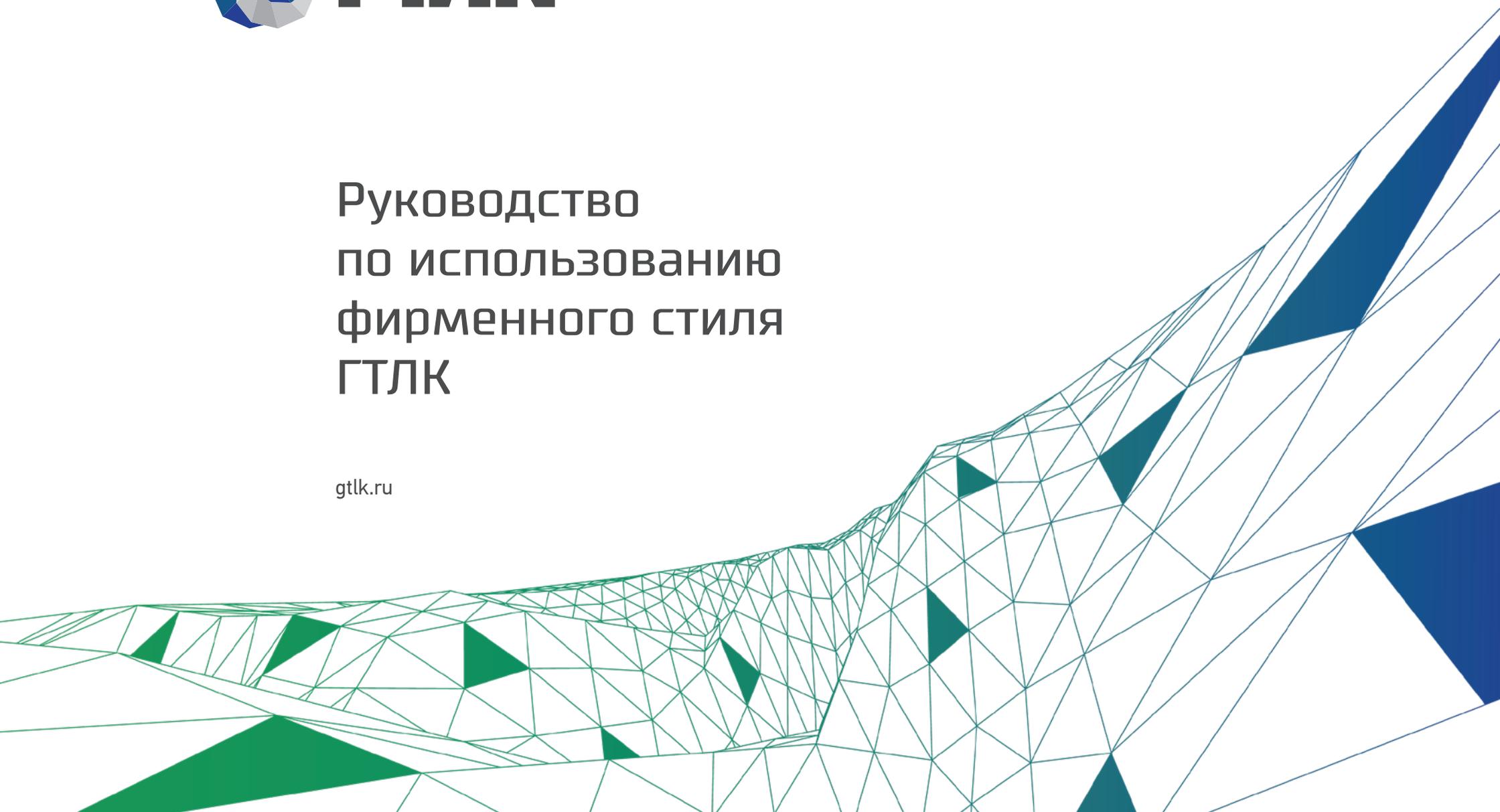




ГТЛК

Руководство
по использованию
фирменного стиля
ГТЛК

gtk.ru



Содержание

1.	Концепция визуальных идентификаторов бренда	3
2.	Фирменный знак и логотип ГТЛК	16
3.	Фирменная графика	40
4.	Шаблоны макетов фирменных носителей	57

1.

Концепция визуальных идентификаторов бренда

1.1	ГТЛК сегодня	4
1.2	Миссия бренда	5
1.3	Идея бренда	6
1.4	Рациональные преимущества	7
1.5	Личность бренда	9
1.6	Ценности бренда	10
1.7	Генеральный слоган	11
1.8	Тональность коммуникации	12
1.9	Создание заголовков	13

1.1

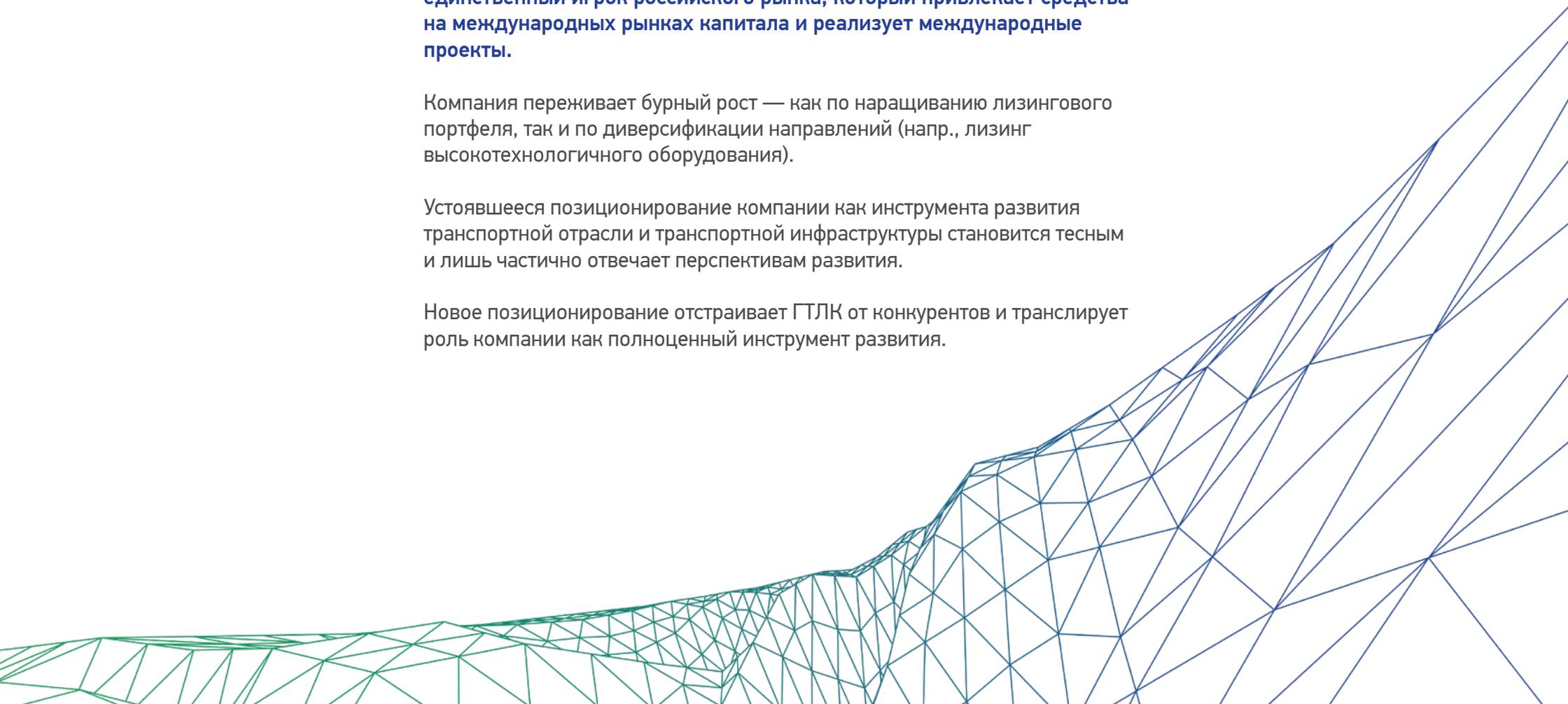
ГТЛК сегодня

ГТЛК — абсолютный лидер отечественного рынка лизинга, единственный игрок российского рынка, который привлекает средства на международных рынках капитала и реализует международные проекты.

Компания переживает бурный рост — как по наращиванию лизингового портфеля, так и по диверсификации направлений (напр., лизинг высокотехнологичного оборудования).

Устоявшееся позиционирование компании как инструмента развития транспортной отрасли и транспортной инфраструктуры становится тесным и лишь частично отвечает перспективам развития.

Новое позиционирование отстраивает ГТЛК от конкурентов и транслирует роль компании как полноценный инструмент развития.



1.2

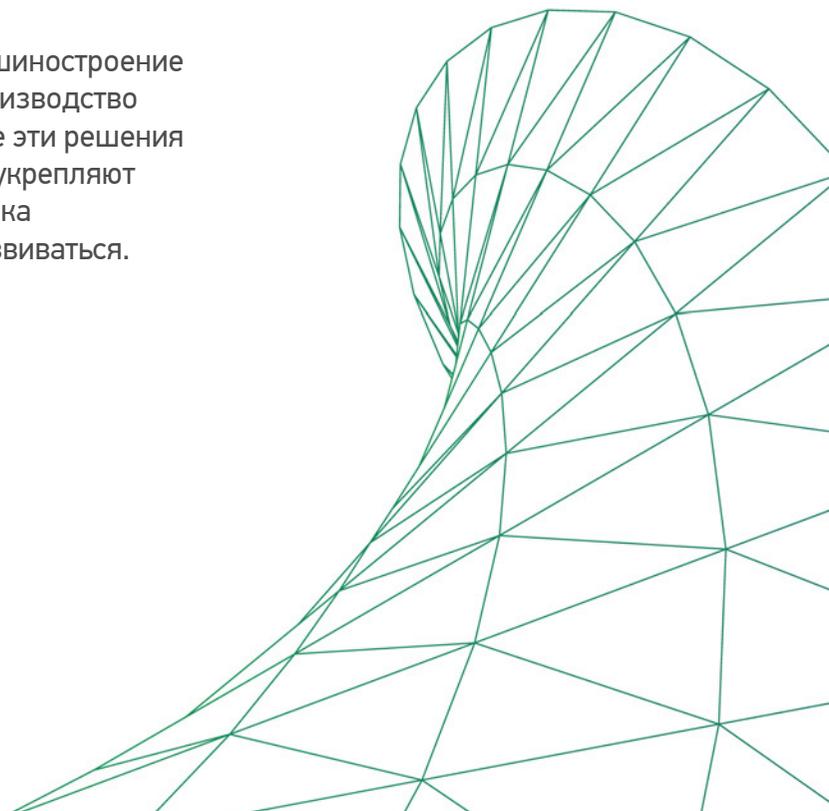
Миссия бренда

ГТЛК. Приводим экономику в движение

ГТЛК приводит в движение деньги и технологии, исполняя цивилизационную миссию в России и на международных рынках.

Финансовые технологии ГТЛК развивают транспортное машиностроение и транспортную инфраструктуру, цифровые платформы, производство и использование высокотехнологичного оборудования. Все эти решения связывают города и страны, поставщиков и потребителей, укрепляют цепочки поставок между всеми отраслями и секторами рынка и, в конечном итоге, позволяют экономикам динамично развиваться.

Если транспорт и информация — это кровь экономики, то ГТЛК — её сердце.

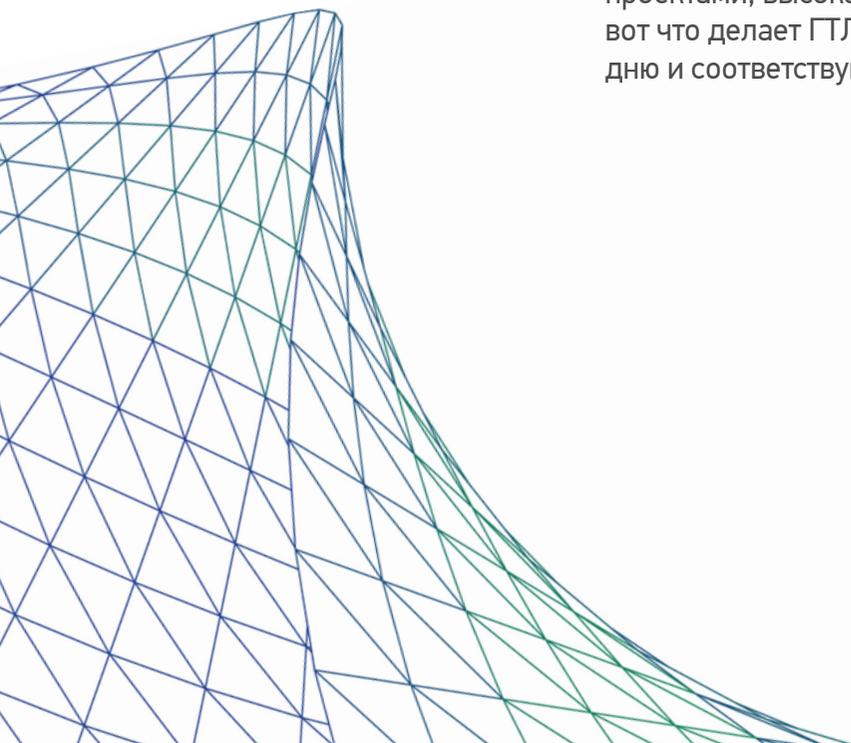


1.3

Идея бренда

ГТЛК. Двигатель модернизации

ГТЛК — современный цифровой финансовый инструмент для повышения эффективности транспортной отрасли. Удобство пользования для клиентов, цифровизация деятельности, технологичность в работе над крупными проектами, высокая эффективность для инвесторов и акционера — вот что делает ГТЛК компанией, наиболее созвучной сегодняшнему дню и соответствующей задачам, которые стоят перед ее клиентами.



1.4

Рациональные преимущества

Благодаря чему ГТЛК является двигателем модернизации?

Государство — единственный акционер

ГТЛК претворяет в жизнь государственные интересы. Низкие ставки и программы некоммерческого лизинга с государственным софинансированием отражают установку государства на техническое перевооружение и модернизацию различных отраслей экономики.

Крупные клиенты

Взаимодействие с настоящими и будущими отраслевыми лидерами создает масштабный эффект для экономики страны. ГТЛК точно находит точку приложения колоссальных денег и знаний, чтобы реализовывать проекты, заметные в динамике экономического роста.

1.4

Рациональные преимущества

Крупные контракты, определяющие рыночную ситуацию в целых отраслях
Оперлируем понятием «флот», а не «корабль»; «авиапарк», а не «самолет».
Создаем не просто «рабочие места», а «отрасли».

Участие в нацпроекте «Цифровая экономика»

3 млрд рублей для приобретения высокотехнологичного
оборудования в лизинг.

Сотрудничество с РВК

Поддержка цифровых и наукоемких проектов.

Цифровизация компании

Цифровой документооборот и электронное взаимодействие
при проведении лизинговых советов и советов директоров

Привлечение частных инвестиций

На каждый бюджетный рубль девять рублей привлечены у частных
инвесторов. Это позволяет реализовывать все более и более
масштабные проекты.

1.5

Личность бренда

СУПЕРГЕРОЙ

Визионер

Предвидит вектор развития рынков. Видит свободные ниши.

Предвосхищает потребности клиентов. Строит свою повседневную работу, исходя из своего видения будущего. И, тем самым, превращает будущее в самосбывающийся прогноз.

Волевой, проактивный

Не плывет по течению, а направляет его туда, куда ему нужно. Действие и движение — его стихия. Остановиться — значит, потерять смысл жизни.

Сильный

Не сомневается в том, что самые масштабные и сложные задачи ему по плечу. Не пасует перед неудачами. Не теряет присутствия духа. Говорит на равных с самыми влиятельными людьми и компаниями мира.

Рациональный

В своих действиях руководствуется расчетом, а не эмоциями. Опирается на знания и факты. Считает цифры лучшим аргументом.

1.6

Ценности бренда

Государственность

Действия и проекты ГТЛК продиктованы государственными интересами и реализуются во благо экономики России и ее ключевых отраслей.

Рациональность

ГТЛК оцифровывает каждый свой шаг и прогноз, анализирует каждый рыночный тренд, чтобы сохранять максимальную эффективность.

Технологичность

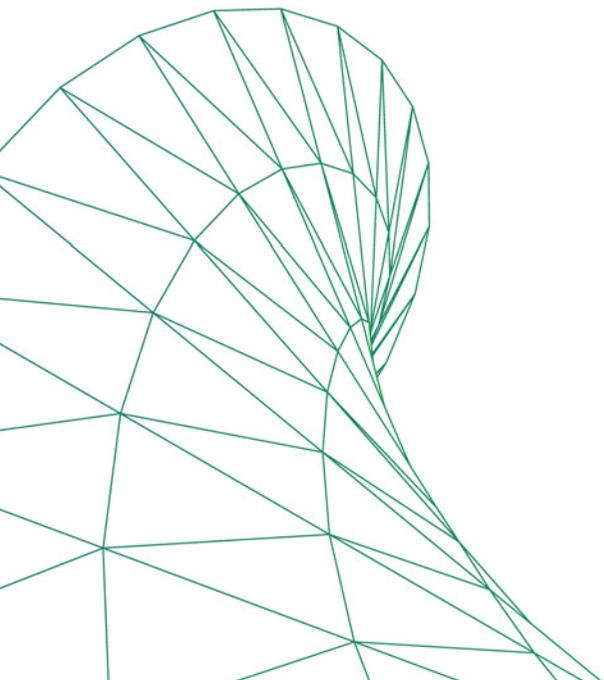
ГТЛК видит в новых технологиях инструмент повышения эффективности. И активно пользуется ими в своей работе.

Энергия, воля

ГТЛК — инструмент развития, оно возможно только в движении. Поэтому ГТЛК ценит энергию и волю, которые делают это движение уверенным.

Глобальность, масштабность

Зона интересов ГТЛК — весь мир. Компания глобально мыслит и действует, любит большие вызовы и масштабные проекты.



1.7

Генеральный слоган

ГТЛК. Движущая сила

1.8

Тональность коммуникации

Энергичность, проактивность

ГТЛК занимается делами, а не словами. Поэтому говорит коротко и по делу. Короткими предложениями. Цифрами и фактами. Без прилагательных и метафор. Но с большим количеством глаголов в активном залоге: они отражают деятельную и энергичную натуру компании.

Мы

ГТЛК не боится брать ответственность на себя. Поэтому везде, где уместно, говорит о себе не в третьем, а в первом лице. Это мы — сердце экономики, которое приводит всё в движение.

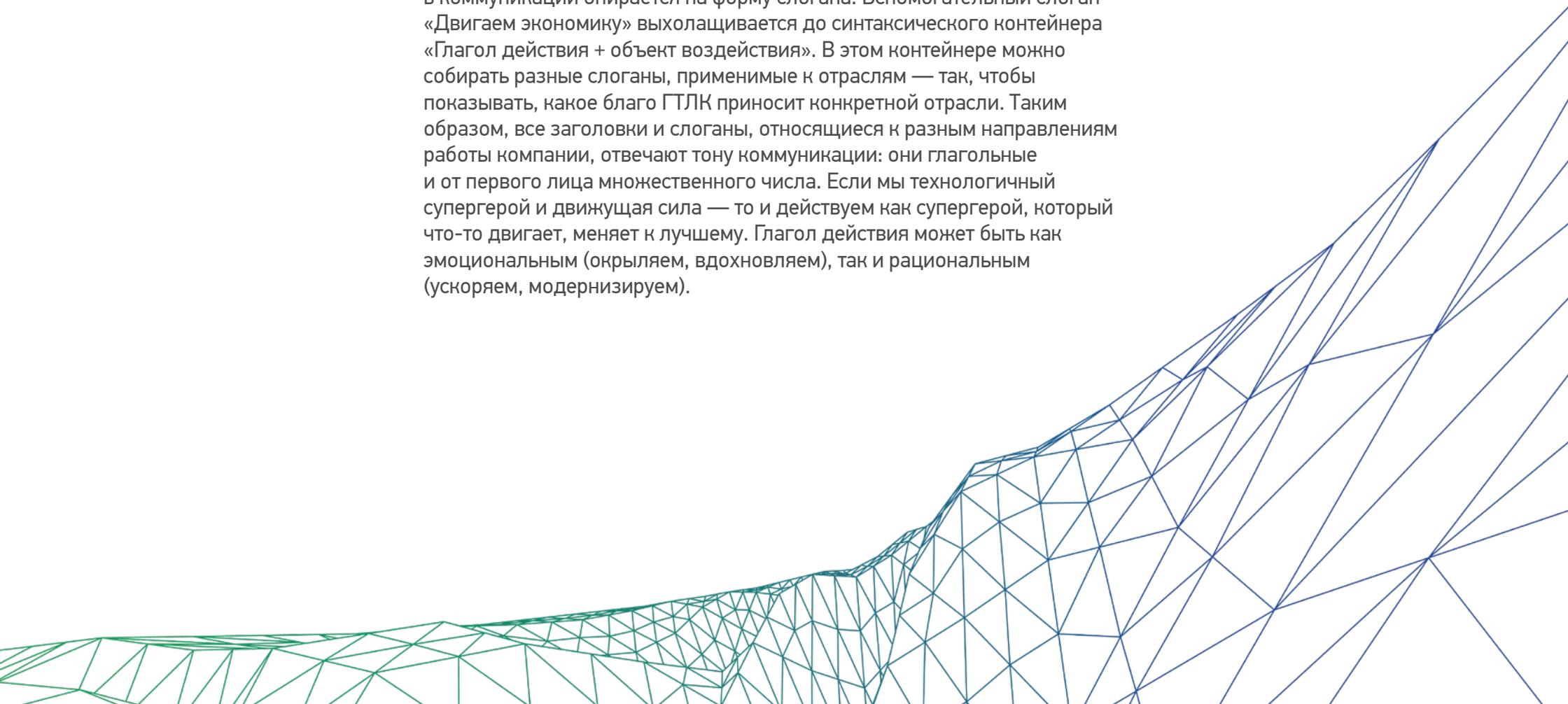
Простота

ГТЛК — современная государственная компания, которая опровергает сложившиеся представления о синтаксисе государственной коммуникации. Мы не говорим на канцелярите и не сыпем умными терминами. Мы говорим уверенно, просто и современно — и наработываем, тем самым, доверие и авторитет.

1.9

Создание заголовков

Построение заголовков и всех слоганоподобных конструкций в коммуникации опирается на форму слогана. Вспомогательный слоган «Двигаем экономику» выхолащивается до синтаксического контейнера «Глагол действия + объект воздействия». В этом контейнере можно собирать разные слоганы, применимые к отраслям — так, чтобы показывать, какое благо ГТЛК приносит конкретной отрасли. Таким образом, все заголовки и слоганы, относящиеся к разным направлениям работы компании, отвечают тону коммуникации: они глагольные и от первого лица множественного числа. Если мы технологичный супергерой и движущая сила — то и действуем как супергерой, который что-то двигает, меняет к лучшему. Глагол действия может быть как эмоциональным (окрыляем, вдохновляем), так и рациональным (ускоряем, модернизируем).



1.9

Создание заголовков

В имиджевых материалах компании используется основной заголовок.
Набирается фирменным шрифтом SuperMolot.

Общий заголовок

Двигаем экономику

1.9

Создание заголовков

Заголовки имиджевых материалов по направлениям деятельности компании. Любой заголовок должен отражать тему движения. Всегда используйте глаголы побудительного наклонения.

Воздушный транспорт

Развиваем авиацию
Апгрейдим авиацию

Водный транспорт

Вдохновляем мореплавателей
Обновляем флот

Железнодорожный транспорт

Совершенствуем грузоперевозки
Умножаем тонно-километры

Транспортные инфраструктурные проекты

Модернизируем инфраструктуру
Упрощаем логистику
Оживляем экспорт

Пассажирский транспорт, дорожно-
строительная и эксплуатационная техника

Соединяем города
Ускоряем перевозки

2.

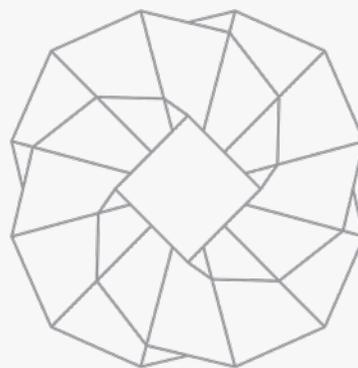
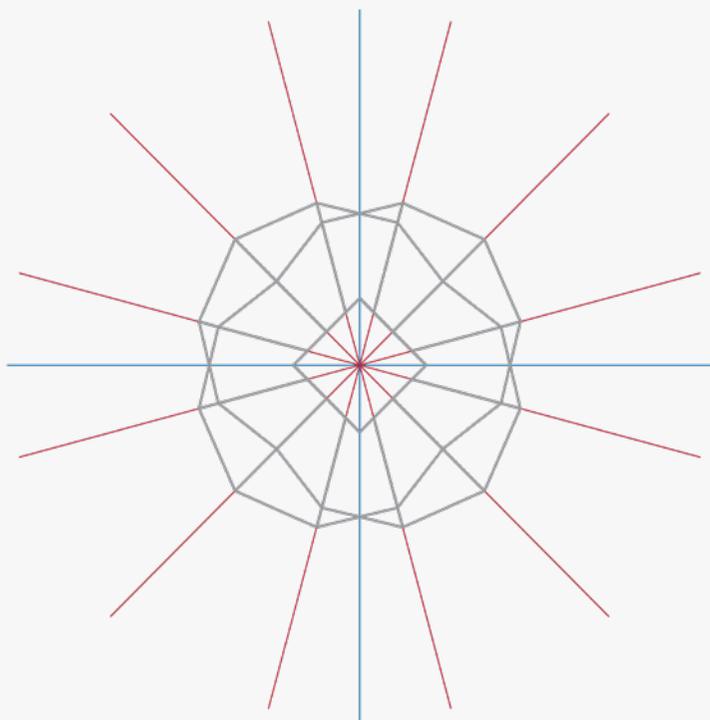
Фирменный знак и логотип ГТЛК

2.1	Фирменный знак	17
2.2	Логоблок	20
2.3	Фирменные цвета	31
2.4	Фирменные шрифты	34
2.5	Разрешенные фоны	38
2.6	Недопустимые варианты использования	39

2.1

Знак: построение

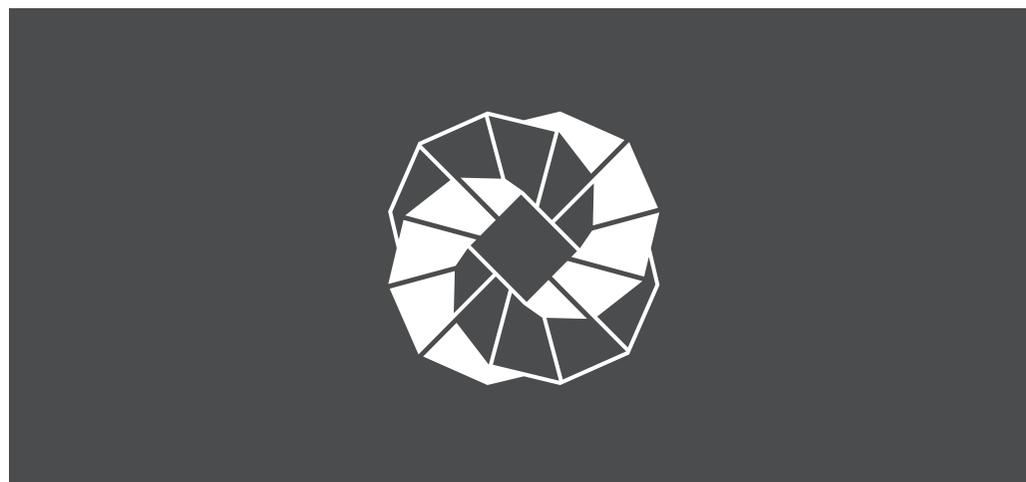
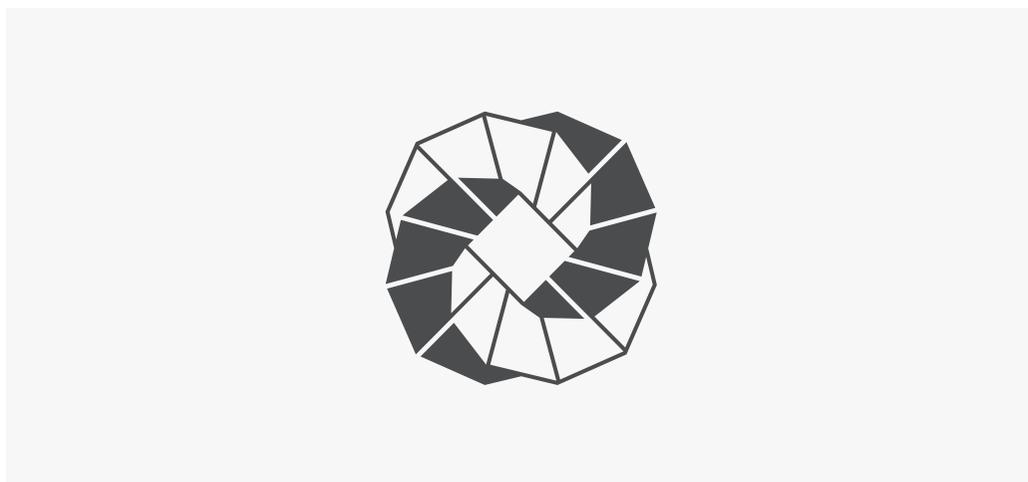
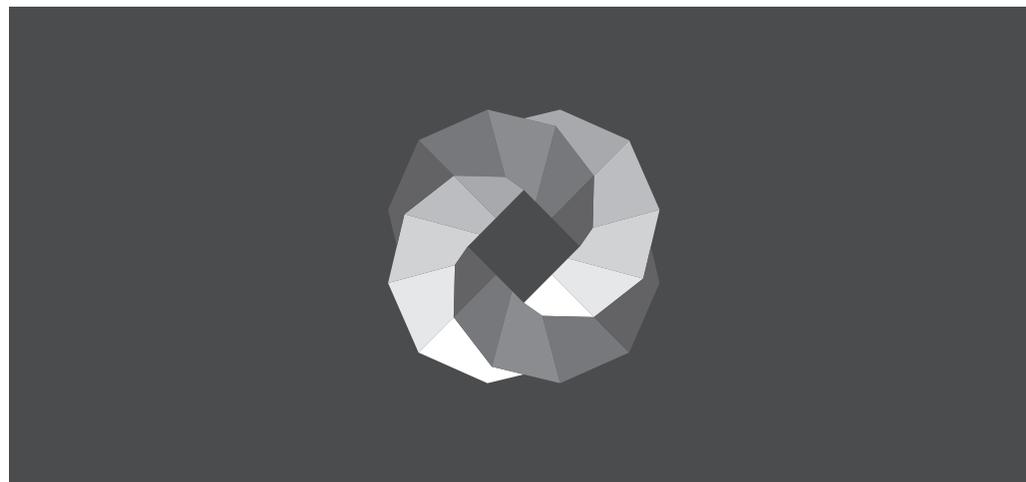
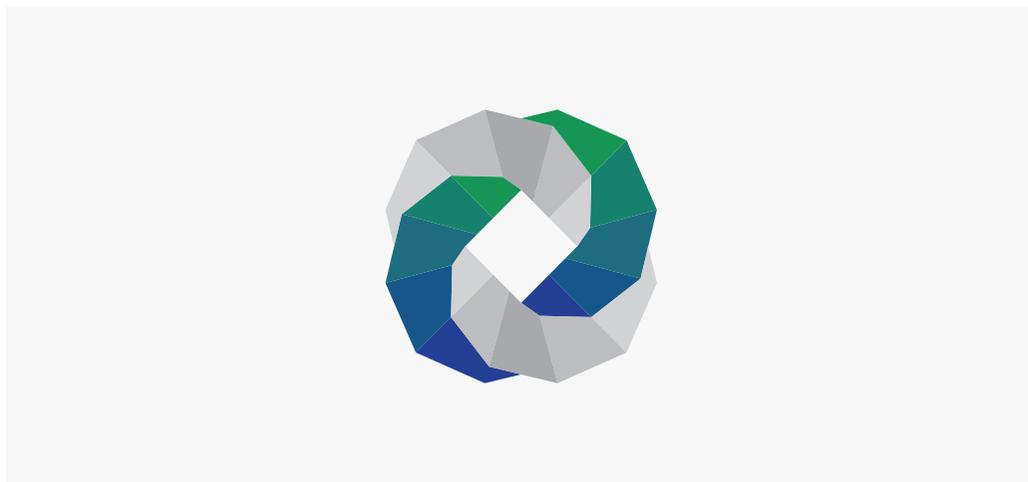
Знак построен на основе лучей, пересекающихся в центре осей, и располагающихся с шагом в 30° относительно друг друга. Кольца имеют симметричную форму, расположены под углом 45° относительно основных осей и пересекаются под углом 90° . Негативное пространство знака образует квадрат. Точные математические построения граней делают знак геометрически правильным и устойчивым.



2.1

Фирменный знак

Знак — это технологичная бесконечная динамичная фигура, построенная по принципам бесконечного движения ленты мёбиуса. Знак представляет собой два полигональных кольца, которые, переплетаясь, образуют единый блок, который вписывается в квадрат. На фирменном сером фоне используется монохромный знак. На светлом фоне используется цветная версия знака.

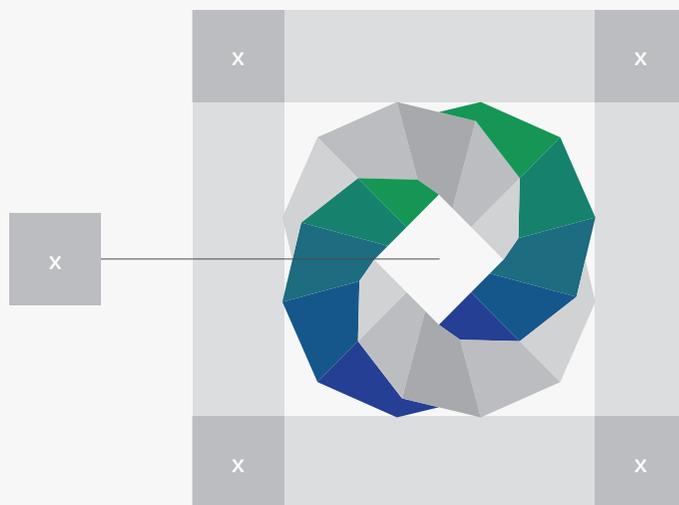


2.1

Охранное поле знака

Вокруг знака всегда должно быть свободное пространство — охранное поле. Минимально допустимое свободное пространство вокруг знака (слева, справа, сверху и снизу) равно значению x .

Величина x равна пустому полю внутри знака.



2.2

Логоблок: буквенная часть

Логотип построен на основе фирменного шрифта SuperMolot и переработан. Нельзя воспроизводить логотип простым набором. Логотип ГТЛК не используется отдельно от знака.

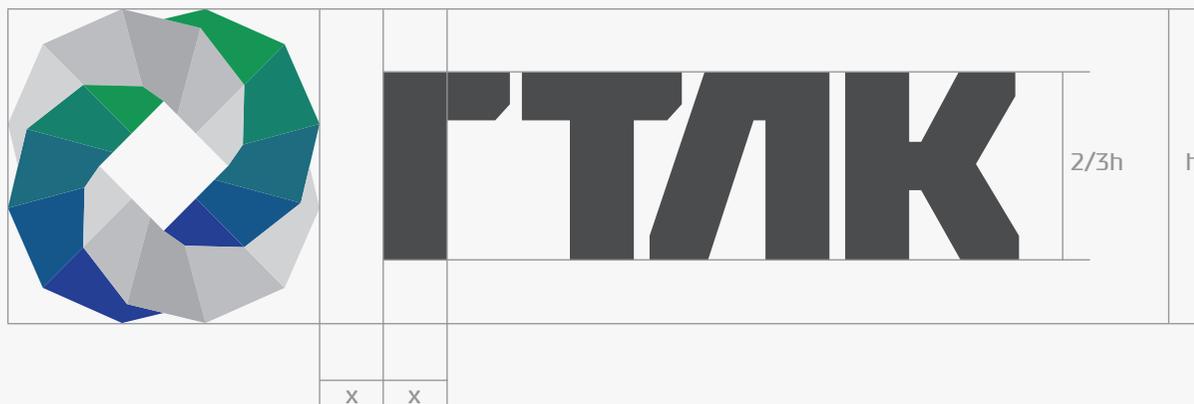


ГТЛК

2.2

Логоблок: построение

Логоблок состоит из знака и логотипа, выровненных относительно друг друга по горизонтальной оси. Высота букв в логотипе равна $2/3$ высоты знака — h . Расстояние между знаком и логотипом равно x — ширине вертикального штриха букв логотипа.



2.2

Русскоязычная и англоязычная версии

Логотип компании построен на основе жирного начертания наборного шрифта SuperMolot, который также является фирменным акцидентным шрифтом. В логотипе используются уникальные отработанные начертания букв, для улучшения работы в паре со знаком. Цвет букв может быть фирменным серым (СМУК 0/0/0/85) или фирменным синим (СМУК 100/90/5/0).

серый вариант



синий вариант



2.2 Русскоязычная и англоязычная версии

На фирменном темно-сером фоне используется цветная версия знака с светло-серым (СМУК 0/0/0/20) логотипом.

Монохромная версия логоблока используется в исключительных случаях, когда есть технические ограничения в использовании полноцветной версии.

темный фон



монохромная печать



2.2

Логоблок: нанесение в одну краску

Нанесение логоблока в одну краску необходимо при технических ограничениях, когда невозможно использовать больше одного цвета. Например, в случае нанесения на вагоны.

темный фон/белая краска



светлый фон/темно-серая краска



2.2

Охранное поле логоблока

Вокруг логоблока всегда должно быть свободное пространство — охранное поле. Минимально допустимое свободное пространство вокруг знака (слева, справа, сверху и снизу) равно значению x .

Величина x равна пустому полю внутри знака.



2.2 Логоблок с расшифровкой: построение

К логоблоку мы добавляем расшифровку аббревиатуры названия компании.
Название располагается от логоблока на расстоянии равном ширине
вертикального штриха буквы — x . Высота названия равна высоте логоблока — h .

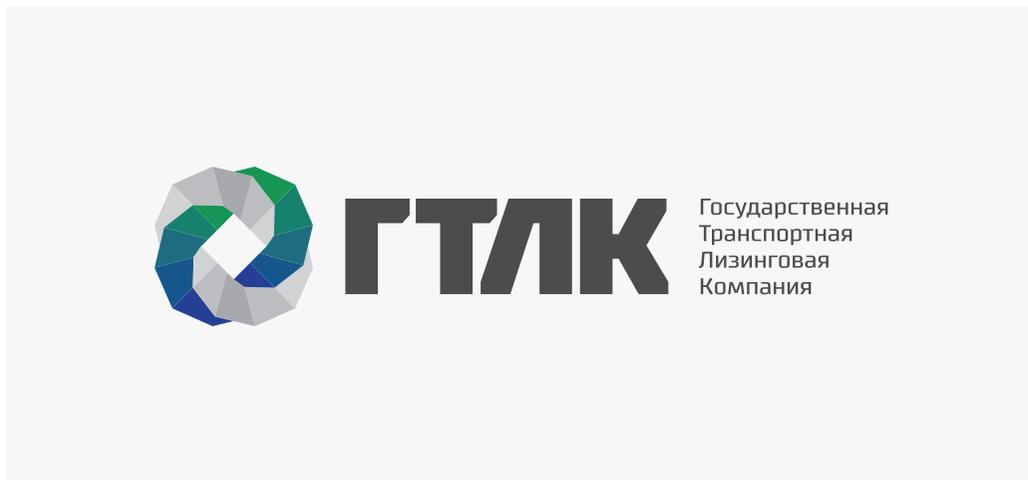


2.2

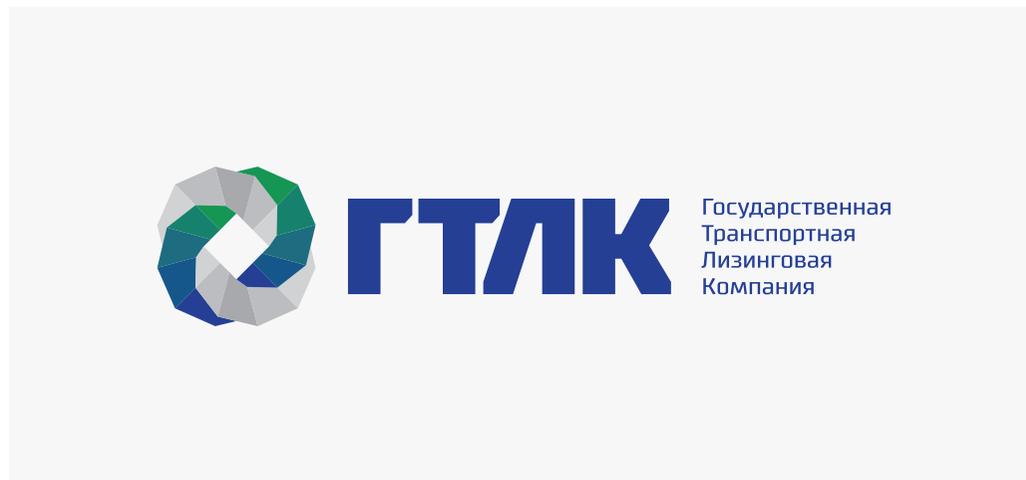
Логоблок с расшифровкой

Цвет букв логоблока может быть фирменным серым (СМΥК 0/0/0/85)
или фирменным синим (СМΥК 100/90/5/0).

серый вариант



синий вариант



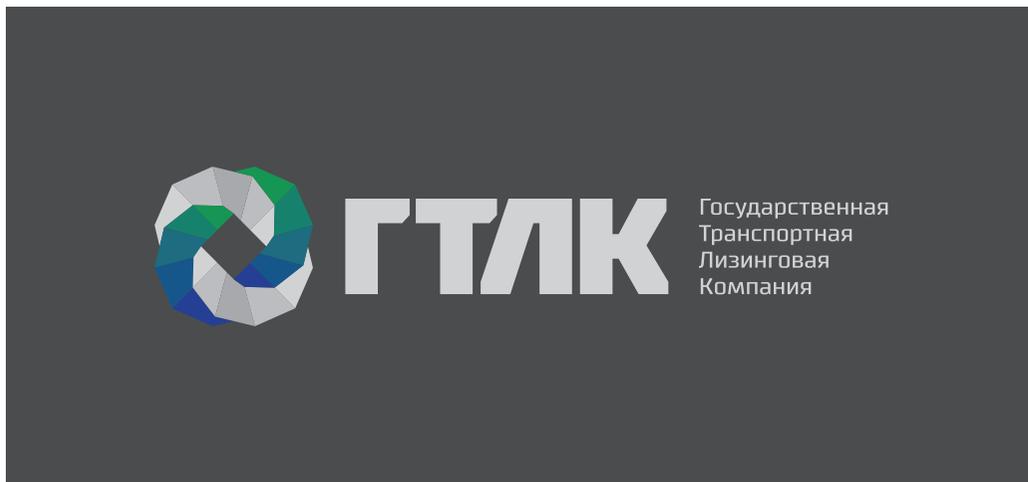
2.2

Логоблок с расшифровкой

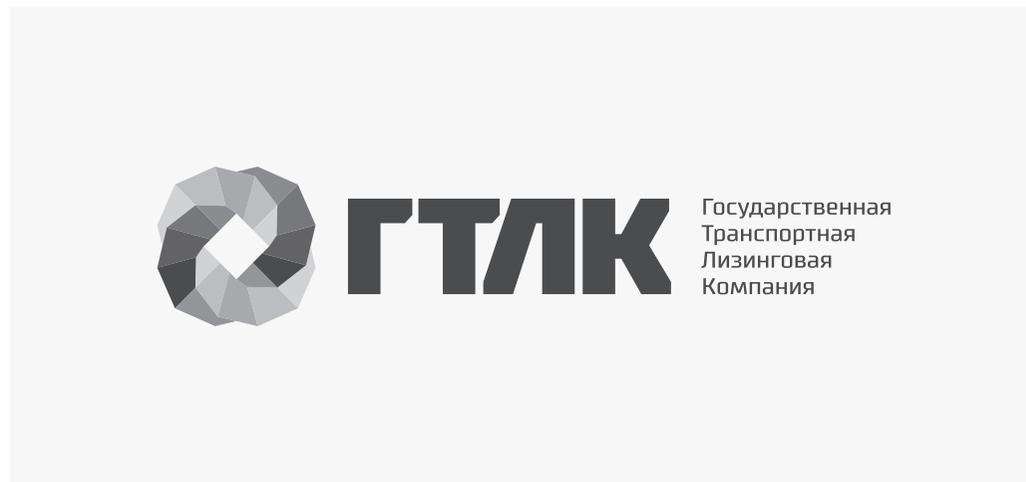
На фирменном темно-сером фоне используется цветная версия знака с светло-серым (СМУК 0/0/0/20) логотипом.

Монохромная версия логоблока используется в исключительных случаях, когда есть технические ограничения в использовании полноцветной версии.

темный фон



монохромная печать

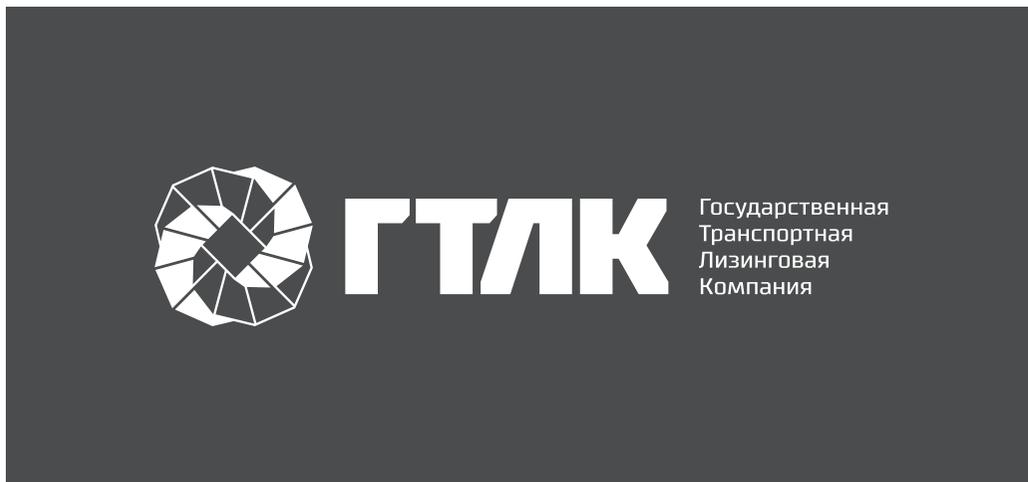


2.2

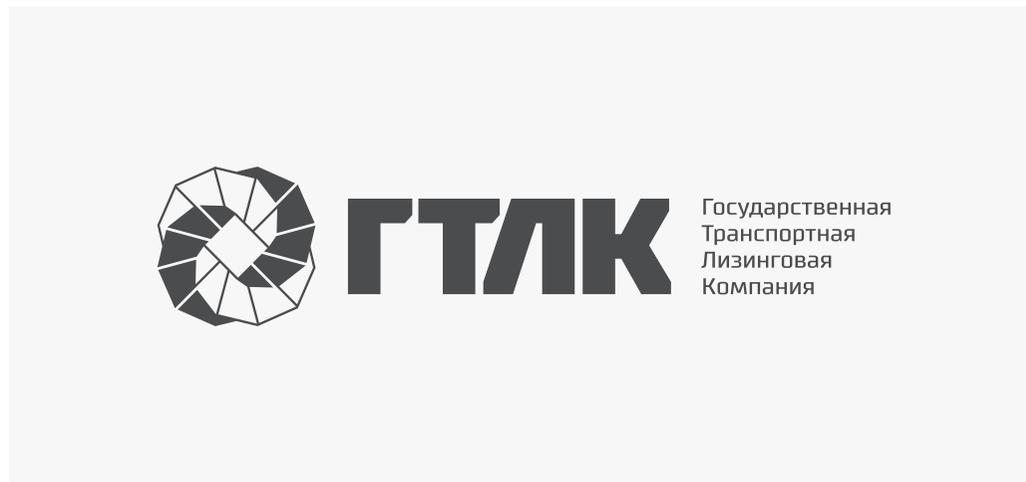
Логоблок: нанесение в одну краску

Нанесение логоблока в одну краску необходимо при технических ограничениях, когда невозможно использовать больше одного цвета. Например, в случае нанесения на вагоны.

темный фон/белая краска



светлый фон/темно-серая краска



2.2

Охранное поле логоблока с расшифровкой

Вокруг логоблока всегда должно быть свободное пространство — охранное поле.
Минимально допустимое свободное пространство вокруг знака (слева, справа, сверху и снизу) равно значению x .

Величина x равна пустому полю внутри знака.



2.3

Фирменные цвета

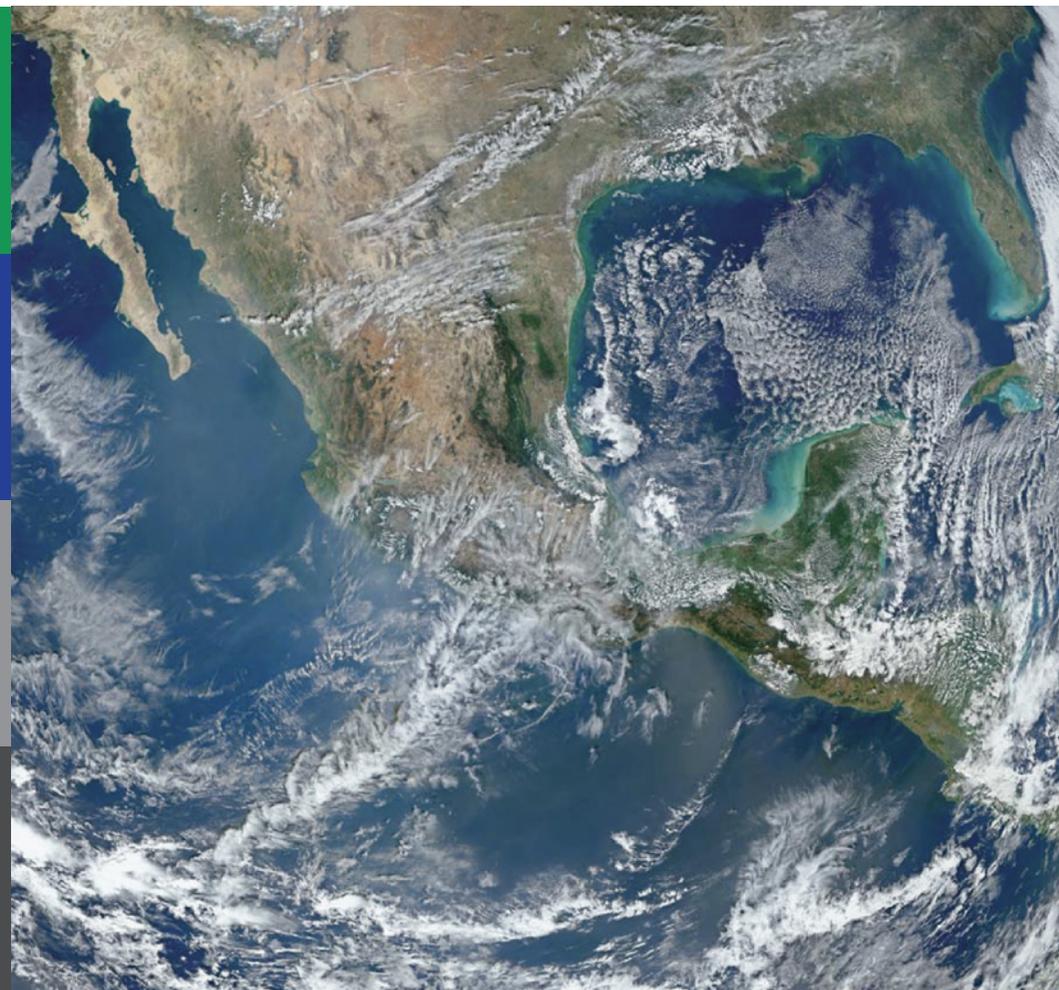
В этом разделе представлены спецификации фирменных цветов для дочерних компаний. Палитра CMYK предназначена для печати. Для экранного воспроизведения цветов используется цветовая система RGB. HEX — цифровая кодировка цвета.

CMYK 85/20/90/0
RGB 23/150/85
HEX #179655

CMYK 100/90/5/0
RGB 35/64/147
HEX #234093

CMYK 0/0/0/50
RGB 147/149/152
HEX #939598

CMYK 0/0/0/85
RGB 77/77/79
HEX #4d4d4f



2.3 Фирменный градиент и цветовая растяжка

В этом разделе представлены принципы построения цветовой растяжки для знака, а также настройки фирменного градиента ГТЛК. В зависимости от потребностей макета и особенностей фотографии может быть использован дополнительный вариант градиента.

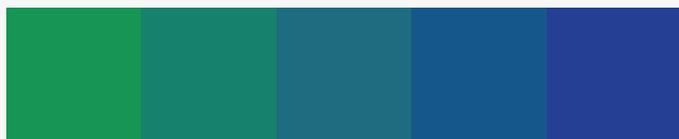
0/0/0/45

0/0/0/85

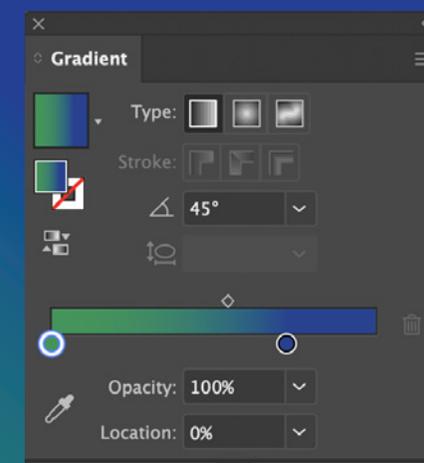


85/20/90/0

100/90/5/0



настройки градиента (основной вариант)

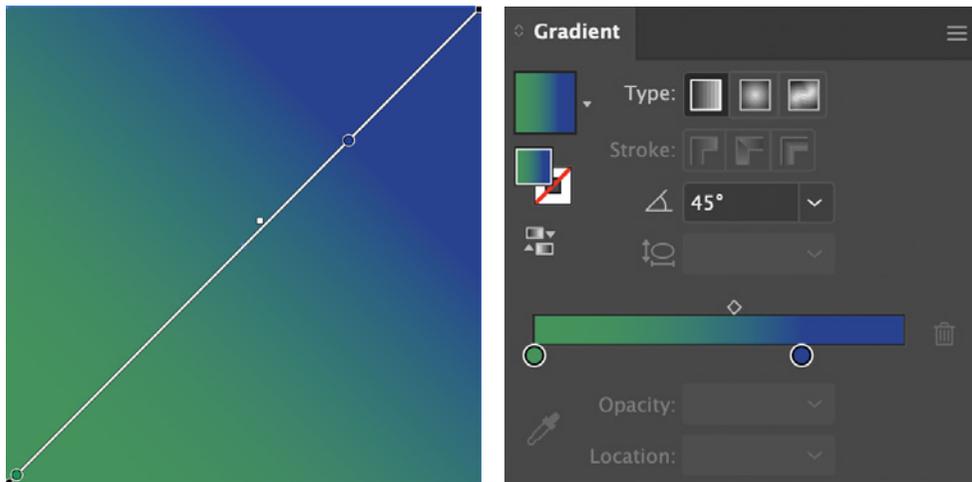


2.3

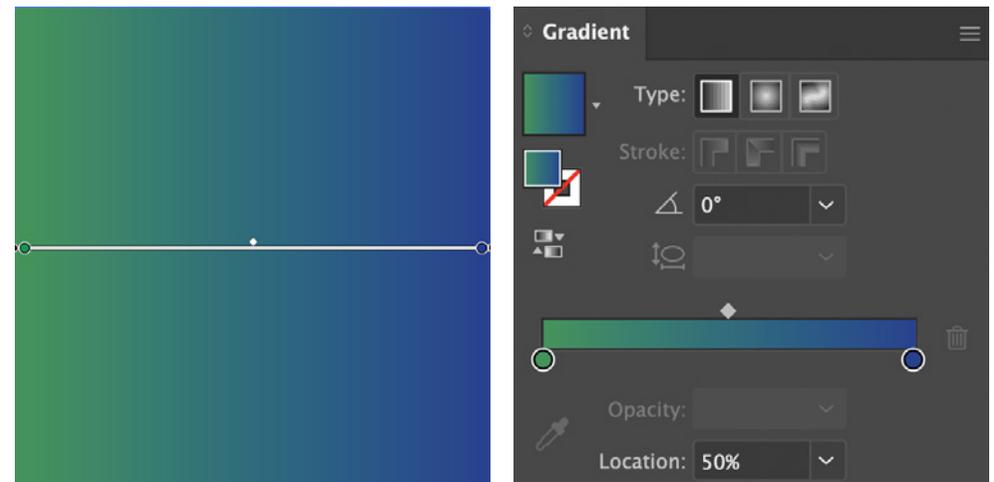
Фирменный градиент и цветовая растяжка

В этом разделе представлены принципы построения цветовой растяжки для знака, а также настройки фирменного градиента ГТЛК. В зависимости от потребностей макета и особенностей фотографии может быть использован дополнительный вариант градиента.

1 – основной градиент



2 – дополнительный вариант градиента



2.4

Фирменный шрифт

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Основной фирменный шрифт Supermolot. Используется для оформления всех фирменных носителей, в заголовках и как акцидентный.

В том случае, когда использование основных шрифтов ограничено, необходимо использовать дополнительные системные шрифты. Рекомендованный цвет шрифта во всех рекламных носителях — 85% от черного (СМУК 0/0/0/100).

Supermolot

Всё ускоряющаяся эволюция компьютерных технологий предъявила жёсткие требования к производителям как собственно вычислительной техники, так и периферийных устройств.

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя**

TT Supermolot разработан
студией TypeType. Приобрести
шрифт можно по ссылке:
typetype.org/ru/fonts/supermolot

2.4

Дополнительный шрифт

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Дополнительный фирменный шрифт PF DinText Pro используется в паре с основным для оформления всех фирменных носителей. В основном используется как наборный шрифт.

Рекомендованный цвет шрифта во всех рекламных носителях — 85% от черного (СМУК 0/0/0/100).

PF DinText Pro

Всё ускоряющаяся эволюция компьютерных технологий предъявила жёсткие требования к производителям как собственно вычислительной техники, так и периферийных устройств.

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ
Ьь Ээ Юю Яя

PF DinText Pro разработан студией Parachute. Приобрести шрифт можно по ссылке: paratype.ru/fonts/pc/pf-din-text-pro

2.4

Системный шрифт

Системный шрифт применяется, когда использование основных шрифтов ограничено. Roboto — это системный шрифт, предустановленный в операционной системе Windows. Он может быть использован в электронных презентациях, или на сайте.

Рекомендованный цвет шрифта во всех рекламных носителях — 85% от черного (СМУК 0/0/0/100).

Roboto

Всё ускоряющаяся эволюция компьютерных технологий предъявила жёсткие требования к производителям как собственно вычислительной техники, так и периферийных устройств.

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ээ Юю Яя

Roboto разработан дизайнером
Christian Robertson для GoogleFonts.
Скачать шрифт можно по ссылке:
fonts.google.com/specimen/Roboto

2.4

Системный шрифт

(допустимый вариант использования)

Times New Roman — это системный шрифт, предустановленный в операционной системе Windows. Он используется в документах, которые должны быть обязательно оформлены по ГОСТу.

Times New Roman

Всё ускоряющаяся эволюция компьютерных технологий предъявила жёсткие требования к производителям как собственно вычислительной техники, так и периферийных устройств.

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ъъ Ээ Юю Яя

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ъъ Ээ Юю Яя**

Times New Roman является
системным шрифтом.

2.5

Разрешенные фоны

Логоблок разрешается размещать на белом и фирменном сером фонах. Расположение логоблока также возможно на черно-белых фотоизображениях и изображениях с наложением фирменного градиента. Обязательно сохранение читаемости логоблока на фотоизображениях.



2.6

Недопустимые варианты использования

Ниже указаны случаи некорректного использования логоблока.

С логоблоком запрещается производить следующие действия:

1. Окрашивать логотип в фирменный или любой другой цвет, кроме описанных в брендбуке.
2. Отражать знак относительно любой из осей.
3. Применять любые эффекты.
4. Деформировать.
5. Применять обводку.
6. Произвольно менять расположение знака и логотипа.
7. Располагать основную версию логотипа на неотредактированном фотоизображении.
8. Использовать на фонах чужеродных цветов.
9. Менять исходные пропорции отношения размеров знака и логотипа.



3.

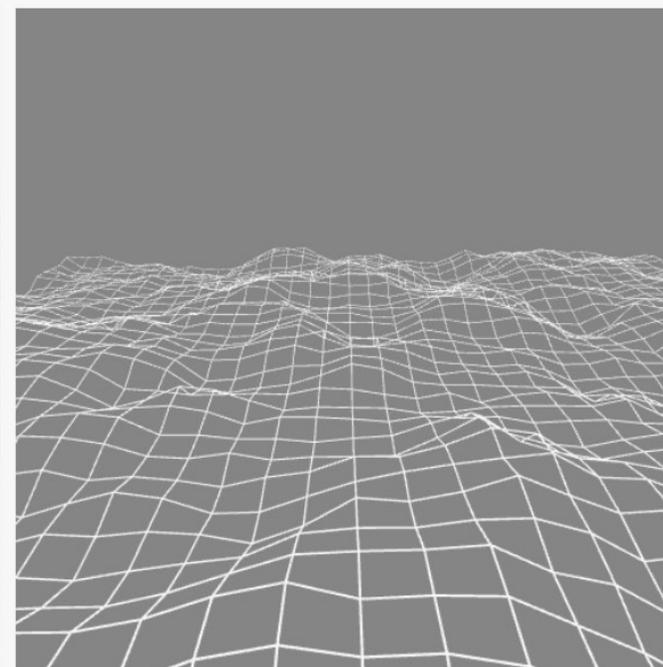
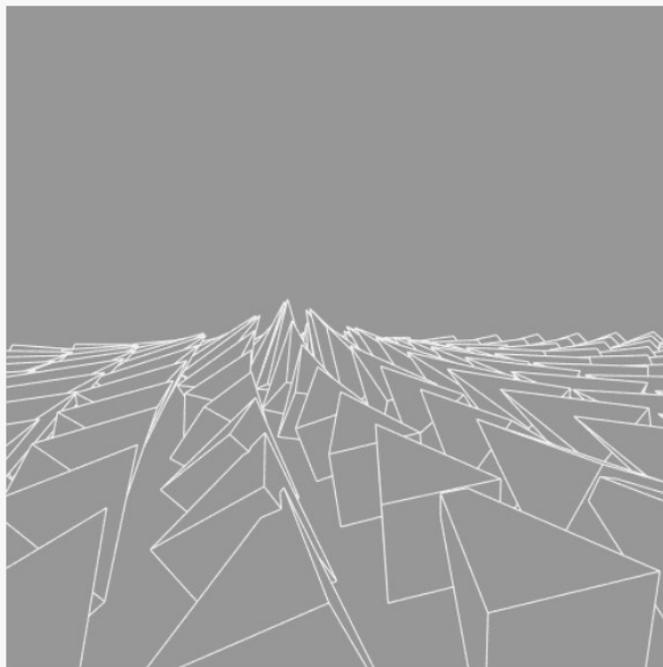
Фирменная графика

3.1	Key visual	41
3.2	Key visual по направлениям	44
3.3	Принцип работы с фотографиями	52
3.4	Фоторяд	54

3.1

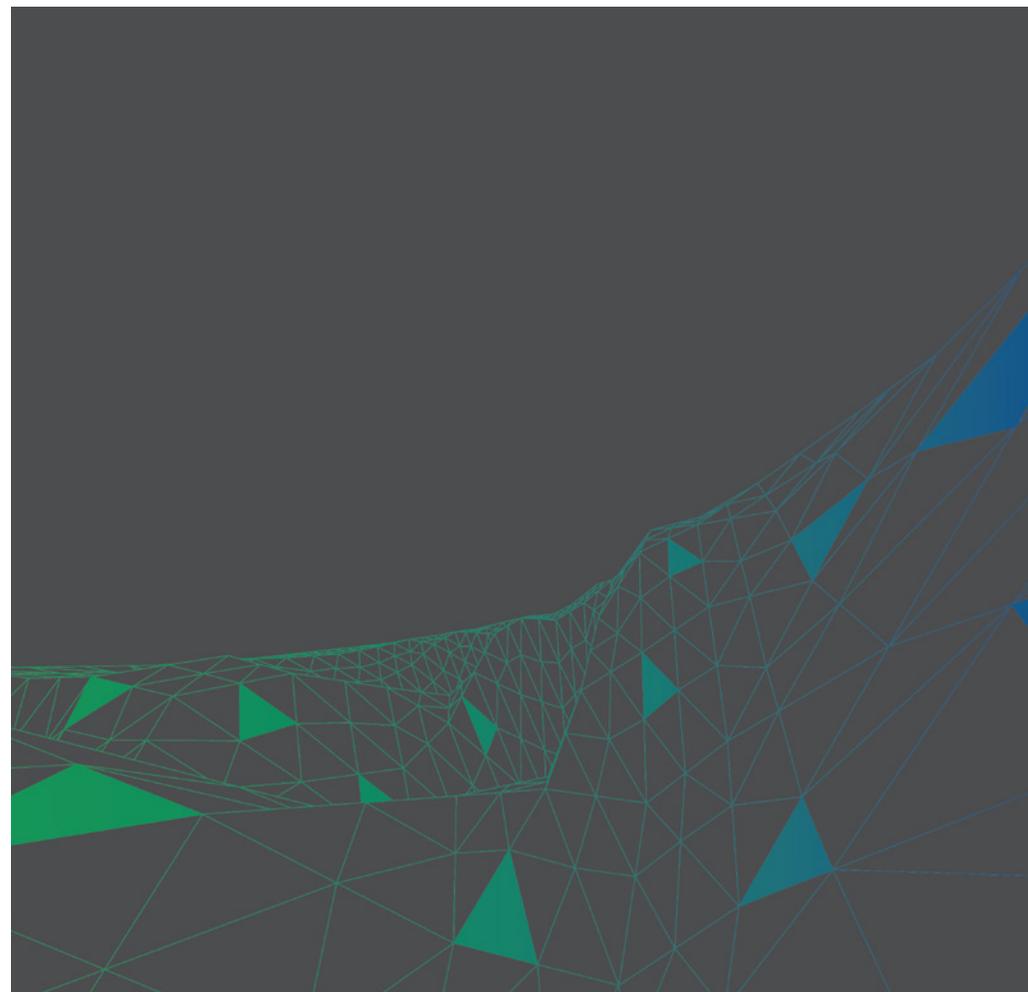
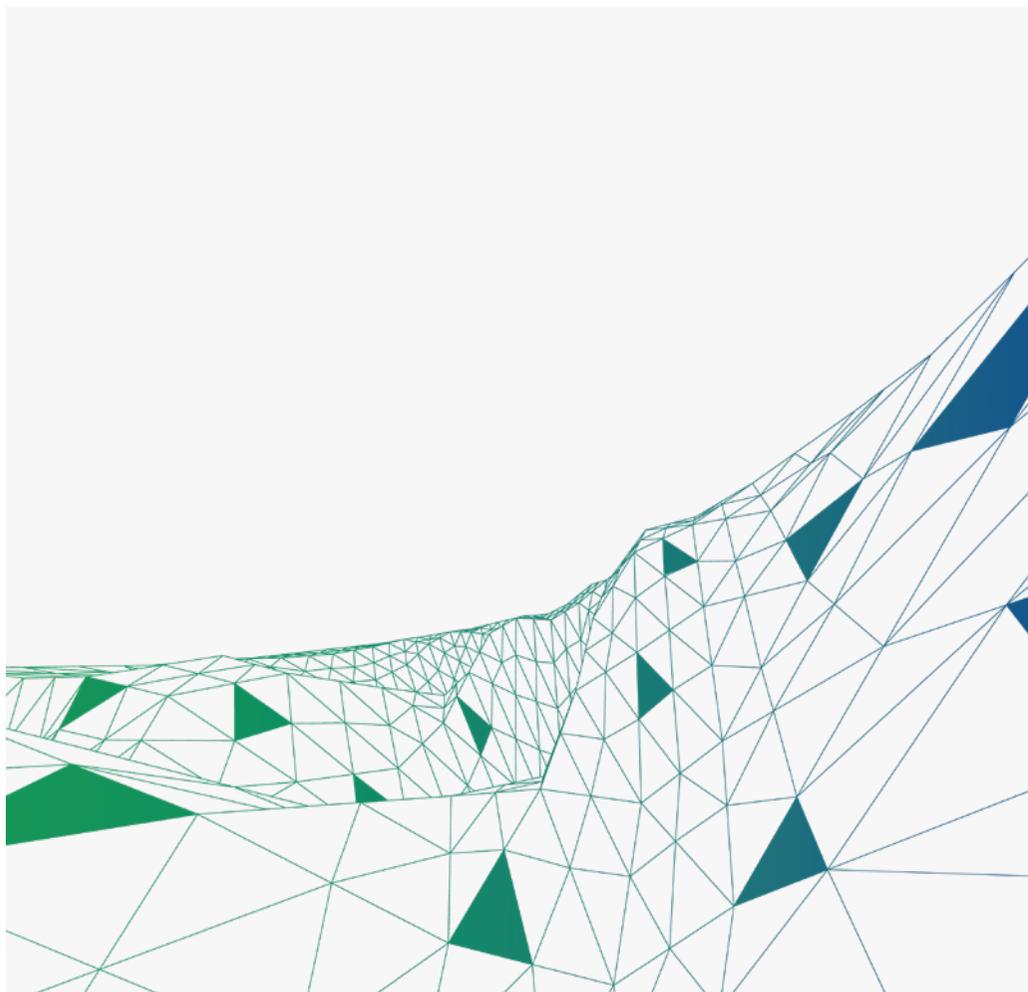
Key visual: идея

Мировая цифровизация увеличила палитру графических инструментов. Используя модульные и структурные сетки, низкополигональную графику, мы строим свою изобразительную лексику. Она рифмуется с логотипом, с текущим стилем компании и с тем, что происходит в мире графических трендов.



3.1 Основные Key visual с заливками

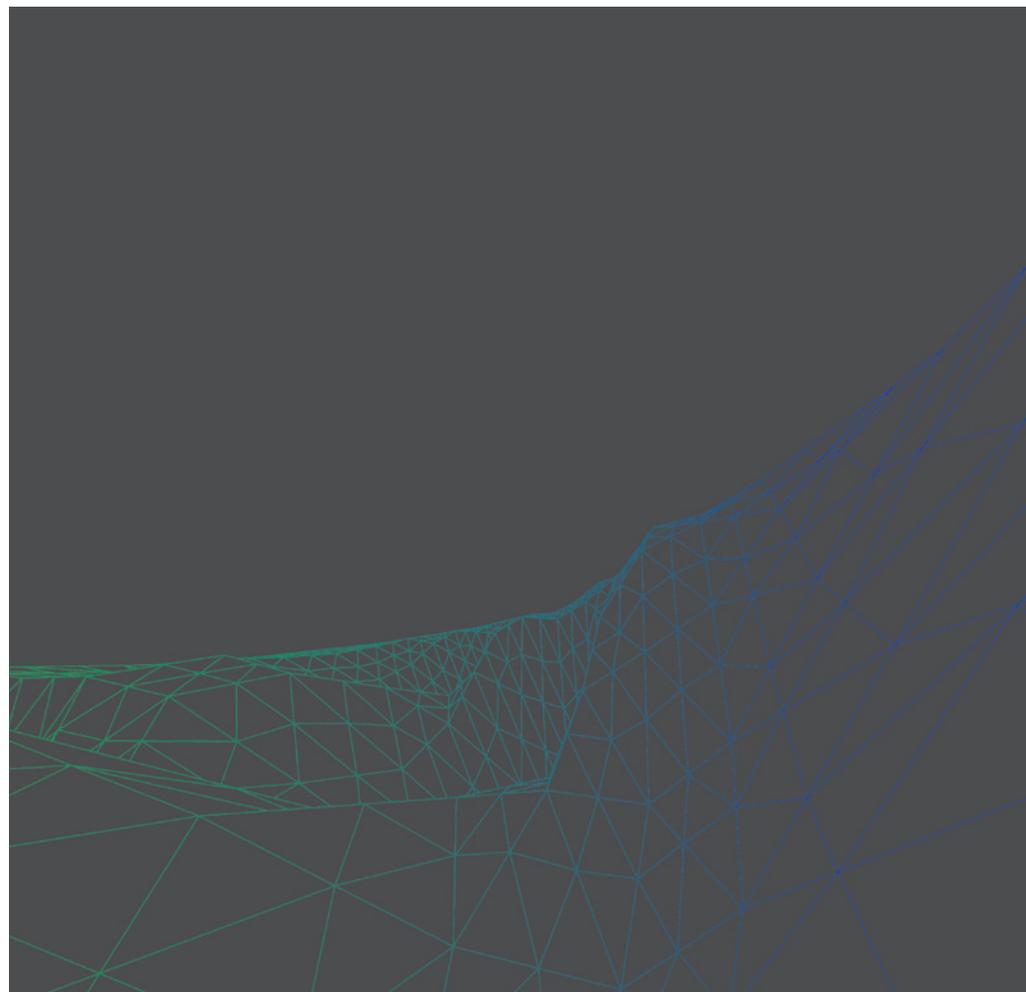
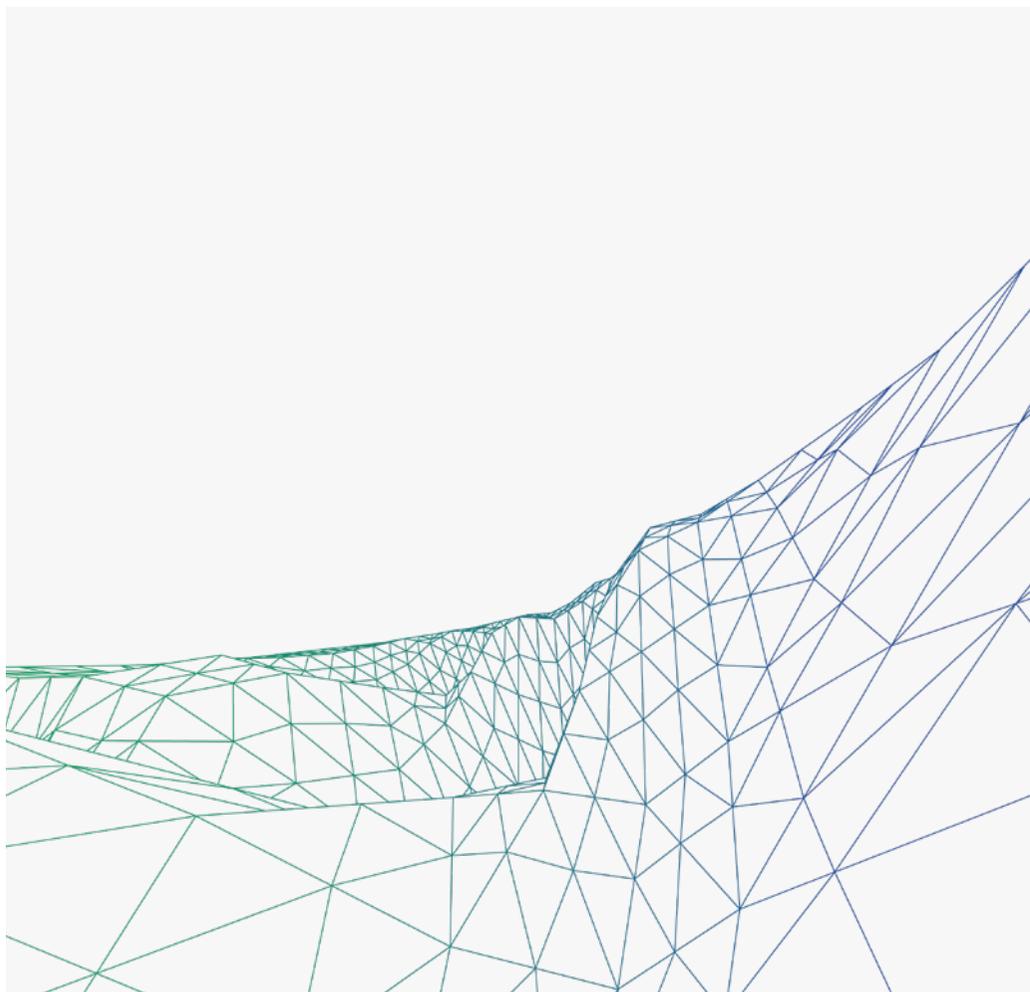
Основные key visual могут быть дополнены динамично расположенными залитыми фирменным градиентом гранями. Такие сетки так же используются на макетах корпоративной полиграфии, в рекламе, при оформлении помещений.



3.1

Основные Key visual

Основные key visual являются графическими метафорами слогана «Движущая сила», они отражают динамику развития и технологичность ГТЛК. Используются на макетах корпоративной полиграфии, в рекламе, при необходимости процитировать основные слоганы. В макете может быть использована любая из сеток, но преимущество отдается наиболее подходящего к общему композиционному решению макета.

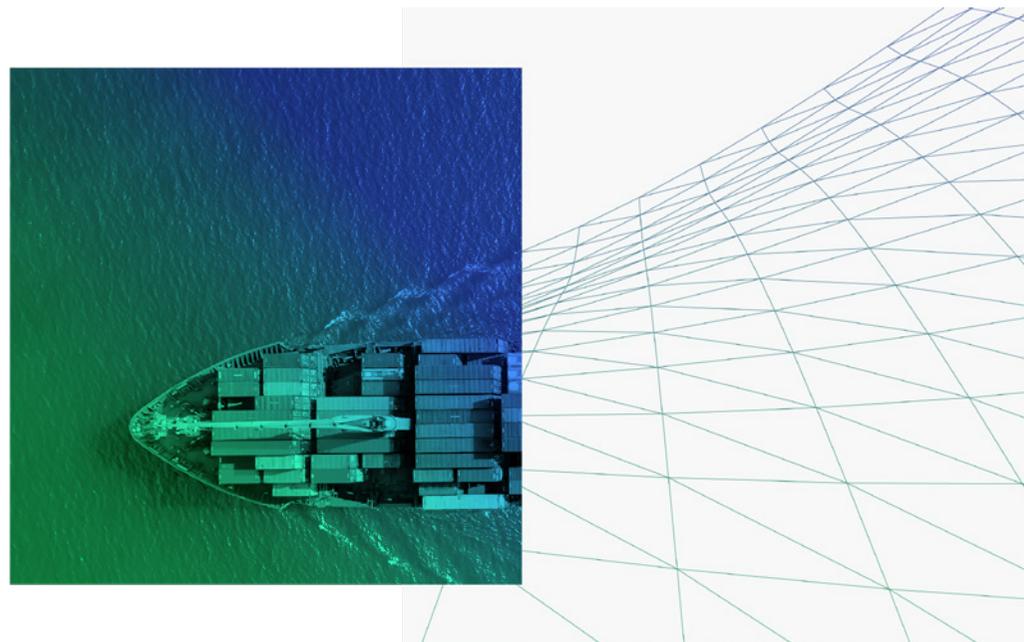
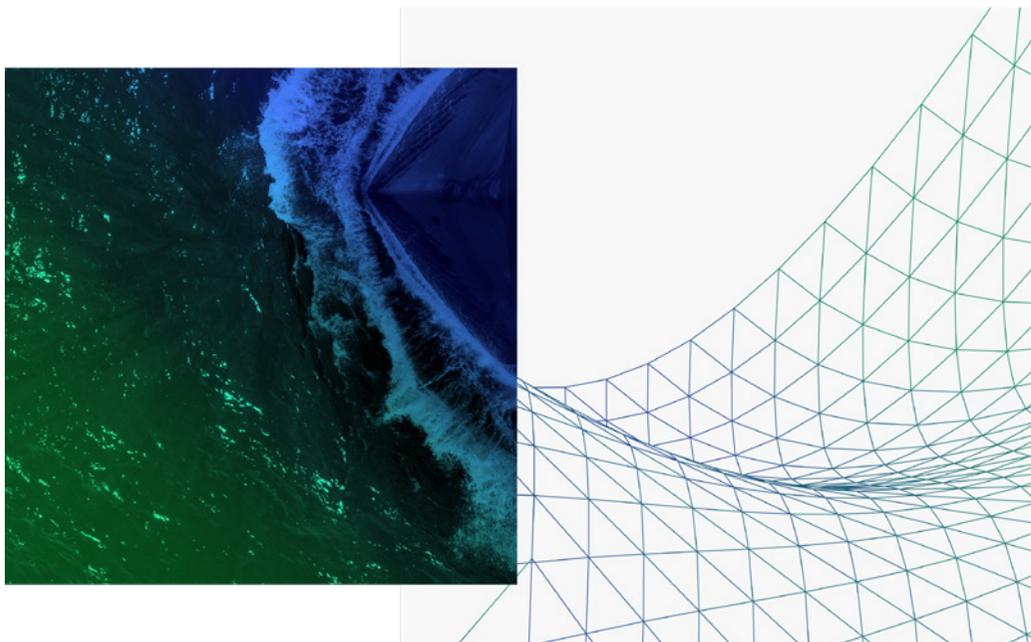


3.2

Key visual по направлениям

Водный транспорт.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.

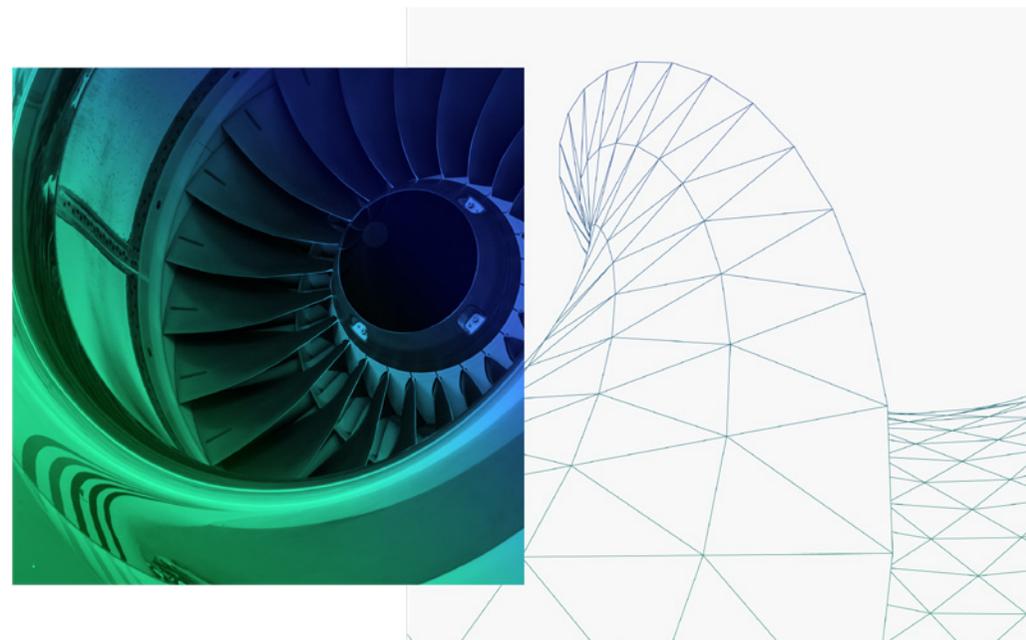
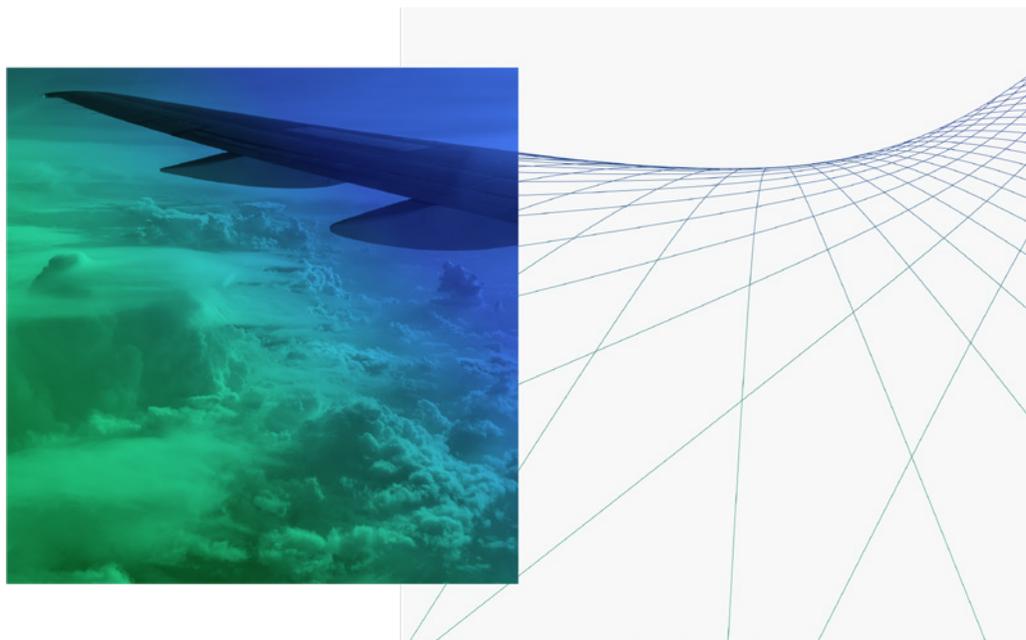


3.2

Key visual по направлениям

Воздушный транспорт.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.

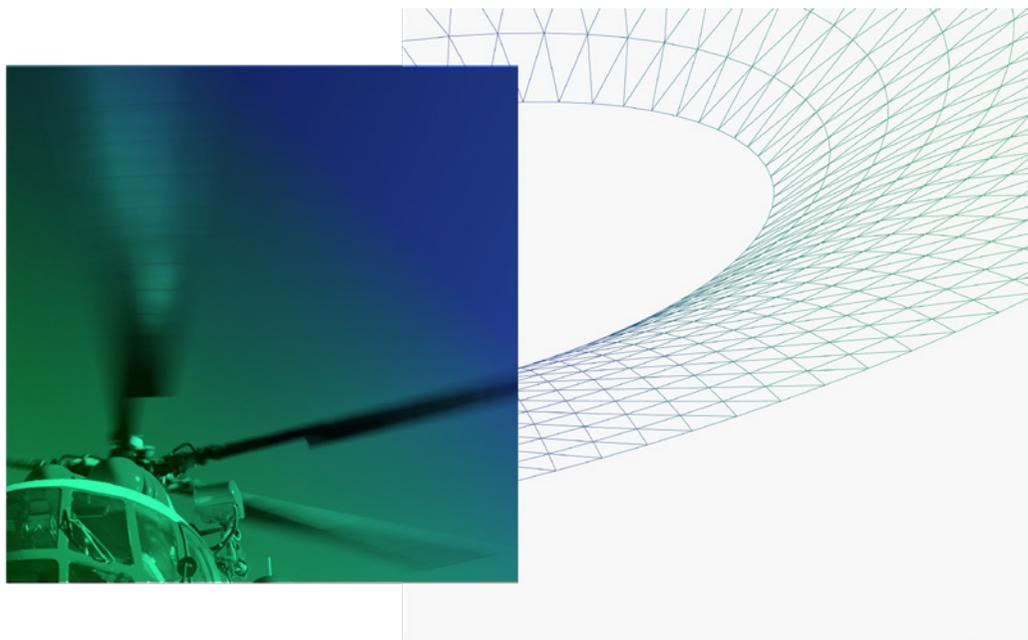


3.2

Key visual по направлениям

Воздушный транспорт.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.

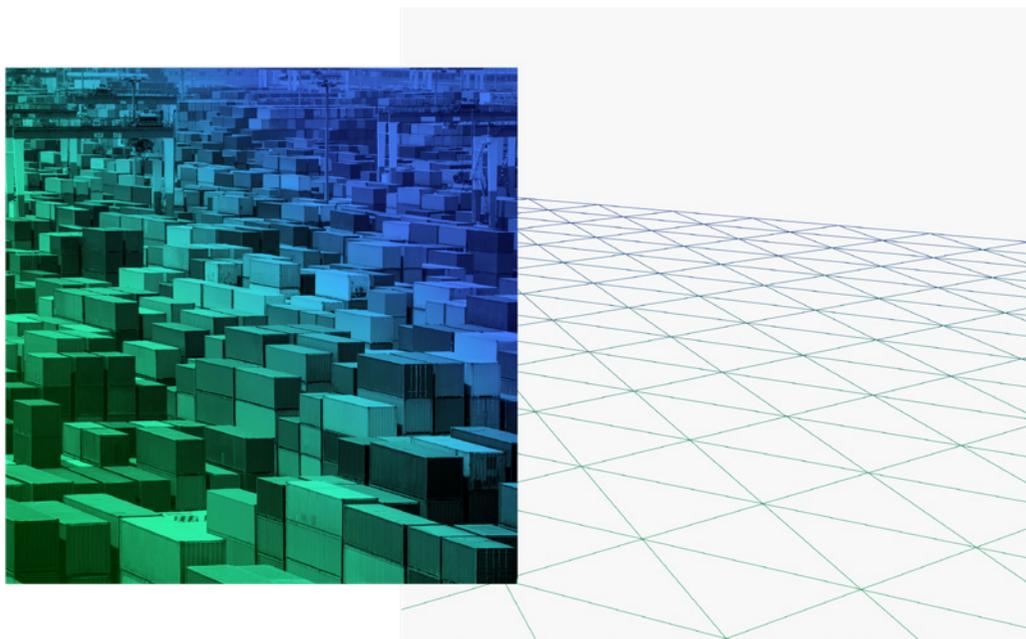


3.2

Key visual по направлениям

Инфраструктура.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.

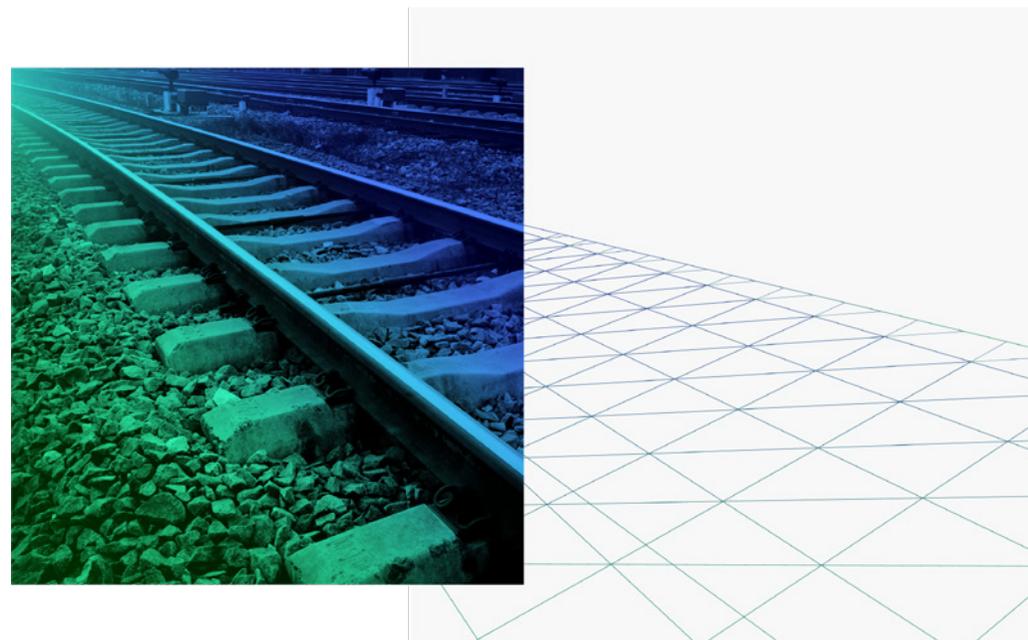
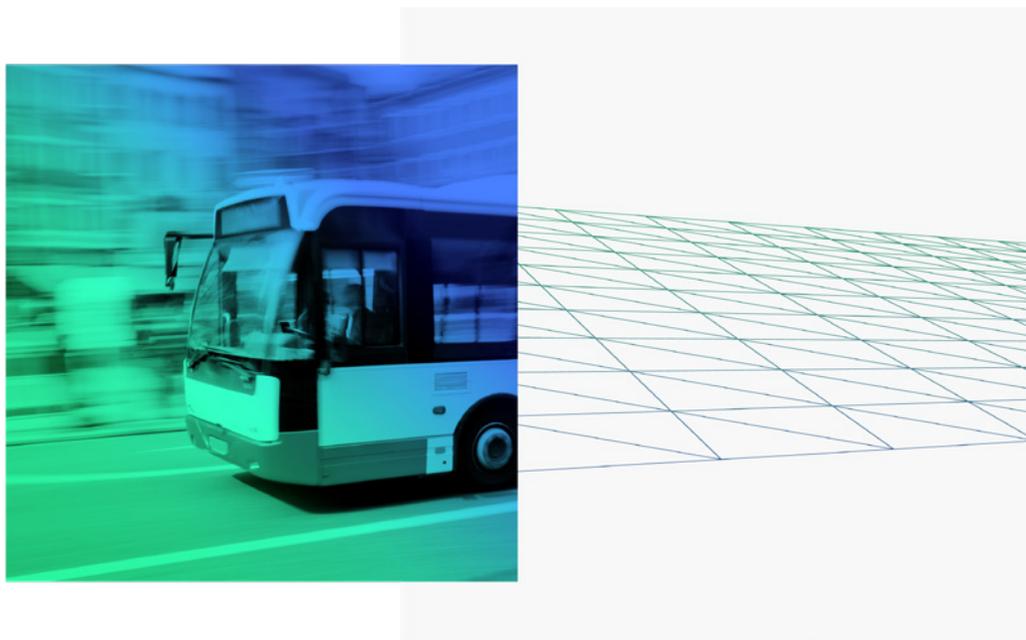


3.2

Key visual по направлениям

Пассажирский, в том числе энергоэффективный транспорт
и Железнодорожный транспорт.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.

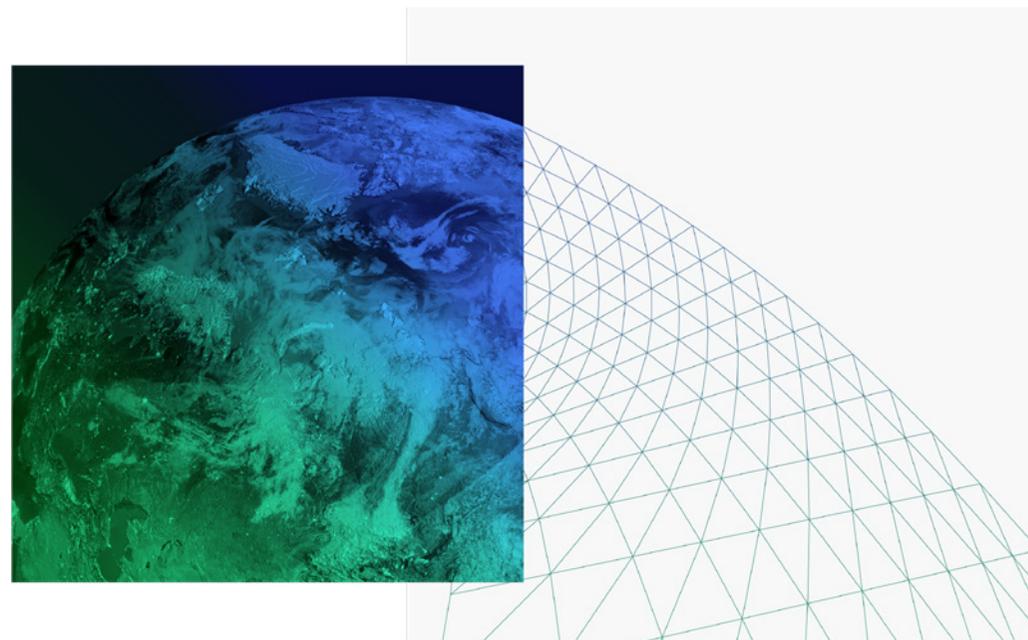
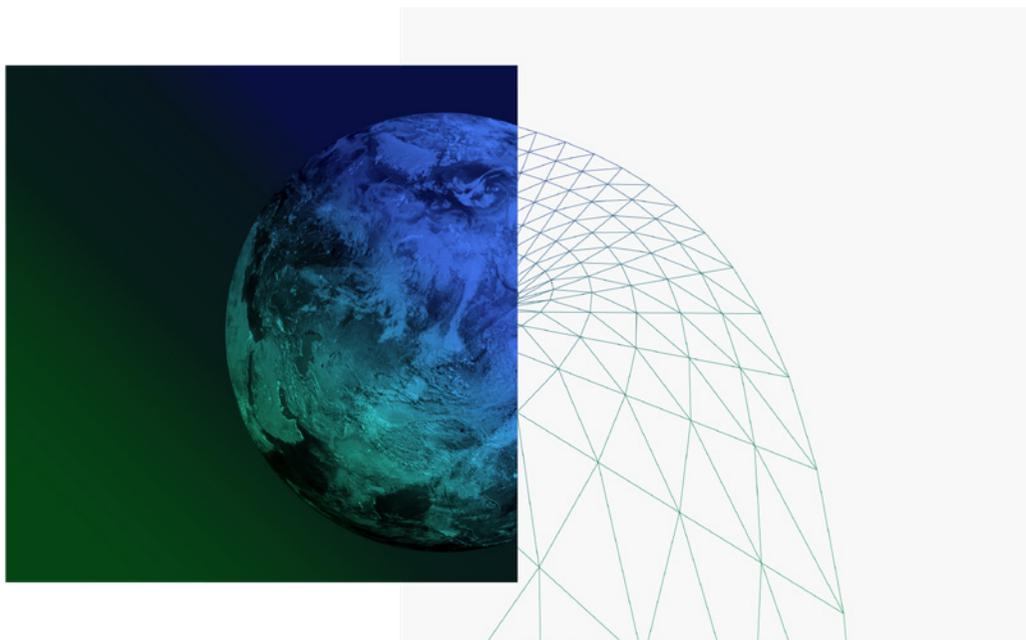


3.2

Key visual по направлениям

Цифровизация и глобальность.

Для key visual по направлениям использованы фотографии с фирменным градиентом (см. «Принцип работы с фотографиями»), объекты на фотографиях имеют четко выраженное направление движения, а фирменные сетки продолжают и визуальнo усиливают это движение.



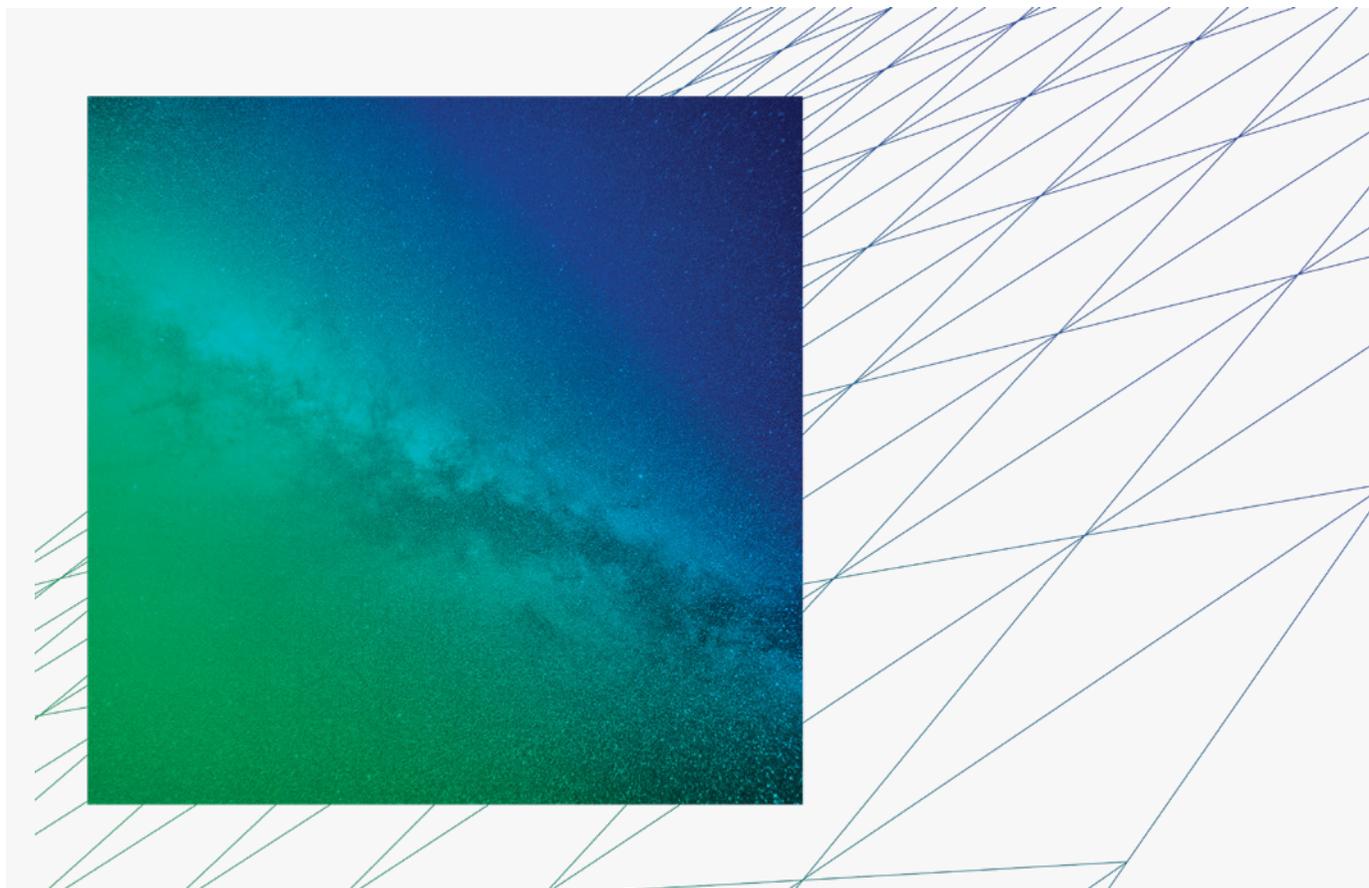
3.2

Key visual по направлениям

Дополнительные key visual

В процессе работы над различными макетами нам могут понадобиться дополнительные варианты key visual. Они создаются подобно основным вариантам с использованием градиентных фотографий и сеток.

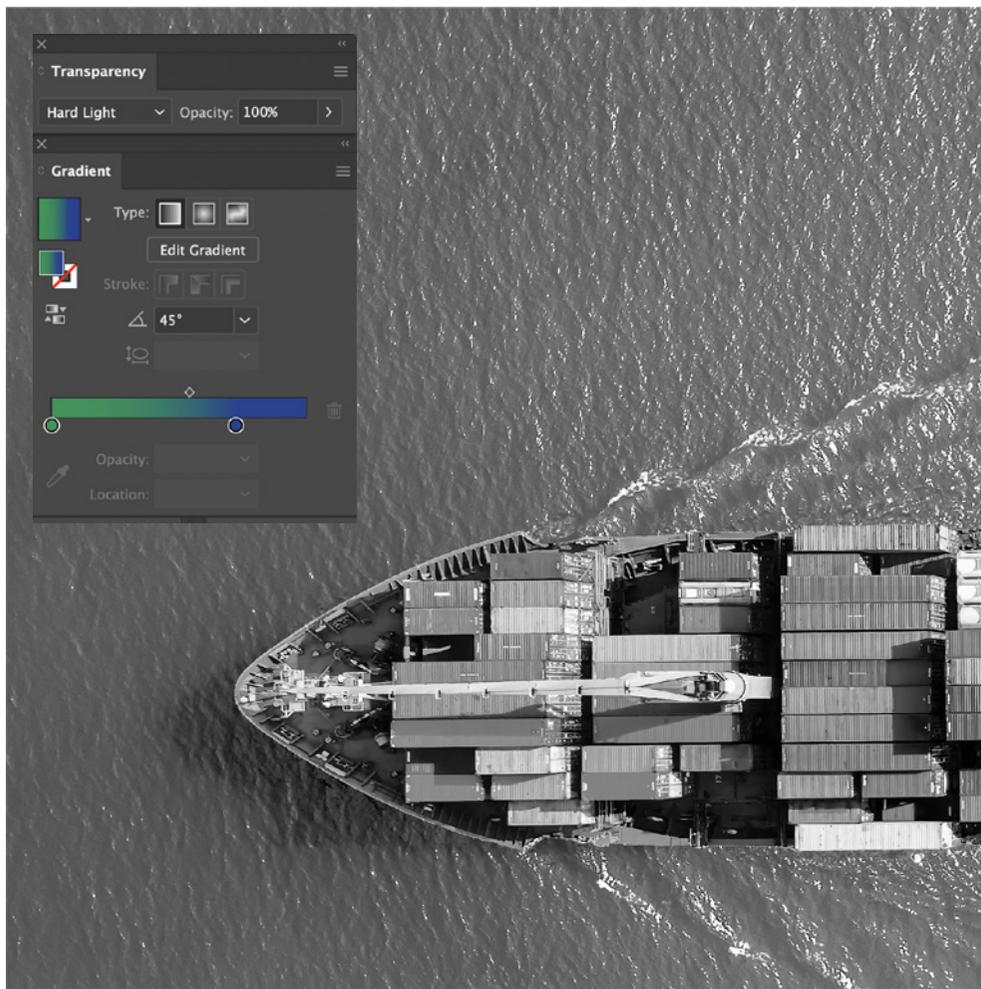
Пример дополнительного key visual для направления Лизинг цифровых активов.



Пример использования в квартальном буклете ГТЛК

3.3 Принцип работы с фотографиями

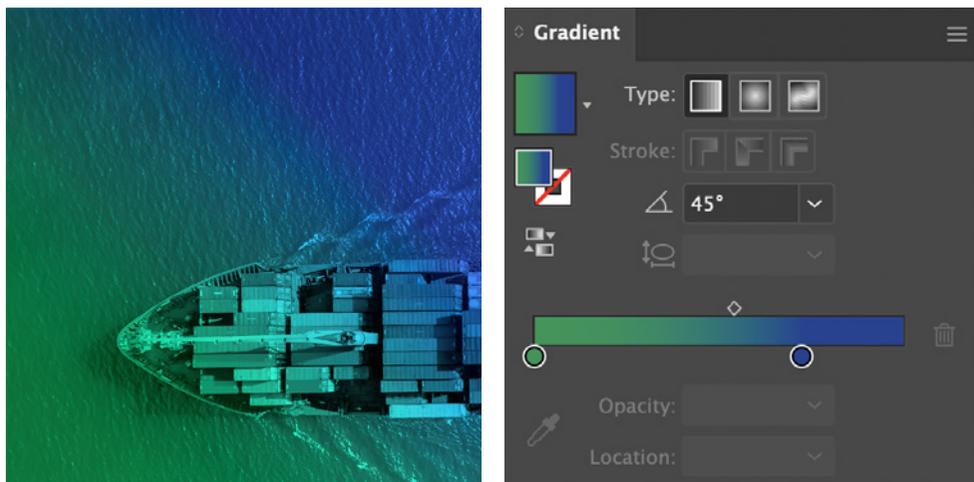
Для создания фирменных фотографий, исходное изображение должно быть переведено в Greyscale и далее в RGB, сверху накладывается фирменный градиент. Способ наложения — Hard Light. Чаще всего используется основной градиент, но в зависимости от макета и насыщенности фотографии, может быть использован дополнительный вариант градиента.



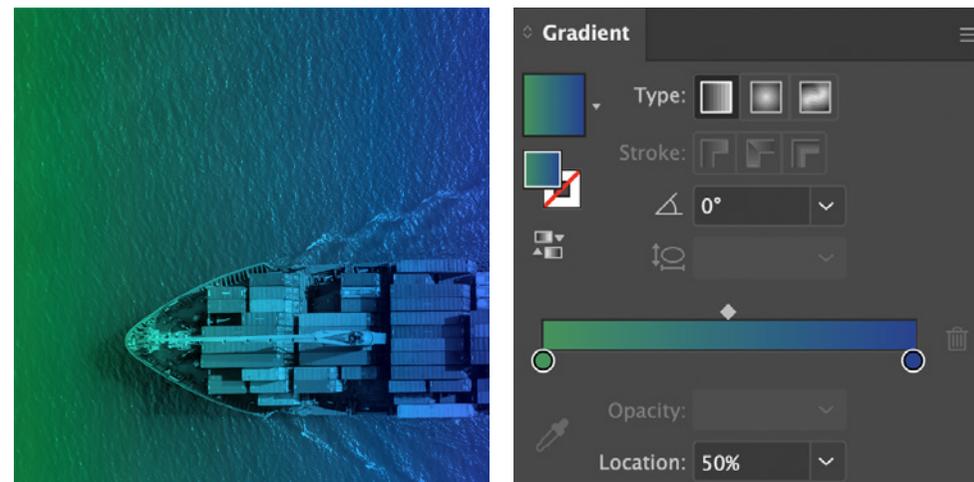
3.3 Принцип работы с фотографиями

Для создания фирменных фотографий, исходное изображение должно быть переведено в Greyscale и далее в RGB, сверху накладывается фирменный градиент. Способ наложения — Hard Light. Чаще всего используется основной градиент, но в зависимости от макета и насыщенности фотографии, может быть использован дополнительный вариант градиента.

1 – основной градиент



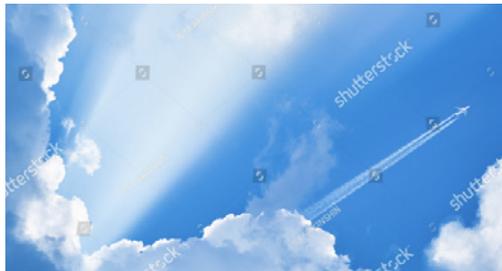
2 – дополнительный вариант градиента



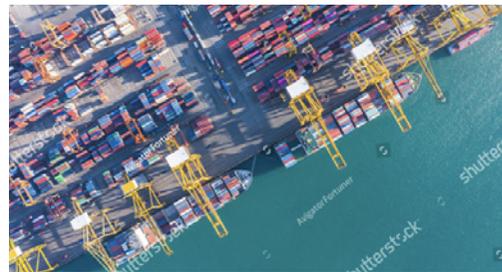
3.4

Фоторяд

Воздушный транспорт



Инфраструктура



3.4

Фоторяд

Водный транспорт



Железнодорожный транспорт



3.4

Фоторяд

Пассажирский транспорт



4.

Шаблоны макетов фирменных носителей

4.1	Деловое письмо	58
4.2	Деловая визитка	59
4.3	Подпись в электронных письмах	60
4.4	Папка формата А4	61
4.5	Поздравительный бланк	63
4.6	Фирменные ручки	64
4.7	Фирменные карандаши	65
4.8	Фирменные пакеты	66
4.9	Блокнот формата А5	67
4.10	Презентация PowerPoint	69

4.1

Деловое письмо, оформленное по ГОСТу

На бланке письма располагаются логоблок, реквизиты, текстовый блок, слоган. Логоблок расположен в верхнем левом углу листа. Правила построения бланка соответствует ГОСТу.

Рекомендации по печати:
Формат — 210×297 мм. Печать — цифровая 4+0.
Бумага — 80 г/м², экстра белая, матовая.

 АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ (АО «ГТЛК») ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА <small>Республики ул., д.73, ком.100, г. Салехард, Ямало-Ненецкий автономный округ, 629008 ИНН 7720261827 КПП 997950001 ОГРН 1027739407189 ОКПО 57992197 Почтовый адрес: Ленинградский проспект, д.31а, строение 1, г. Москва, 125284 Тел.: (495) 221-00-12, факс: (495) 221-00-06 E-mail: gtlk@gtlk.ru, http://www.gtlk.ru</small>	Наименование Адресата
№ _____ На № _____ от _____	
Заголовок	
Уважаемый !	
Текст письма	
Приложение: 1. 2.	
И.О. Фамилия	
Фамилия Имя Отчество +7(495) 221-00-12 (доб.)	

 АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ (АО «ГТЛК») ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА <small>Республики ул., д.73, ком.100, г. Салехард, Ямало-Ненецкий автономный округ, 629008 ИНН 7720261827 КПП 997950001 ОГРН 1027739407189 ОКПО 57992197 Почтовый адрес: Ленинградский проспект, д.31а, строение 1, г. Москва, 125284 Тел.: (495) 221-00-12, факс: (495) 221-00-06 E-mail: gtlk@gtlk.ru, http://www.gtlk.ru</small>	Наименование Адресата
№ _____ На № _____ от _____	
Заголовок	
Уважаемый !	
Текст письма	
Приложение: 1. 2.	
И.О. Фамилия	
Фамилия Имя Отчество +7(495) 221-00-12 (доб.)	

4.2

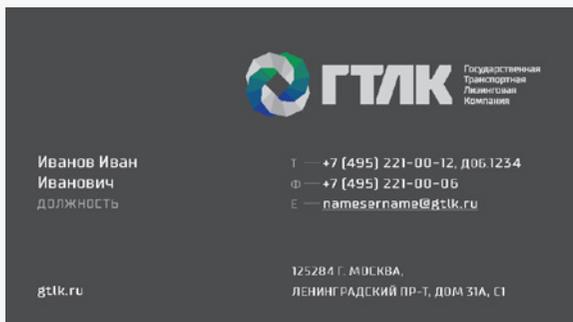
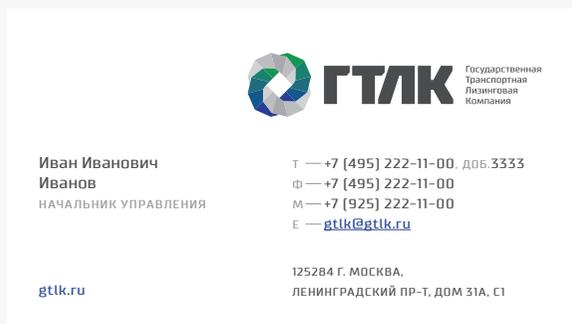
Деловая визитка

Ниже представлены правила построения корпоративных визитных карточек.

Рекомендации по печати:

Для сотрудников (белый вариант): Формат — 90×50 мм. Печать — офсетная. Бумага — 300 г/м², экстра-белая, матовая.

Для руководства (серый вариант): Формат — 90×50 мм. Трафаретная печать. Бумага — крашенная в массу 300-400 г/м².



4.3

Подпись в электронных письмах

Подпись включает в себя ФИО, должность, рабочие телефоны, рабочий e-mail адрес, логоблок и сайт компании. Располагается в нижнем левом углу документа, выравнивается по левому краю.

Подпись в электронных письмах должна быть стандартной и единообразной для всех сотрудников и всех видов документов.

С уважением,

Иван Иванов
НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ
СТРУКТУРНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ

т. +7 (495) 222-11-00 доб. 3333

ф. +7 (495) 222-11-00

gtlk@gtlk.ru



www.gtlk.ru

4.4

Папка формата А4

Фирменная папка под формат бумаги А4. Снаружи папка брендируется логоблоком и фирменной сеткой. Внутри располагаются слоган и сайт.

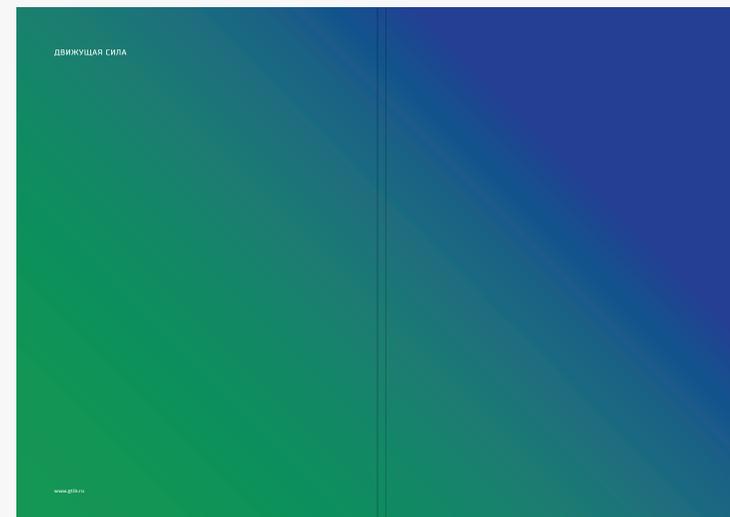
Рекомендации по печати:

Формат — 428×297 мм. Печать — 4+4. Бумага — белая 300-400 г/м².

Внешняя сторона



Внутренняя сторона



4.4

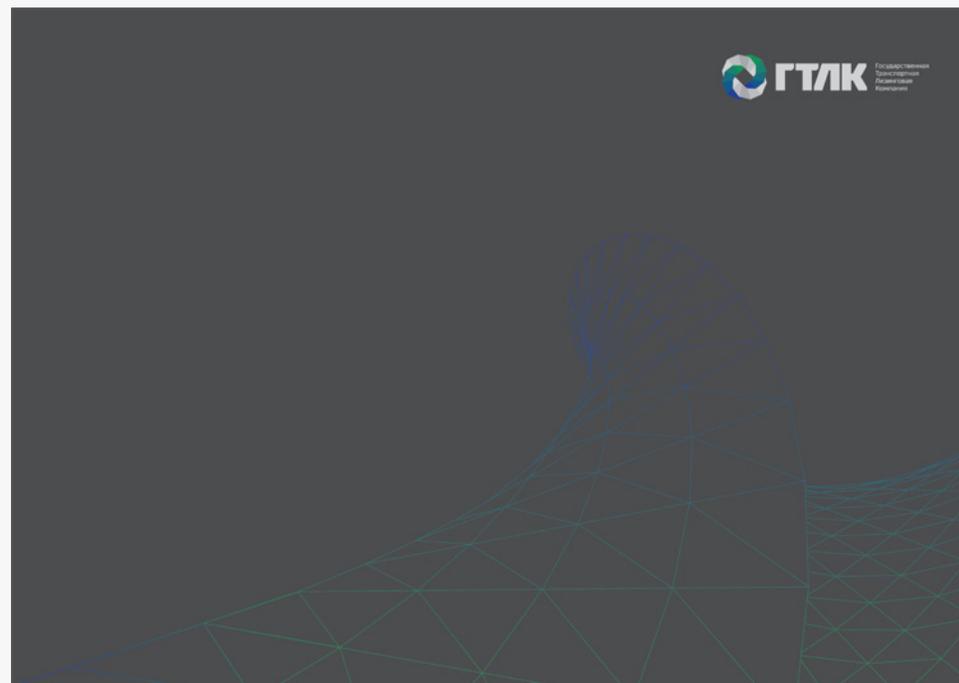
Папка формата А4

Фирменная папка под формат бумаги А4. Снаружи папка брендируется логоблоком и фирменной сеткой. Внутри располагаются слоган и сайт.

Рекомендации по печати:

Формат — 428×297 мм. Печать — 4+4. Бумага — белая 300-400 г/м².

Варианты обложек



4.5

Поздравительный бланк

Поздравительный бланк используется в особых случаях.
Ниже показаны правила построения.

Рекомендации по печати:
Формат — 210×297 мм. Печать — цифровая 4+0. Бумага — 80 г/м²,
экстра белая, матовая.



4.6

Фирменные ручки

Цвет ручек подбирается соответственно фирменной цветовой гамме.
На ручках располагаются логоблок, слоган и сайт. Могут быть использованы
основная версия логоблока и версия в одну краску.

Рекомендации по печати:

Способы нанесения — цветная печать, гравировка.



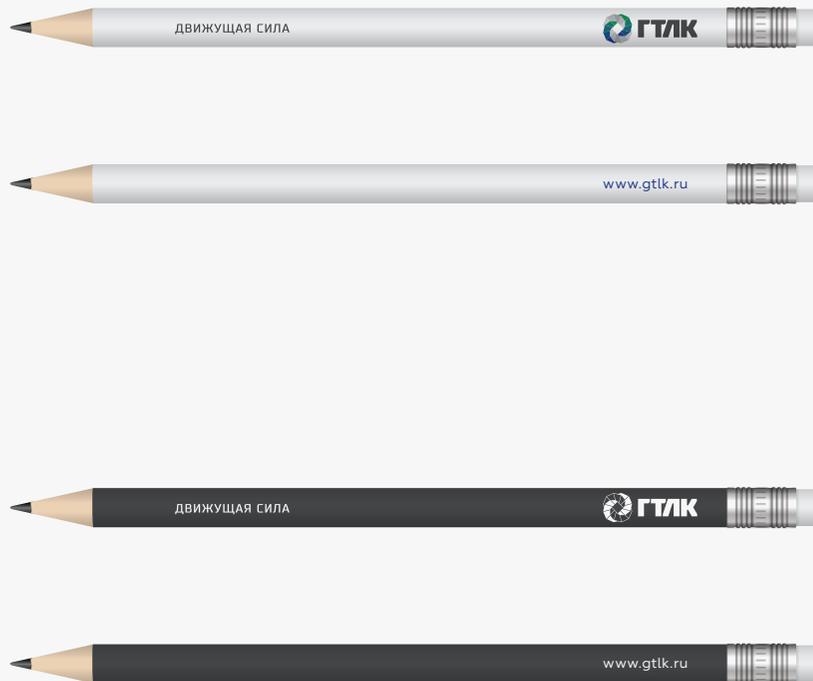
4.7

Фирменные карандаши

Цвет карандашей подбирается соответственно фирменной цветовой гамме.
На карандашах располагаются логоблок, слоган и сайт. Могут быть использованы основная версия логоблока и версия в одну краску.

Рекомендации по печати:

Способы нанесения — цветная печать, печать белилами.



4.8

Фирменные пакеты

Фирменные пакеты производятся в двух форматах:
297×400×120 мм, 250×350×80 мм.

Для особых случаев используются праздничные пакеты:
например, новогодний пакет.

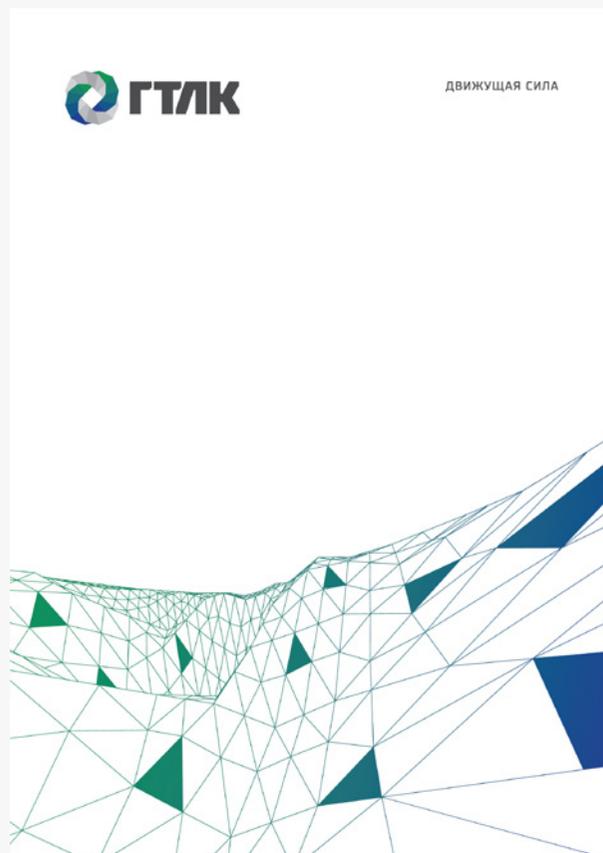
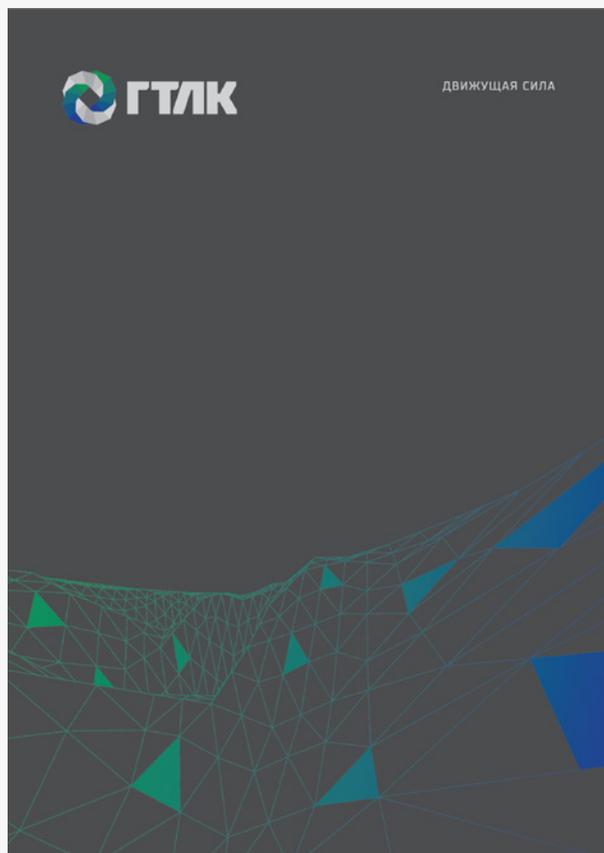


4.9

Блокнот формата А5

Фирменные блокноты производятся в двух цветах: серый и белый.
Внутренняя часть блокнота при этом остается неизменной. Крепление
блокнота: на пружину по верхней стороне.

Рекомендации по печати: Формат — 148×210 мм (А5).
Обложка: темная — 4+4, белая — 4+0, 300-400 г/м².
Внутренние страницы: Печать — офсетная. Бумага — 80 г/м²,
экстра белая, матовая.

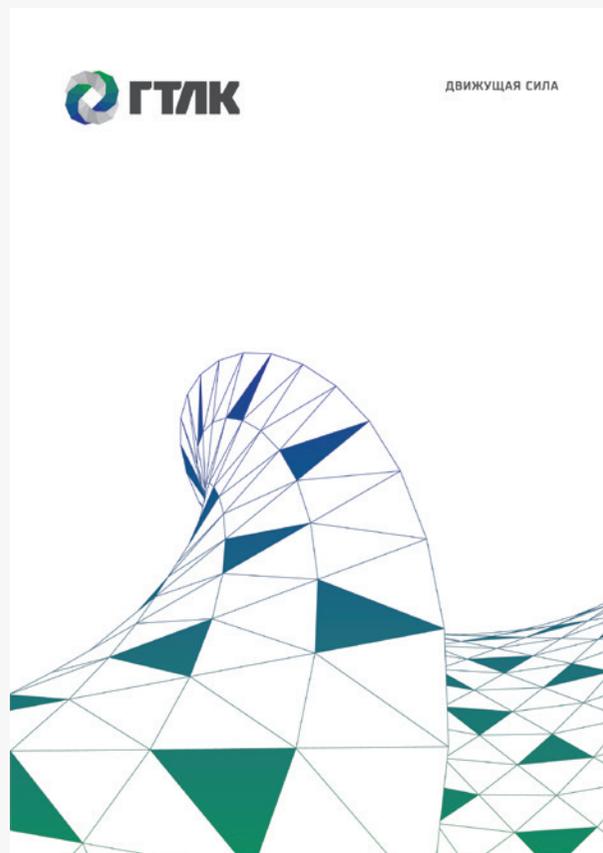
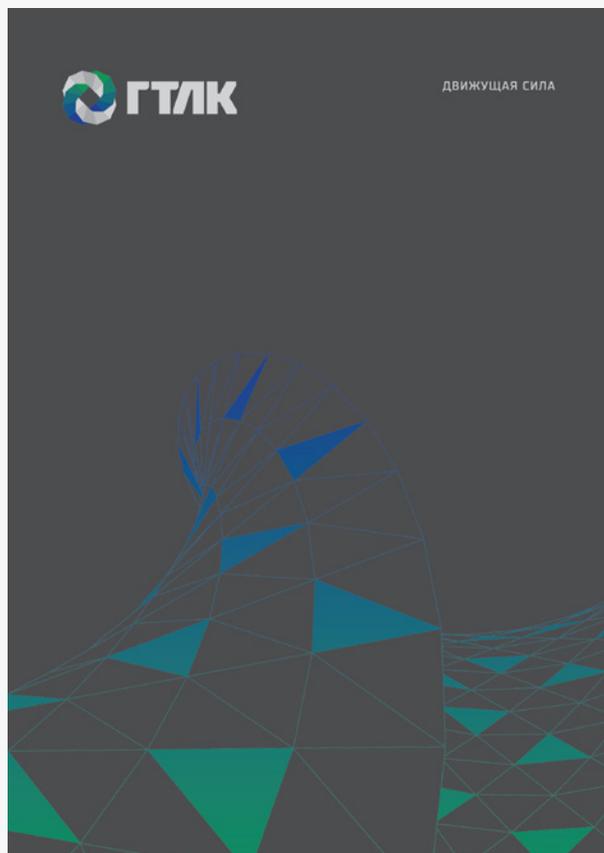


4.9

Блокнот формата А5

Фирменные блокноты производятся в двух цветах: серый и белый.
Внутренняя часть блокнота при этом остается неизменной. Крепление
блокнота: на пружину по верхней стороне.

Рекомендации по печати: Формат — 148×210 мм (А5).
Обложка: темная — 4+4, белая — 4+0, 300-400 г/м².
Внутренние страницы: Печать — офсетная. Бумага — 80 г/м²,
экстра белая, матовая.



4.10

Презентация PowerPoint

Макет фирменной презентации ГТЛК для PowerPoint включает несколько шаблонных слайдов: титульный слайд презентации, слайд с текстовым контентом, слайд с двумя полями для контента (текст/фотографии/инфографика), слайд с двумя полями для контента (текст/фотографии/инфографика) с заголовками, пустой слайд для создания нетиповой верстки.

ДИВИЗИОН СИЛА

АВ «ГТЛК» ШАБЛОН БАЗОВЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

ПОДРОБНОСТИ ДВЕ СТОЛБЦА

ДИВИЗИОН СИЛА

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, БУЛЛИТЫ ТЕКСТА

КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ ГТЛК

Moody's Ba1, FitchRatings BB+, S&P Global BB, ACRA A+(RU)

№1 В ЛИЗИНГЕ АВИАЦИОННОГО, ВОДНОГО, ЖИД ТРАНСПОРТА* РОССИИ*

1,1 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (за 9 кв. 2015 г.)

103 млрд руб. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДОХОДА (за 9 кв. 2015 г.)

\$ 2,97 млрд 8 ОБЩАЯ НОМИНАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ ОБЛИГАЦИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

971 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧАСТНОСТНОСТЬ (за 9 кв. 2015 г.)

175,3 млрд руб. ОБЩАЯ НОМИНАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ РУССКИХ ОБЛИГАЦИЙ

TOP 5 ЗАПАСОВ СРОВОЛОКАЦИЙ РОССИИ*

1:8 МУЛЬТИКОМПАНИЙНЫЙ ВЕБСЕРВИС МЕДИАТКА ИНВЕСТИЦИЙ

* По данным «Эксперт РА» за 9 квартал 2015 г. * По данным «Эксперт РА» за 9 квартал 2015 г.

ДИВИЗИОН СИЛА

ПРИМЕРЫ ГРАФИКОВ И ДИАГРАММ

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГТЛК ПО МЕСЯЦУ, ПРОГНОЗ ПО ИТОГАМ 2015 Г.

Активы: 796 млрд руб.
Чистая прибыль: 1,4 млрд руб.
Доход по основной деятельности: 12 млрд руб.
Рентабельность чистого дохода: 1,9%

ВЫРУЧКА ГТЛК, МЛРД РУБ.

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Выручка	10,6	16,7	22,1	29,8	48,9	66,3

СТРУКТУРА ВАГОНОГО ПАРКА ГТЛК, ТЫС. ЕД. (%)

102,3 тыс. ед.

- Полуприцепы-аналоги: 19%
- Полуприцепы: 13%
- Колесные: 18%
- Тягачи: 17%
- Трехосевые: 33%
- Трехосевые с полуприцепами: 1%

ВЫРУЧКА ГТЛК, МЛРД РУБ.

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Выручка	10,6	16,7	22,1	29,8	48,9	66,3

ДИВИЗИОН СИЛА

ГРАФИКИ С ТЕКСТОМ И ПОКАЗАТЕЛЯМИ

ДИНАМИКА РОСТА ВАГОНОГО ПАРКА ГТЛК, ЕД.

102,3 тыс. ед. ПАКЕТ ГРУЗОВЫХ ВАГОНОВ ГТЛК С УЧЕТОМ ЗАКАЗОВАННЫХ*

ЛИЗИНГ И АРЕНДА ГРУЗОВЫХ ВАГОНОВ

72,1 тыс. ед. КОЛИЧЕСТВО ВАГОНОВ КОМПАНИЙНОГО ЛИЗИНГА

39,8 тыс. ед. КОЛИЧЕСТВО АРЕНДОВАННЫХ ВАГОНОВ КОМПАНИЙНОГО ЛИЗИНГА

6% ДОЛГОВЫЙ ОБЪЕМ ПАРКА ВАГОНОВ*

ЛИЗИНГ ПАССАЖИРСКИХ ВАГОНОВ

350 ед. ВАГОНОВ ПАССАЖИРСКОГО ЛИЗИНГА КОМПАНИЙНОГО ЛИЗИНГА

8 ед. КОЛИЧЕСТВО АРЕНДОВАННЫХ ПАССАЖИРСКИХ ВАГОНОВ КОМПАНИЙНОГО ЛИЗИНГА

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

ДИВИЗИОН СИЛА

БЛОКИ С ТЕКСТОМ И ПОКАЗАТЕЛЯМИ

АВИАСТРОЕНИЕ

135 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

148 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

СУДОСТРОЕНИЕ

113 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

110 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

ВАГОНОСТРОЕНИЕ

353 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

72 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

ТЕХНИКА НА ГИТ И ЭЛЕКТРОТРАК

15 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

1952 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

АВТОТРАНСПОРТ И СПЕЦТЕХНИКА

30 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

6218 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

ВАГОНОСТРОЕНИЕ

353 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ГТЛК

72 млрд руб. ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ПО ВАГОНОМ

ДИВИЗИОН СИЛА

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ (НЕ ДОЛЖНО СОВПАДАТЬ С КЛЮЧЕВЫМИ ПАРАМЕТРАМИ СЛАЙД 1)

37 207 млн руб. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ НАЛОГОВ, СБОРОВ И ДИВИДЕНДОВ

1,1% ДОХОД ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОСЛУЖИТЕЛЬНЫХ ПОСРЕДСТВОМ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

37 207 млн руб. ИНДЕКС РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

101,7 млн руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

9,41% ДОХОД ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОСЛУЖИТЕЛЬНЫХ ПОСРЕДСТВОМ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

1,68 ИНДЕКС РЕНТАБЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

В ТОМ ЧИСЛЕ:

5,7 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

24,5 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

20,2 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

30,8 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

18,3 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

2,2 млрд руб. ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Спасибо!