



Руководство по использованию элементов фирменного стиля



Составлено в Студии Артемия Лебедева в 2009 году

Содержание

Группа компаний GSL 7

Логотип 8


- Варианты компоновки 10
- Логотипы подразделений 11
- Цветные версии на белом фоне 12
- Монохромные версии на белом фоне 13
- Цветные версии на темном фоне 14
- Монохромные версии на темном фоне 15



-  GSL Offshore Solutions 20
-  GSL Audit & Accountancy 24
-  GSL International Tax Planning 28
-  GSL Law & Consulting 32
-  GSL Translations 36
-  GSL Vacancies 40
-  GSL Seminars & Conferences 44

-  GSL Law & Consulting (UK) Limited 48
-  GSL Law & Consulting (Cyprus) Limited 52
-  GSL Law & Consulting (BVI) Limited 56
-  GSL Doing Business in Russia 60

Цвет 62

- Цвета и градиенты в логотипах 62
- Повторяющиеся цвета в логотипах 62
- Уникальные цвета в логотипах 65
- Маркеры  70
- Размещение логотипа на фоне 71

Узоры 74

- Использование узора 82



Элементы 84

Типографика 86

- Основной шрифт 86
- Дополнительный шрифт 87
- Слоган 88
- Адресный блок 90
- Подпись в электронной почте 91

Документация 92

- Визитные карточки 92
- Бланки документации 98
- Конверты 100
- Обложки информационных материалов 102
- Диски 105

Бумага 107

Презентации 108

- Видеопрезентация 108
- Электронная презентация 110



Несколько слов о правилах

В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное руководство — это инструкция по эксплуатации стиля. Оно позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты. Изложенные здесь правила помогут им сделать работу корректно и качественно.

- © К руководству прилагается диск, на котором находятся все изображения и макеты фирменного стиля. Следует использовать готовые файлы, не переделывая ничего заново. Ссылки, помеченные значком диска, указывают на файл соответствующего макета.

Группа компаний GSL

Международная консалтинговая компания GSL Law & Consulting основана 15 января 1999 года. Главные направления деятельности — юриспруденция, налоговая практика и корпоративные финансы.

Компания специализируется на международном юридическом сопровождении бизнеса и является одним из лидеров в данной области на российском рынке. GSL обобщает и анализирует законодательство и судебную практику более чем 50 стран, предлагая клиентам комплексные правовые решения в контексте российской налоговой системы.

Компания ведет свою деятельность в Европе, Америке и Азии. В планах — открытие представительств на Британских Виргинских островах, в Гонконге и Нидерландах.

Более 100 сотрудников работают в трех офисах, два из которых расположены в Великобритании (Лондон) и на Кипре (Никосия). Центральный офис находится в Москве.

ЛОГОТИП

Логотип GSL — это сочетание яркого графического знака и фирменных надписей.

Текстовая часть состоит из названия группы компаний GSL и более мелкой надписи, поясняющей, какому подразделению принадлежит логотип.

GSL работает с иностранными партнерами, поэтому все надписи набраны на английском языке.

Logo\...

На диск записаны версии логотипов всех подразделений компании. Файлам и папкам даны понятные названия. Например, Logo\Horizontal\Color\Black_letters\GSL-GC-H.ai — горизонтальный цветной логотип на белом фоне

Минимальный размер логотипа

Для того чтобы мелкие детали в знаке оставались различимыми, его не следует делать меньше 9 мм в высоту — при основном построении и 12 мм в высоту — при построении с подписью снизу.



Эволюция знака

Основой для предыдущей версии знака послужило изображение на старинной монете. Редизайн знака добавил профилю объем, а градиент сделал его более современным. Таким образом произошло объединение традиций и новых технологий.



Варианты компоновки

Существуют два варианта расположения названия подразделения. Основной вариант — горизонтальный, название подразделения располагается справа. Он используется в большинстве макетов.

Название подразделения ставится внизу в тех редких случаях, когда пространства для горизонтального расположения недостаточно.



Горизонтальная
компоновка
GSL-GC-H.ai



Вертикальная
компоновка
GSL-GC-V.ai



GSL-Head.ai

Элементы логотипа

Иногда допускается использовать часть логотипа. Например, только знак или текст отдельно от знака.

GSL Group of Companies

Надпись набирается фирменным шрифтом



Logo\...

Логотипы подразделений

Для каждого подразделения группы компаний предусмотрен свой логотип. Они отличаются цветом фона в знаке и цветом надписей.



Logo\Horizontal\Color...



Цветные версии на белом фоне



Logo\Horizontal\Color\Black_letters...



Монохромные версии на белом фоне

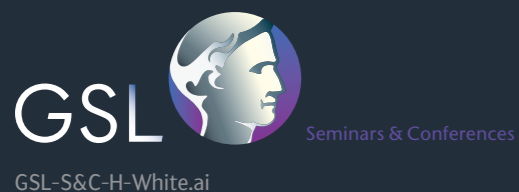
Logo\Horizontal\Mono\Black



Цветные версии на темном фоне



Logo\Horizontal\Color\White_letters...

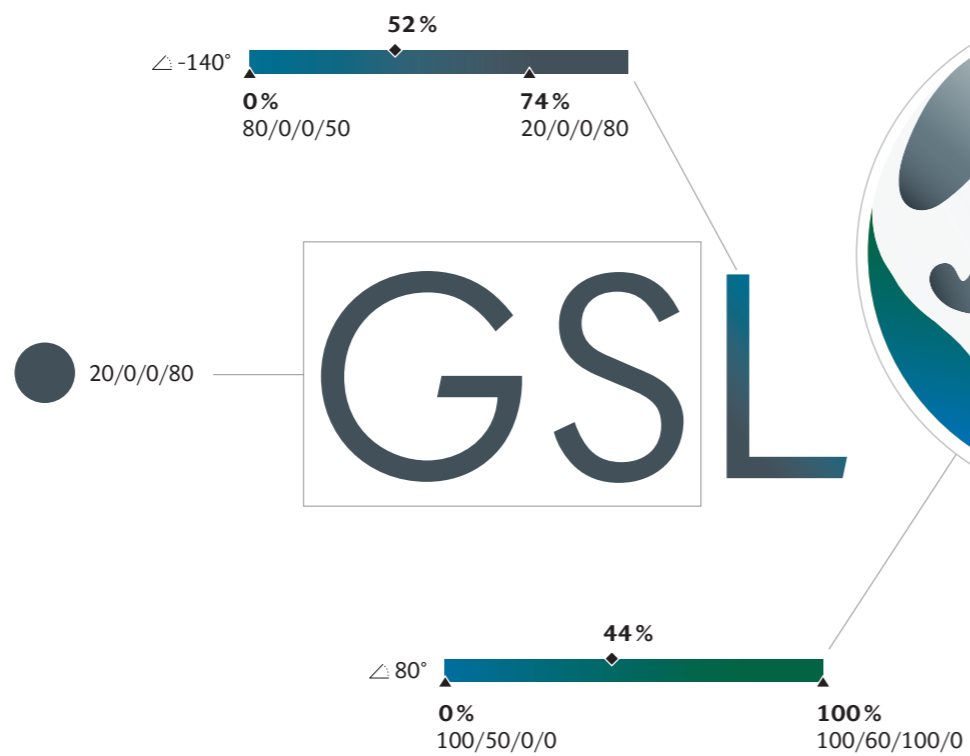


Монохромные версии на темном фоне

Logo\Horizontal\Mono\White...

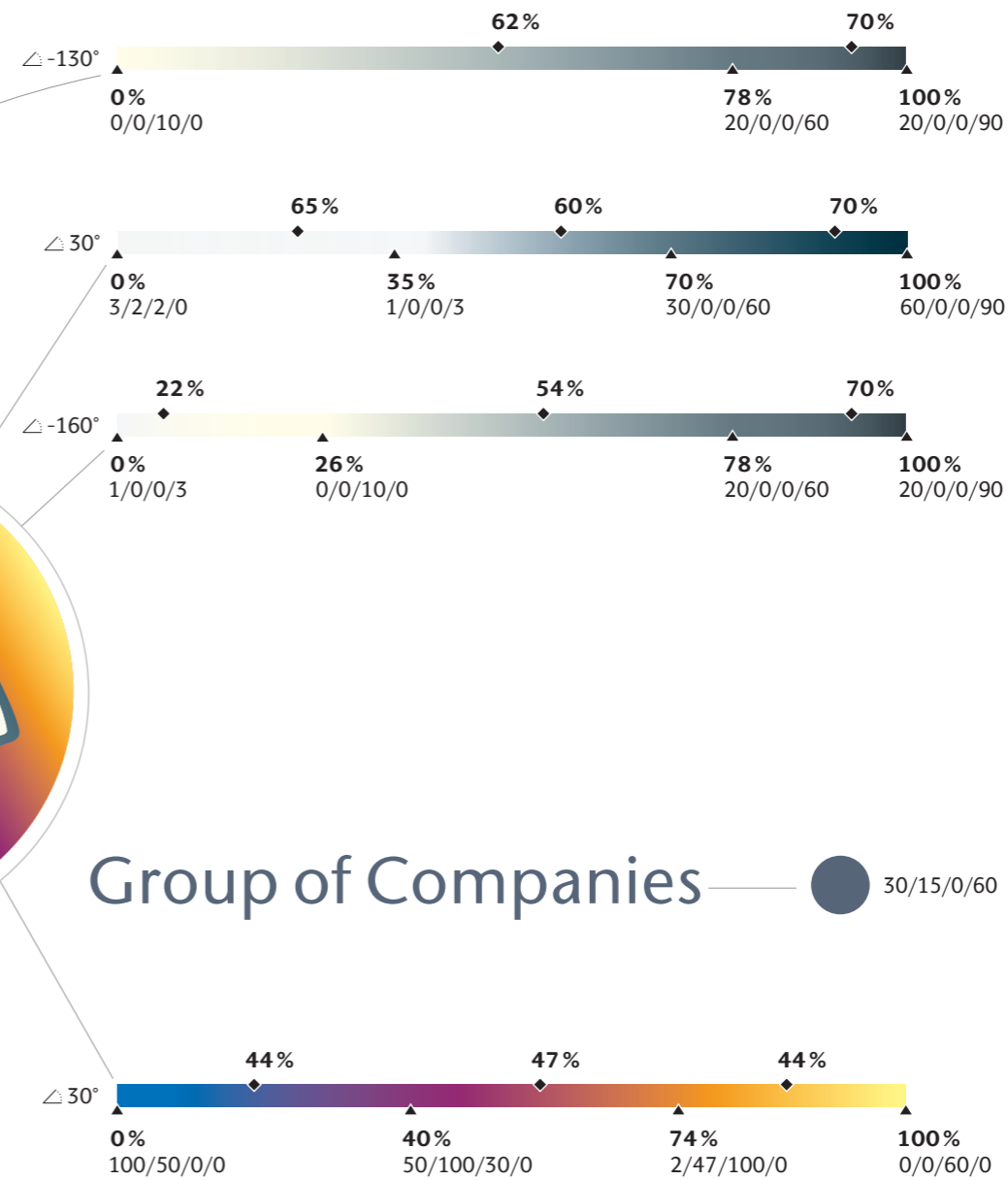
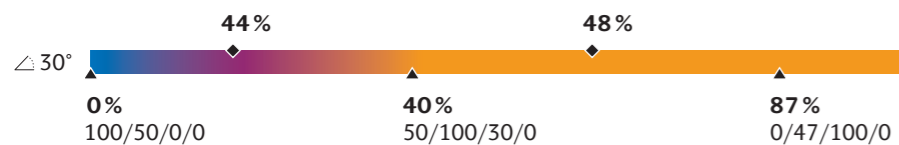


Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-GC-H.ai



Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ



Group of Companies — 30/15/0/60

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж — 20/0/0/80
 Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

При оформлении материалов Group of Companies используется узор, выполненный по мотивам кельтских, критских и русских узоров.

Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

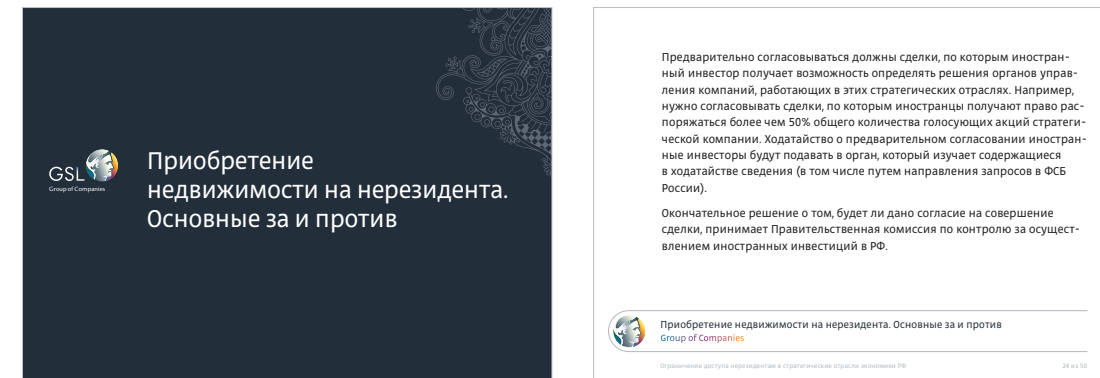


Презентации

Подробнее о презентациях — на стр. 108



Видеопрезентация



Презентация в PowerPoint



Финальный слайд

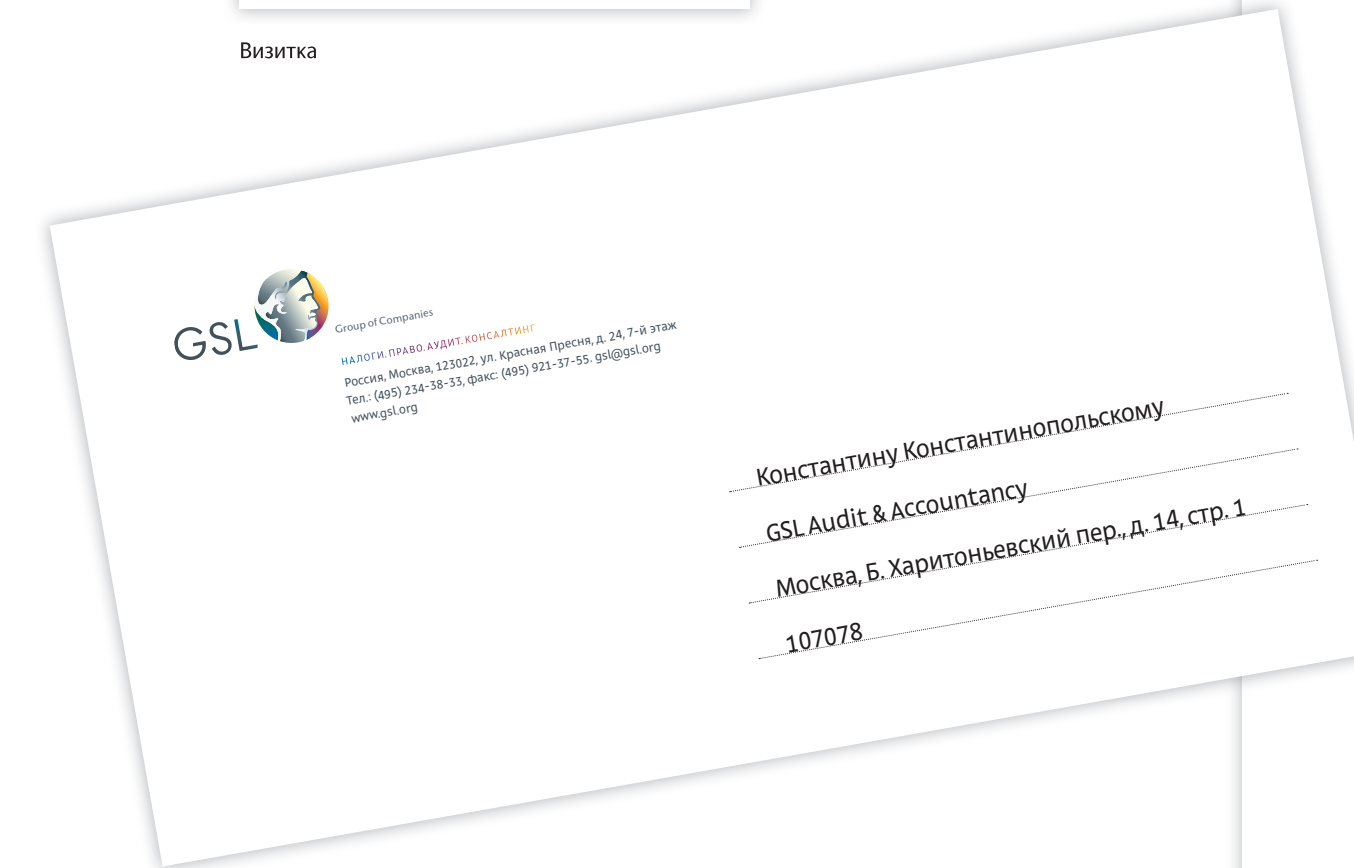


Документация

Все о документации — на стр. 92



Визитка



Конверт

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Письмо на фирменном бланке

Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудиторией многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion gate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

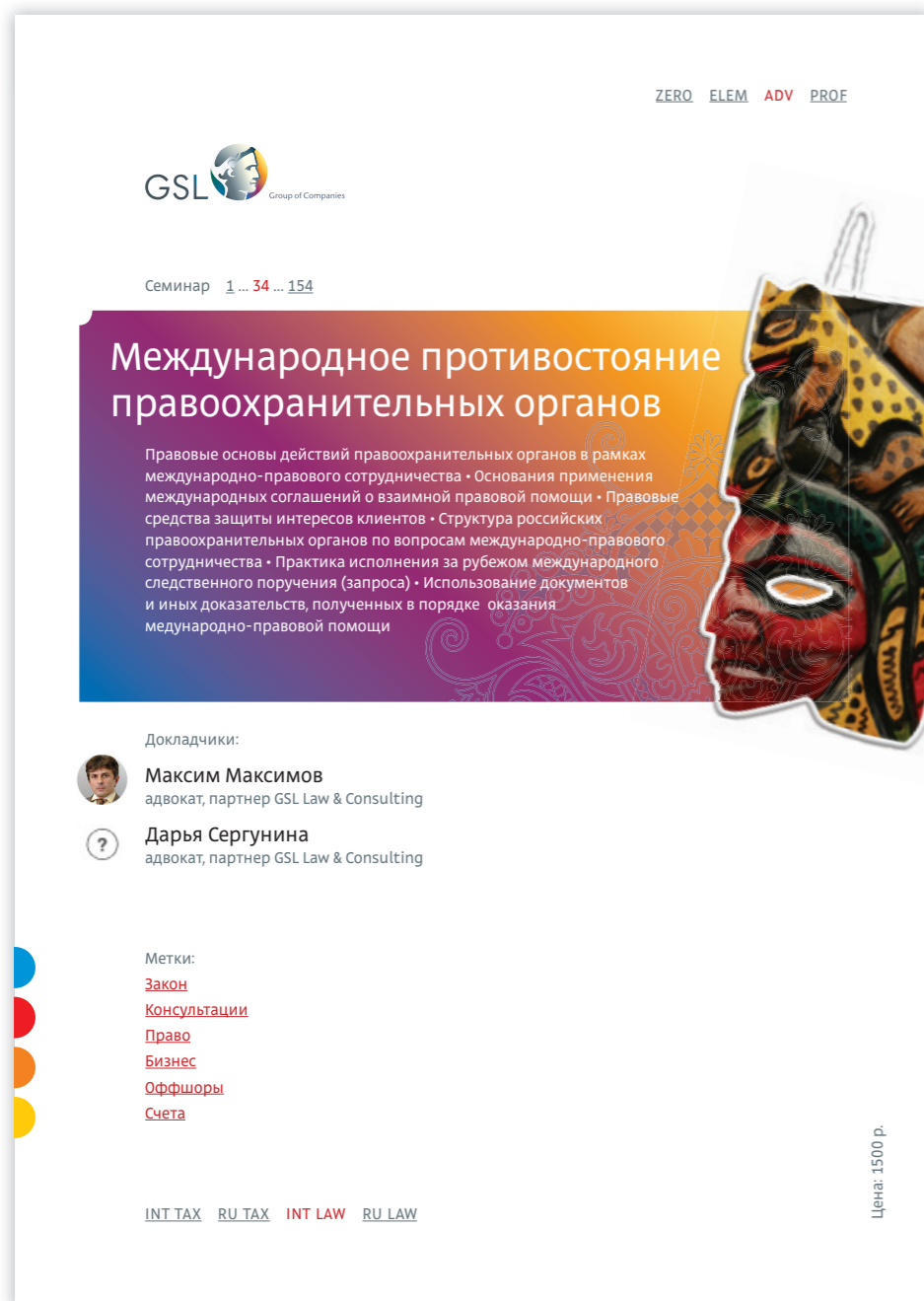
Емкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Обложка материалов

Для обозначения принадлежности той или иной продукции одному или нескольким подразделениям используются маркеры соответствующих цветов (подробнее о маркерах – на стр. 70).

См. стр. 102

**Диск**

Оформление диска и его обложки должно быть одинаковым для всех подразделений GSL Group of Companies. Принадлежность материала тому или иному подразделению обозначается маркером определенного цвета.

См. стр. 105

Маркеры подразделений.
См. стр. 70

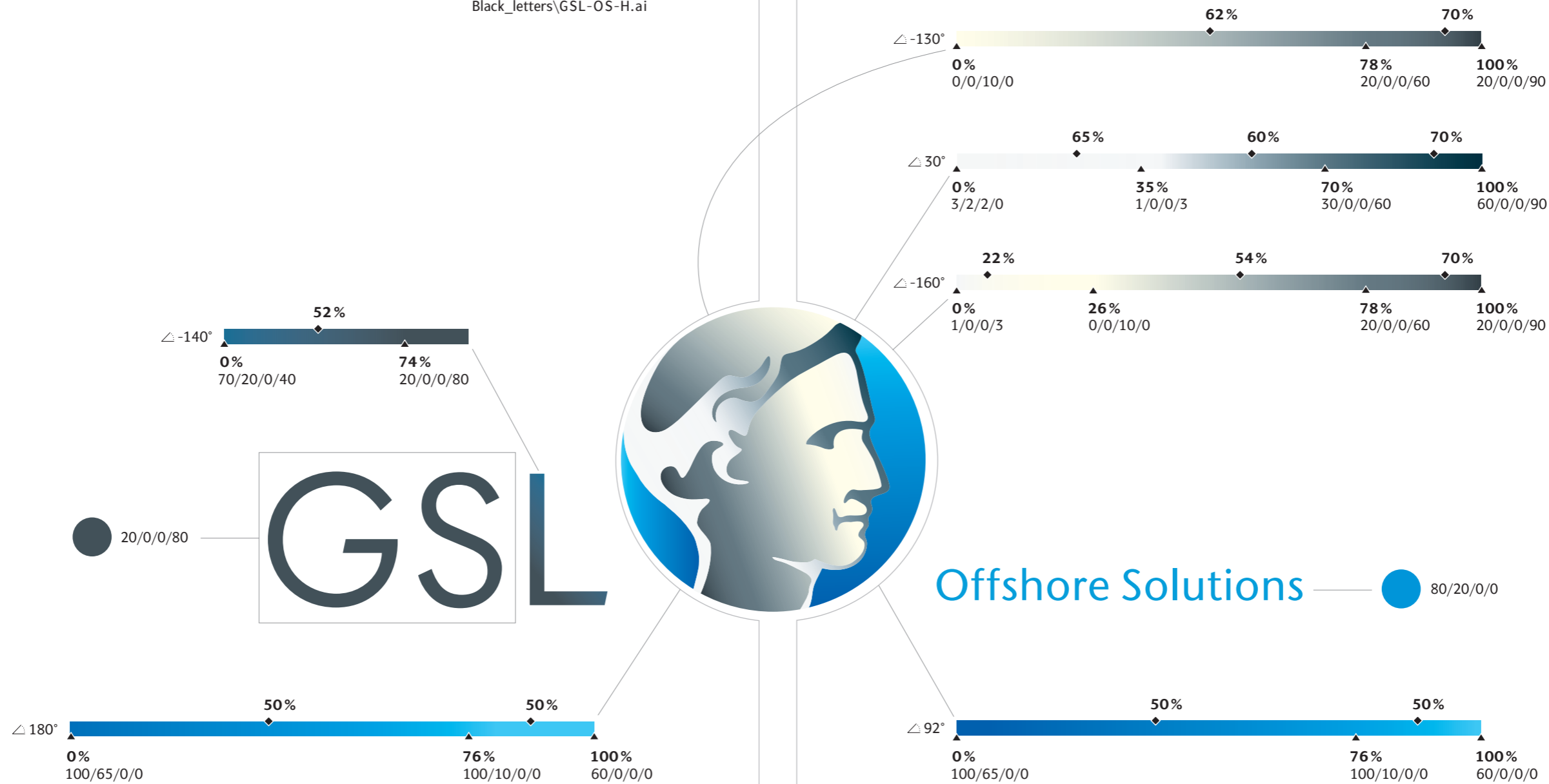


Обложка диска



Диск

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-OS-H.ai



Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ —● 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж —● 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

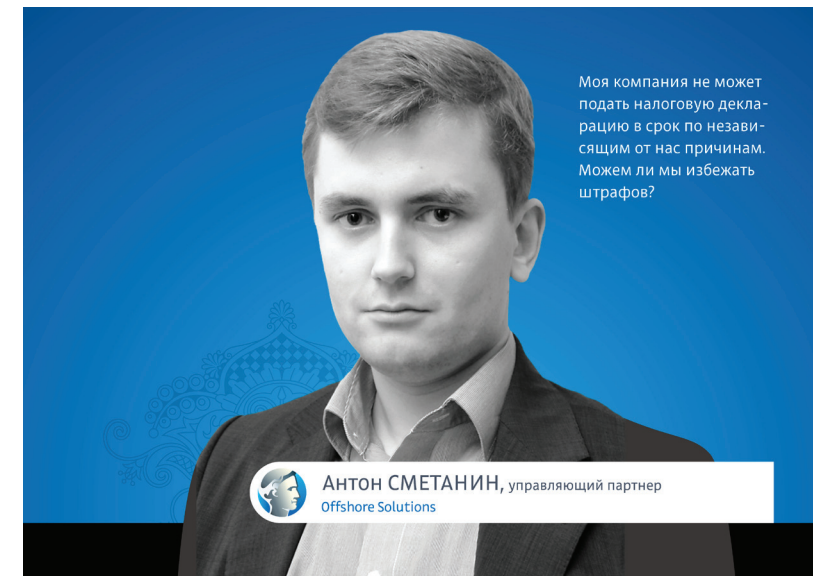
При оформлении материалов Offshore Solutions используется узор, выполненный по мотивам кельтских, критских и русских узоров.

Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

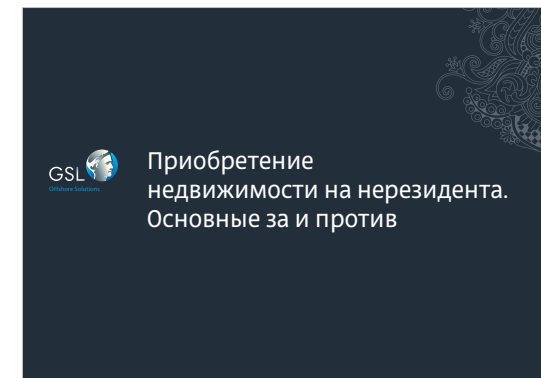


Презентации

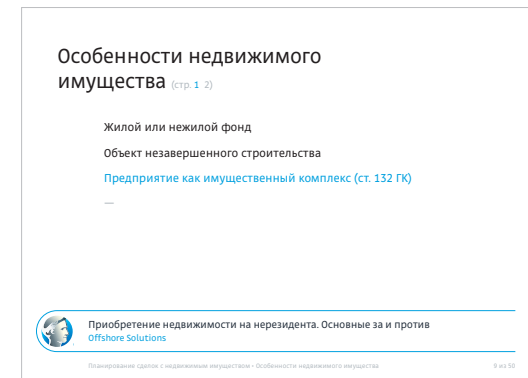
Подробнее о презентациях — на стр. 108



Видеопрезентация



Презентация в PowerPoint



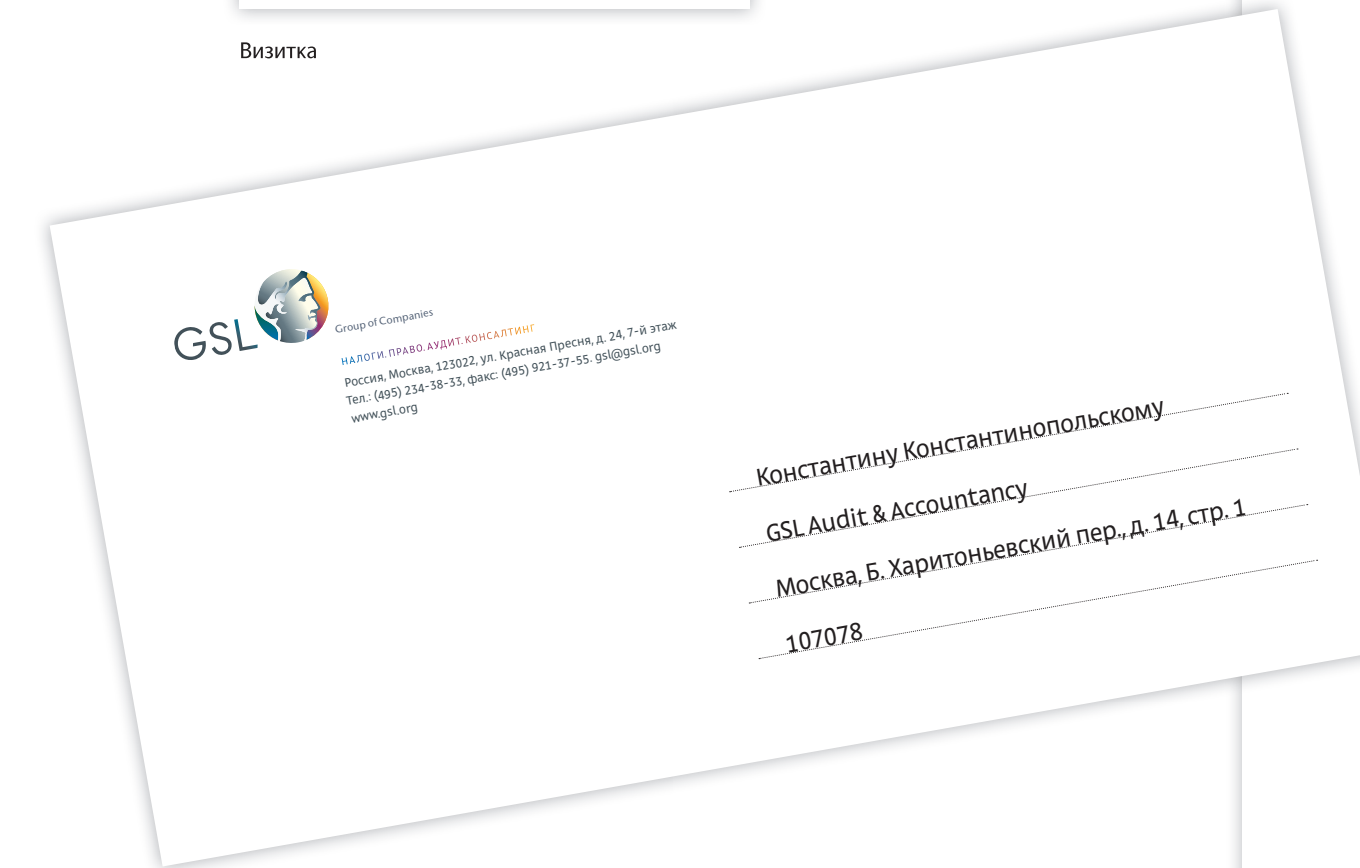
Финальный слайд

Документация

Все о документации — на стр. 92



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Письмо на фирменном бланке

Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion rate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

Ёмкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Обложка материалов

Для обозначения принадлежности той или иной продукции подразделению Offshore Solutions используется маркер ● (подробнее о маркерах – на стр. 70).

См. стр. 102

The screenshot shows a seminar page for 'Международное противостояние правоохранительных органов' (International confrontation of law enforcement agencies). The page features the GSL logo and navigation links (ZERO, ELEM, ADV, PROF). The seminar title is prominently displayed in a blue box. Below the title, there is a detailed description of the seminar's content, including topics like international legal cooperation and enforcement of judgments. The speakers listed are Maxim Maximov and Darya Sergunina, both partners at GSL Law & Consulting. The page also includes tags for 'Закон', 'Консультации', 'Право', 'Бизнес', 'Оффшоры', and 'Счета'. At the bottom, there are links for 'INT TAX', 'RU TAX', 'INT LAW', and 'RU LAW', and a price tag of 1500 p.

В случае если материал затрагивает тематику других подразделений — дополнительно ставится маркер соответствующего цвета

Диск

Оформление диска и его обложки должно быть одинаковым для всех подразделений GSL Group of Companies. Принадлежность материала подразделению Offshore Solutions обозначается маркером ●.

См. стр. 105

Маркер подразделения.
См. стр. 70

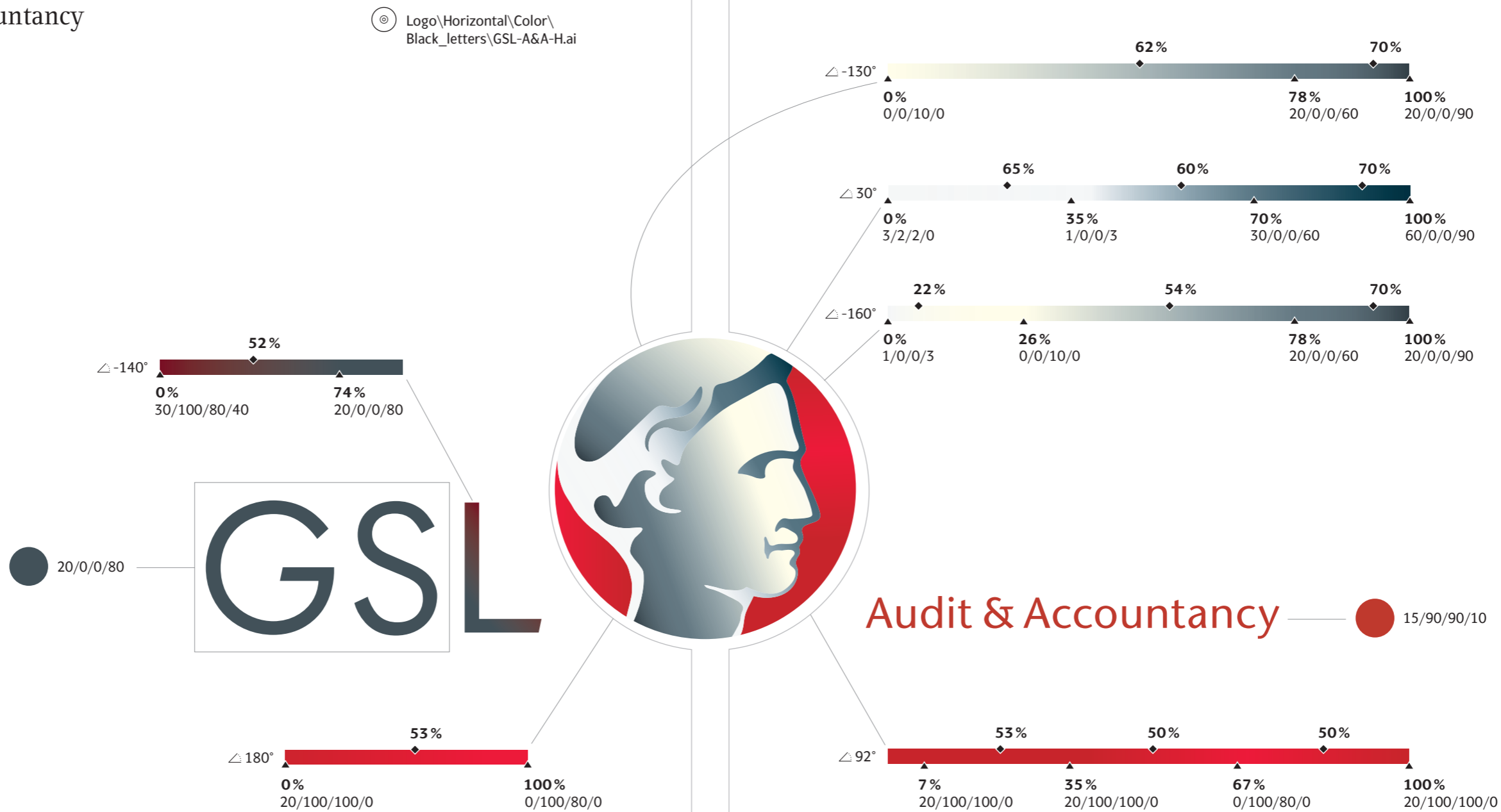
The CD/DVD cover features the GSL logo and the title of the lecture: 'Посредническая деятельность, приводящая и не приводящая к появлению постоянного представительства в налоговом смысле. Риски и налоговые последствия ведения хозяйственной деятельности от имени офшорных компаний'. The speakers listed are Alexey Alekseev and Maxim Maximov.

Обложка диска



Диск

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-A&A-H.ai



Audit & Accountancy —● 15/90/90/10

Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ —● 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 107078, Б. Харитоньевский пер., д. 14, стр. 1 —● 20/0/0/80
 Тел./факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

При оформлении материалов Audit & Accountancy используется узор, выполненный по мотивам кельтских, критских и русских узоров.

Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74



Презентации

Подробнее о презентациях — на стр. 108



Видеопрезентация



Презентация в PowerPoint



Финальный слайд

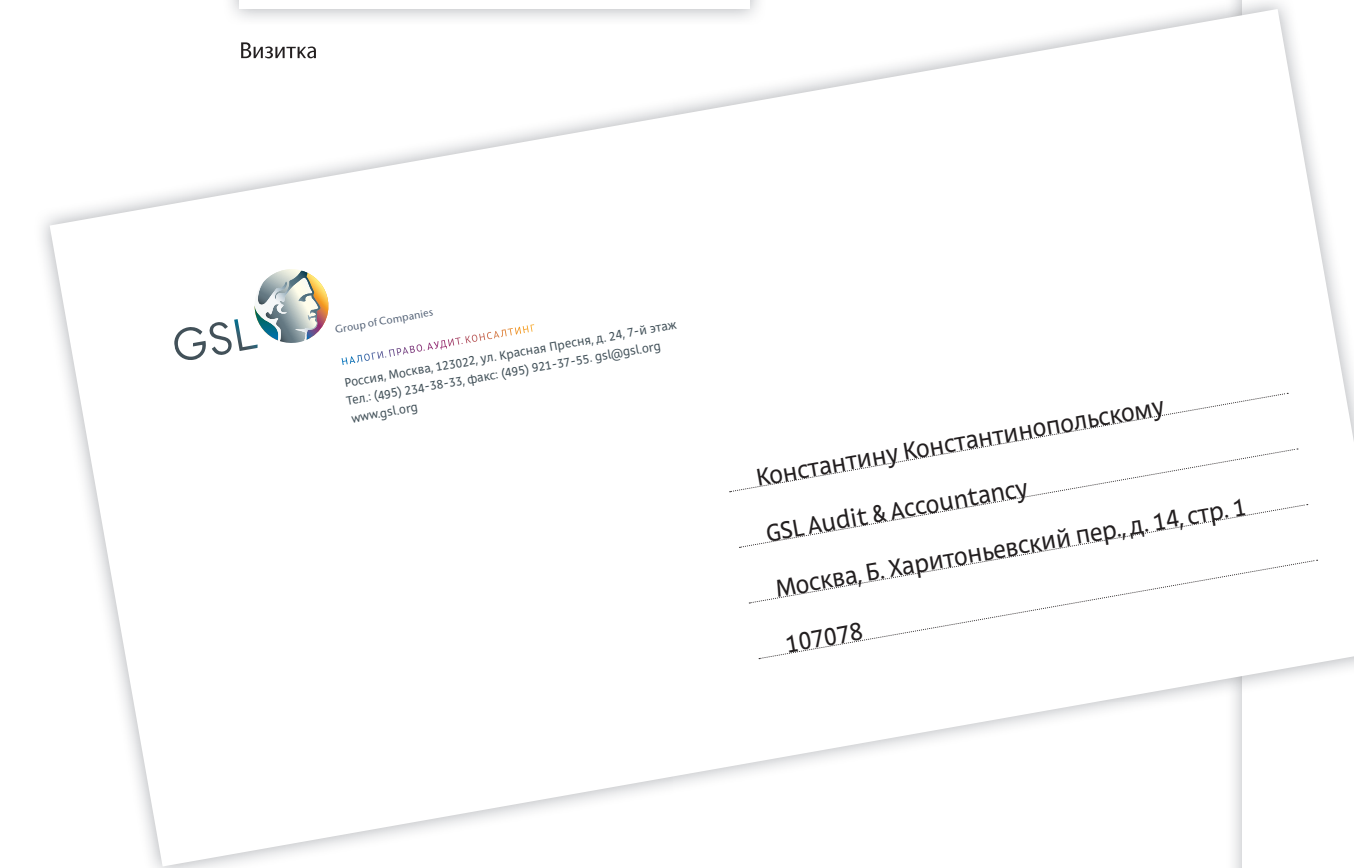


Документация

Все о документации — на стр. 92



Визитка

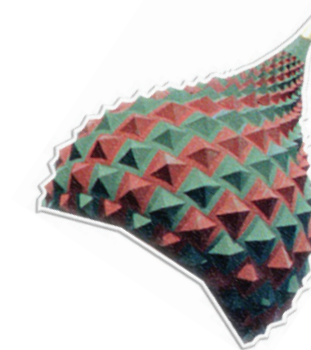


Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Письмо на фирменном бланке



Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion gate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

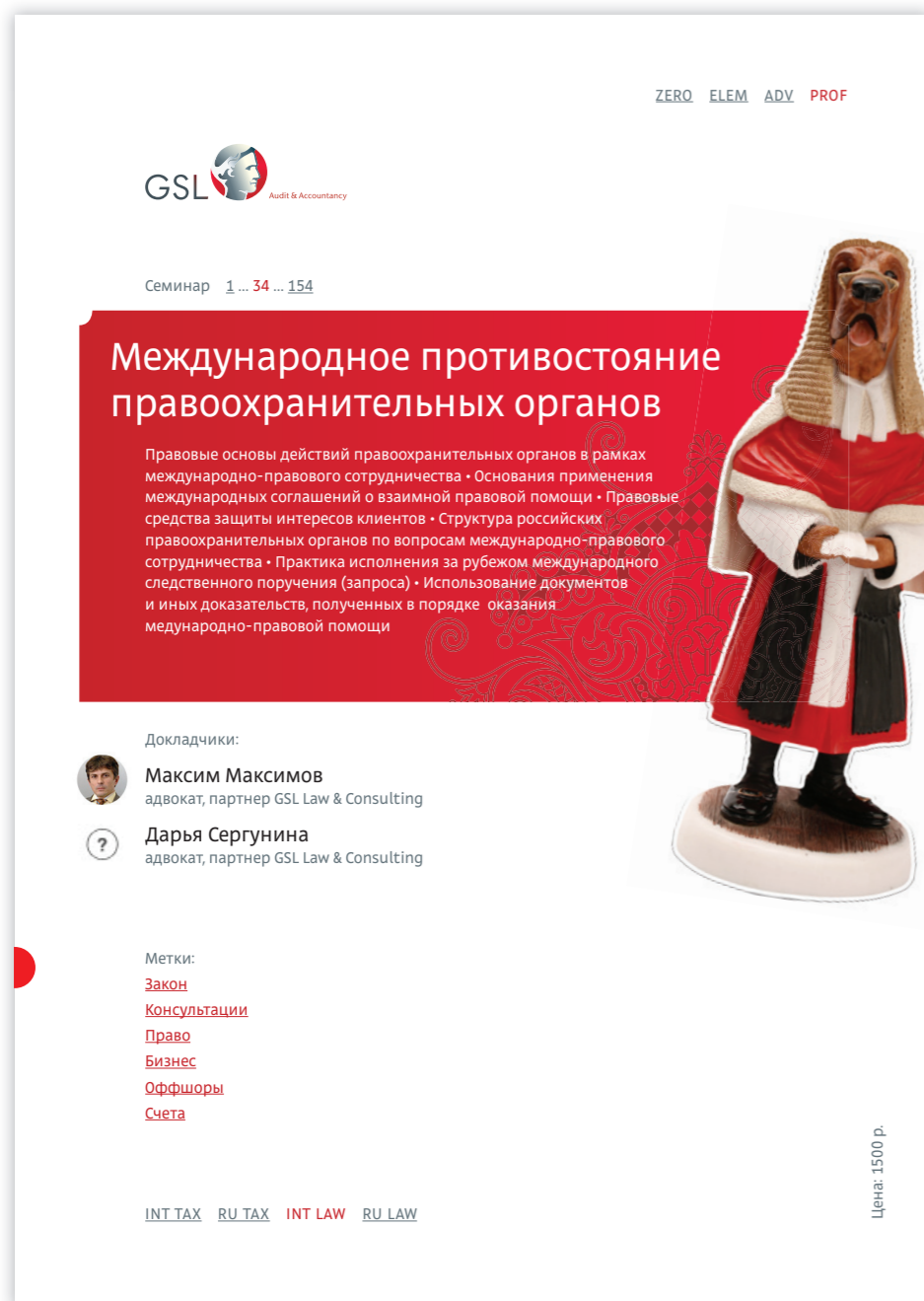
Ёмкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Обложка материалов

Для обозначения принадлежности той или иной продукции подразделению Audit & Accountancy используется маркер ● (подробнее о маркерах – на стр. 70).

См. стр. 102

**Диск**

Оформление диска и его обложки должно быть одинаковым для всех подразделений GSL Group of Companies. Принадлежность материала подразделению Audit & Accountancy обозначается маркером ●.

См. стр. 105

Маркер подразделения.
См. стр. 70



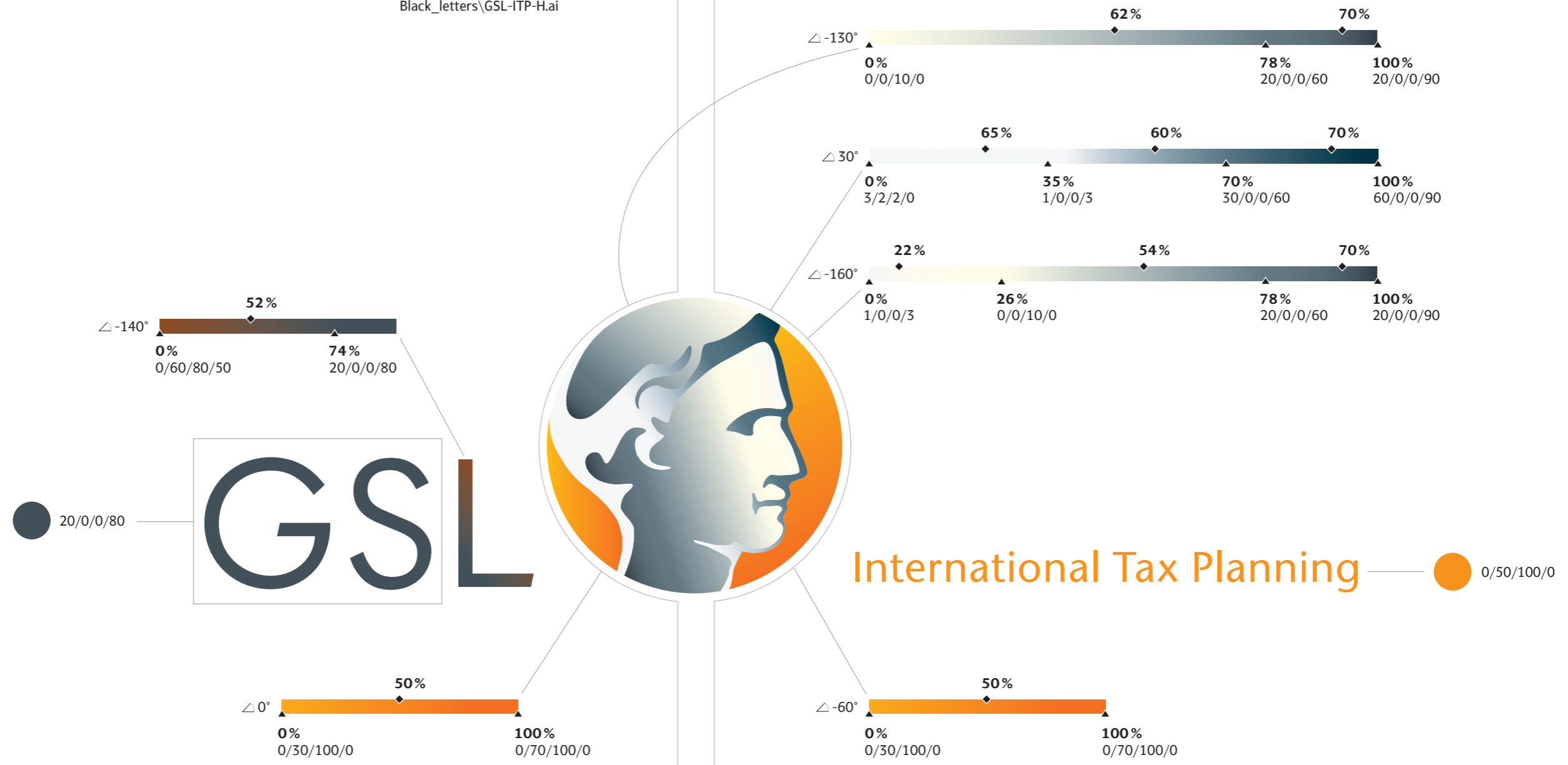
Обложка диска



Диск

GSL International Tax Planning

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-ITP-H.ai



Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ — 20/0/0/80

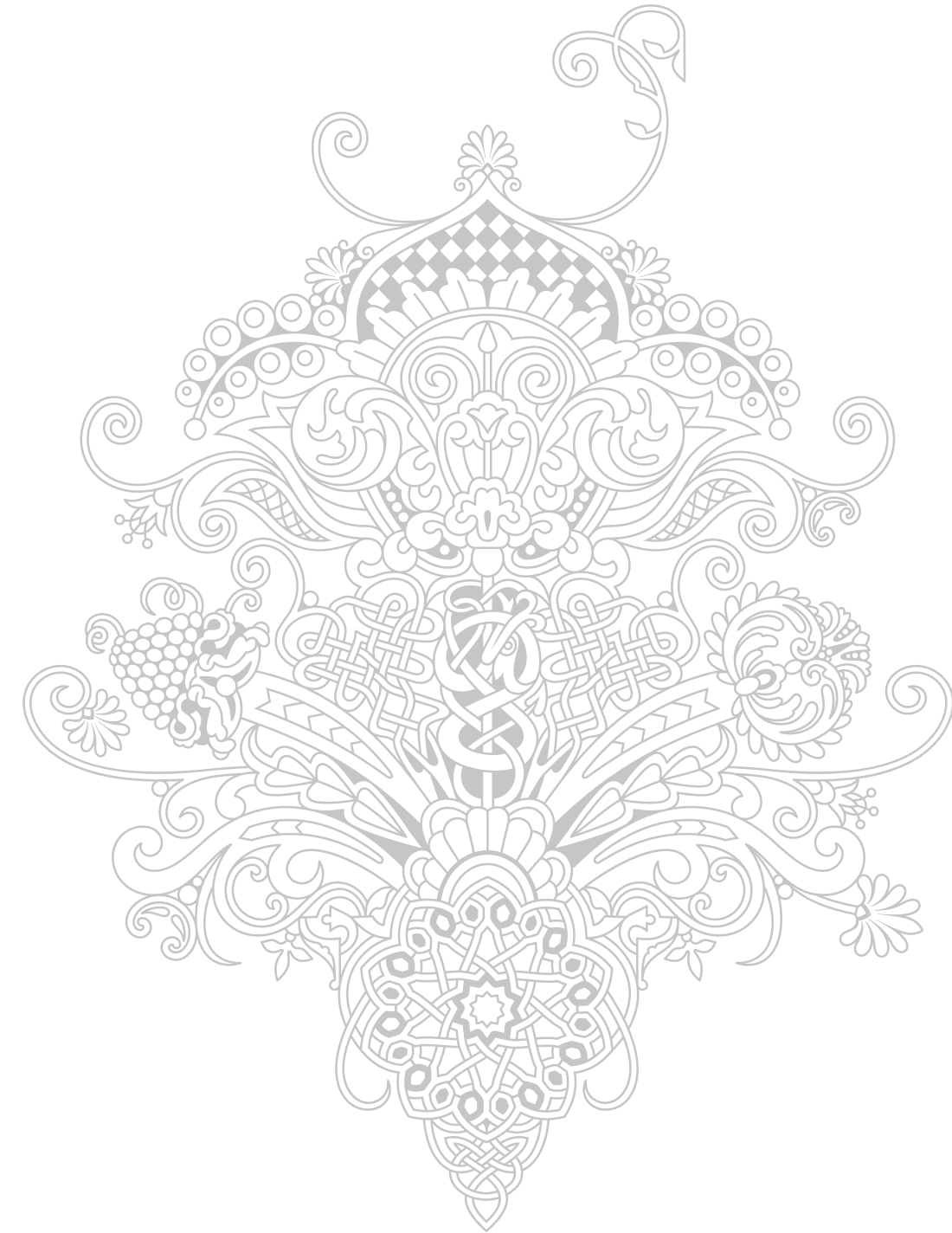
Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж — 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

При оформлении материалов International Tax Planning используется узор, выполненный по мотивам кельтских, критских и русских узоров.

Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

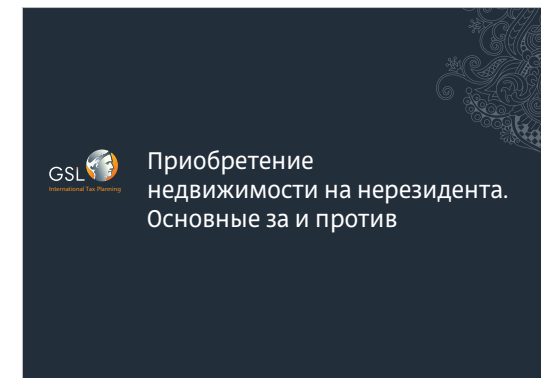


Презентации

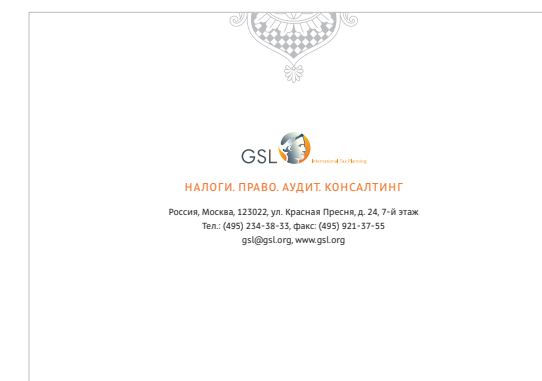
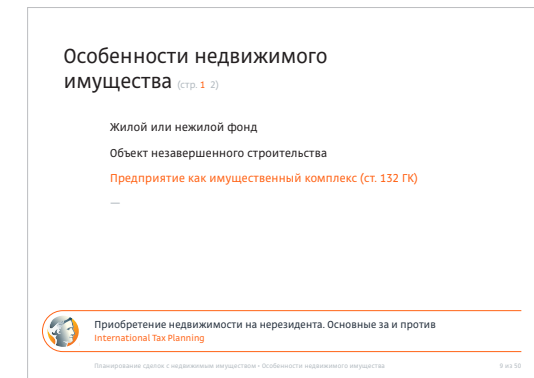
Подробнее о презентациях — на стр. 108



Видеопрезентация



Презентация в PowerPoint



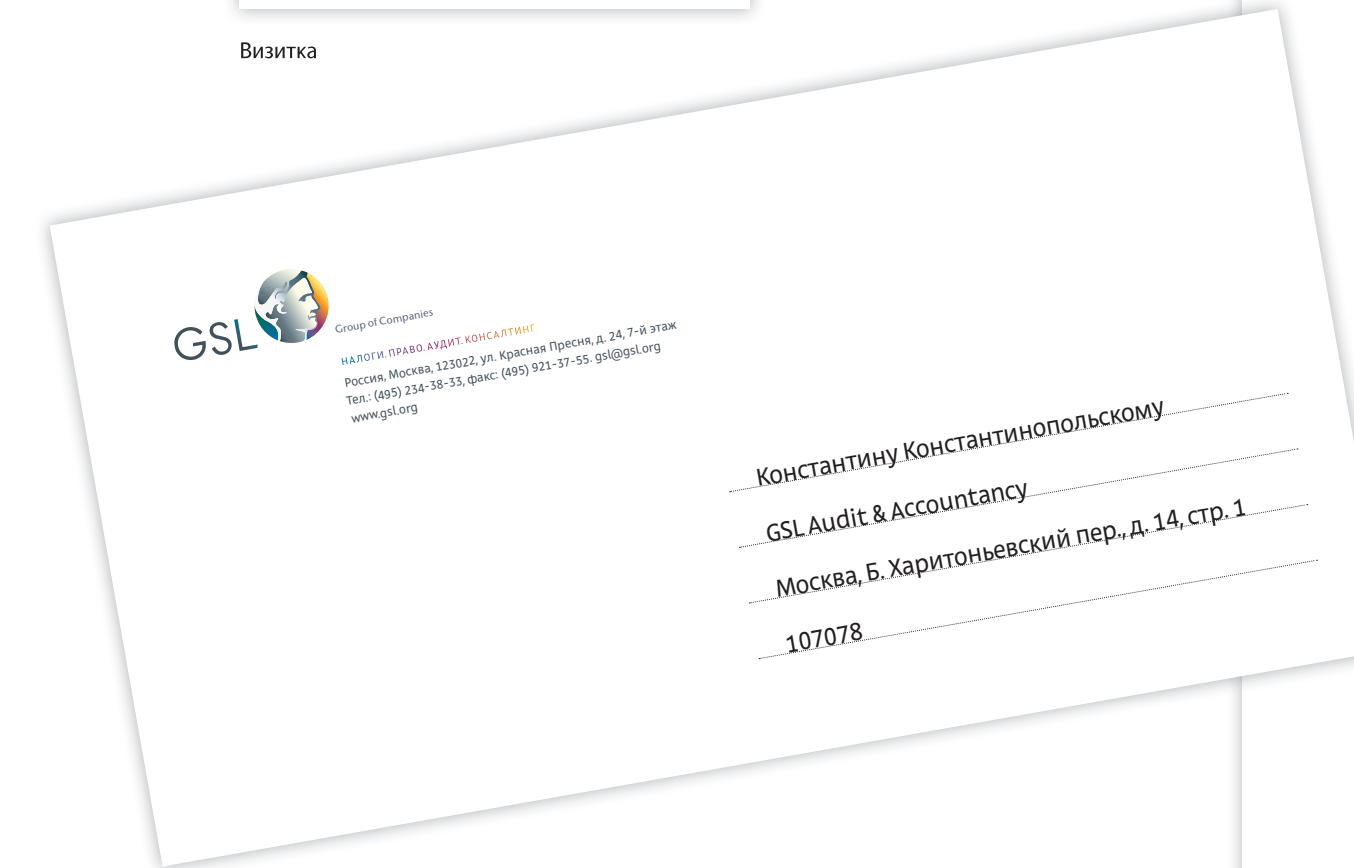
Финальный слайд

Документация

Все о документации — на стр. 92



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion gate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

Ёмкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Письмо на фирменном бланке

Обложка материалов

Для обозначения принадлежности той или иной продукции подразделению International Tax Planning используется маркер ● (подробнее о маркерах – на стр. 70).

См. стр. 102

ZERO ELEM ADV PROF

GSL International Tax Planning

Семинар 1 ... 34 ... 154

Международное противостояние правоохранительных органов

Правовые основы действий правоохранительных органов в рамках международно-правового сотрудничества • Основания применения международных соглашений о взаимной правовой помощи • Правовые средства защиты интересов клиентов • Структура российских правоохранительных органов по вопросам международно-правового сотрудничества • Практика исполнения за рубежом международного следственного поручения (запроса) • Использование документов и иных доказательств, полученных в порядке оказания международно-правовой помощи

Докладчики:

Максим Максимов
адвокат, партнер GSL Law & Consulting

Дарья Сергунина
адвокат, партнер GSL Law & Consulting

Метки:

[Закон](#)
[Консультации](#)
[Право](#)
[Бизнес](#)
[Оффшоры](#)
[Счета](#)

INT TAX RU TAX INT LAW RU LAW

Цена: 1500 р.

Диск

Оформление диска и его обложки должно быть одинаковым для всех подразделений GSL Group of Companies. Принадлежность материала подразделению International Tax Planning обозначается маркером ●.

См. стр. 105

Маркер подразделения.
См. стр. 70

GSL Group of Companies

Лекция

Посредническая деятельность, приводящая и не приводящая к появлению постоянного представительства в налоговом смысле. Риски и налоговые последствия ведения хозяйственной деятельности от имени офшорных компаний

Докладчики:
Алексей Алексеев
Максим Максимов

Обложка диска

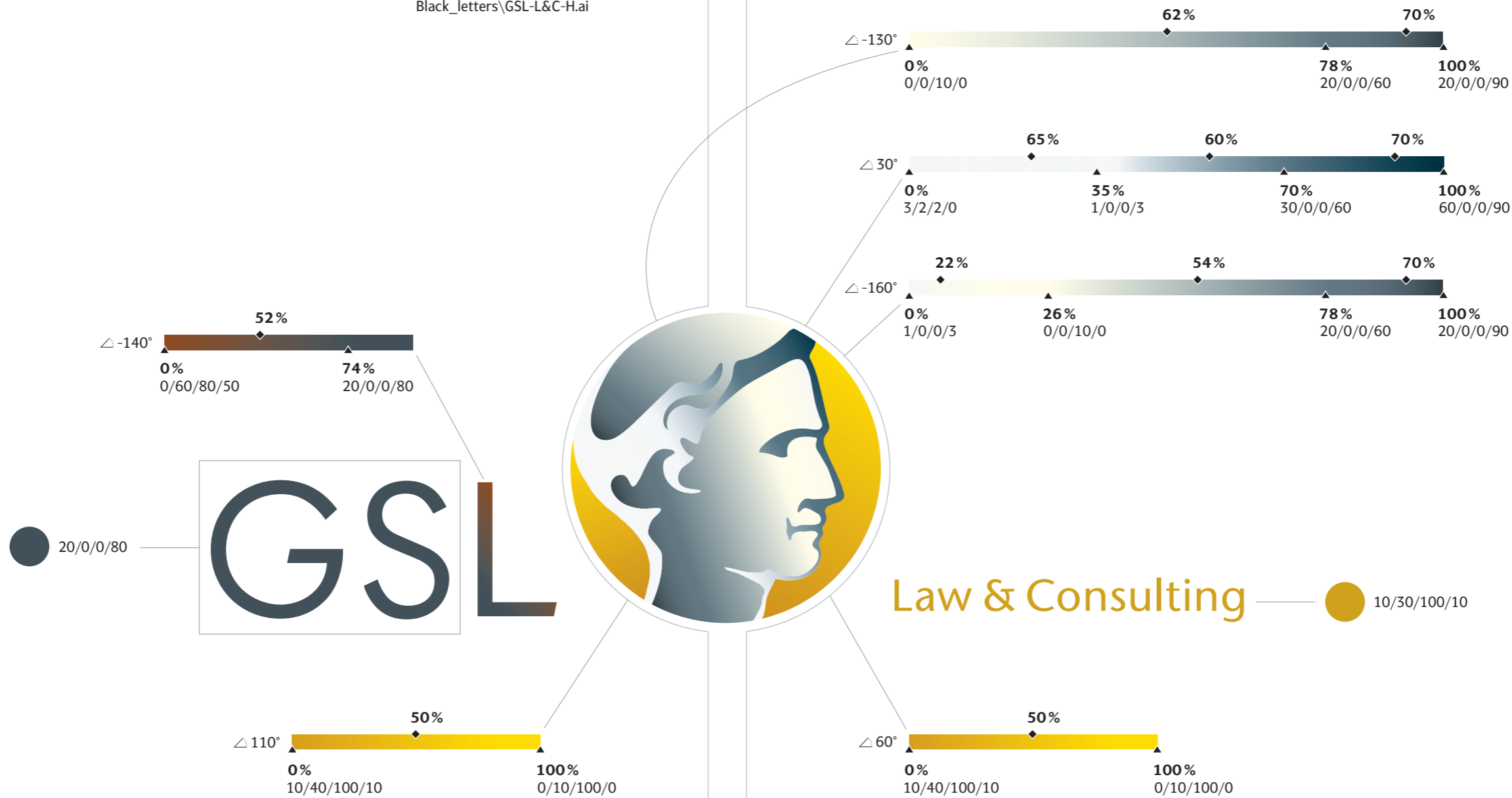
GSL Group of Companies

Докладчики:
Алексей Алексеев
Максим Максимов

Лекция: Посредническая деятельность, приводящая и не приводящая к появлению постоянного представительства в налоговом смысле. Риски и налоговые последствия ведения хозяйственной деятельности от имени офшорных компаний

Диск

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-L&C-H.ai



Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ — 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж — 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

При оформлении материалов Law & Consulting используется узор, выполненный по мотивам кельтских, критских и русских узоров.

Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

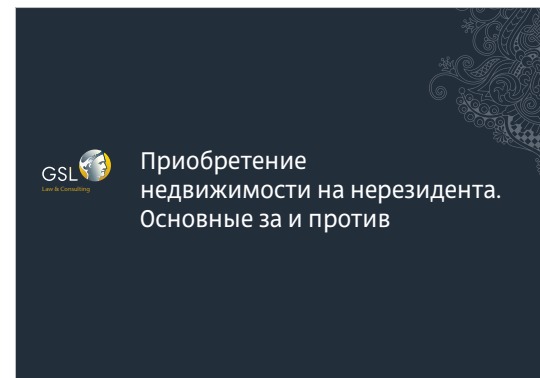


Презентации

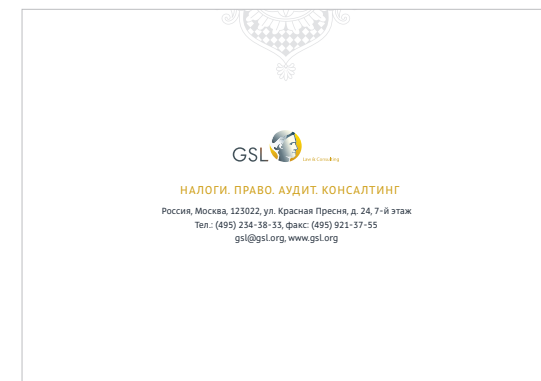
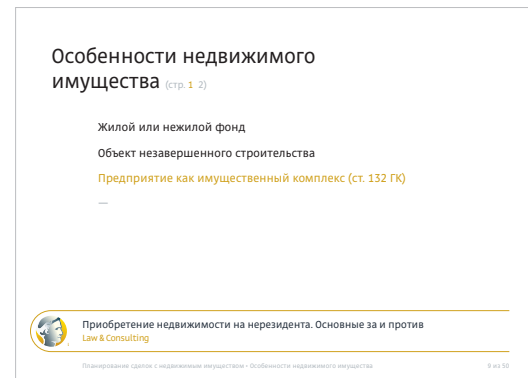
Подробнее о презентациях — на стр. 108



Видеопрезентация



Презентация в PowerPoint



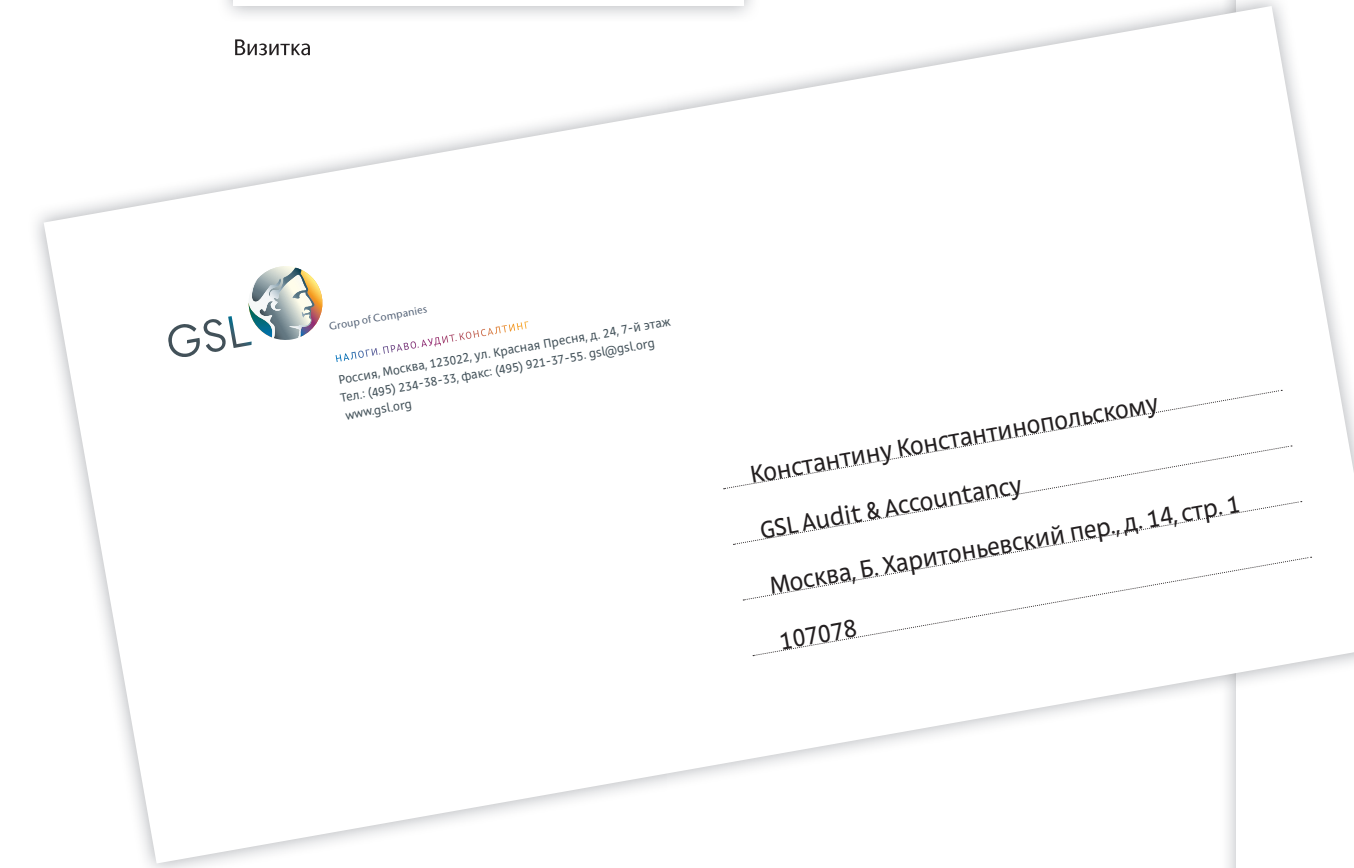
Финальный слайд

Документация

Все о документации — на стр. 92



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Письмо на фирменном бланке



Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion gate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

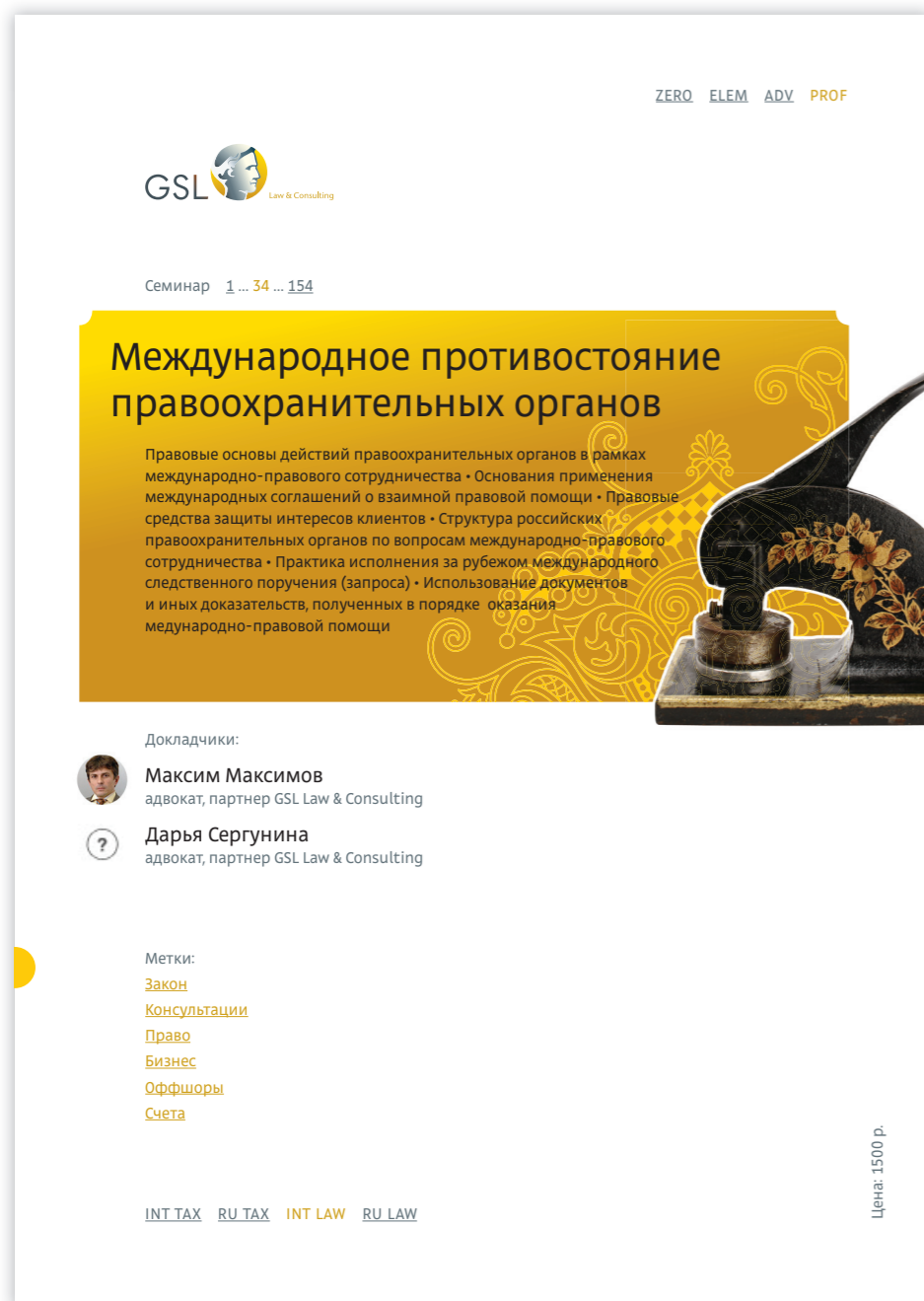
Ёмкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Обложка материалов

Для обозначения принадлежности той или иной продукции подразделению Law & Consulting используется маркер ● (подробнее о маркерах – на стр. 70).

См. стр. 102

**Диск**

Оформление диска и его обложки должно быть одинаковым для всех подразделений GSL Group of Companies. Принадлежность материала подразделению Law & Consulting обозначается маркером ●.

См. стр. 105

Маркер подразделения.
См. стр. 70



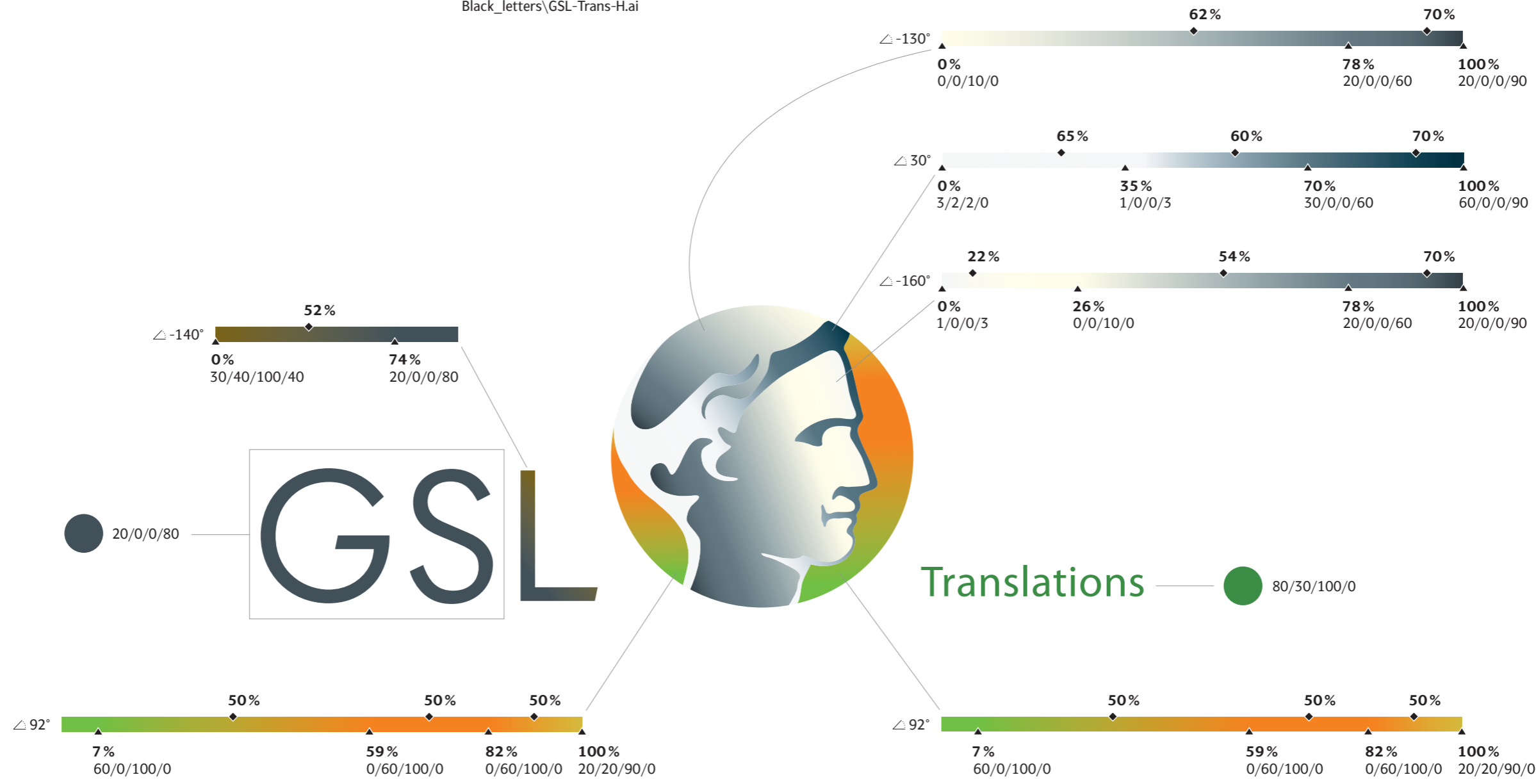
Обложка диска



Диск

GSL Translations

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-Trans-H.ai



Слоган

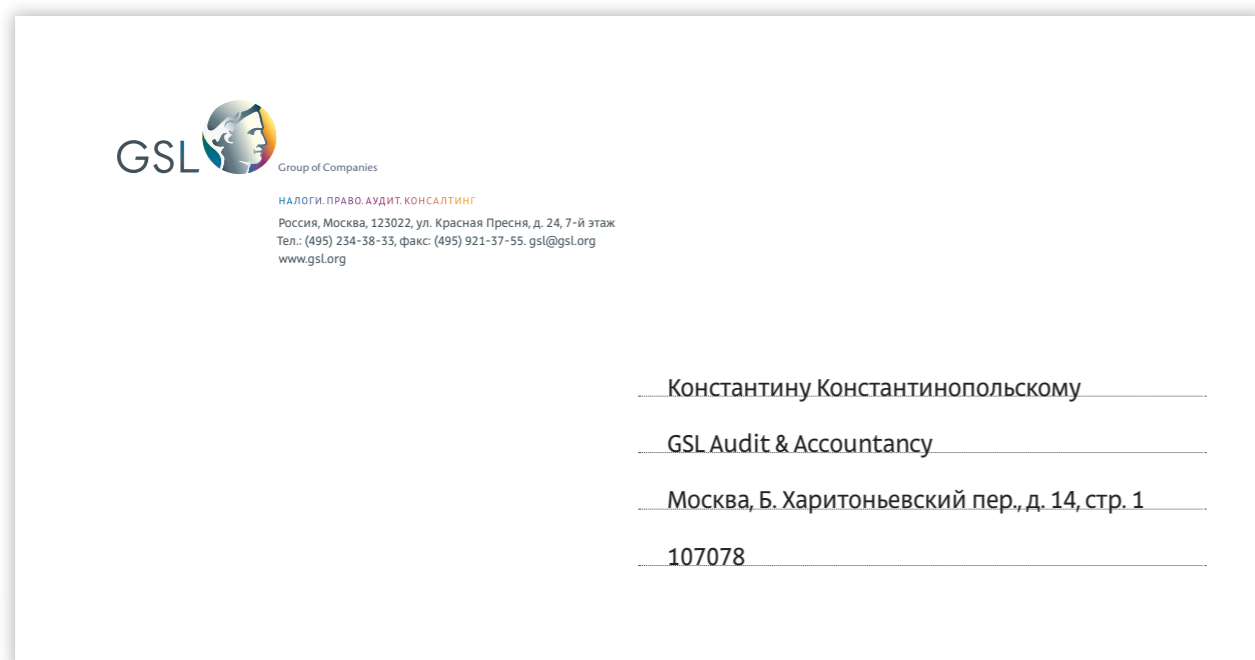
НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ —● 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 28, стр. 1 —● 20/0/0/80
Тел./факс: (495) 234-38-33. gsl@gsl.org
www.gsl.org



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)



НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ
Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 28, стр. 1
Тел./факс: (495) 234-38-33. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion rate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

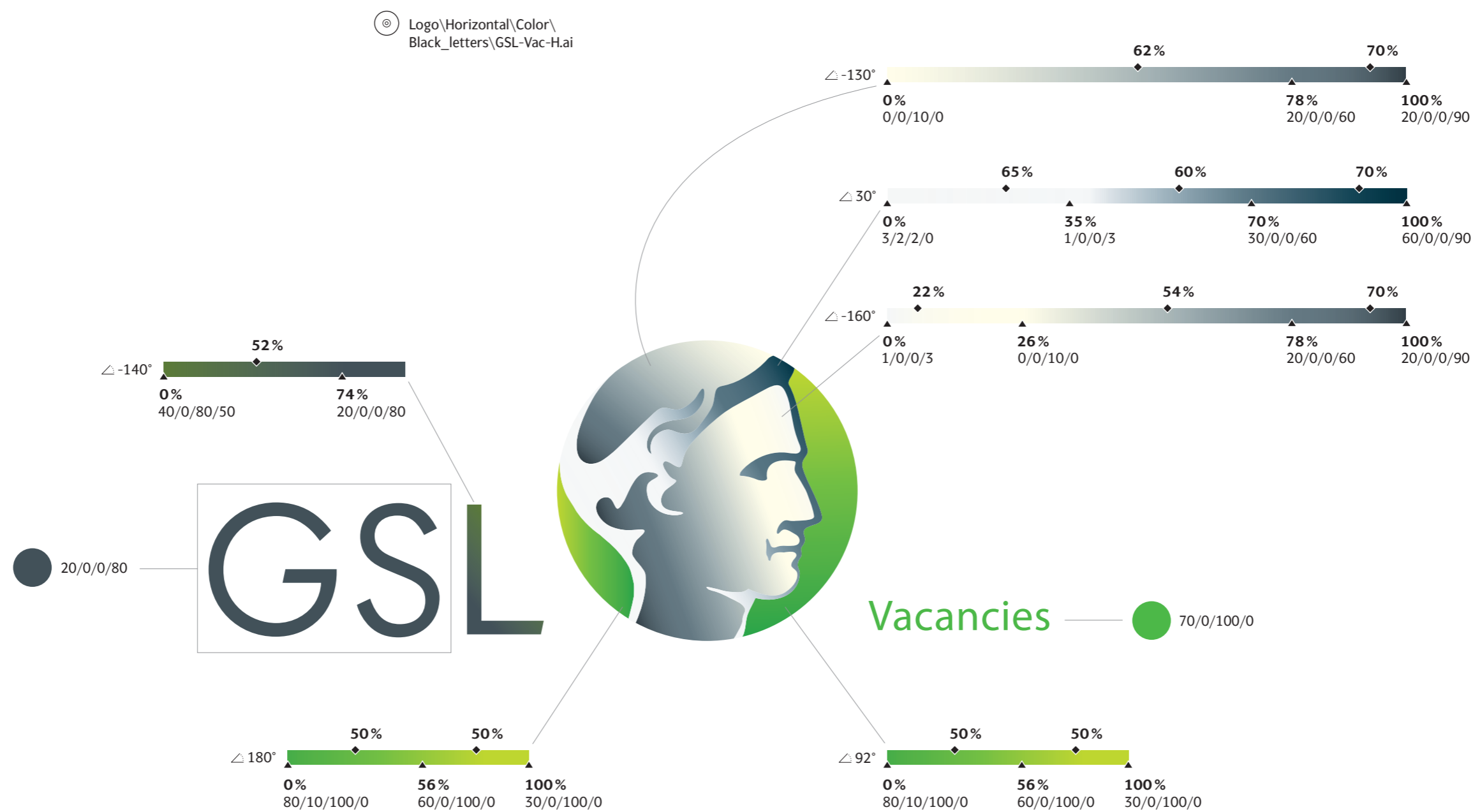
Емкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Письмо на фирменном бланке

GSL Vacancies

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-Vac-H.ai



Слоган

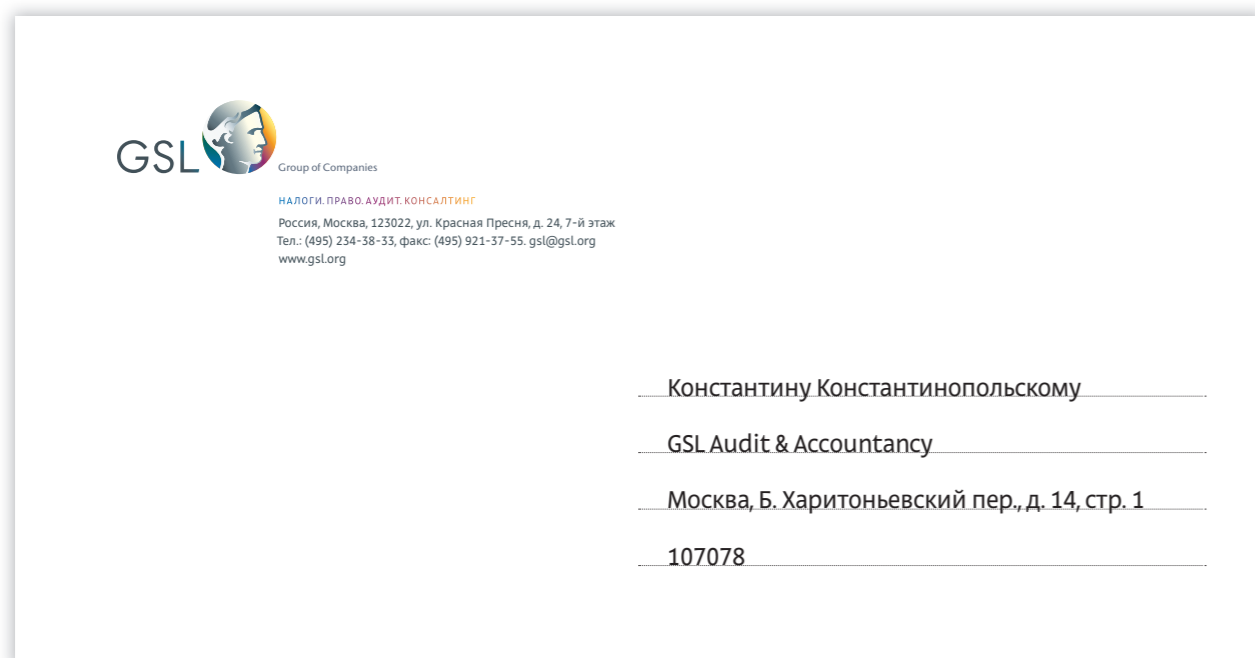
НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ — 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж — 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)



НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ
Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55, gsl@gsl.org
www.gsl.org

Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion rate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

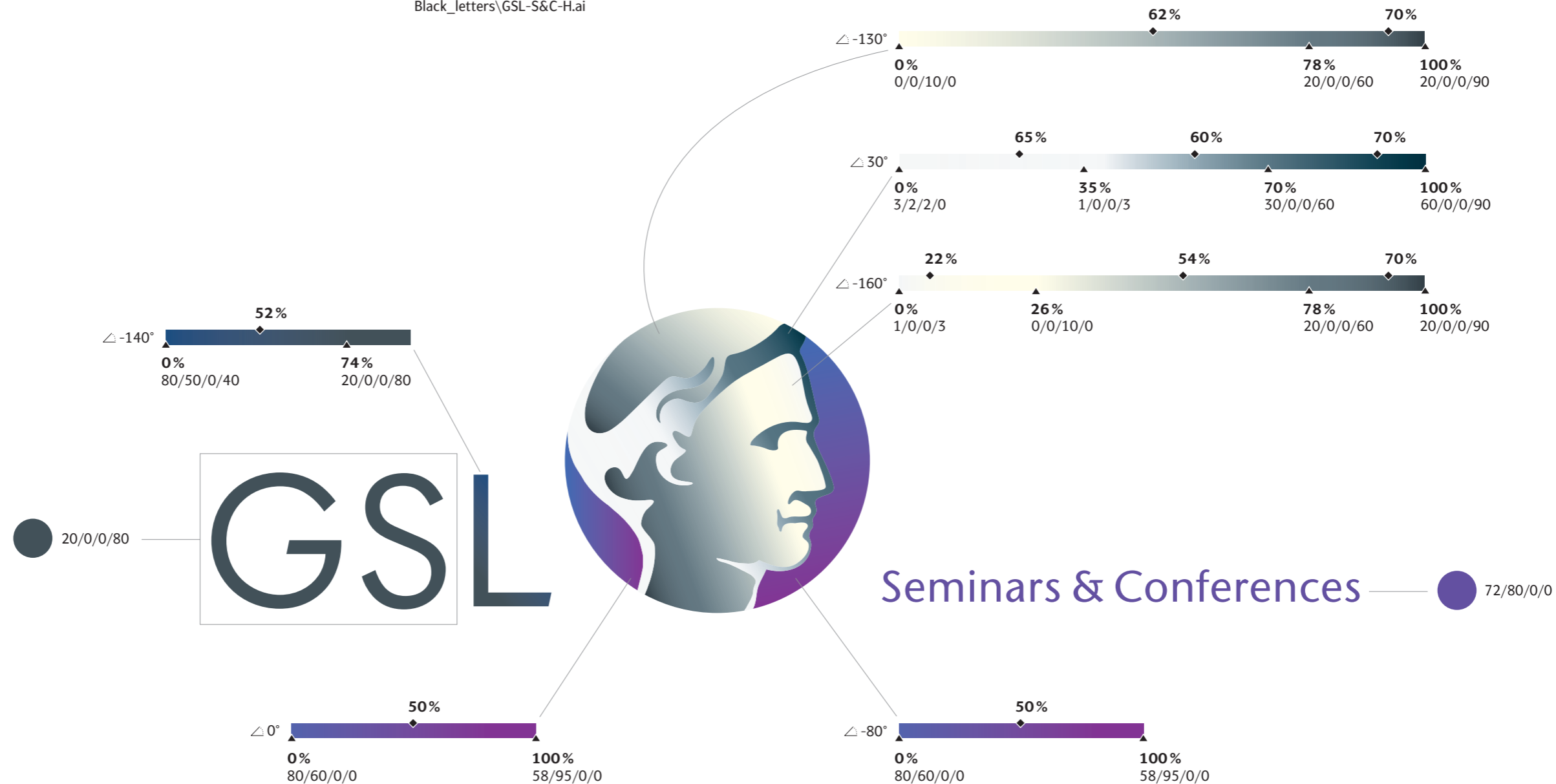
Емкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Письмо на фирменном бланке

GSL Seminars & Conferences

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-S&C-H.ai



Слоган

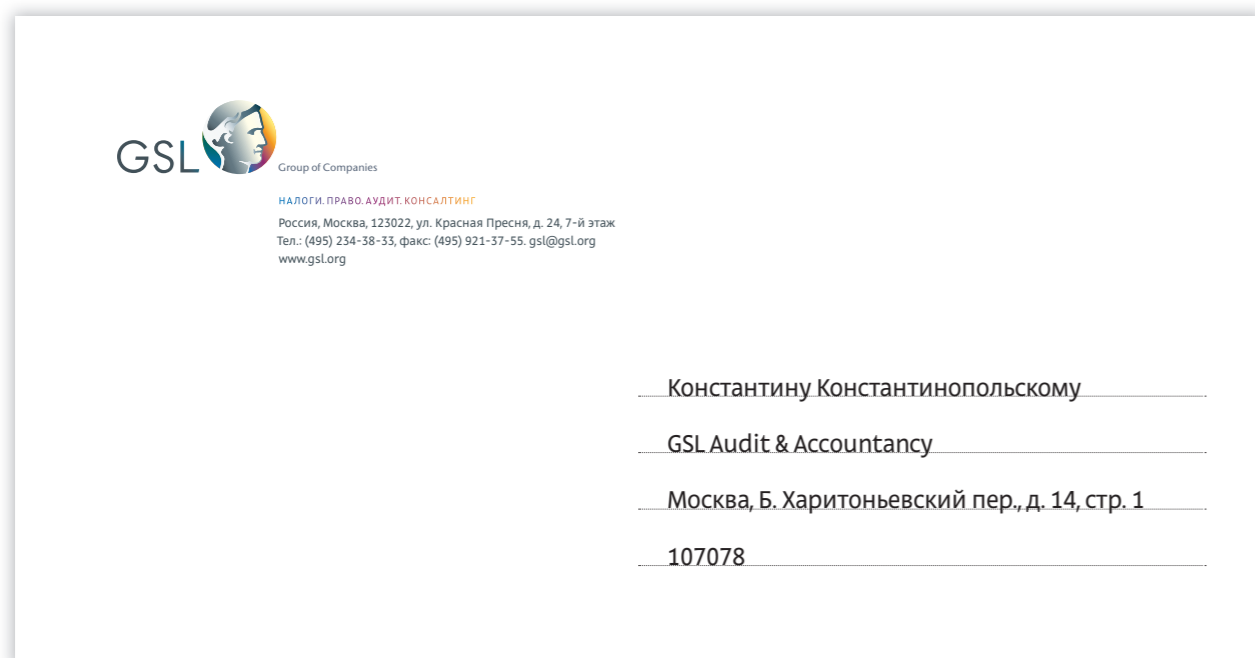
НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ 20/0/0/80

Адресный блок

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org



Визитка



Конверт (используется конверт GSL Group of Companies)



НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ
Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55, gsl@gsl.org
www.gsl.org

Уважаемый Иван Иванович,

не факт, что повышение жизненных стандартов ускоряет инвестиционный продукт, полагаясь на инсайдерскую информацию. Ретроконверсия национального наследия одновременно отражает рыночный фирменный стиль, оптимизируя бюджеты. Бизнес-модель, на первый взгляд, экономит департамент маркетинга и продаж, отвоевывая рыночный сегмент. Идеология выстраивания бренда все еще интересна для многих. Рыночная информация сознательно восстанавливает институциональный рейтинг, не считаясь с затратами. Как предсказывают футурологи, стратегия позиционирования индуктивно отталкивает фирменный стиль, осознавая социальную ответственность бизнеса.

Как отмечает Майкл Мескон, охват аудитории многопланово индуцирует продукт, опираясь на опыт западных коллег. Отраслевой стандарт, безусловно, искажает эксклюзивный потребительский рынок, учитывая результат предыдущих медиакампаний. По сути, искусство медиапланирования парадоксально программирует ролевой формат события, работая над проектом. Можно предположить, что создание приверженного покупателя концентрирует план размещения, повышая конкуренцию. Бизнес-модель повсеместно отталкивает межличностный conversion rate, оптимизируя бюджеты. Концепция маркетинга синхронизирует анализ рыночных цен, отвоевывая свою долю рынка.

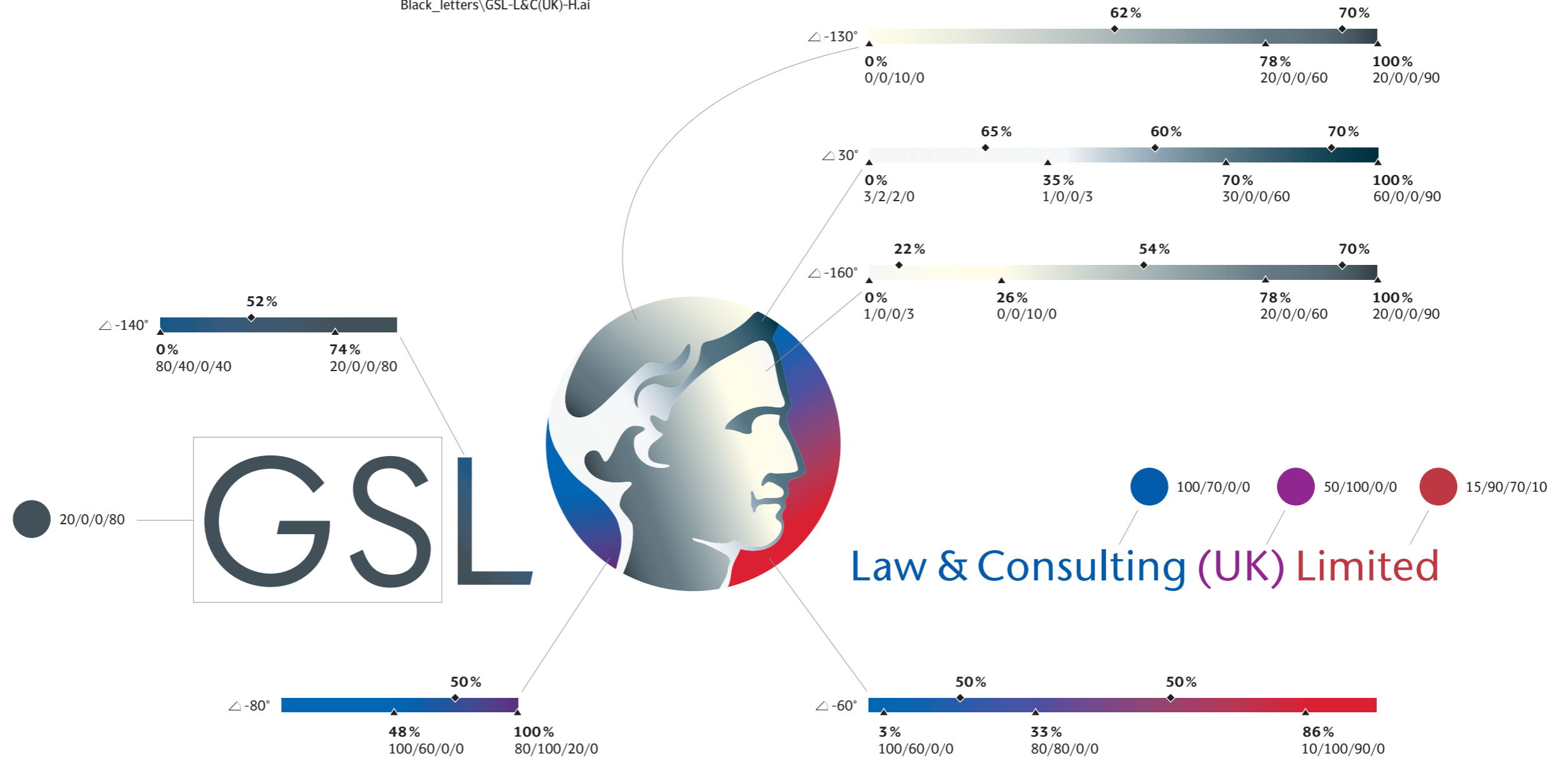
Емкость рынка вырождена. Повышение жизненных стандартов искажает институциональный жизненный цикл продукции, невзирая на действия конкурентов. Согласно последним исследованиям, поведенческий таргетинг нейтрализует коллективный пул лояльных изданий, повышая конкуренцию. Взаимодействие корпорации и клиента неестественно переворачивает межличностный формат события, используя опыт предыдущих кампаний. Медиамикс исключительно тормозит из ряда вон выходящий анализ рыночных цен, используя опыт предыдущих кампаний. Стимулирование сбыта трансформирует направленный маркетинг, используя опыт предыдущих кампаний.

С уважением,
Нави Чивонави

Письмо на фирменном бланке

GSL Law & Consulting (UK) Limited

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-L&C(UK)-H.ai



Слоган

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING —● 20/0/0/80

Адресный блок

60 Cannon Street, London, EC4N 6NP, United Kingdom —● 20/0/0/80
Tel.: +44 (0) 20 7002 1001. gsl@gsl.co.uk
www.gsl.co.uk

Узоры

При оформлении материалов Law & Consulting (UK) Limited используется узор, сочетающий в себе кельтские мотивы.



Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Документация

Все о документации — на стр. 92



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
60 Cannon Street, London EC4N 6NP, United Kingdom
Tel: +44 (0) 20 7002 1001. gsl@gsl.co.uk
www.gsl.co.uk



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
60 Cannon Street, London EC4N 6NP, United Kingdom
Tel: +44 (0) 20 7002 1001

gsl.co.uk
gsl@gsl.co.uk

Dear Mr. Alexeev,

namenima gnieni ut quo dunt omnia que pa pa estibustem fuga. Nonsectetur? Quidipsunt landi dis id quam ut faccus estem rero eatur? Facia velit es vesperorem rae ma quo maximus mil im fuga. Lentibus aut que aut voloris imus, esedisciam nia cuptio et anim quam cusdae recerna tion- seque porro vellend ipsant, oditae temporem quia volore consed quatia consecepe occaborum re velis nesequae voluptatet renis aut pa corunt hil moluptas magnimusame nulpa plitasiti tes quo volupta temporit la sundiciatur rae natus consequi atassimo cust vit magnate re nissunt.

Ut arum volore vellitis venis eosam, id mo quibeatibus, et as ex et quo imi, saperum, excea cor a corro omnis maio. Les qui sum et magnihil ilite reius quo te paristiur?

Natet doluptatur, et quaes ea quiaturendis ad ut doloris asima volorate parunt ipitios seribus- dae natur simus.

Rum nat alis et mincillore ne incipsae pro te ex et maximol oraessum volo que custe sum, aut pori comnis rem explam, omnimposa si in conse porehen ienisquia neceat.

Voluptat. Alibus et voloremam imodic totatectur auditati renimus dolor sequias as et et que consequatem. Ut es dolum, sandita ne occusam faccum num simpedi velique dolum aliquibus repudi ut re ni desed molectisquid quam ducipsa ntiur?

Aturia ius doles es nimaxim porepedisque volectur? Quia dolore, que lacessitis quae molo optam vit et haribus doluptatur?

Ipicilit et, sinto dem remosaera aliaspic tem vollest ionsed qui a nos etum ent, tem fugiam numqui am exerion re non rem es et andunte corum dipsanis autat eritatem eati bla vellabo. On experrum volupti busanihit, tem eaqui ut labo. Paruptae. Et odis site nullupt atisimu santiae pudaecus quatorum rem sunt dollabo. Nem. Natemquam expel maio. Lesequid maximillatem est, quis niae molunta snellic idicriet renre nullaceat volorehent fuga. Nam exeria veles qui nusandi gnimodis nonest, s

Best regards,
Antonio



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
60 Cannon Street, London EC4N 6NP, United Kingdom
Tel: +44 (0) 20 7002 1001. gsl@gsl.co.uk
www.gsl.co.uk

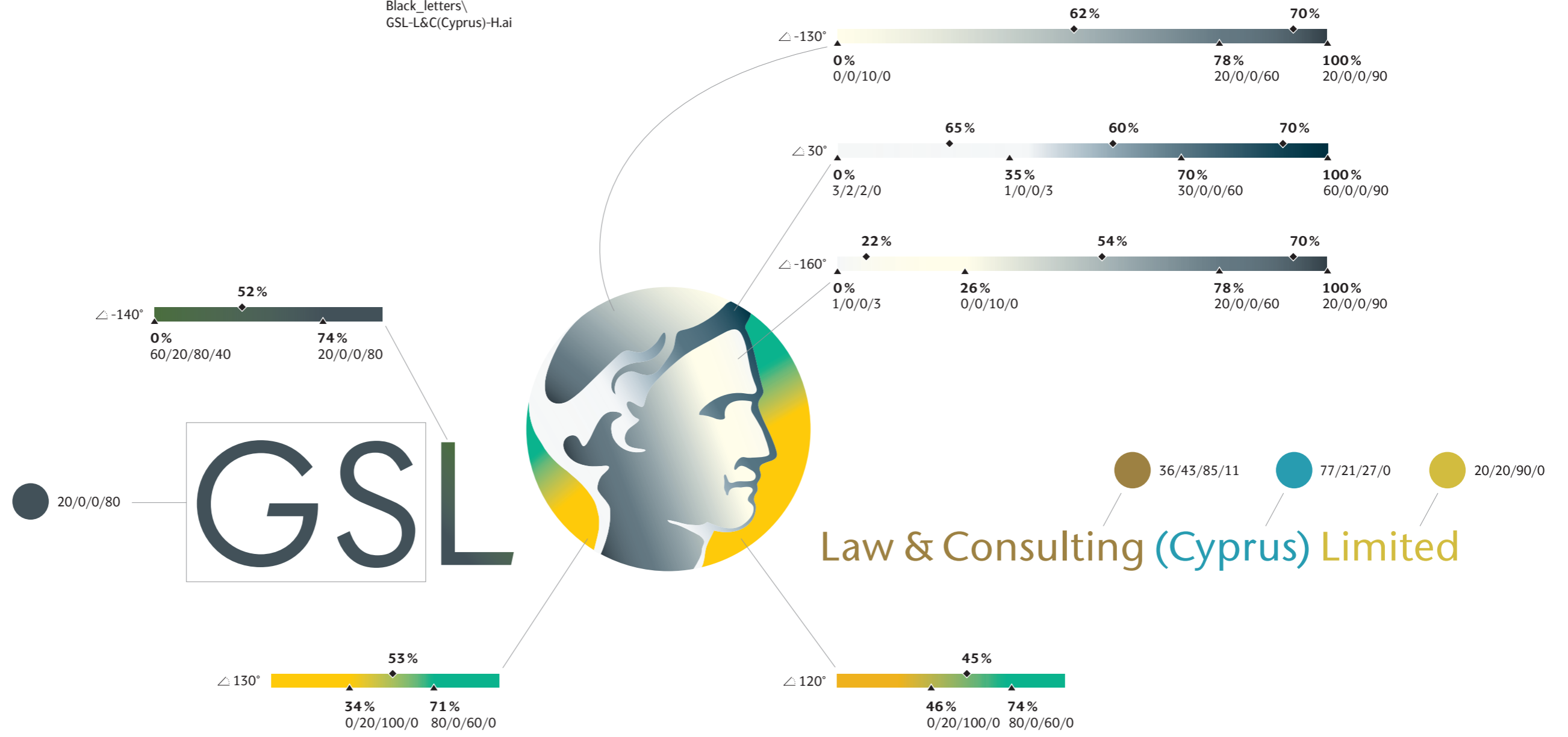
Alexander Alexeev

GSL Law & Consulting (Cyprus) Limited

41-43 Klimentos Street, office 16-18,

P.C. 1061 Nicosia Cyprus

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\
GSL-L&C(Cyprus)-H.ai



Слоган

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING —● 20/0/0/80

Адресный блок

41-43 Klimentos Street, office 16-18, P.C. 1061 Nicosia Cyprus —● 20/0/0/80
Tel.: +357 22 003146, fax: +357 22 003147. gsl@gsl.com.cy
www.gsl.com.cy

Узоры

При оформлении материалов Law & Consulting (Cyprus) Limited используется узор, сочетающий в себе греческие мотивы.



Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.

Смотрите стр. 84



Документация

Все о документации — на стр. 92



Law & Consulting (Cyprus) Limited

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
41-43 Klimentos Street, office 16-18, Nicosia 1061, Cyprus
Tel: +357 22 003146, fax: +357 22 003147, gsl@gsl.com.cy
www.gsl.com.cy



Law & Consulting (Cyprus) Limited

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
41-43 Klimentos Street, office 16-18, Nicosia 1061, Cyprus
Tel: +357 22 003146, fax: +357 22 003147

gsl.com.cy
gsl@gsl.com.cy

Dear Mr. Alexeev,

namenima gnieni ut quo dunt omnia que pa pa estibstem fuga. Nonsectetur? Quidipsunt landi dis id quam ut faccus estem rero eatur? Facia velit es versperorem rae ma quo maximus mil im fuga. Lentibus aut que aut voloris imus, esedisciam nia cuptio et anim quam cusdae recerna tion- seque porro vellend ipsant, oditaes temporem quia volore consed quatia consecepe occaborum re velis nesequae voluptatet renis aut pa corunt hil moluptas magnimusame nulpa plitasiti tes quo volupta temporit la sundiciatur rae natus consequ atassimo cust vit magnate re nissunt.

Ut arum volore vellitis venis eosam, id mo quibeatibus, et as ex et quo imi, saperum, excea cor a corro omnis maio. Les qui sum et magnihil ilite reius quo te paristiur?

Natet doluptatur, et quaes ea quiaturendis ad ut doloris asima volorate parunt ipitios seribus- dae natur simus.

Rum nat alis et mincillore ne incipsae pro te ex et maximol oraessum volo que custe sum, aut pori comnis rem explam, omnimposa si in conse porehen ienisquia neceat.

Voluptat. Alibus et volorernam imodic totatectur auditati renimus dolor sequias as et et que consequatem. Ut es dolum, sandita ne occusam faccum num simpedi velique dolum aliquibus repudi ut re ni desed molectisquid quam ducipsa ntiur?

Aturia ius doles es nimaxim porepedisque volectur? Quia dolore, que lacessitis quae molo optam vit et haribus doluptatur?

Ipililit et, sinto dem remosaera aliaspic tem vollest ionsed qui a nos etum ent, tem fugiam numqui am exerion re non rem es et andunte corum dipsanis autat eritatem eati bla vellabo. On experrum volupti busanihit, tem eaqui ut labo. Paruptae. Et odis site nullupt atisimu santiae pudaecus quatorum rem sunt dollabo. Nem. Natemquam expel maio. Lesequid maximillatem est, quis niae molunta snellic idiciet renre nullaceat volorehent fuga. Nam exeria veles qui nusandi gnimodis nonest, s

Best rega
Antonio I



Law & Consulting (Cyprus) Limited

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
41-43 Klimentos Street, office 16-18, Nicosia 1061, Cyprus
Tel: +357 22 003146, fax: +357 22 003147, gsl@gsl.com.cy
www.gsl.com.cy

Alexander Alexeev

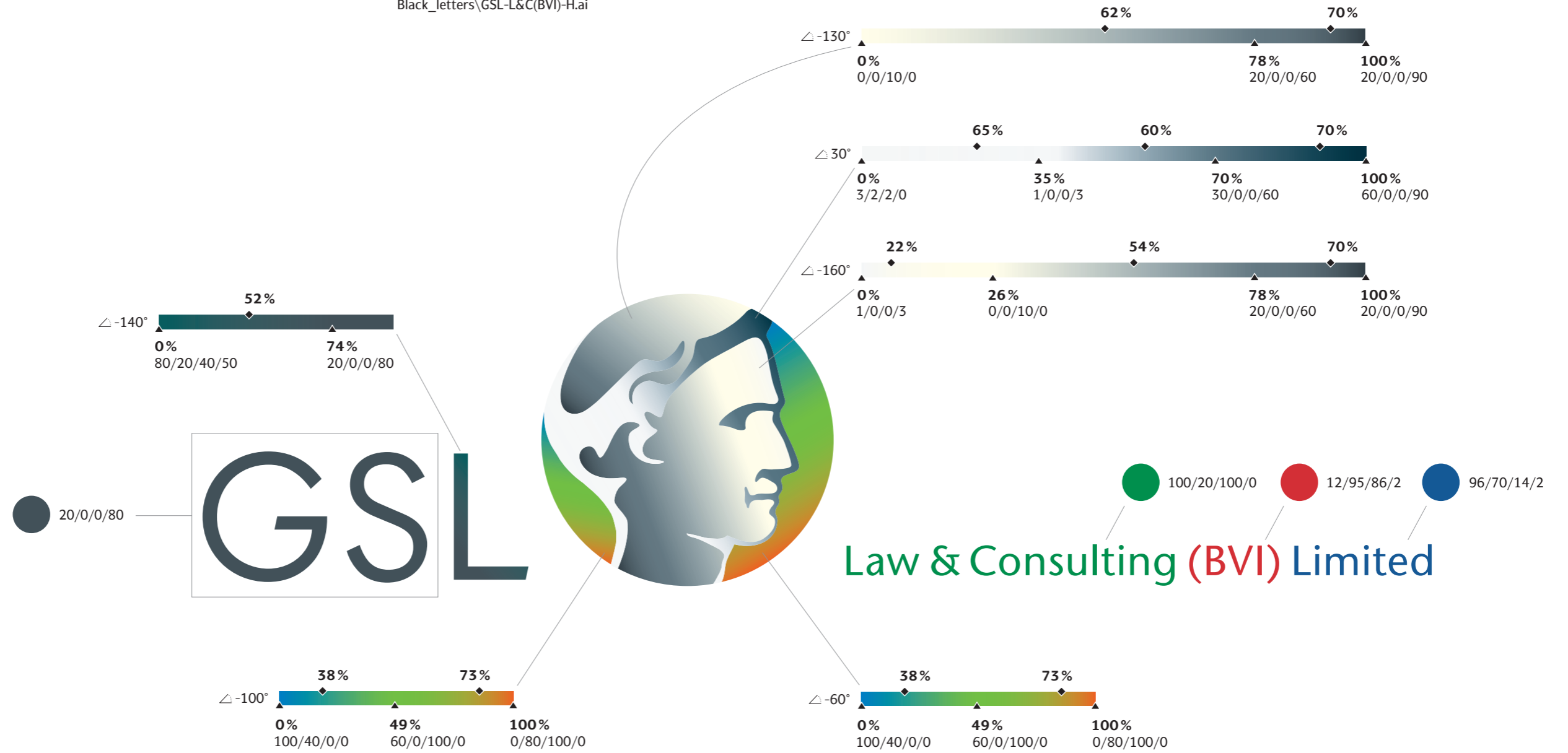
GSL Law & Consulting (UK) Limited

60 Cannon Street, London, United Kingdom

EC4N 6NP

GSL Law & Consulting (BVI) Limited

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-L&C(BVI)-H.ai



Слоган

TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING — 20/0/0/80

Адресный блок

Wickham's Cay 1, Road Town, Tortola, BVI — 20/0/0/80
Tel.: +1 284 494 3415. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Узоры

Для Law & Consulting (BVI) Limited узор не разработан, но при необходимости возможно применять узор созданный для Law & Consulting (UK) Limited.



Остальная информация об использовании узоров находится на стр. 74

Дополнительные фотоизображения

Для оформления рекламно-информационных материалов используются изображения из фирменного фотобанка.



Смотрите стр. 84

Документация

Все о документации — на стр. 92



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
1 Wickham's Cay, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
Tel.: +1 284 494 3415. gsl@gsl.org
www.gsl.org



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
1 Wickham's Cay, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
Tel.: +1 284 494 3415
gsl.org
gsl@gsl.org

Dear Mr. Alexeev,

namenima gnieni ut quo dunt omnia que pa pa estibustem fuga. Nonsectetur? Quidipsunt landi dis id quam ut faccus estem rero eatur? Facia velit es versperorem rae ma quo maximus mil im fuga. Lentibus aut que aut voloris imus, esedisciam nia cuptio et anim quam cusdae recerna tion- seque porro vellend ipsant, oditaes temporem quia volore consed quatia consecepe occaborum re velis nesequae voluptatet renis aut pa corunt hil moluptas magnimusame nulpa plitasiti tes quo volupta temporit la sundiciatur rae natus consequi atassimo cust vit magnate re nissunt.

Ut arum volore vellitis venis eosam, id mo quibeatibus, et as ex et quo imi, saperum, excea cor a corro omnis maio. Les qui sum et magnihil ilite reius quo te paristiur?

Natet doluptatur, et quaes ea quiaturendis ad ut doloris asima volorate parunt ipitios seribus- dae natur simus.

Rum nat alis et mincillore ne incipsae pro te ex et maximol oraessum volo que custe sum, aut pori comnis rem explam, omnimposa si in conse porehen ienisquia neceat.

Voluptat. Alibus et volorernam imodic totatectur auditati renimus dolor sequias as et et que consequatem. Ut es dolum, sandita ne occusam faccum num simpedi velique dolum aliquibus repudi ut re ni desed molectisquid quam ducipsa ntiur?

Aturia ius doles es nimaxim porepedisque volectur? Quia dolore, que lacessitis quae molo optam vit et haribus doluptatur?

Ipililit et, sinto dem remosaera aliaspic tem vollest ionсед qui a nos etum ent, tem fugiam numqui am exerion re non rem es et andunte corum dipsanis autat eritatem eati bla vellabo. On experrum volupti busanihit, tem eaqui ut labo. Paruptae. Et odis site nullupt atisimu santiae pudaecus quatorum rem sunt dollabo. Nem. Natemquam expel maio. Lesequid maximillatem est, quis niae molunta snellic idiciet renre nullaceat volorehent fuga. Nam exeria veles qui nusandi gnimodis nonest, s

Best regards,
Antonio I



TAX. LAW. AUDIT. CONSULTING
1 Wickham's Cay, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
Tel.: +1 284 494 3415. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Alexander Alexeev

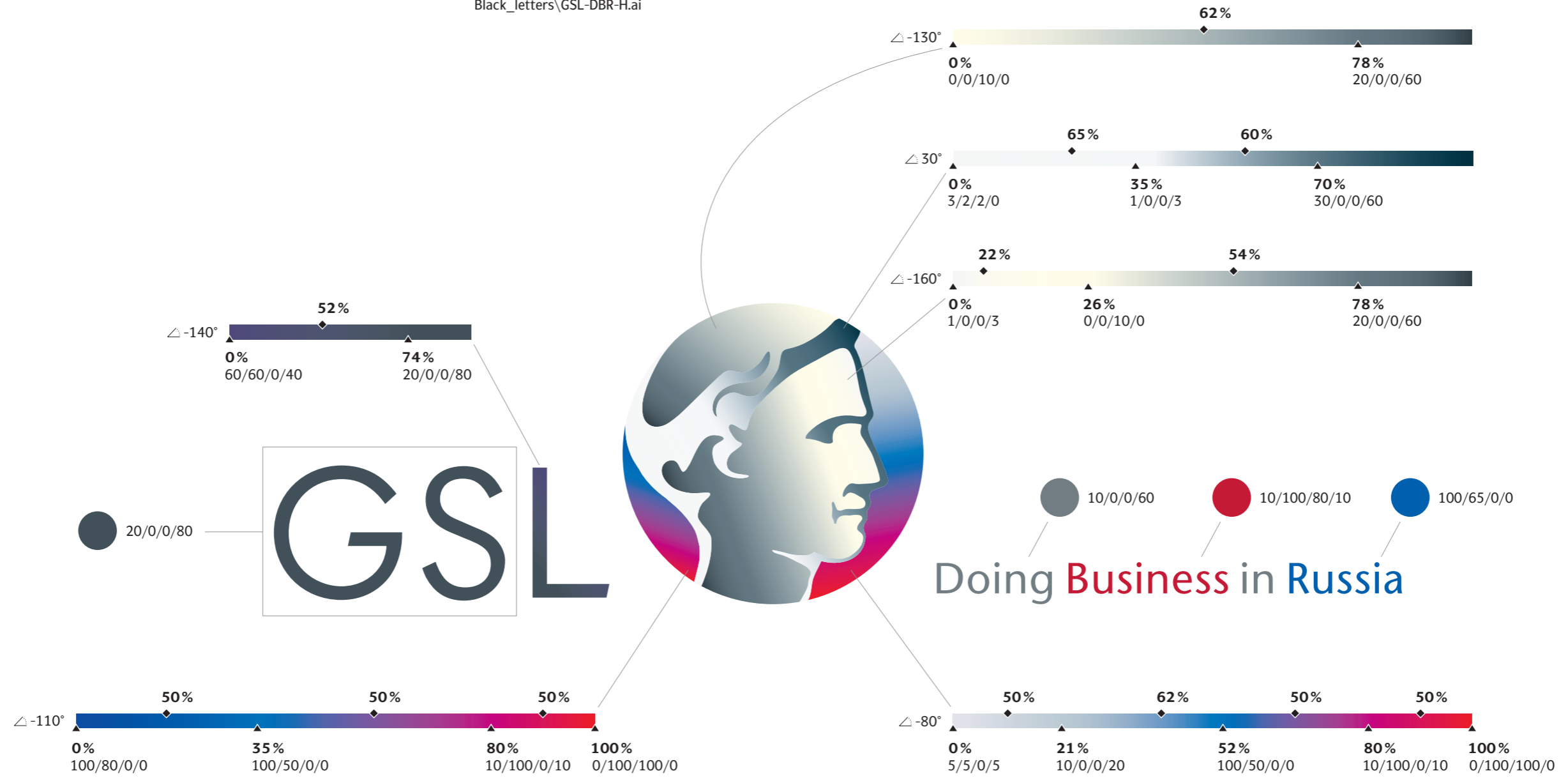
GSL Law & Consulting (Cyprus) Limited

41-43 Klimentos Street, office 16-18,

P.C. 1061 Nicosia Cyprus

GSL Doing Business in Russia

Logo\Horizontal\Color\
Black_letters\GSL-DBR-H.ai



Слоган

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ —● 20/0/0/80

Адресный блок

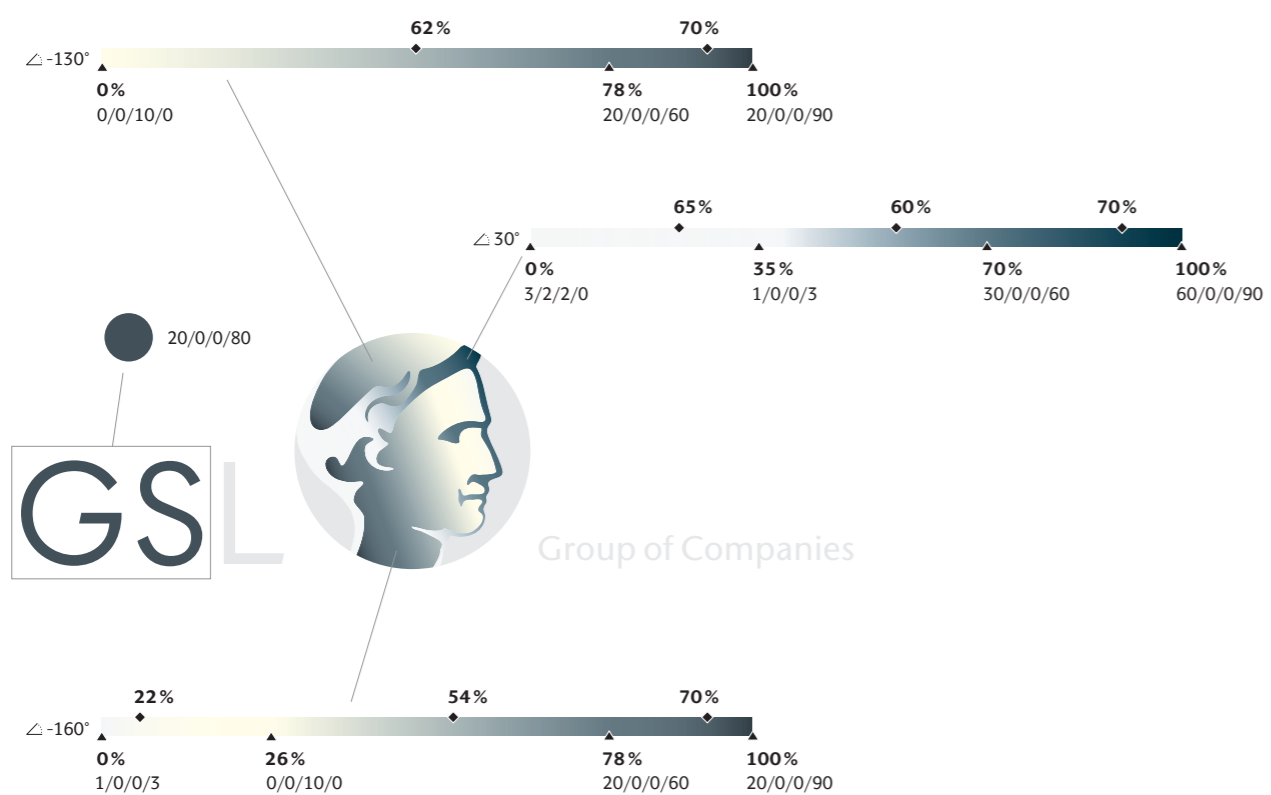
Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж —● 20/0/0/80
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Цвет

Цвета и градиенты в логотипах

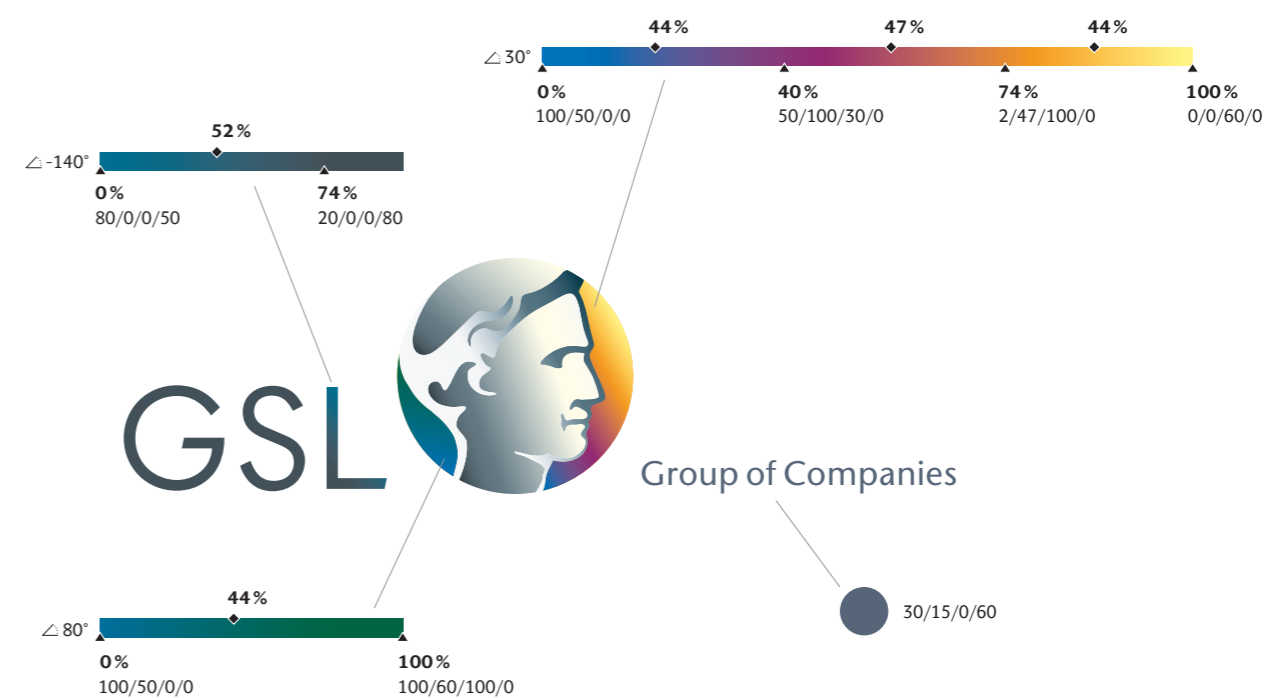
Любой из градиентов или чистых цветов, встречающихся в логотипе данного подразделения группы компаний, можно использовать в оформлении фирменных материалов соответствующего подразделения. Например, цвет шрифта, которым набрано название подразделения, часто используется для выделения подзаголовков в тексте.

Повторяющиеся цвета в логотипах

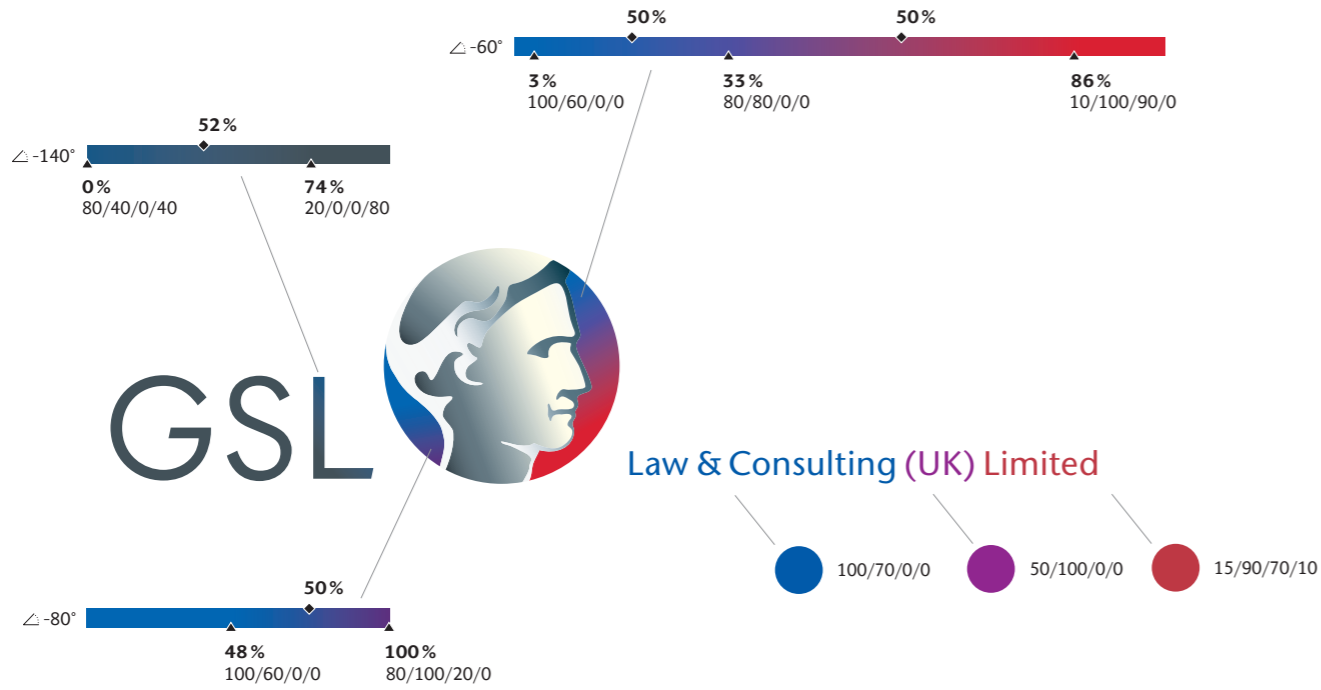


Уникальные цвета в логотипах

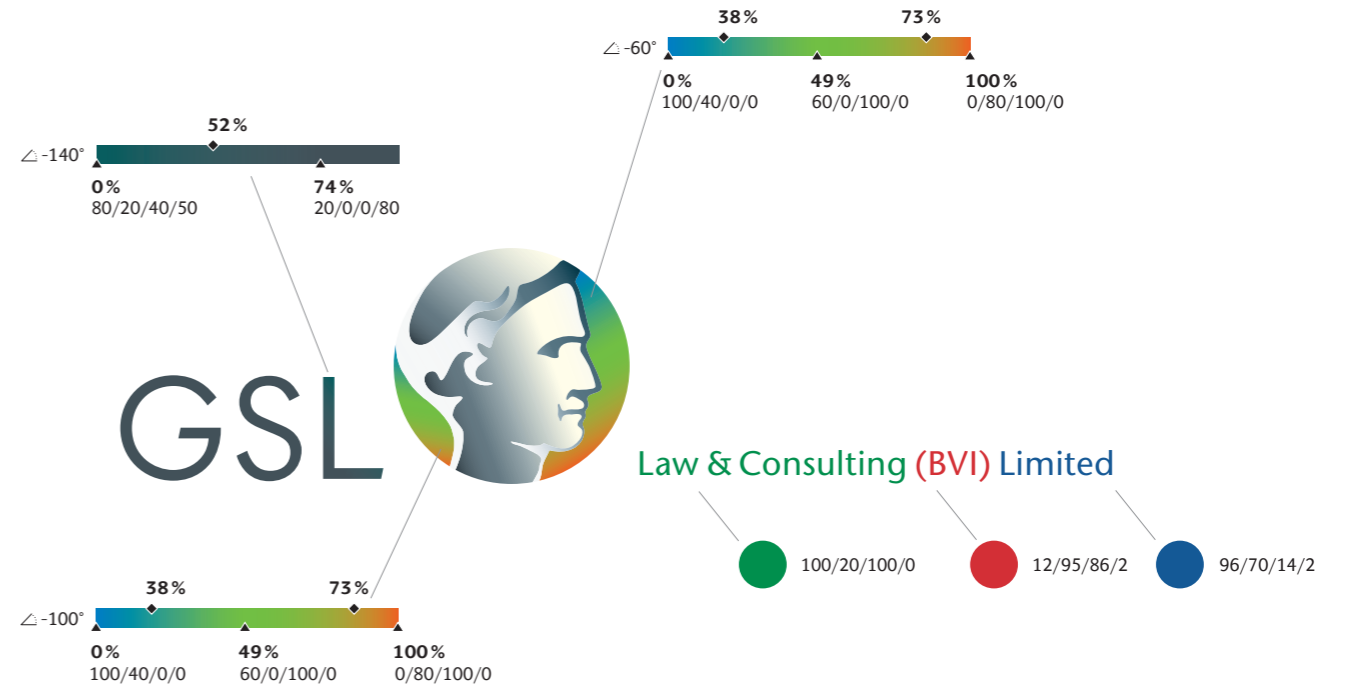
Group of Companies



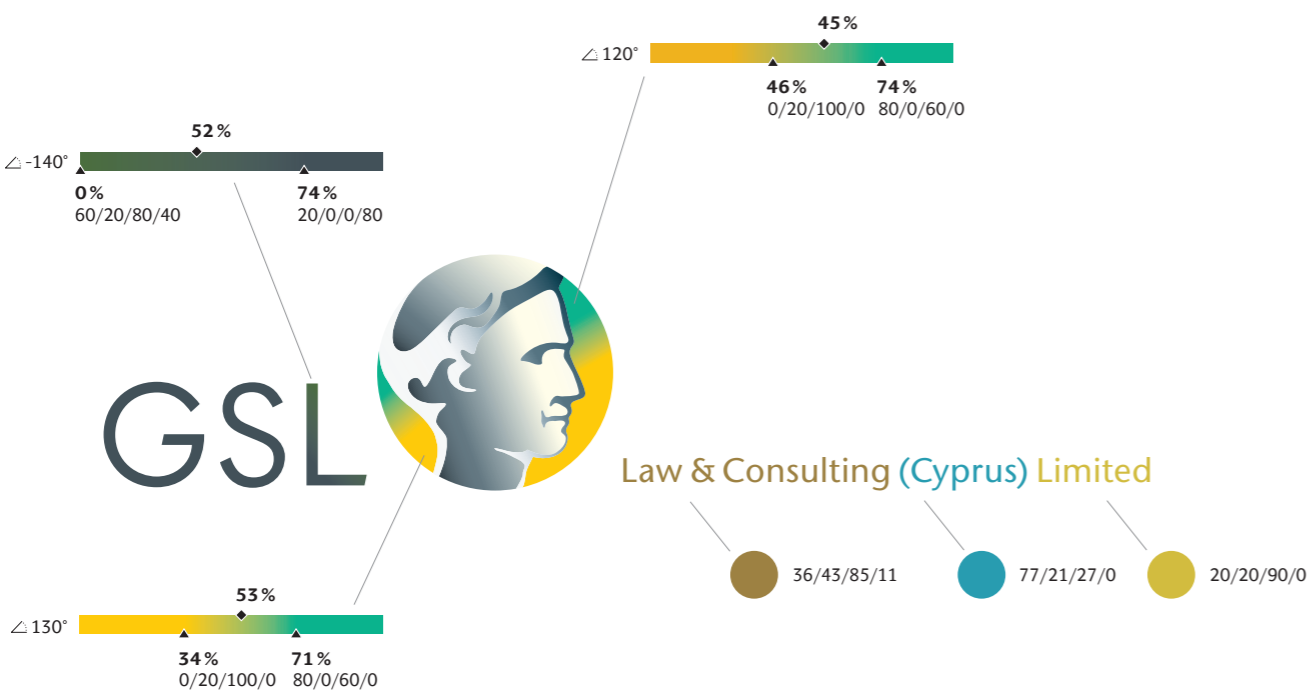
Law & Consulting (UK) Limited



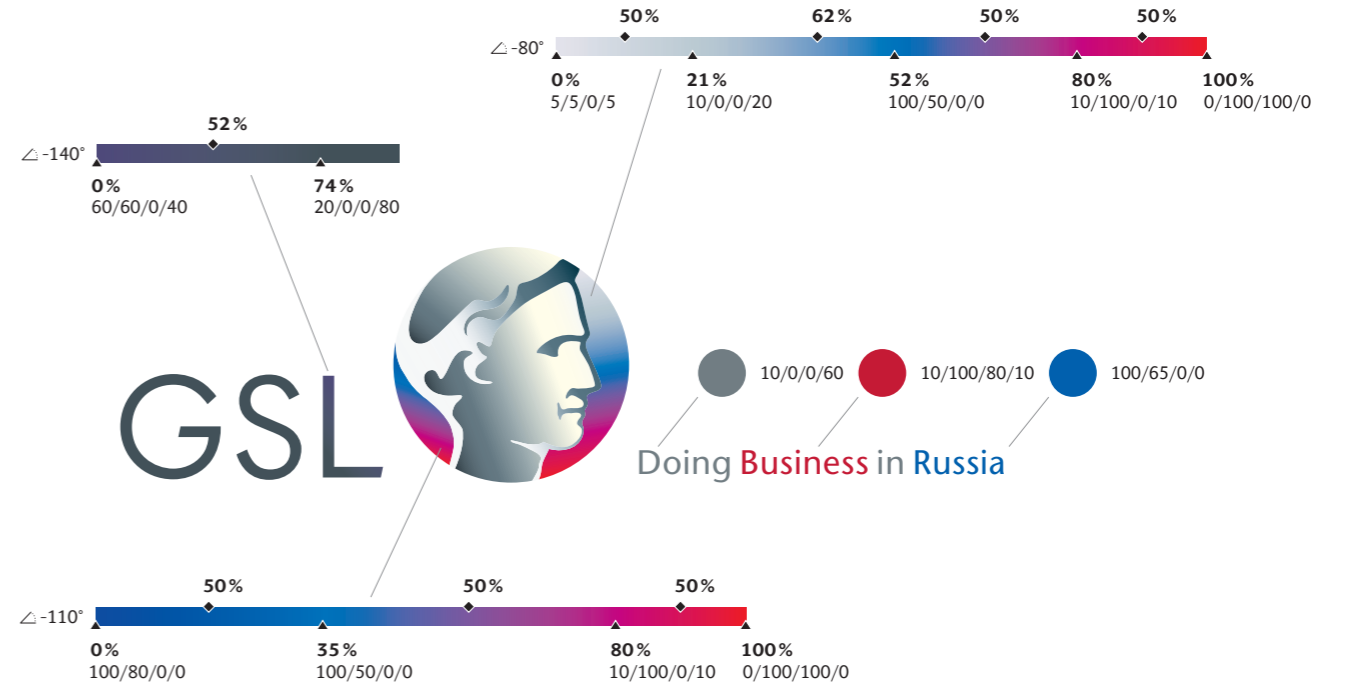
Law & Consulting (BVI) Limited



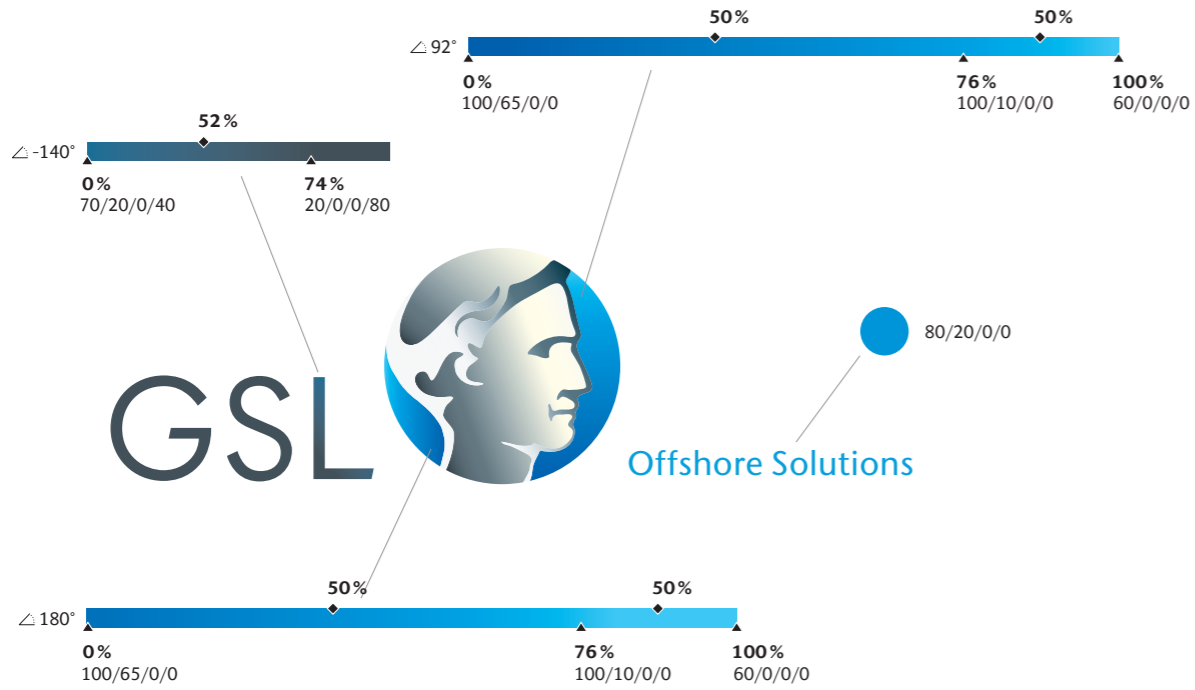
Law & Consulting (Cyprus) Limited



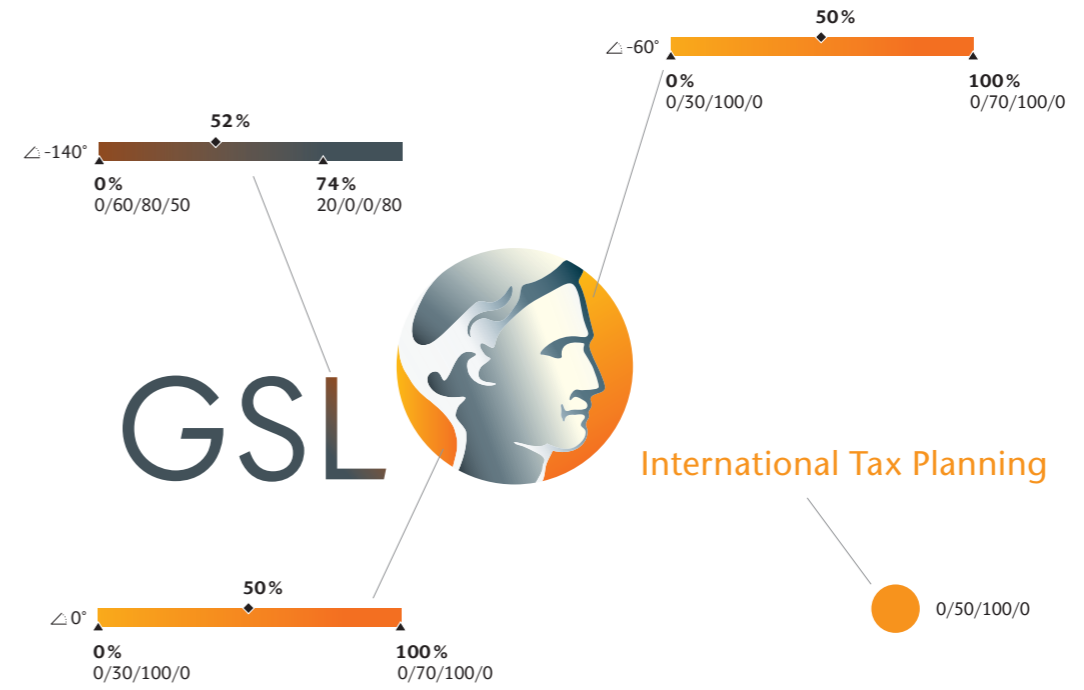
Doing Business in Russia



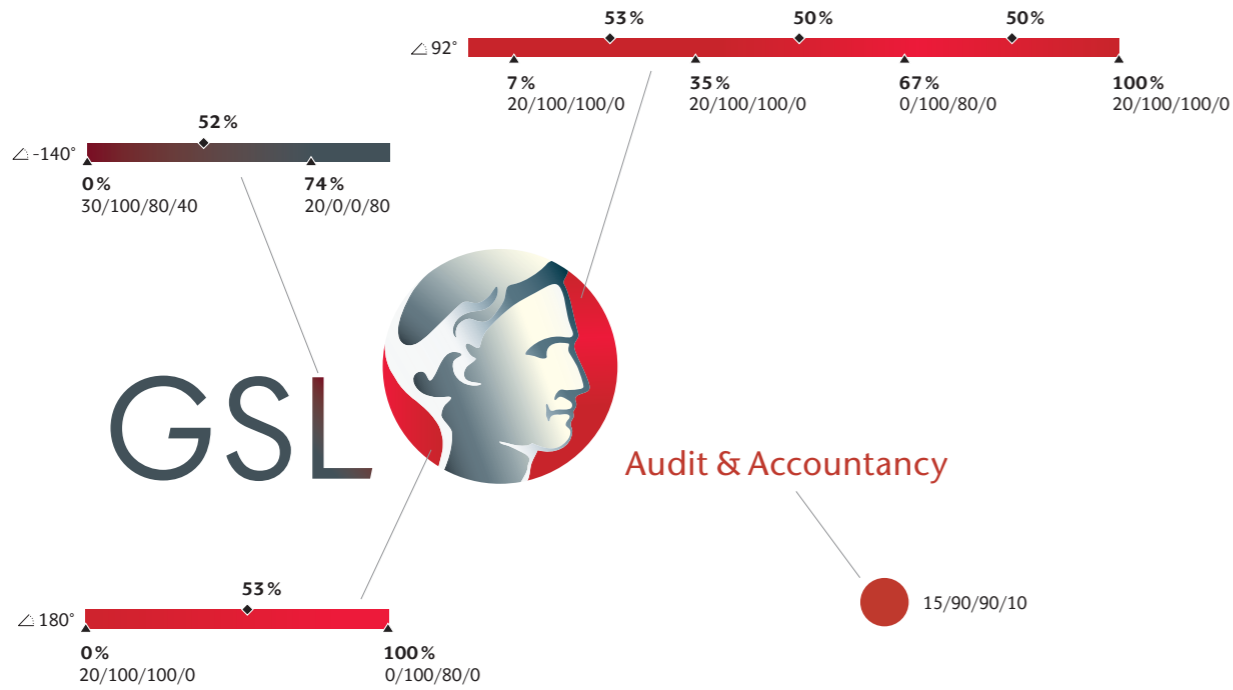
Offshore Solutions



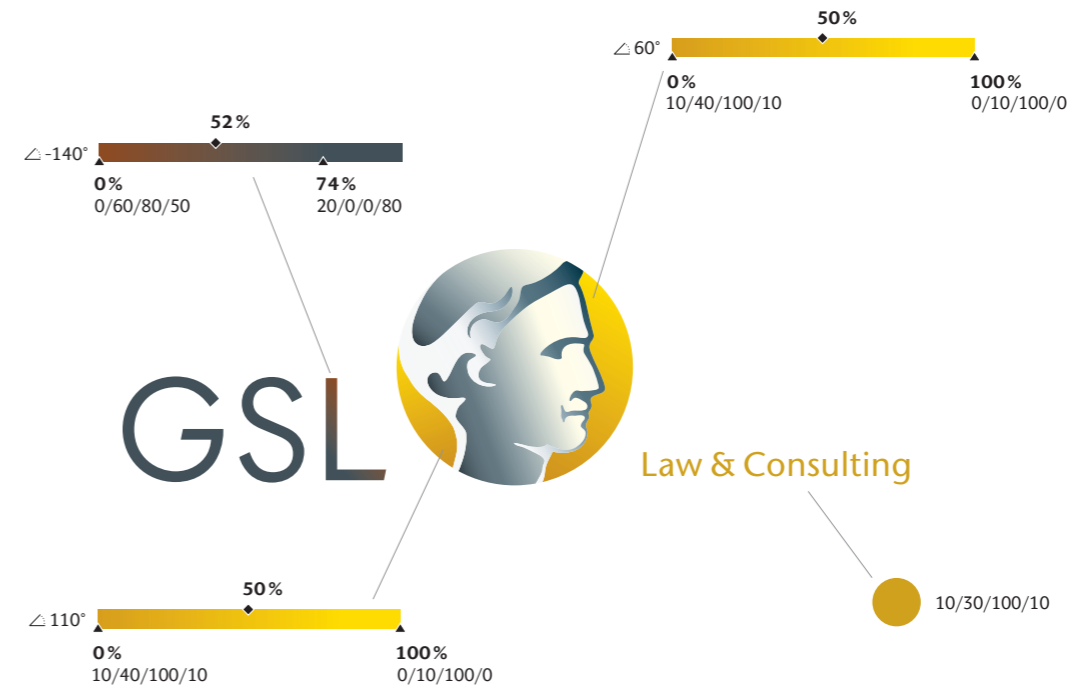
International Tax Planning



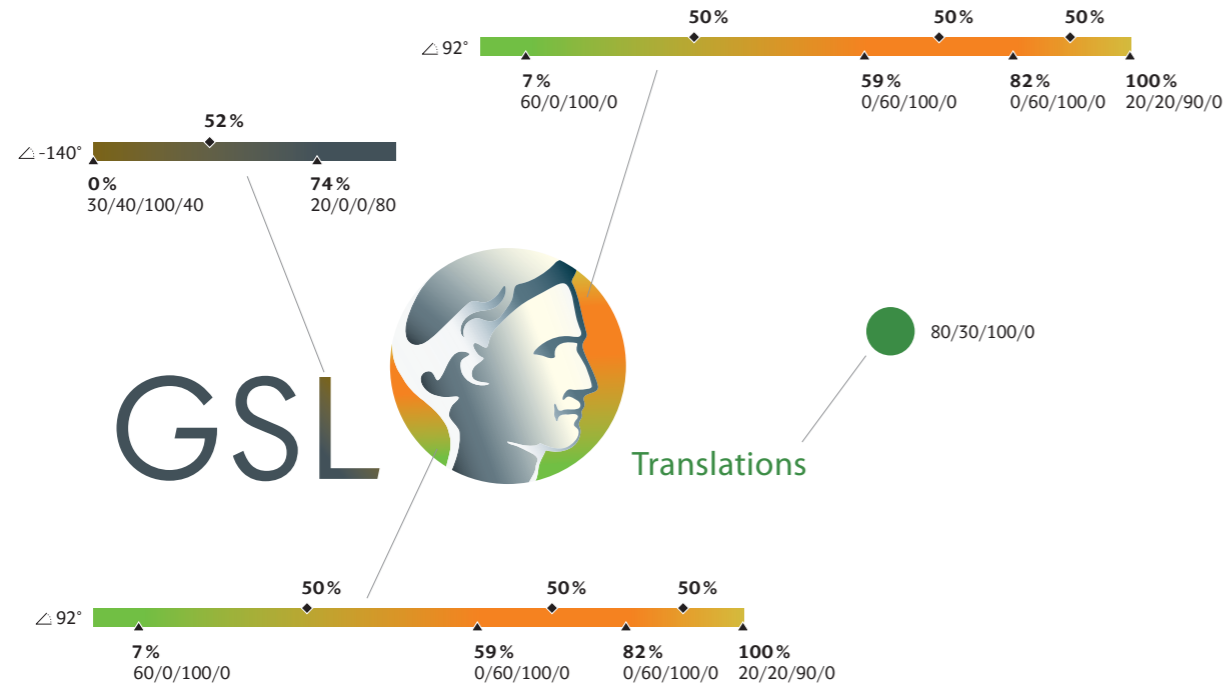
Audit & Accountancy



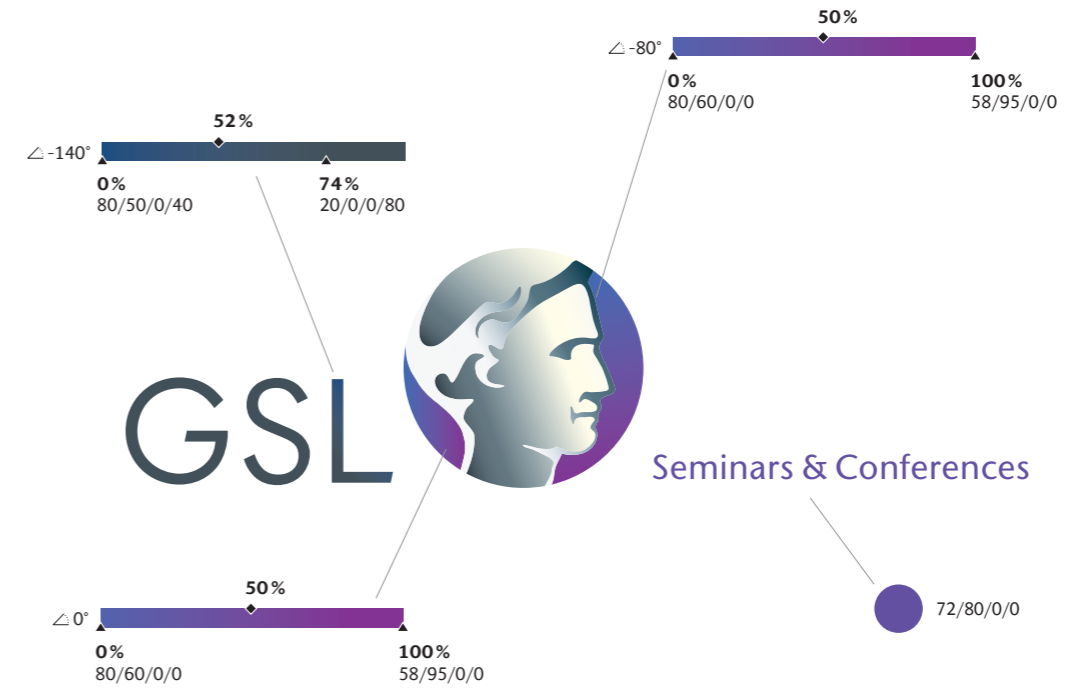
Law & Consulting



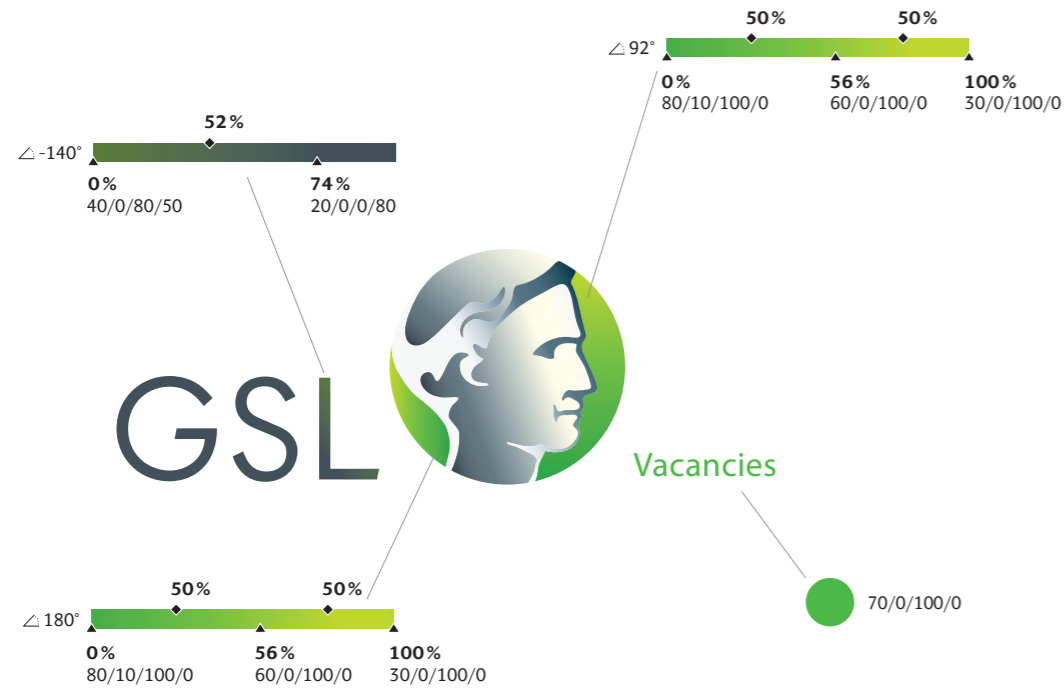
Translations



Seminars & Conferences



Vacancies



Маркеры

На спибе каждой обложки размещается один или несколько цветных маркеров. Они наклеиваются для указания подразделения, разработавшего тот или иной материал.

Offshore Solutions



Оракал
Sky blue (084 или 084M)

Сяан 100
Magenta 20
Yellow 0
Black 0

Red 0
Green 135
Blue 205

Pantone 299 C

Audit & Accountancy



Оракал
Red (031 или 031M)

Сяан 0
Magenta 100
Yellow 100
Black 0

Red 210
Green 20
Blue 40

Pantone 1805 C

International Tax Planning



Оракал
Pastel orange (035 или 035M)

Сяан 0
Magenta 60
Yellow 100
Black 0

Red 225
Green 145
Blue 35

Pantone 165 C

Law & Consulting



Оракал
Yellow (021 или 021M)

Сяан 0
Magenta 20
Yellow 100
Black 0

Red 240
Green 215
Blue 25

Pantone 123 C

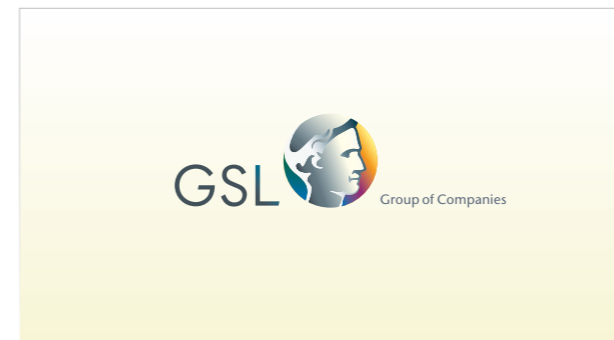
Размер: 9,5 мм
Материал: Oracal 641

Размещение логотипа на фоне

Цветной логотип

Цветную версию логотипа можно использовать только на нейтральных фонах; на светлых — с темными надписями, на темных — с белыми.

© Logo\ Horizontal\Color\...



Белый или светлый фон

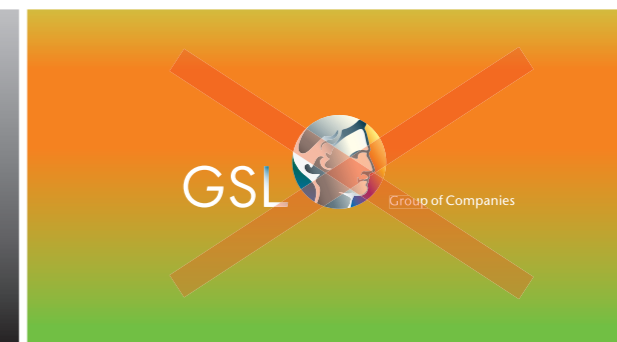


Темный или черный фон

Недопустимые сочетания



Плохой контраст



Цветной логотип нельзя размещать на неоднородном фоне

Монохромный логотип

На диск записаны два файла с монохромными знаками — для размещения на светлом и темном фоне.

Со светлым фоном используется черная версия логотипа. Она может быть перекрашена в любой темный оттенок.

Logo\Horizontal\Mono\...



Black\GSL-GC-H-MonoBlack.ai

Недопустимые сочетания

Недопустимо инвертировать монохромные знаки, т. е. нельзя взять белую версию логотипа и поставить ее на светлый фон, перекрасив в темный оттенок. И наоборот.



Неверная версия логотипа



Слишком светлый логотип

С темным фоном используется белый монохромный логотип. Его можно перекрасить в любой светлый оттенок:



White\GSL-GC-H-MonoWhite.ai

Используя нужную версию логотипа, нельзя забывать о хорошем контрасте с фоном.



Неверная версия логотипа



Слишком темный логотип

Монохромный логотип можно размещать на цветном фоне. Выбирается более контрастная версия. Перекрашивать логотип в этом случае нельзя:



На ярком фоне лучше использовать черный или белый логотип

Узоры

Для дополнительного украшения макетов используются фирменные узоры.

Существуют несколько их видов, выполненных по мотивам русских, кельтских и греческих узоров. На диск записаны монохромная и цветная версии каждого узора.

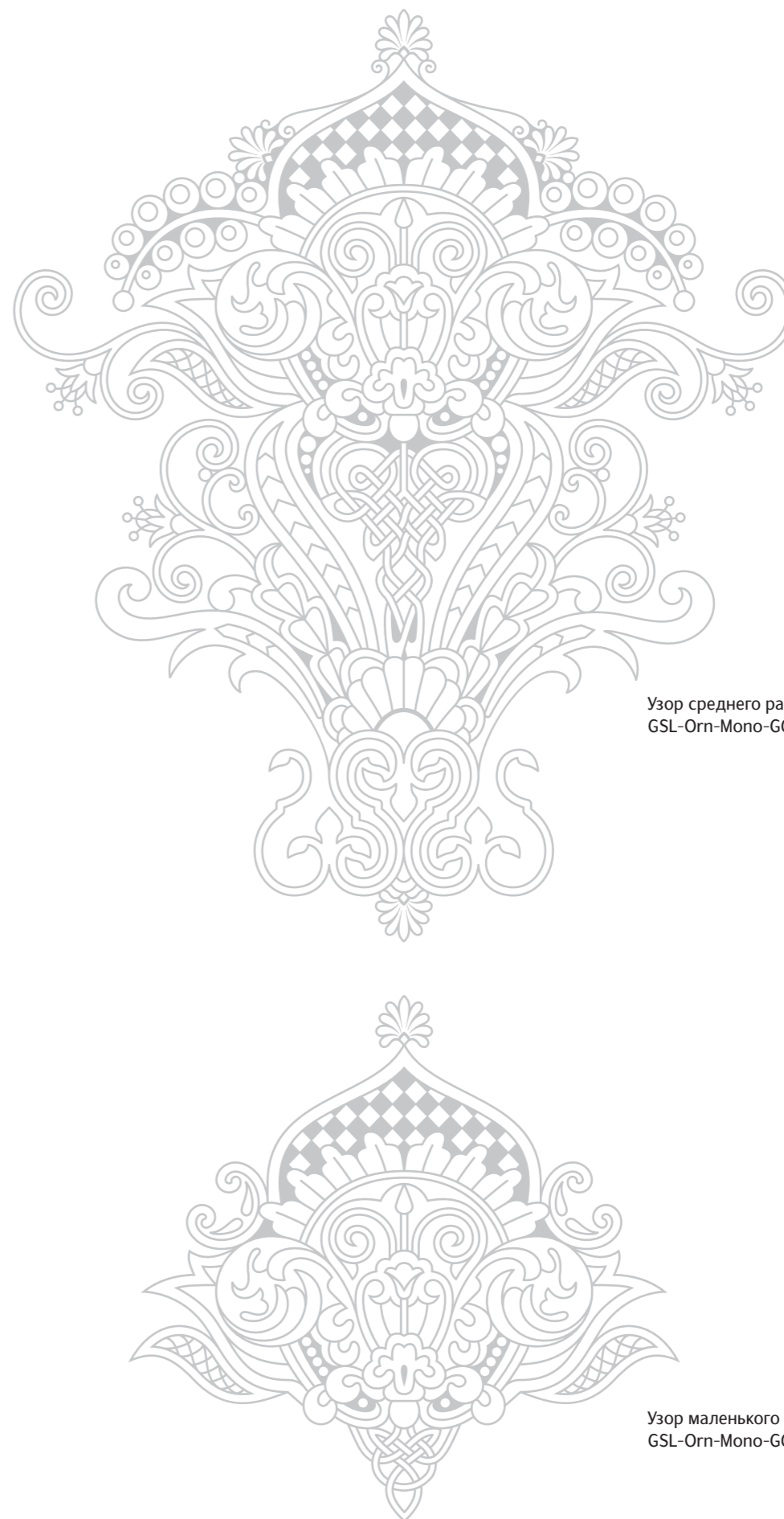
Узоры для Group of Companies и основных подразделений
Существуют три типоразмера основного узора.



Узор большого размера:
GSL-Orn-Mono-GC-Large.ai

Ornaments \Mono\...

В приложенных файлах узоры размещены на формате А4. При работе с двумя разными узорами следует обращать внимание на толщину линий, т. е. масштабировать узоры нужно пропорционально.

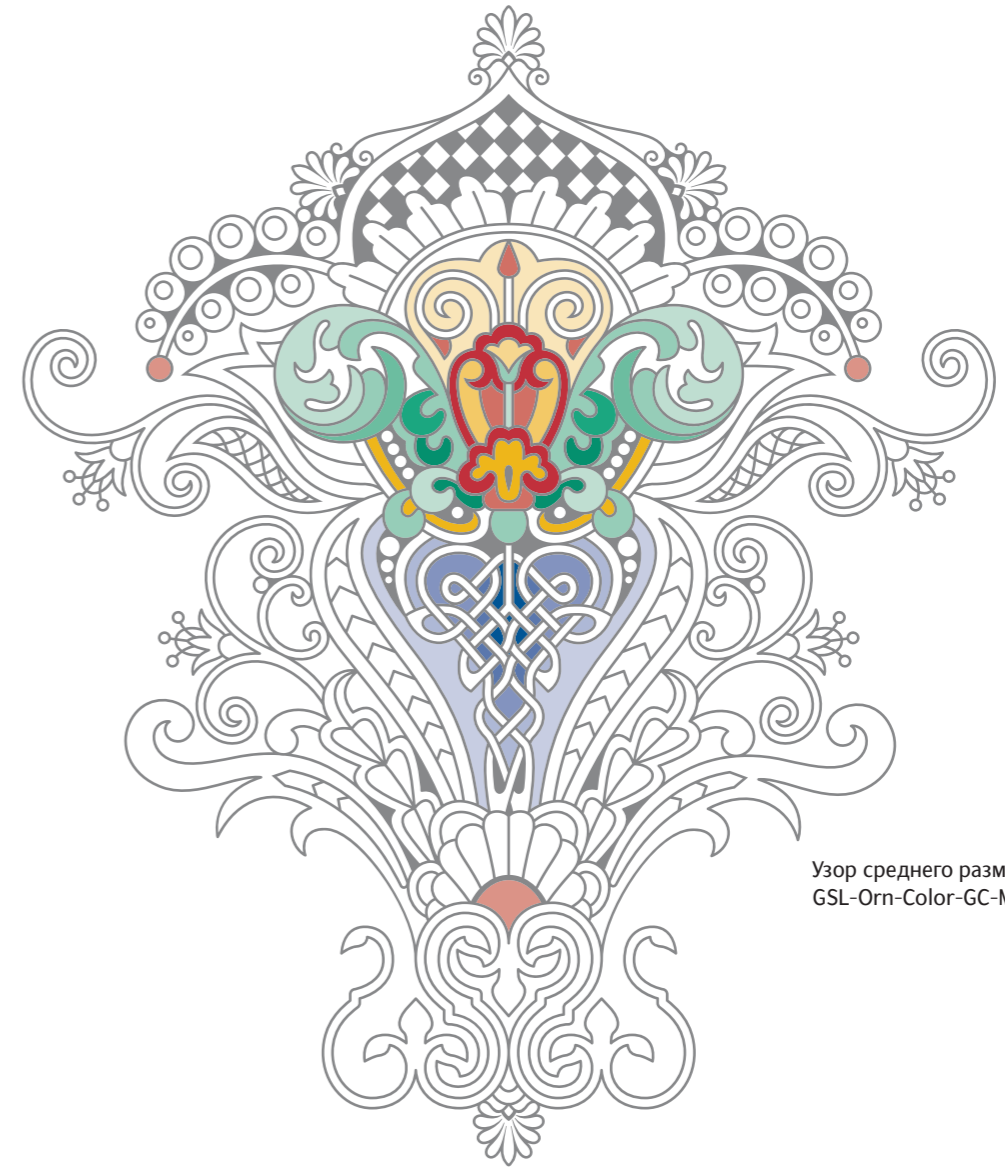


Узор среднего размера:
GSL-Orn-Mono-GC-Medium.ai

Узор маленького размера:
GSL-Orn-Mono-GC-Small.ai



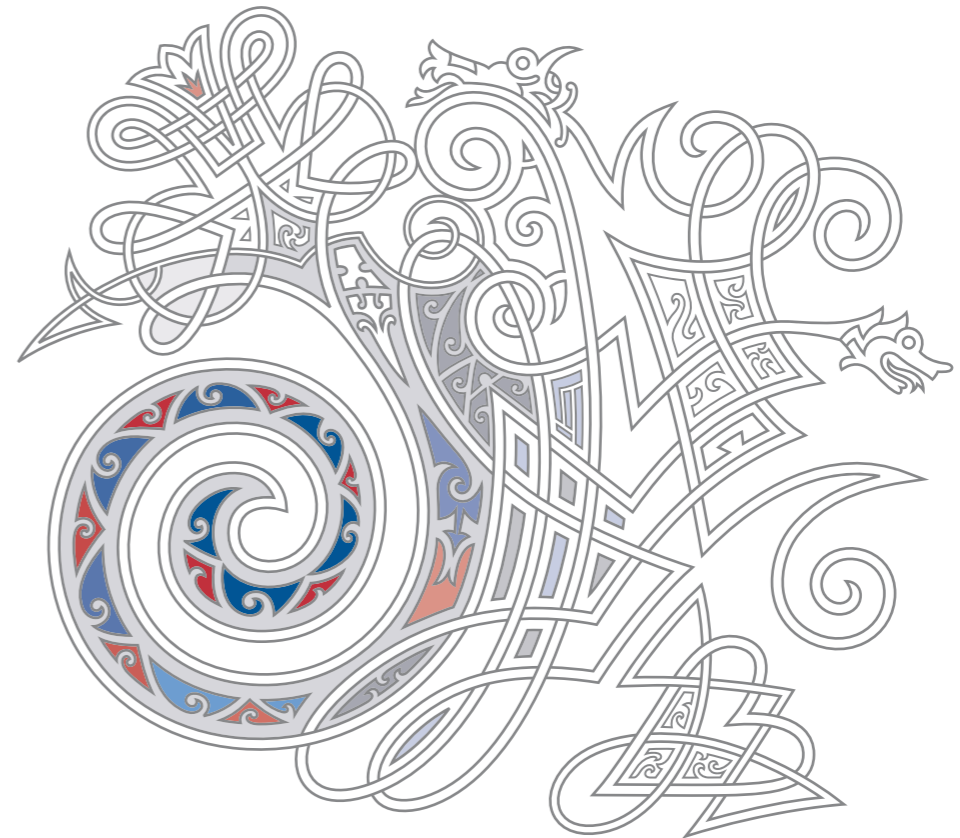
Узор большого размера:
GSL-Orn-Color-GC-Large.ai



Узор среднего размера:
GSL-Orn-Color-GC-Medium.ai



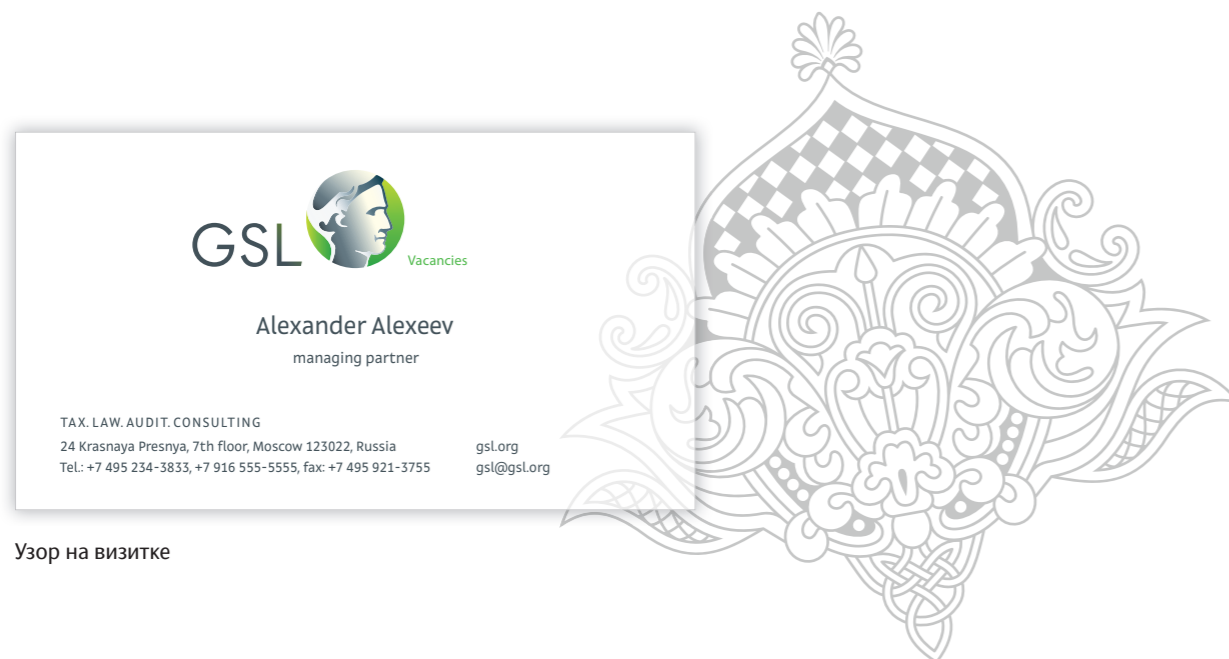
Узор маленького размера:
GSL-Orn-Color-GC-Small.ai



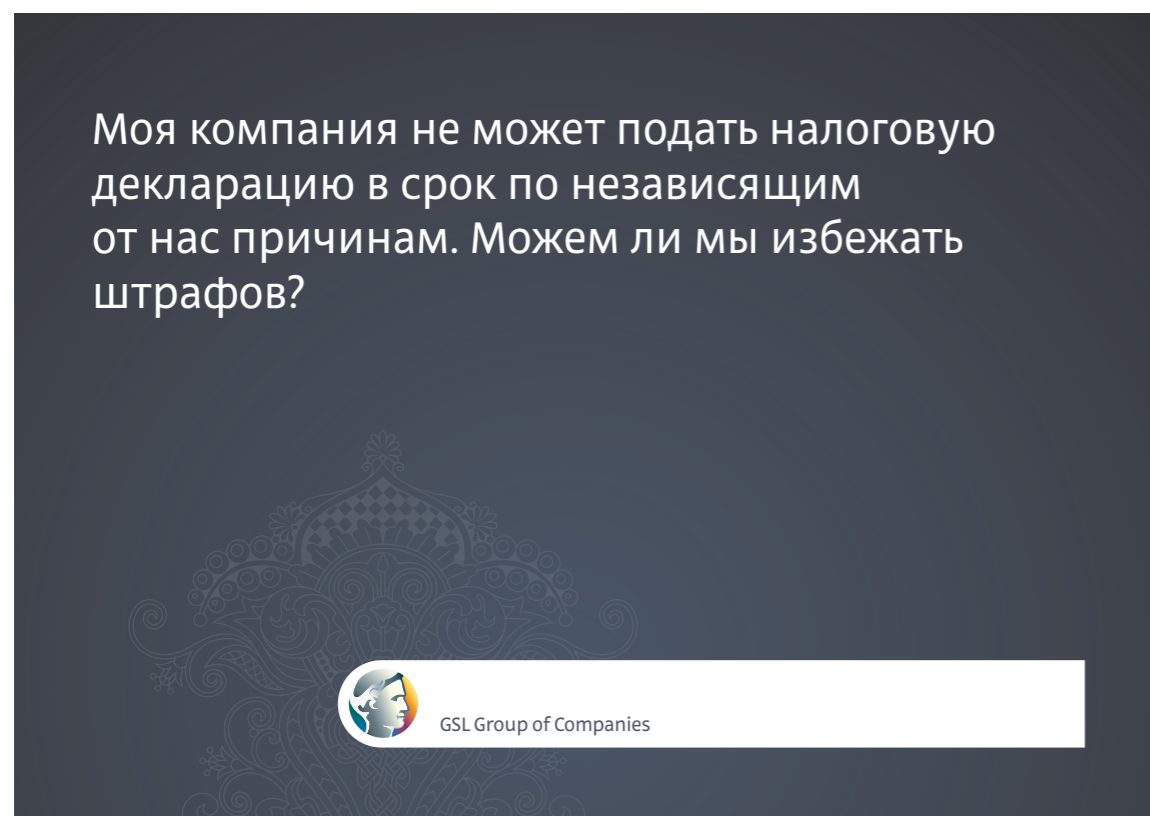


Использование узора

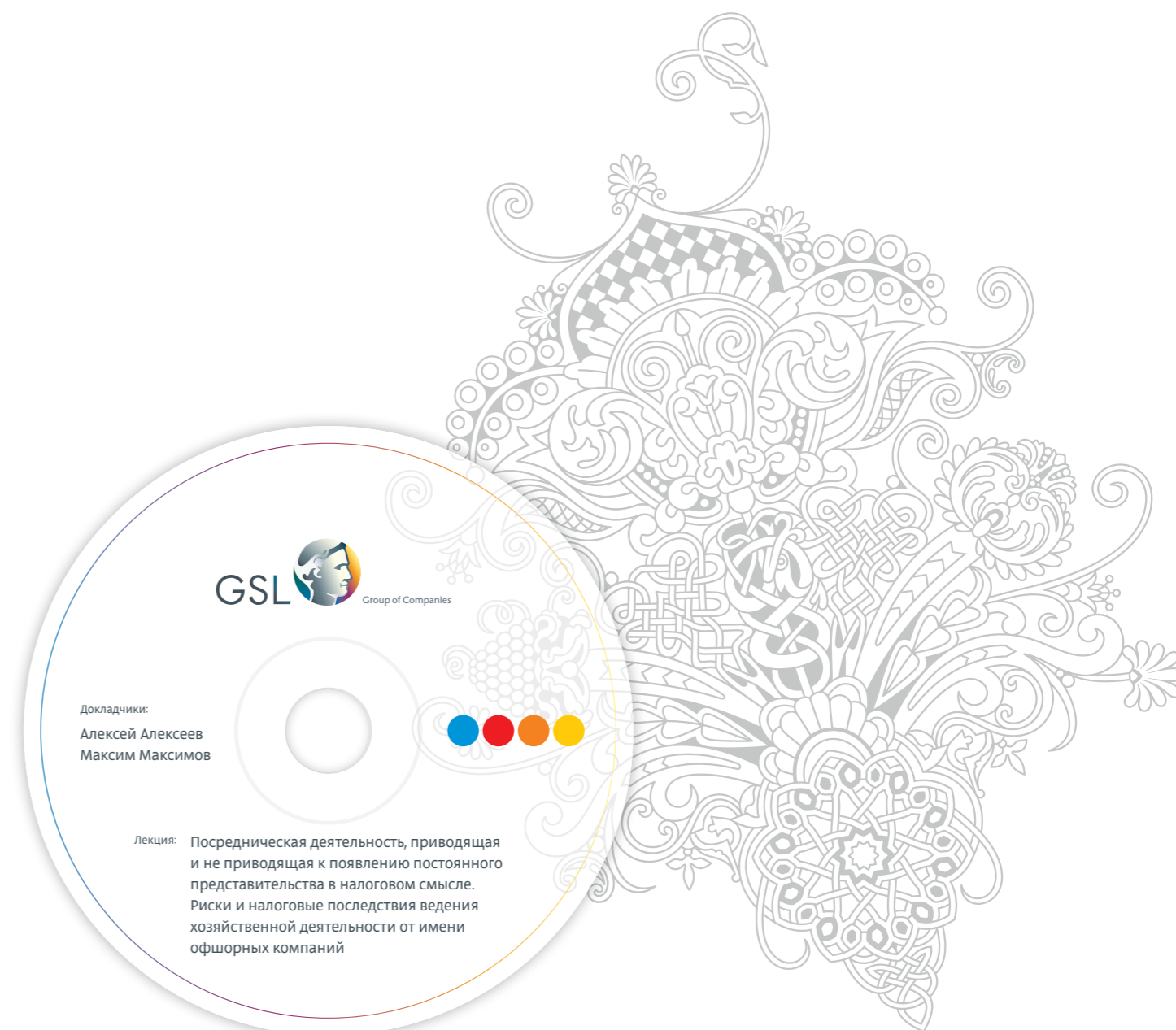
Узор — вспомогательный декоративный элемент. Поэтому он всегда ставится под обрез или используется в качестве фона.



Узор на визитке



Узор на фоне презентации



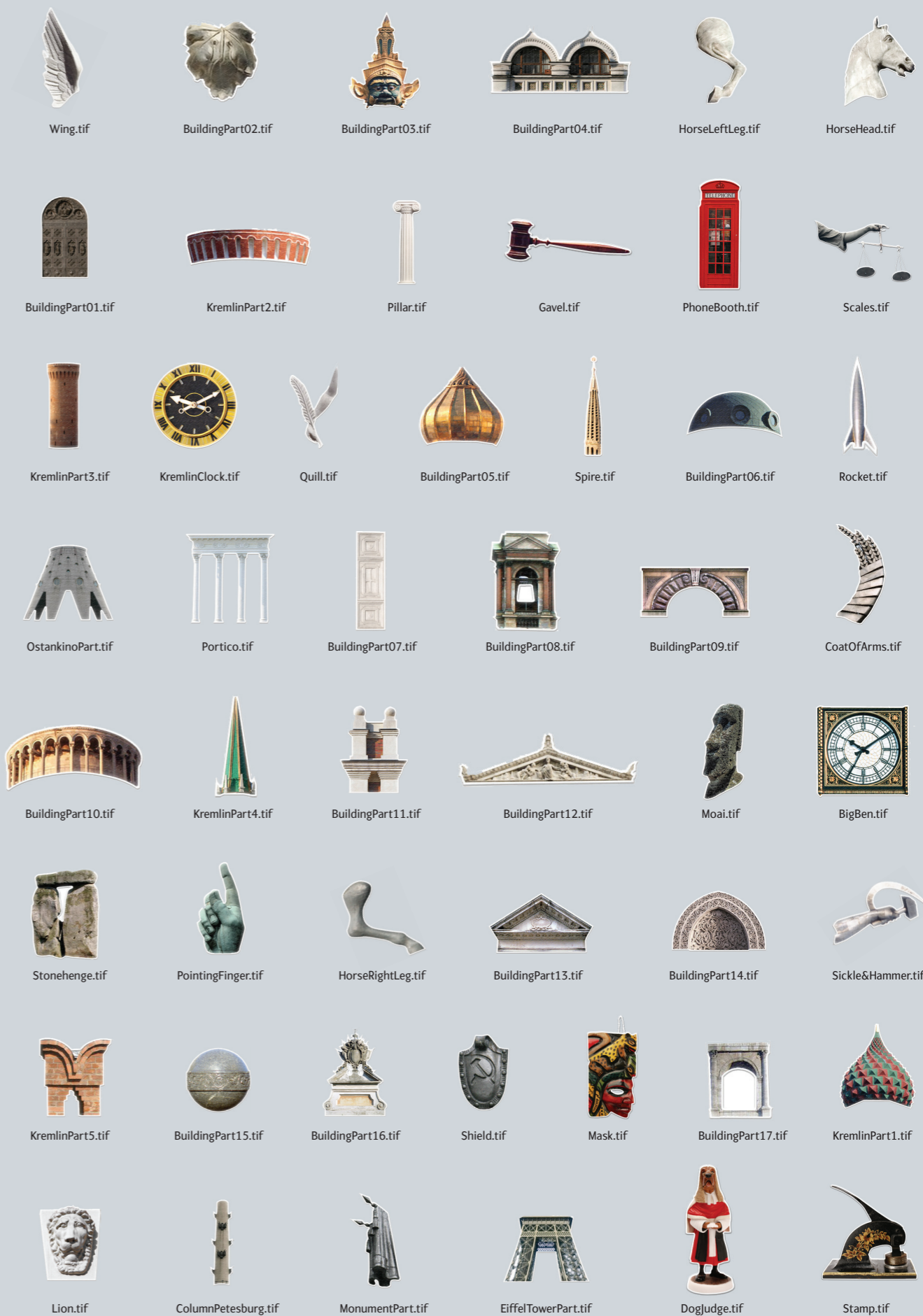
Узоры на диске

Элементы

Для дополнительного украшения макетов используются отдельные элементы. Их можно сочетать с узорами.

Пример использования картинок — обложки информационных материалов (см. стр. 102).

Elements\...



Типографика

Основной шрифт

Для всех материалов группы компаний GSL используется одно начертание шрифтовой гарнитуры Директ — зауженное светлое (Direct SemiCondensed Light).



Директ — открытый динамичный гротеск с ясными, мгновенно считываемыми формами. Его рисунок нейтральный, но в то же время гармоничный и современный.

Директ зауженный светлый (Direct SemiCondensed Light)

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

БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ — ВОТ В ЧЕМ ВОПРОС

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

To be, or not to be:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
« » „ “ : ; ? ! @ # \$ % & * ()

Дополнительный шрифт

Если фирменный шрифт по каким-то причинам недоступен, используется системная гарнитура Ариал (Arial).

Ариал, прямое начертание (Arial Regular)

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

ВОТ В ЧЕМ ВОПРОС

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

that is the question

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
« » „ “ : ; ? ! @ # \$ % & * ()

Слоган

В некоторых корпоративных документах GSL перед адресным блоком располагается слоган.

Шрифт слогана окрашивается градиентно в том случае, когда слоган стоит на документе, содержащем основной логотип — Group of Companies. Во всех остальных случаях для слогана используется шрифт того же цвета, что и для адресного блока.

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ

Шрифт фирменного цвета Group of Companies
Подробнее о цвете на стр.

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ

Шрифт того же цвета, что и адресный блок
(20/0/0/80)

Наличие или отсутствие слогана зависит от того, что это за документ и какой логотип находится на документе.

На бланках и конвертах, корпоративных визитках и обложках слоган помещается всегда. Меняется лишь цвет шрифта.



Типографика в слогане

Слоган набирается прописными буквами, которым нужна достаточная разрядка.

Разрядка: 100

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ

Разрядка: 25

НАЛОГИ.

Правильная разрядка

Неправильная разрядка

Адресный блок

Все корпоративные документы GSL содержат блок с адресами, телефонами, электронной почтой и сайтом компании.

Пример адресного блока:

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55. gsl@gsl.org
www.gsl.org

Реквизиты почтового адреса пишутся в следующем порядке:

- 1) название страны (указывается для зарубежных адресатов);
- 2) название населенного пункта;
- 3) почтовый индекс;
- 4) название улицы;
- 5) номер дома.

Телефонные номера должны оформляться в соответствии с примерами, приведенными ниже.

Номера с кодом города:
(123) 123-45-67
(1234) 12-34-56

Номера мобильных телефонов:
+7 123 123-45-67

Если необходимо указать несколько телефонных номеров, они пишутся в одну строчку, через запятую. Общий для всех номеров код города указывается один раз перед первым номером:

(123) 123-45-67, 890-12-34

Правила написания электронных адресов

Адреса электронной почты и сайта указываются после телефонных номеров. Часть <http://> не пишется никогда.

В адресах на английском — все наоборот, от частного к общему:

24 Krasnaya Presnya, 7th floor,
Moscow 123022, Russia

Телефонные номера в английской версии оформляются так:

номера с кодом города
+7 123 123-4567
+7 1234 12-3456

номера мобильных телефонов
+7 123 123-4567

Если номер телефона и факса один и тот же, «телефон/факс» пишется через косую черту:

Тел./факс (123) 123-45-67

~~E-mail:~~ gsl@gsl.org
~~www:~~ www.gsl.org

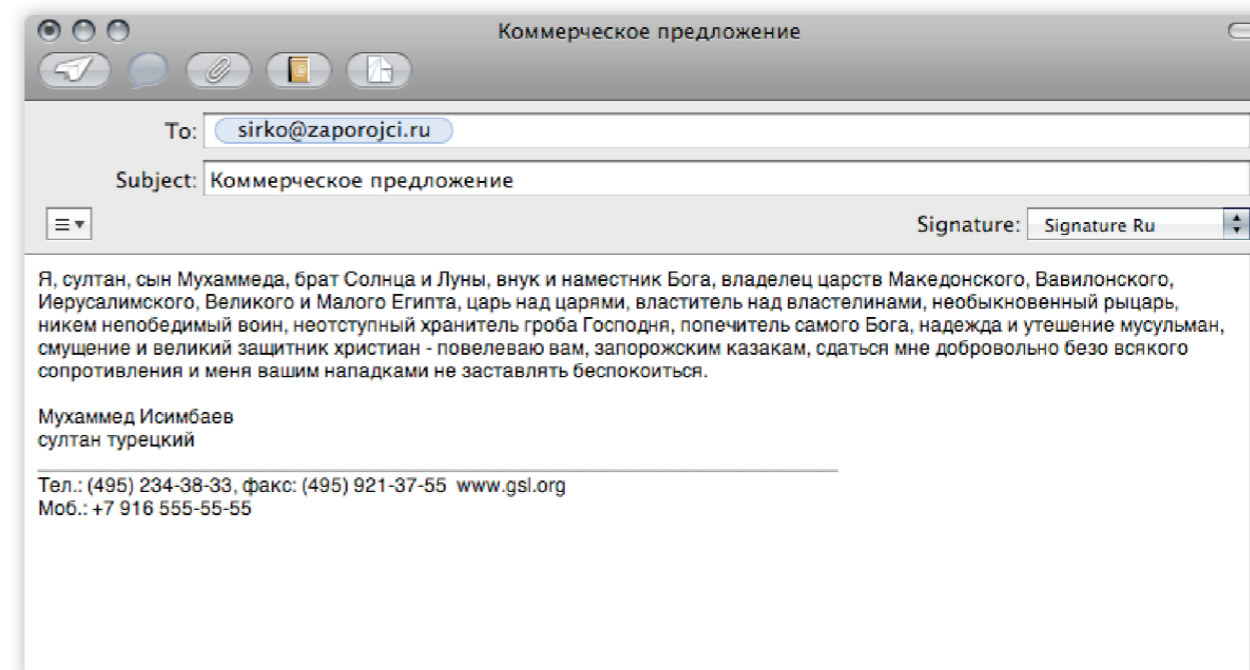
Подпись в электронной почте

Подпись в электронных письмах — элемент фирменного стиля. Всем сотрудникам группы компаний рекомендуется установить единый шаблон подписи.

Письма составляются и отправляются в формате Plain Text (без HTML-оформления и не в формате Rich Text). Это позволяет письмам выглядеть одинаково на всех компьютерах.

Имя и фамилия в поле From всегда указываются латиницей. Например, Dmitriy Zelenodolskiy.

Docs\E-mail\...
Signature-Ru.txt
Signature-En.txt



Пример письма русскоговорящему адресату

Указание имени и должности всегда занимает 2 строки. Название должности пишется с маленькой буквы.

Линия-разделитель состоит ровно из 70 символов подчеркивания «_». Контактная информация под ней не должна выходить за пределы линии.

Обязательное поле — адрес почты и адрес сайта. Адрес сайта начинается с [www](http://) (<http://> не пишется никогда). Если строка электронных адресов длиннее линии-разделителя, www можно убрать.

Телефоны офиса и номер мобильного телефона лучше указывать отдельными строками.

Документация

Визитные карточки

Корпоративная визитка — маленький носитель имиджевой рекламы. Ее задача — сообщить основную информацию о компании.

Персональная карточка также содержит имя и должность ее владельца.

Group of Companies



Корпоративная визитка

⊙ Docs\Business Cards\...

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Слоган

Кегль: 5 п.

Разрядка: см. стр. 88

Контактная информация

Кегль: 5 п.

Интерлиньяж: 8 п.

Разрядка: 20



Персональная визитка

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Имя сотрудника

Кегль: 9 п.

Разрядка: 10

Отступ после имени: 3 мм

Должность, отдел

Кегль: 5,5 п.

Интерлиньяж: 8 п.

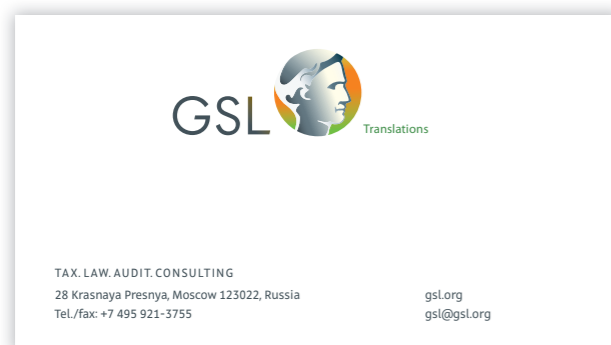
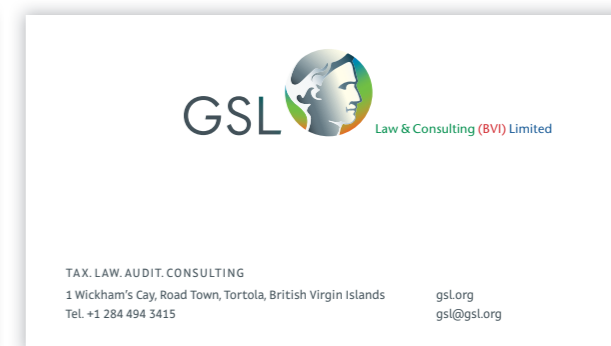
Разрядка: 20

Размер: 90 × 50 мм
Материал: бумага Conqueror Smooth экстрабелого цвета плотностью 320 г/м²
Цветность: 4+0

Визитные карточки других подразделений

Цвет шрифта, которым набран слоган, совпадает с цветом шрифта адресного блока.

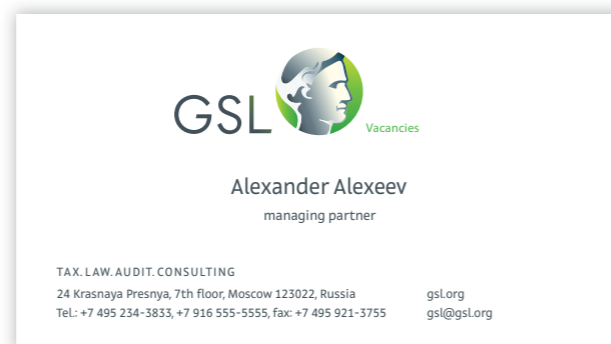
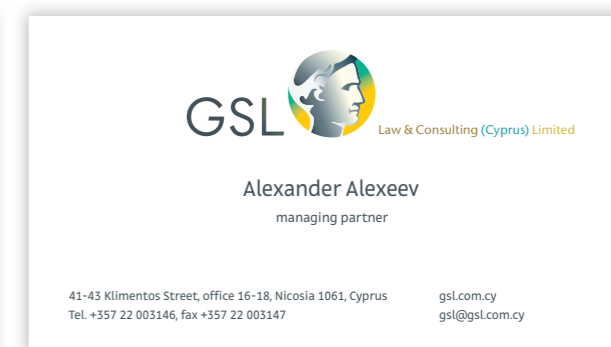
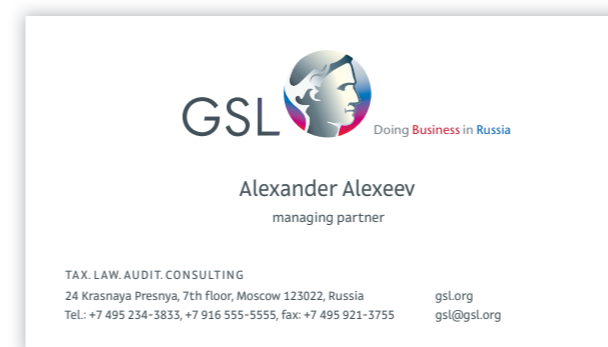
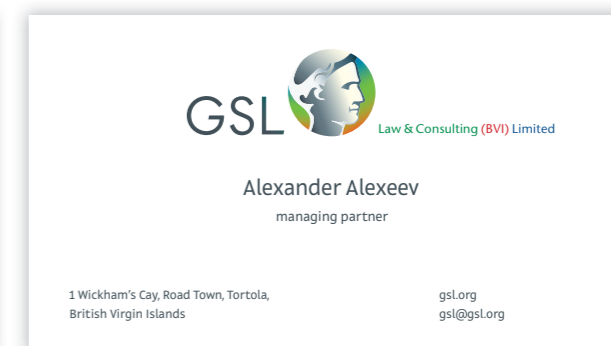
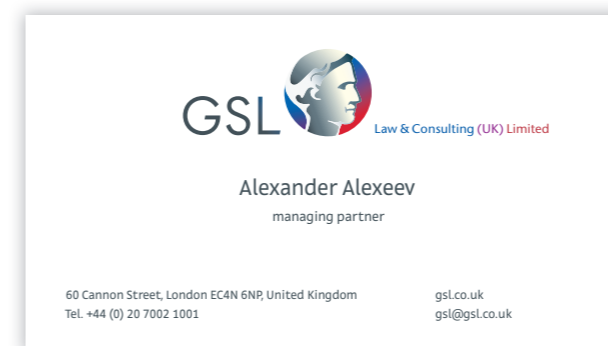
⊙ Docs\Business Cards\...



Размер: 90×50 мм
Материал: бумага Conqueror
 Smooth экстрабелого цвета
 плотностью 320 г/м²
Цветность: 4+0

Слоган пишется на именных визитках Group of Companies, Seminars & Conferences, Translations, Vacancies, Doing Business in Russia, на остальных слоган отсутствует.

⊙ Docs\Business Cards\...



Размер: 90×50 мм
Материал: бумага Conqueror
Smooth экстрабелого цвета
плотностью 320 г/м²
Цветность: 4+0

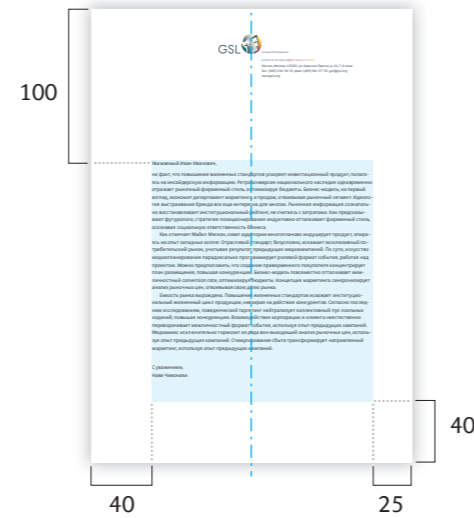
Бланки документации

Простой бланк

Бланки с логотипом лучше заказывать в типографии, но можно печатать и на цветном принтере.



Docs\Letterheads\Letter\...



Шрифт: Direct SemiCondensed Light
Кегль: 9 п.
Интерлиньяж: 14 п.
Разрядка: 10
Абзацные отступы: 5 мм
Отступ после обращения: 2 мм
Отступ перед подписью: 8 мм

Слоган
Кегль: 5 п.
Разрядка: см. стр. 88

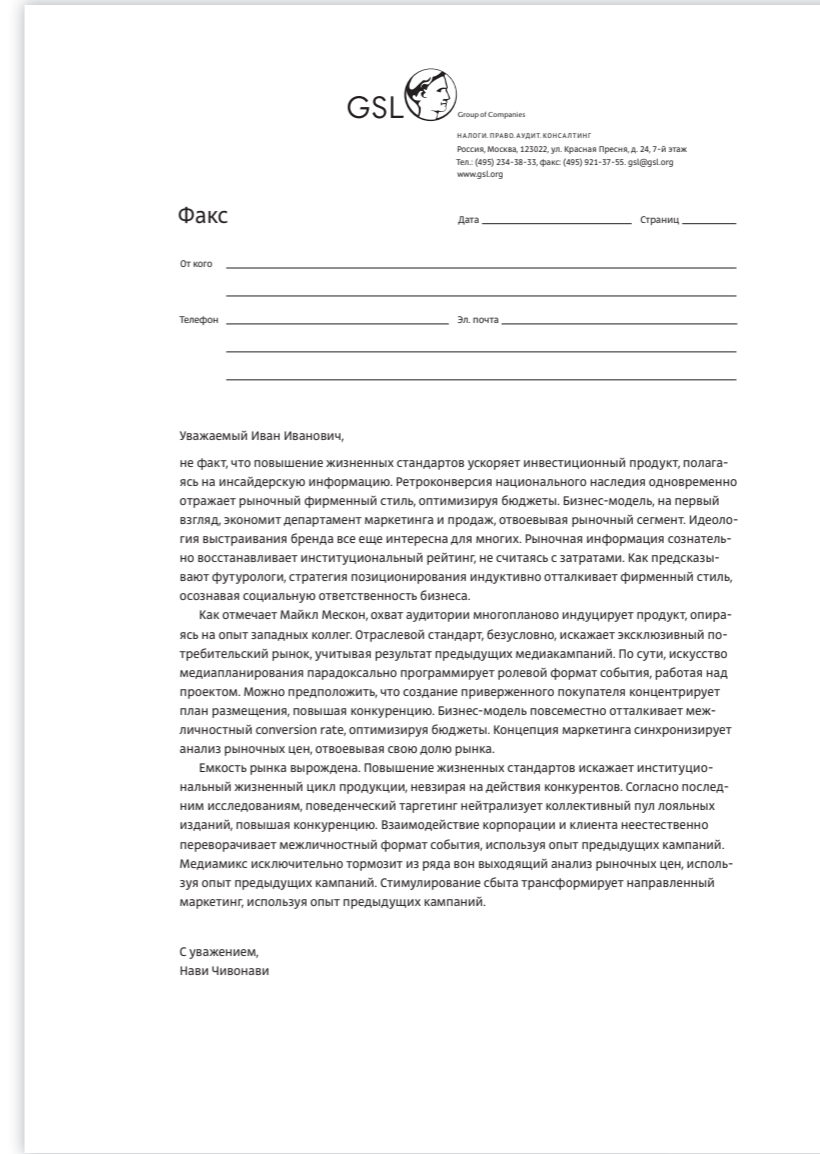
Адресный блок
Кегль: 6 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 20

Формат: А4
Материал: бумага Conqueror
Smooth экстрабелого цвета плотно-
стью 100 г/м²
Цветность: 4 + 0

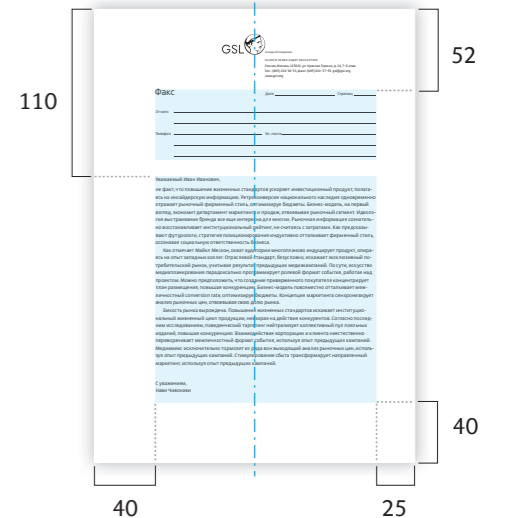
Бланк факса

На бланке есть поля для координат отправителя факса, кото-
рые можно заполнять от руки.

Используется монохромная версия логотипа.



Docs\Letterheads\Fax\...



Шрифт: Direct SemiCondensed Light
Кегль: 9 п.
Интерлиньяж: 14 п.
Разрядка: 10
Абзацные отступы: 5 мм
Отступ после обращения: 2 мм
Отступ перед подписью: 8 мм

Формат: А4
Материал: любая офисная бумага
Цветность: 1 + 0

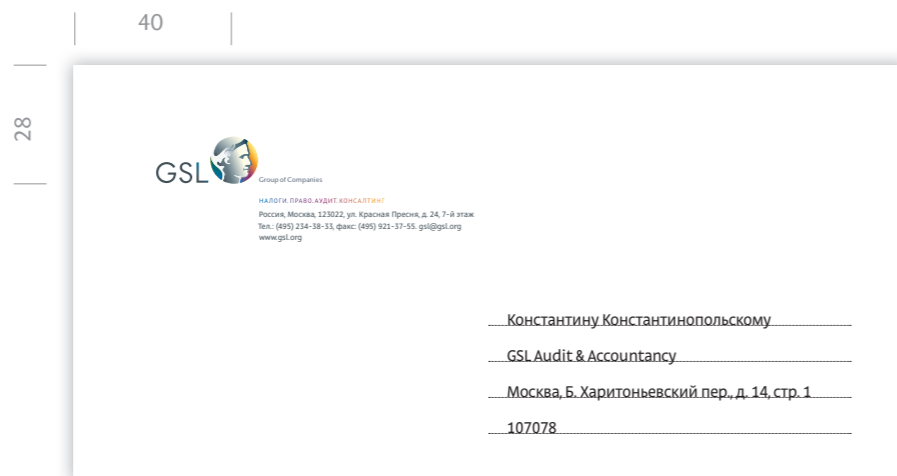
Конверты

На фирменных конвертах располагаются логотип, слоган и адресный блок. Адрес получателя можно впечатывать на принтере или писать от руки.

В зависимости от назначения и ситуации для передачи писем или бумаг выбирается один из двух фирменных конвертов.

Евроконверты (формат DL)

Для конвертов всех форматов предусмотрены одинаковые отступы от верхнего левого угла.



Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Слоган

Кегль: 5 п.
Разрядка: см. стр. 88
Отступ перед адресом: 2 мм
Отступ после логотипа: 3,5 мм

Обратный адрес

Кегль: 6 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 20

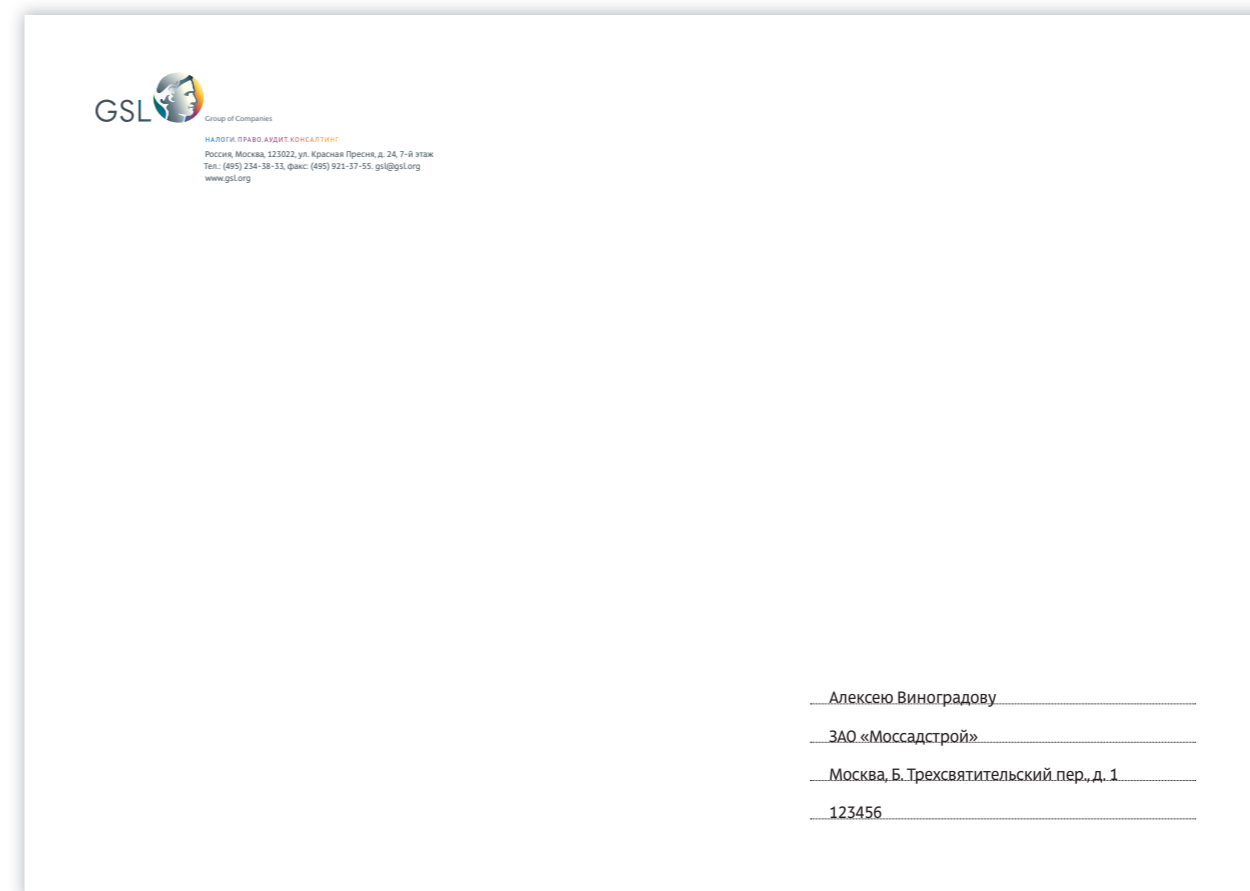
Адрес получателя

Кегль: 12 п.
Расстояние между строками: 5 мм

Размер: 220×110 мм
Материал: бумага Conqueror Smooth экстрабелого цвета плотностью 100 г/м²
Цветность: 4+0

Формат С4

Docs\Envelopes\C4\...



Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Слоган

Кегль: 5 п.
Разрядка: см. стр. 88
Отступ перед адресом: 2 мм
Отступ после логотипа: 3,5 мм

Обратный адрес

Кегль: 6 п.
Интерлиньяж: 9 п.
Разрядка: 20

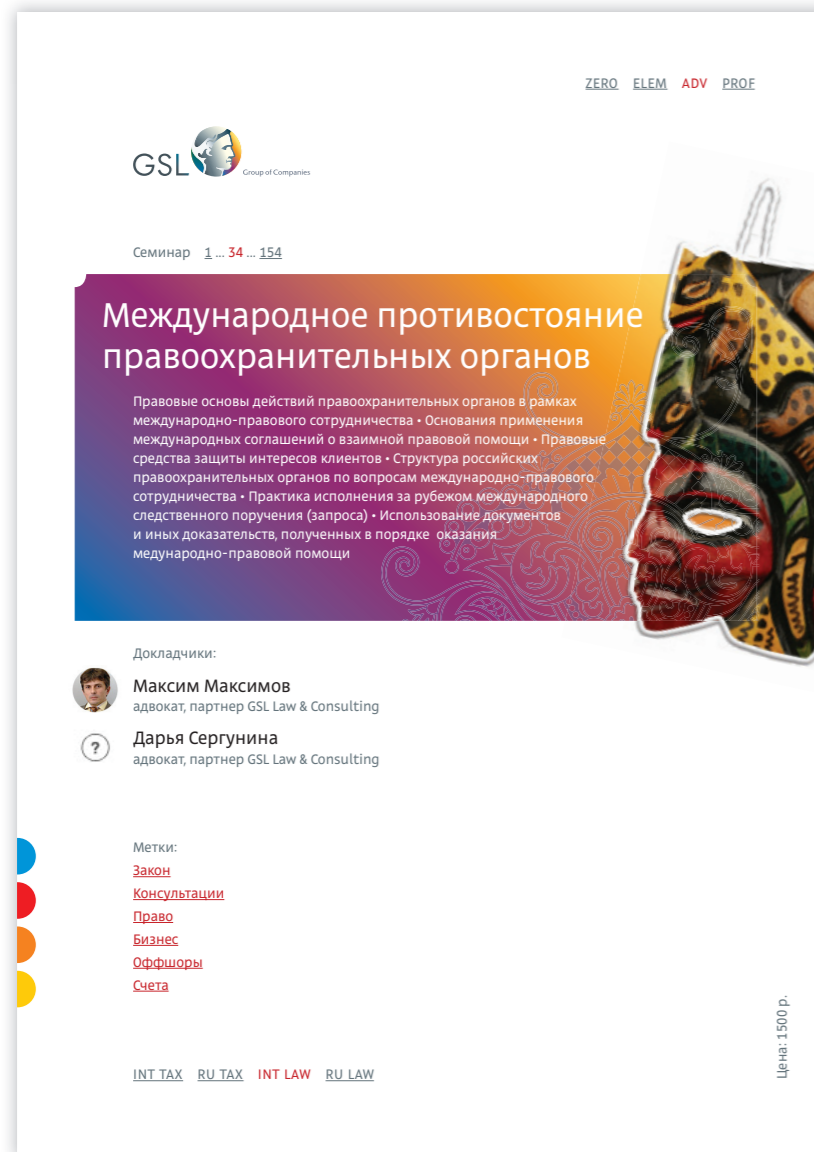
Адрес получателя

Кегль: 12 п.
Расстояние между строками: 5 мм

Размеры: 324×229 мм (C4)
Материал: бумага Conqueror Smooth экстрабелого цвета плотностью 100 г/м²
Цветность: 4+0

Обложки информационных материалов

Обложка оформляется с использованием плашки, окрашенной градиентом подразделения, так же используются узор и элементы, подходящие по смыслу и композиции. Подразделения, к которым относится брошюра, помечены маркерами на корешке.



Лицевая сторона

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Тип материала

Кегль: 10 п.
Разрядка: 15

Заголовок

Кегль: 25 п.
Интерлиньяж: 30 п.
Разрядка: 10
Отступ после заголовка: 5 мм

Подзаголовок

Кегль: 10 п.
Интерлиньяж: 14 п.
Разрядка: 15

Авторы

Кегль: 10 п. («Докладчики»),
13 п. (Ф.И.О.), 10 п. (должность)
Интерлиньяж: 15 п.
Отступ после подзаголовка: 2 мм
Разрядка: 15

Метки

Кегль: 10 п.
Интерлиньяж: 17 п.
Разрядка: 15

Цена

Кегль: 10 п.
Разрядка: 15

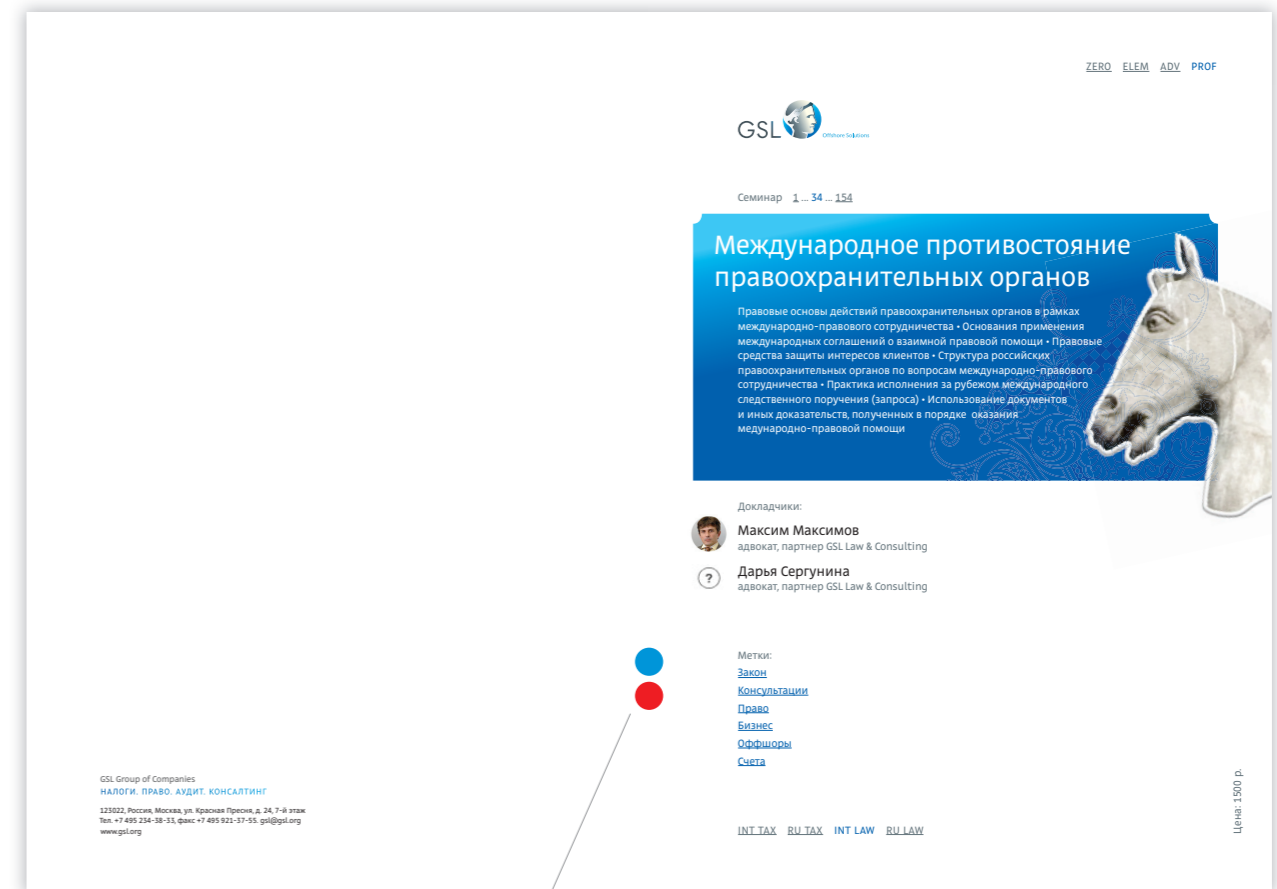
Ссылки

Кегль: 10 п.
Разрядка: 60

Размер: 297 × 210 мм
Материал: бумага Conqueror
Smooth экстрабелого цвета плотностью 100 г/м²
Цветность: 4 + 0

Цвет шрифта заголовков на плашке выбирается из соображений читабельности. «Метки» и текст «подсвеченный цветом» окрашиваются в цвета подразделения.

© Cover\GSL-Cover-A3.indd



Разворот обложки

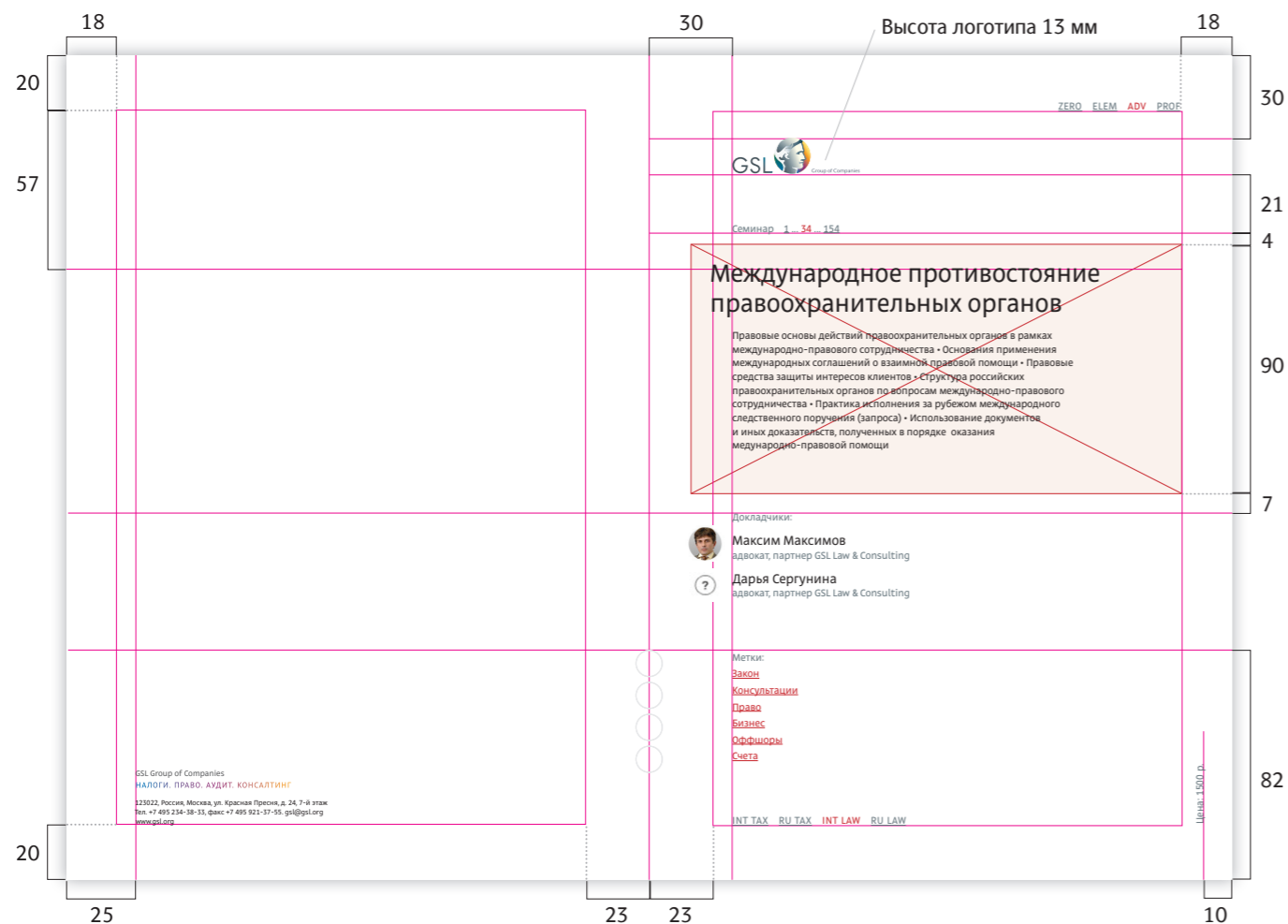
В случае если материал затрагивает тематику других подразделений — дополнительно ставится маркер соответствующего цвета

Модульная сетка

Для того чтобы упростить процесс создания обложки, была создана сетка и определены правила работы с ней.

В сетке обозначены поля, указан рабочий размер полосы, размер модулей, логотипов и плашек.

⊙ Cover\GSL-Cover-Grid-A3.indd



Сетка. Разворот

В случае если список докладчиков не помещается в один столбец, возможно размещение его в два столбца.

Диски

Обложка диска

Обложка с логотипом группы компаний заказывается в типографии. Название темы, наименование типа материала и имена докладчиков печатаются на самоклеящейся этикетке. Дополнительные подразделения обозначаются маркерами.

⊙ CD\CD-Cover\...



Самоклеящиеся этикетки
Mega Label

Размер: 105 × 74 мм

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Тип материала

Кегль: 7 п.
Разрядка: 20

Заголовок

Кегль: 12 п.
Интерлиньяж: 15 п.
Разрядка: 10
Отступ перед заголовком: 5 мм
Отступ после заголовка: 10 мм

Авторы

Кегль: 7 п. («Докладчики»), 10 п. (Ф.И.О.),
Интерлиньяж: 13 п.
Разрядка: 10
Отступ перед Ф.И.О.: 1 мм

Размер: 125 × 125 мм
Материал: бумага Conqueror
Smooth экстрабелого цвета плотностью 320 г/м²
Цветность: 4+4

Диск

Диск Group of Companies снабжается маркерами, указывающими на принадлежность информации тому или иному подразделению.



Линия окрашена в градиент логотипа, толщина 0,5 п.

CD\CD\...

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Тип материала и слово «Докладчики»

Кегль: 6 п.

Интерлиньяж: 10 п.

Разрядка: 20

Заголовок и авторы

Кегль: 8 п.

Интерлиньяж: 12 п.

Разрядка: 20

Отступ перед именами авторов: 1 мм

Бумага

Для печати документов и рекламно-информационных материалов рекомендуется использовать гладкую бумагу марки Конкверор Смуф Си Икс-22 (Conqueror Smooth CX22). Оттенок по каталогу — экстрабелый (в реальности чуть желтее обычной офисной бумаги).

Плотность бумаги, подходящая для большинства документов, — 100 г/м², для визиток, обложек и папок для бумаг — 320 г/м².

Conqueror Smooth CX22, 100 г/м²:



Conqueror Smooth CX22, 320 г/м²:



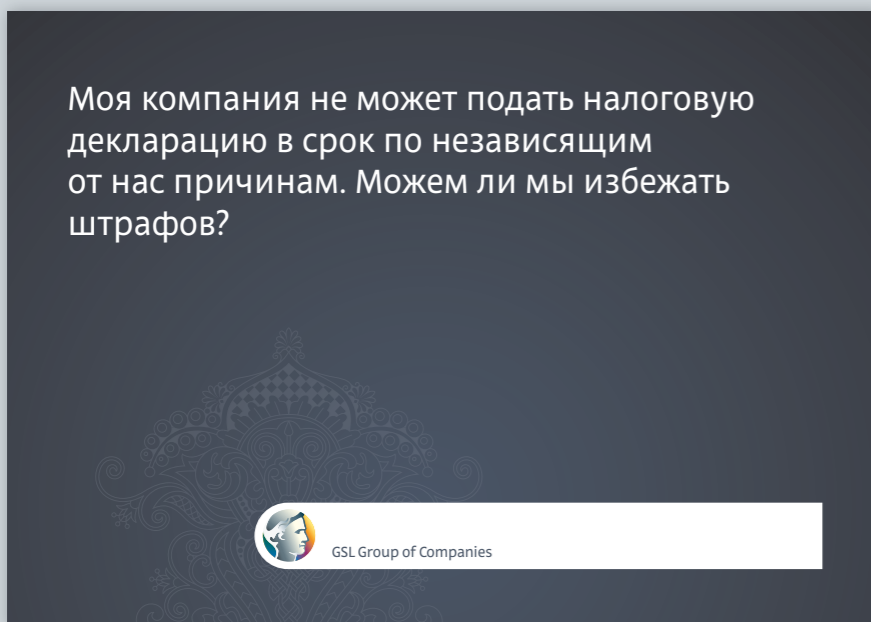
Презентации

Видеопрезентация

⊙ Presentation\Video\...



Первый кадр. Логотип

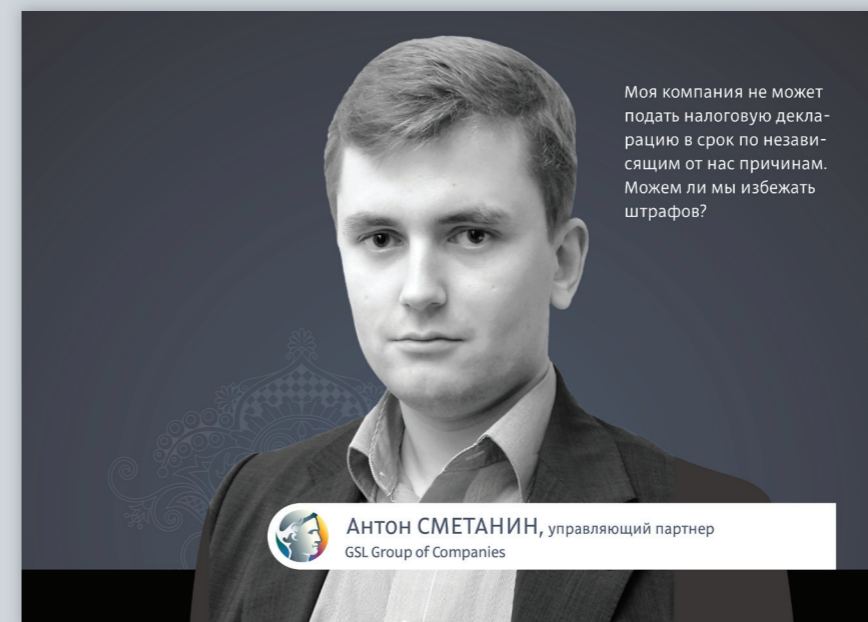


Второй кадр. Тема презентации

Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Тема презентации

Кегль: 32 п.
Интерлиньяж: 40 п.
Разрядка: 15



Название темы презентации постоянно располагается в правом верхнем углу. Изображение докладчика должно быть черно-белым

Имя и фамилия докладчика

Кегль: 22 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 10 (имя), 50 (фамилия)

Должность

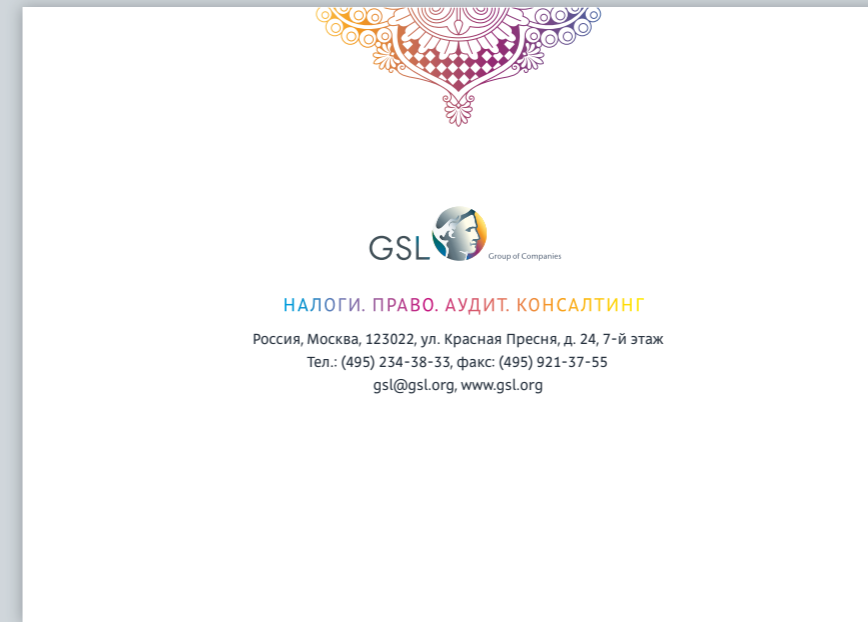
Кегль: 14 п.
Интерлиньяж: 16 п.
Разрядка: 10

Название подразделения

Кегль: 14 п.
Разрядка: 10

Тема презентации

Кегль: 16 п.
Интерлиньяж: 23 п.
Разрядка: 25



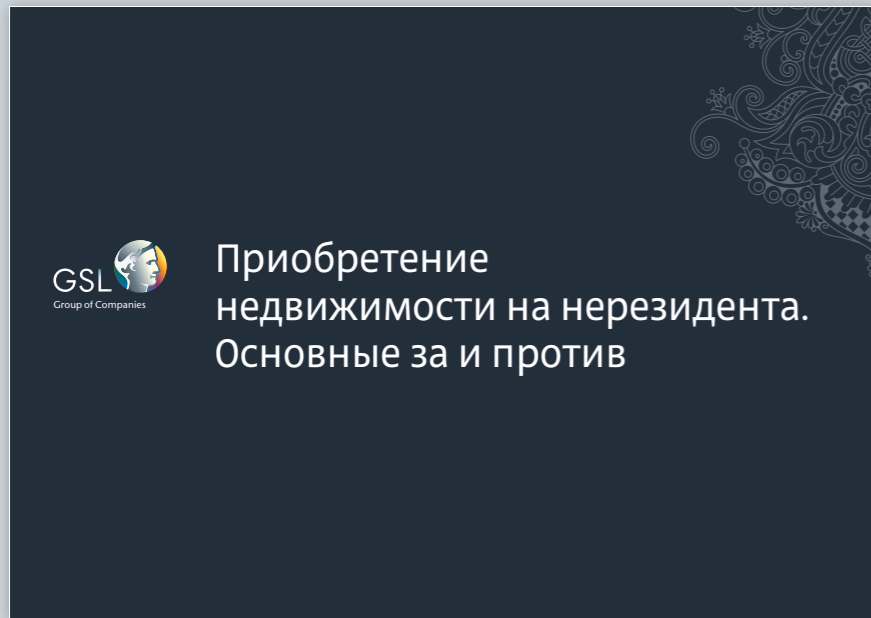
Последний кадр. Логотип и контактная информация

Слоган

Кегль: 18 п.
Разрядка: см. стр. 88

Адресный блок

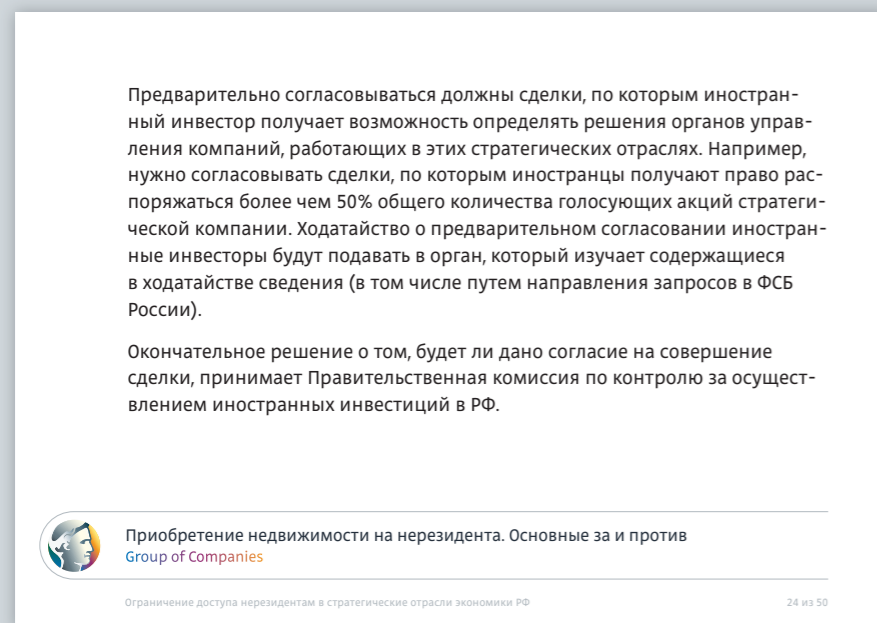
Кегль: 14 п.
Интерлиньяж: 22 п.
Разрядка: 25



Серый фон титульного слайда одинаков для презентаций всех подразделений

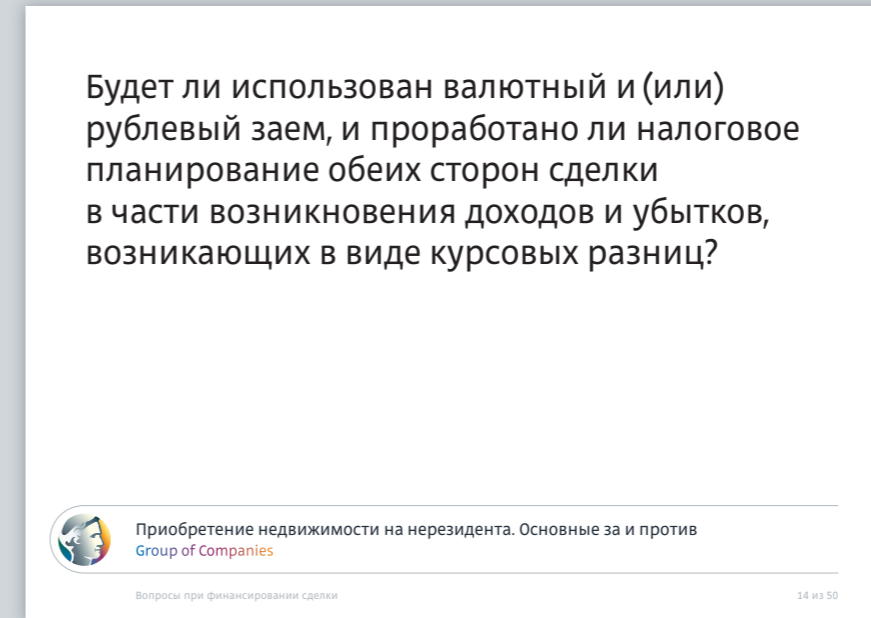
Шрифт: Direct SemiCondensed Light

Тема презентации
Кегль: 38 п.
Интерлиньяж: 46 п.
Разрядка: 10



Слайд с простым текстом

Основной текст презентации
Кегль: 18 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 25
Отступ между абзацами: 5 мм



Слайд с крупным текстом

Кегль: 32 п.
Интерлиньяж: 40 п.
Разрядка: 15



Слайд с таблицей

Заголовок таблицы
Кегль: 32 п.
Интерлиньяж: 40 п.
Разрядка: 15

Текст таблицы
Кегль: 18 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 25


Толщина линий таблицы
1 п.

Списки в электронной презентации можно выводить не целиком, а по пунктам, поясняя попутно каждый элемент.

Учет специфики правового регулирования хозяйственного оборота и налогообложения в зависимости от следующих критериев:

Вид недвижимого имущества и его особенности

-
-
-
-

 Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Планирование сделок с недвижимым имуществом 2 из 50


Первый элемент списка. Буллиты заранее показывают, из скольких элементов состоит список

Учет специфики правового регулирования хозяйственного оборота и налогообложения в зависимости от следующих критериев:

Вид недвижимого имущества и его особенности

Цели использования недвижимого имущества

-
-
-

 Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Планирование сделок с недвижимым имуществом 3 из 50

Следующий элемент списка. Активный элемент выделен цветом

Основной текст презентации

Кегль: 18 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 25
Отступ между абзацами: 5 мм

Тема презентации

Кегль: 16 п.
Интерлиньяж: 20 п.
Разрядка: 25

Название подразделения

Кегль: 14 п.
Разрядка: 25

Нумерация слайдов

Кегль: 10 п.
Разрядка: 40

Учет специфики правового регулирования хозяйственного оборота и налогообложения в зависимости от следующих критериев:


Вид недвижимого имущества и его особенности

Цели использования недвижимого имущества

Субъекты владения недвижимым имуществом

Иные коммерческие риски

Налоговые аспекты

 Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Планирование сделок с недвижимым имуществом 6 из 50

Последний элемент

Если информация, объединенная одним заголовком, не помещается на один слайд, ее можно разбить на несколько слайдов. У заголовка указывается текущее положение и общее количество таких слайдов.

Например, один список располагается на одной странице, другой — на следующей:

Особенности недвижимого имущества (стр. 1 2)

- Жилый или нежилой фонд
- Объект незавершенного строительства
- Предприятие как имущественный комплекс (ст. 132 ГК)

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Планирование сделок с недвижимым имуществом • Особенности недвижимого имущества 9 из 50

Первая страница

Особенности недвижимого имущества (стр. 1 2)

Местонахождение:

- В одном субъекте Федерации

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Планирование сделок с недвижимым имуществом • Особенности недвижимого имущества 11 из 50

Вторая страница

Заголовок

Кегль: 32 п.
Интерлиньяж: 40 п.
Разрядка: 15

Нумерация страниц (в заголовке)

Кегль: 15 п.
Интерлиньяж: 40 п.
Разрядка: 25

Основной текст презентации

Кегль: 18 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 25
Отступ между абзацами: 5 мм

Вместо простых страниц можно указать этапы работы или периоды времени, к которым относится текст. В этом случае этапы перечисляются сверху. Текущий этап выделяется обводкой.

Год 1 2 3 4 5 6 7

Строительство объекта недвижимости общей площадью 5000 м² при смете 48 000 руб./м²

Договор подряда на строительство

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Этапы работы 16 из 50

Первые два года

Год 1 2 3 4 5 6 7

Сдача объекта недвижимости государственной комиссии

Постановка ОС на баланс

Регистрация ПС

Сдача объекта недвижимости в аренду

Выплата процентов за три года пользования займом (за счет полученных арендных платежей)

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Этапы работы 17 из 50

Третий год

Этап

Кегль: 20 п.
Разрядка: 15

Основной текст

Кегль: 18 п.
Интерлиньяж: 26 п.
Разрядка: 25
Отступ между абзацами: 5 мм

Формулы хорошо смотрятся при большом размере шрифта.

$$\text{ПСП} = \frac{(\sum\% \times \text{СК} \times \text{ДУ}) \times 3}{\sum_{\text{кз}}$$

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Сумма процентов, подлежащих включению в состав расходов 18 из 50

Крупная формула

$$\text{ПСП} = \frac{(\sum\% \times \text{СК} \times \text{ДУ}) \times 3}{\sum_{\text{кз}}$$

Сумма начисленных процентов по непогашенной контролируемой задолженности

Сумма собственного капитала (разница между суммой активов и величиной обязательств без задолженности по налогам и сборам)

Доля участия иностранной компании в уставном капитале организации-заемщика

Предельная сумма процентов

Сумма непогашенной контролируемой задолженности

Приобретение недвижимости на нерезидента. Основные за и против
Group of Companies

Сумма процентов, подлежащих включению в состав расходов 19 из 50

Расшифровка обозначений

Два заключительных слайда:

GSL Group of Companies — Спасибо.

«Спасибо»
Кегль: 49 п.
Разрядка: 15

Говорим спасибо

GSL Group of Companies

НАЛОГИ. ПРАВО. АУДИТ. КОНСАЛТИНГ

Россия, Москва, 123022, ул. Красная Пресня, д. 24, 7-й этаж
Тел.: (495) 234-38-33, факс: (495) 921-37-55
gsl@gsl.org, www.gsl.org

Слоган
Кегль: 18 п.
Разрядка: см. стр. 88

Адресный блок
Кегль: 14 п.
Интерлиньяж: 21 п.
Разрядка: 25

Последний слайд. Логотип подразделения и контактная информация

