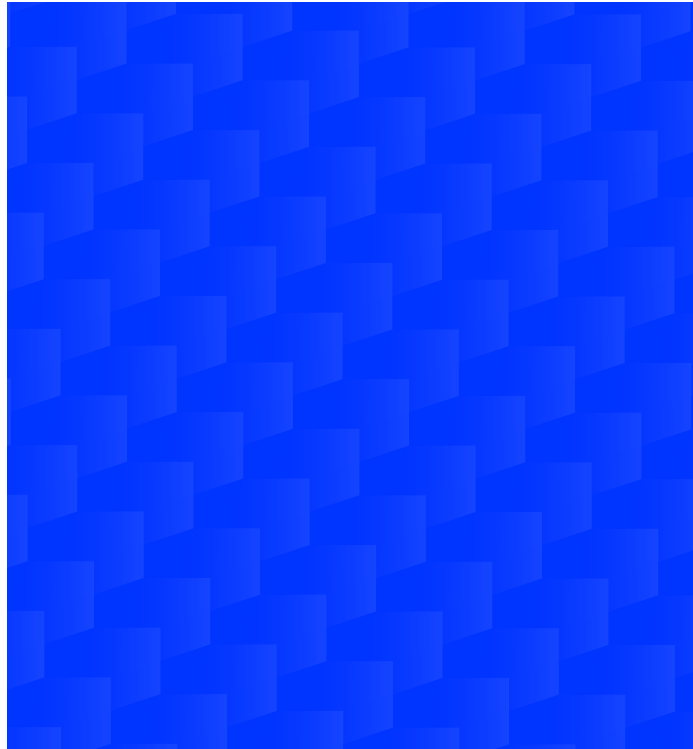
Паттерн используется в **брендовых коммуникациях, цифровых и печатных носителях, презентациях и промо-материалах**. Его применение помогает выстраивать целостный визуальный язык и поддерживать единый стиль во всех точках контакта с брендом.

При использовании фирменного паттерна важно соблюдать умеренность: он не должен конкурировать с логотипом, текстом или ключевыми сообщениями. Паттерн служит поддержкой композиции и усиливает бренд, оставаясь вторичным по отношению к основным элементам айдентики.

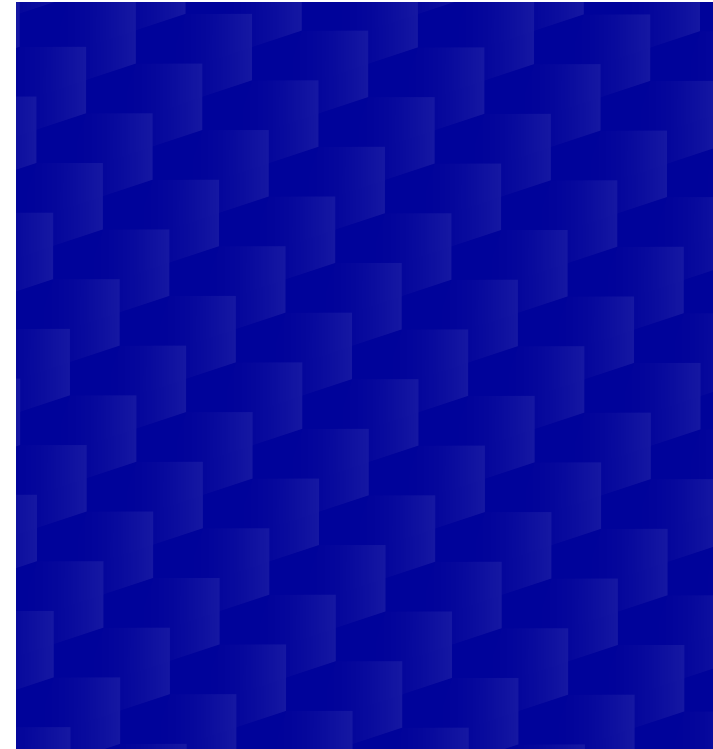
Основной паттерн.

Фирменный паттерн представлен в трёх вариантах масштаба, что позволяет гибко **адаптировать его под разные форматы** и задачи, сохраняя целостность визуального стиля бренда.

Обычный масштаб является базовым и используется во всех типах носителей — цифровых и печатных. Он подходит для фонов, подложек и вторичных графических зон, обеспечивая аккуратную текстуру и узнаваемый ритм без визуальной перегрузки.



HEX# 0037FF
RGB 0/55/255

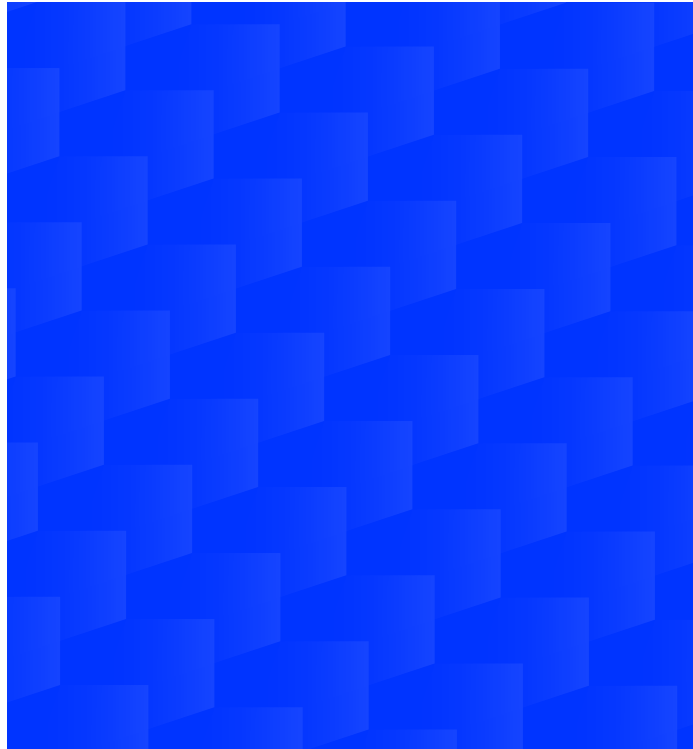


HEX# 000A96
RGB 0/10/150

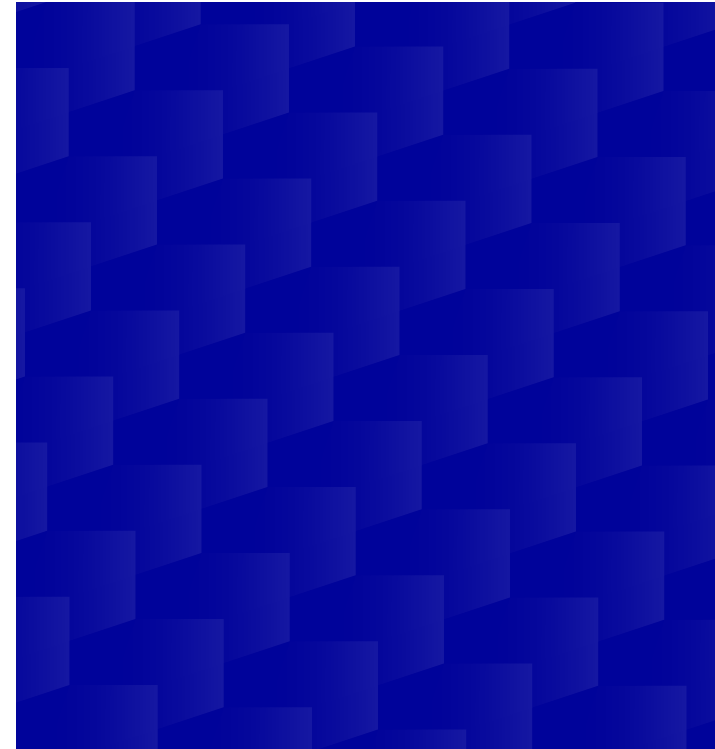
Дополнительный паттерн.

Увеличенный масштаб

применяется реже
и используется для акцентных
зон, обложек и отдельных
брендовых поверхностей.



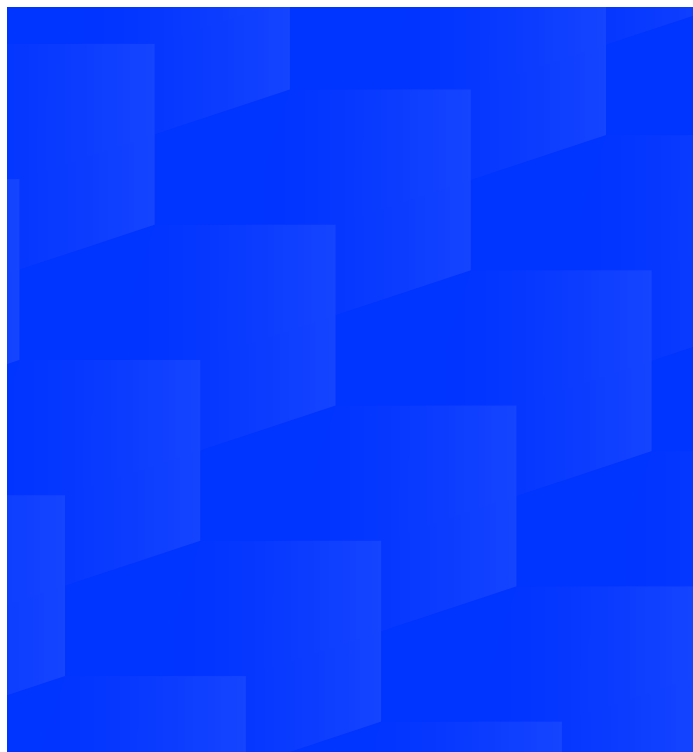
HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



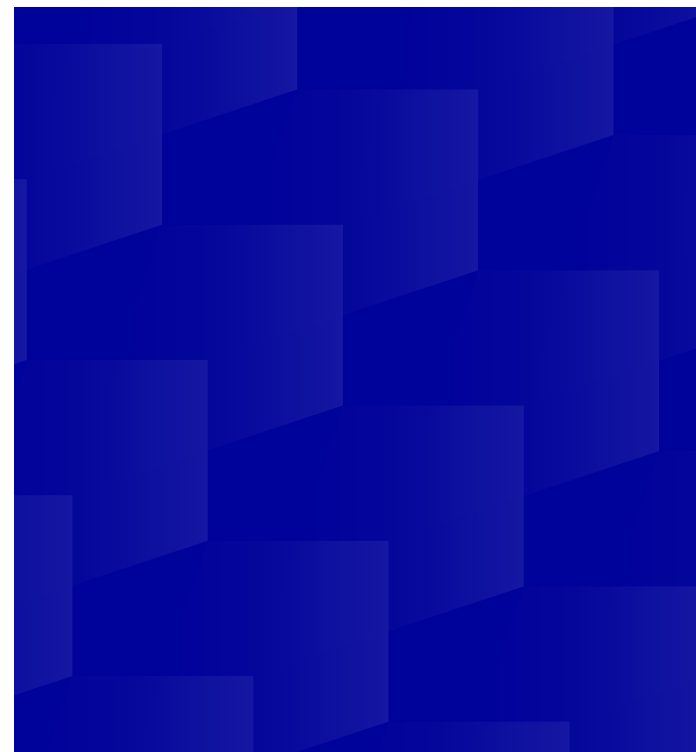
HEX# 000A96
RGB 0/10/150

Дополнительный паттерн.

Крупный масштаб предназначен для больших носителей: баннеров, навигации и других масштабных форматов, где паттерн работает как самостоятельный визуальный элемент и усиливает присутствие бренда.



HEX# 0037FF
RGB 0/55/255



HEX# 000A96
RGB 0/10/150

Примеры размещения паттерна на стаканчике.

При размещении логотипа на стаканчиках приоритетом является читаемость и чистота восприятия бренда в динамичной среде. Логотип располагается по центру стакана либо на визуальной устойчивой оси, обеспечивая равномерный баланс композиции при обзоре со всех сторон.

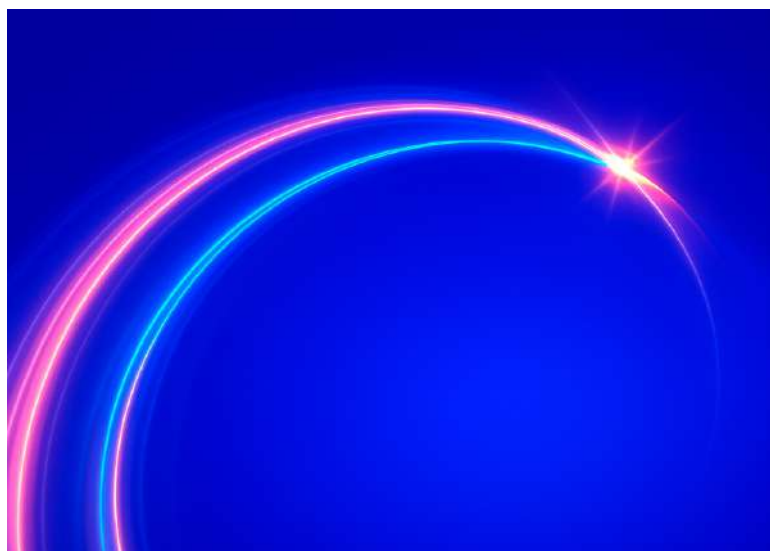
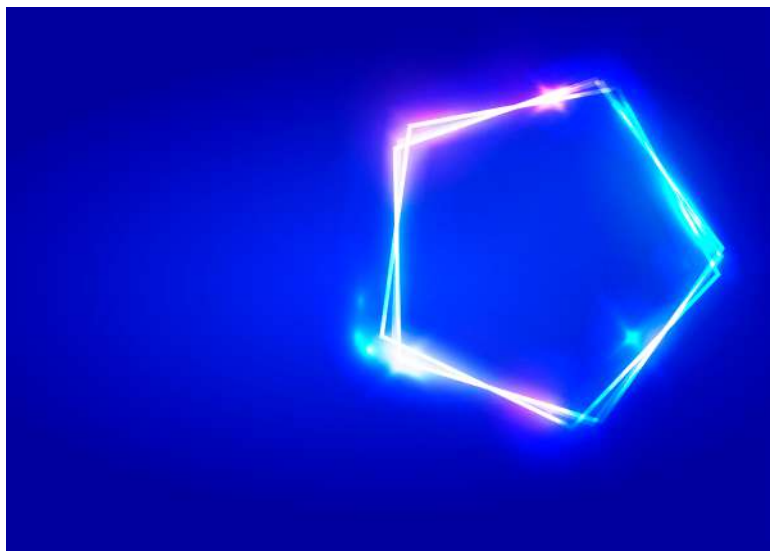
Для усиления фирменного присутствия допускается использование фирменного паттерна или брендового цвета в качестве фона, при этом логотип всегда остаётся главным акцентом и сохраняет максимальную читаемость при любом освещении и формате стаканчика.



Фоновые изображения.

Как дополнительный выразительный инструмент фирменного стиля. Используются для усиления визуальной динамики и эмоционального восприятия бренда. Они построены на световых линиях, плавных траекториях и глубоком бренд-цвете, что создаёт ощущение движения, энергии и технологичности.

Данные фоны применяются в цифровых коммуникациях, презентациях, промо-материалах, обложках и крупных визуальных форматах. Они могут использоваться как самостоятельный фон или как подложка под контент, при этом важно сохранять достаточный контраст для текста и графических элементов. Логотип и ключевые сообщения всегда размещаются в зонах с максимальной читаемостью.



**Пример продукции
с фоновым изображением.**



Спасибо
за внимание!



galaktika.ru



t.me/galaktika_corp