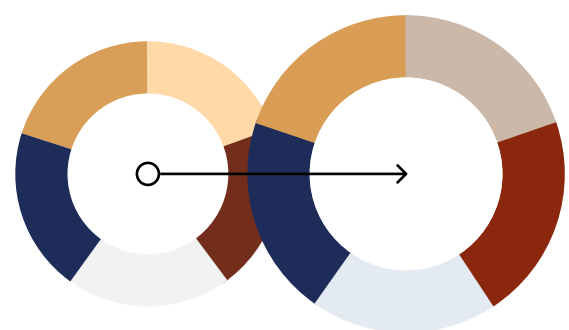


Пространства

Производственные комплексы

Стиль фотографий с изображением производственных центров Почты (ЛПЦ, СЦ, склады) должен передавать технологичность, современность, но при этом и монументальность этих объектов. На фоне при этом может быть изображена природа, если природные детали визуальнo не нарушают контуры изображенных зданий.

Предпочтительны лаконичные фотографии, без излишней детализации. Доминирующим объектом в кадре должно быть производственное здание. Наличие других объектов допустимо, если в композиции они не смещают акцент и внимание на себя.

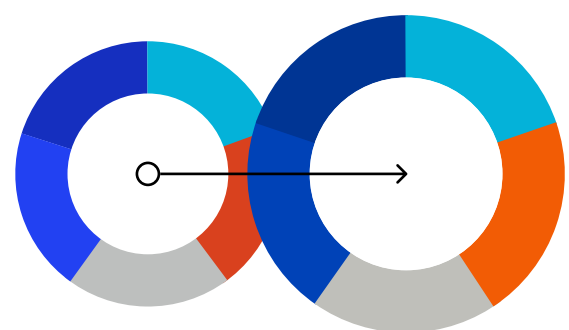


Пространства

Производственные комплексы изнутри

При проведении фотосессии с сотрудниками за конвейерами, вблизи стеллажей и конструкций необходимо уделять особое внимание чистоте помещений в кадре и механичности самого кадра. Необходимо акцентировать внимание на коробках, конвертах и письмах — они не должны быть смяты.

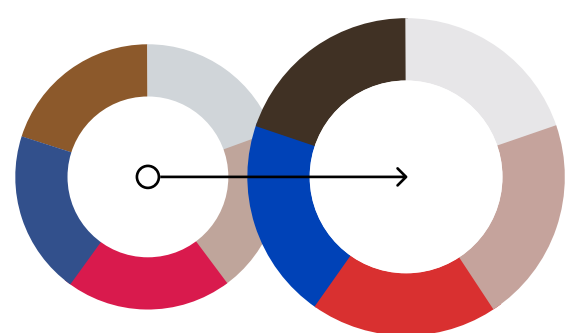
Акцент также рекомендуется делать на функциональности пространства. Для этого фотографии могут быть сделаны под прямым углом или в ортогональной перспективе.



Пространства

Отделение почтовой связи (городское)

Для фотографий отделений в городской среде следует обращать внимание на экстерьер и интерьер. Важно подобрать правильный угол съёмки, чтобы передать функциональность пространства. Фотографии могут быть выполнены в ортогональной перспективе или под прямым углом, когда линия горизонта прямая. На фотографиях следует избегать лишних деталей и сохранять высокий уровень чистоты.

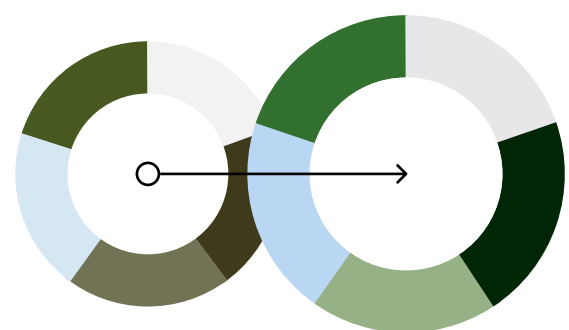


Пространства

Отделение почтовой связи (сельское)

Фотографии с изображениями отделений почтовой связи должны ассоциироваться с Россией.

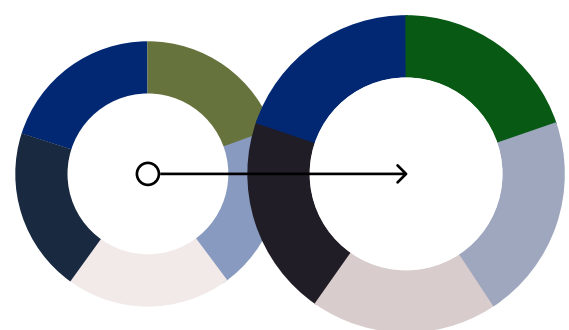
В сюжетных композициях возможны: изображения уютных сельских домов, отдалённых районов, горных или лесистых территорий, покрытых снегом, природными пейзажами в разные времена года. Эти образы сообщают потенциальным клиентам о том, что Почта доставляет посылки, корреспонденцию и т. д. в любую точку России. Кадры должны быть простыми, но выразительными, привлекать внимание потребителей своей эмоциональностью.



Пространства

Логистическая инфраструктура

Сюжетные композиции фотографий, демонстрирующих логистическую инфраструктуру Почты, могут включать в себя изображения транспорта и природы. Основной акцент при этом необходимо делать на транспорте (не на людях и природе). Рекомендуется показывать элементы инфраструктуры: разные виды транспорта, маршрутов и дорог — просёлочные, водные, воздушные, а также атрибуты железнодорожных перевозок, мосты. Эти элементы символизируют связанность российских территорий.

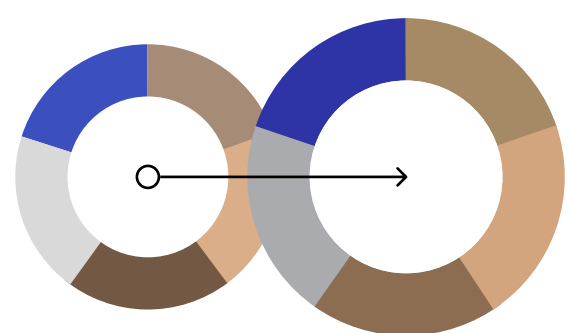


Объекты

Продуктовые объекты

Для создания фотографий брендированных предметов (например, коробки, посылка в мягкой упаковке и др.) рекомендуется студийная съёмка. В качестве заднего плана лучше использовать чистый фон/однотонную стену. Основной акцент должен быть на качественной упаковке, для которой обязательно наличие логотипа бренда.

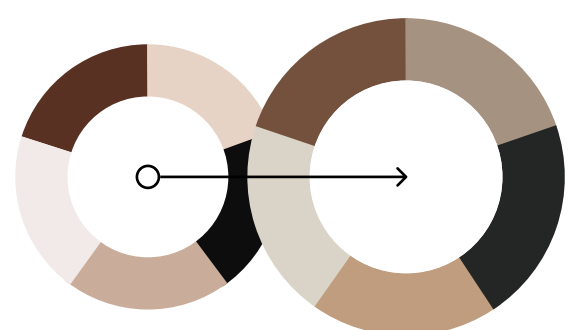
На коробках, конвертах, открытках, марках и др. обязателен чёткий и различимый логотип бренда. Крышка и кромка не должны отходить от коробки.



Объекты

Имиджевые объекты

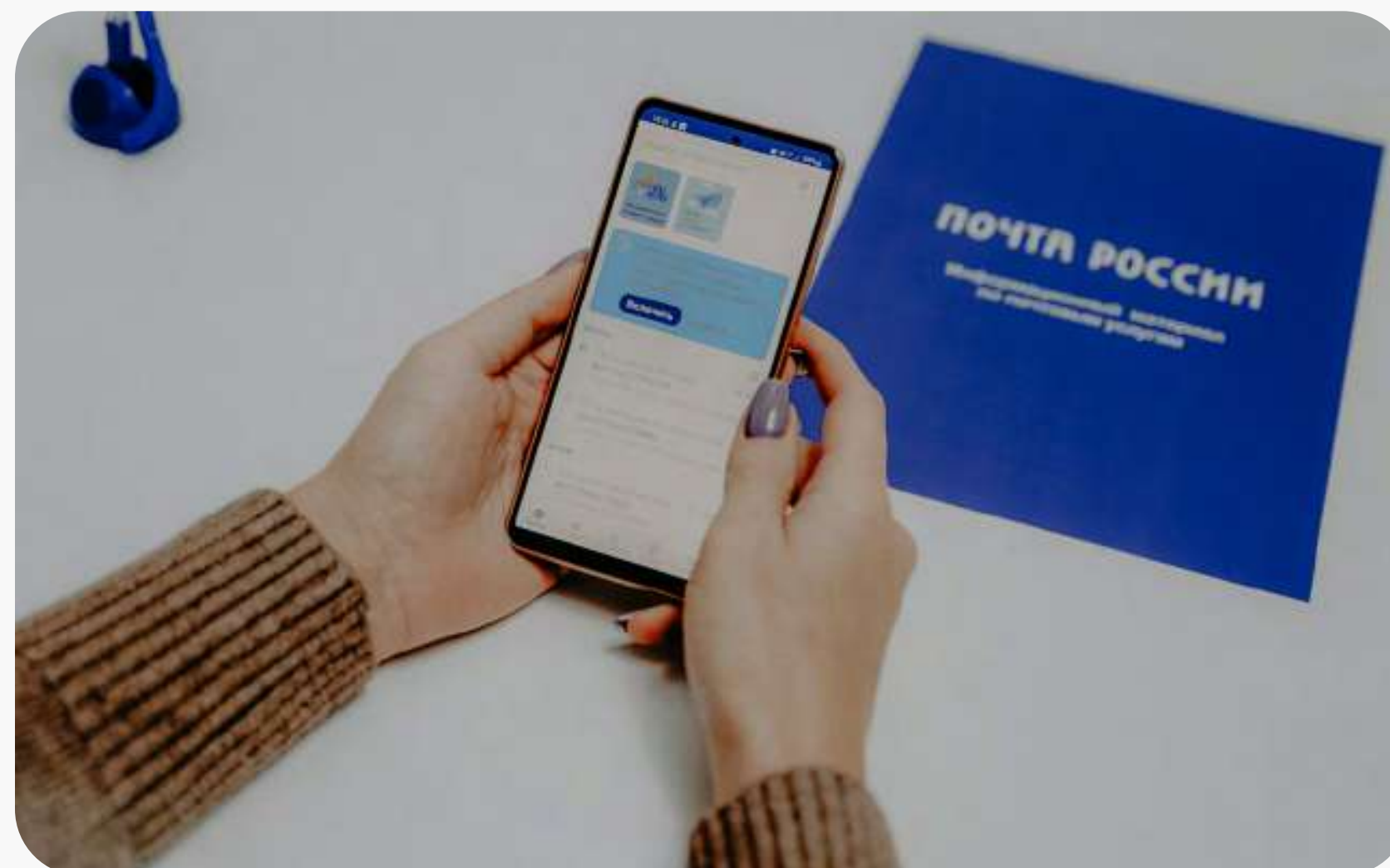
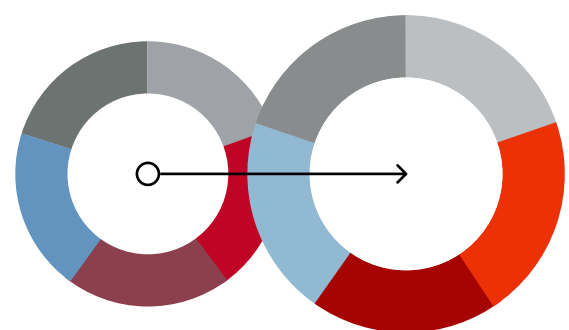
Для создания фотографий брендовых предметов можно использовать концепцию «воплощение бренда». В этом случае сюжет транслирует также идеи и ценности бренда, а не только его физические атрибуты. Фотографии рекомендуется делать при естественном освещении, в светлых тонах. Это позволит передать бережное отношение к посылкам, свежесть и новизну, аккуратность. Можно снимать предметы в реальной обстановке, чтобы передать близость к клиентам и разнообразие локаций, в которые доставляются посылки.



Объекты

Цифровые сервисы

Фотографии для продвижения цифровых сервисов Почты могут отражать жизненные ситуации, в которых люди используют их: покупка товаров в интернет-магазине или отправка посылок через мобильное приложение. Что касается девайсов, то лучше использовать реальные смартфоны и ноутбуки вместо мокапов. Это позволит создать более реалистичный образ. Ракурс может быть различным. Важно показывать детали использования приложения, например, экран с выбором адреса доставки или способа оплаты. Для фотографий без изображения интерфейса в кадре необходимо включить элементы, связанные с Почтой, например, коробки, интерьер отделения и т. д.



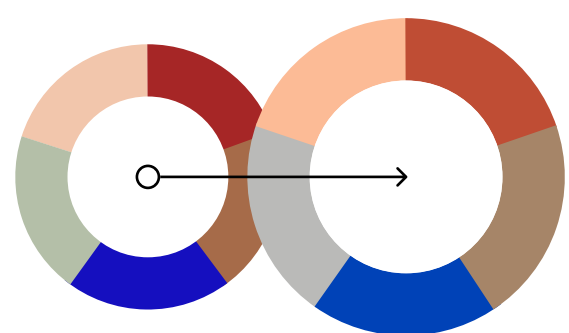
Фотостиль

Объекты

Доставка b2c

Для создания фотографий, демонстрирующих процесс доставки, рекомендуется использовать съёмку в реальных локациях. Возможные сюжеты: передача посылок от курьера клиенту, из рук в руки, во дворе дома, на улице, в офисе и др.

Важно транслировать атмосферу доверия, стабильности, бережного отношения, заботы. Рекомендуется использовать мягкое освещение, натуральные материалы и тона, спокойные цвета. Для людей (моделей) рекомендуются расслабленные позы (без агрессии, напряжения).



Фотостиль

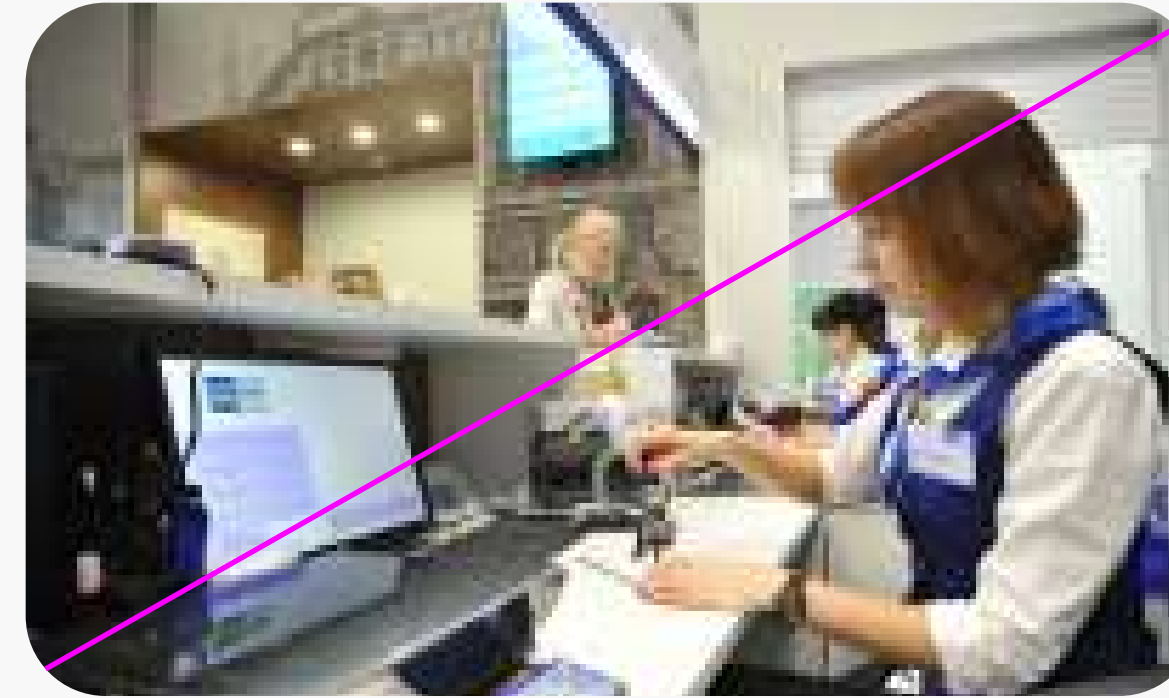
Что не рекомендуется

При создании фотостилия необходимо учитывать ряд запретов, которые направлены на обеспечение соответствия визуальных материалов стандартам и ценностям компании. Стоит ориентироваться на примеры из Руководства по визуальному стилю и использовать средние показатели яркости и контраста, создавать гармоничный и эстетичный визуальный эффект.

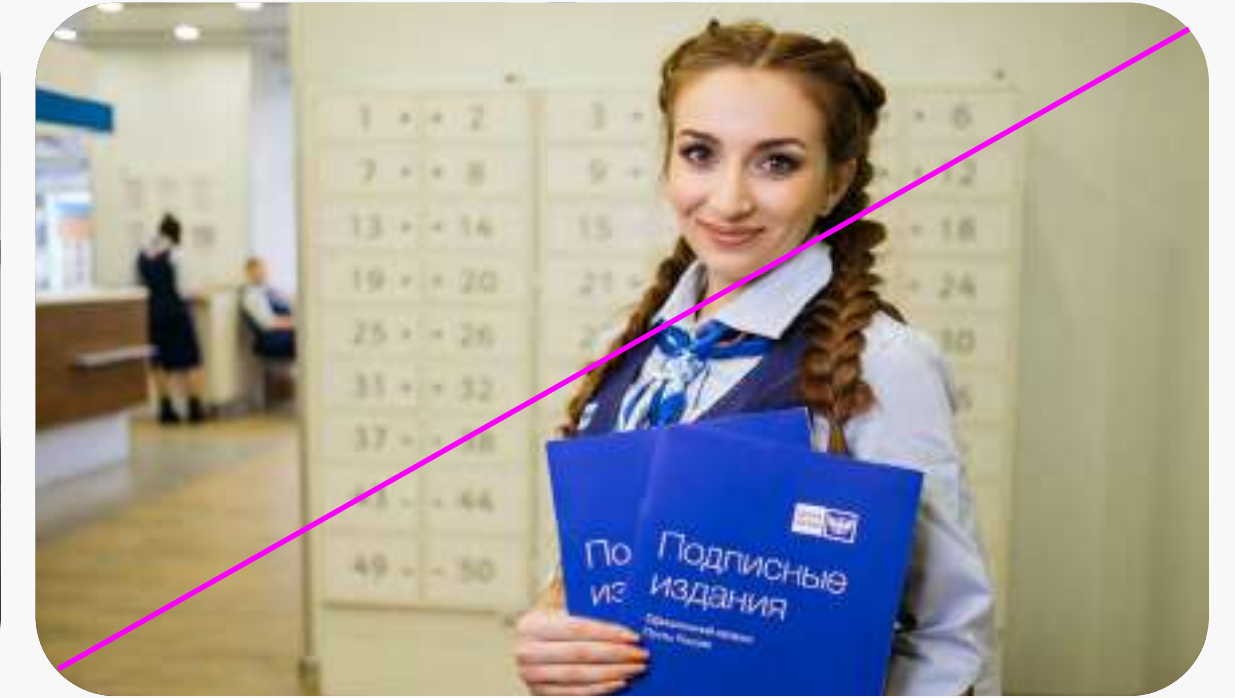
При использовании изображений необходимо придерживаться стандартов и требований. В этом случае продукция, интерьеры и экстерьеры будут выглядеть эстетично, чётко и профессионально.



Рекомендуется избегать яркого контраста и засветов на изображениях, ориентируясь на средние показатели.



Рекомендуется избегать изображений с излишними деталями, которые могут вызвать визуальный шум.



Изображения с устаревшим брендингом не допускаются.



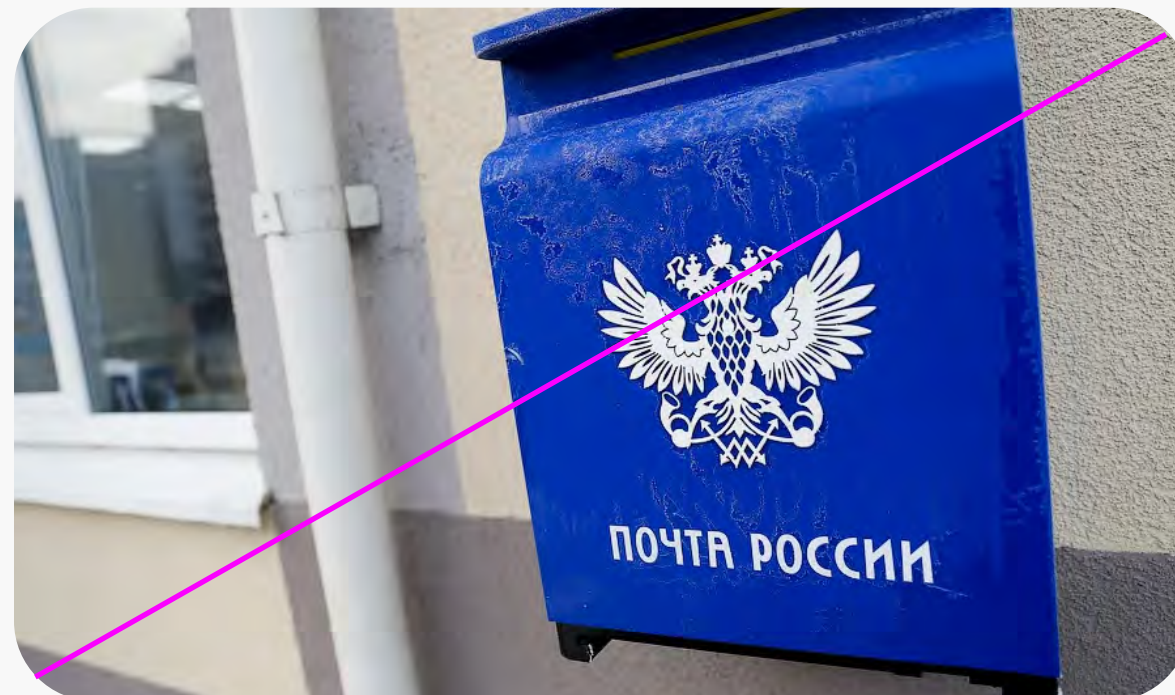
Рекомендуется избегать использования изображений с неестественными оттенками кожи.



Изображения с повреждёнными зданиями, обвалившейся штукатуркой, граффити и подобными элементами недопустимы.



Не следует использовать изображения с неестественной цветокоррекцией и фотофильтрами.



Изображения с повреждёнными элементами почтовой службы не допускаются: деформации, сколы, царапины и другие дефекты.



Рекомендуется избегать использование изображений с повреждёнными или загрязнёнными коробками, конвертами и пакетами.



Рекомендуется не использовать изображения с тёмным фоном, не добавлять виньетки и другие эффекты. Избегать фото с УАЗ СГР.

Цифровые баннеры

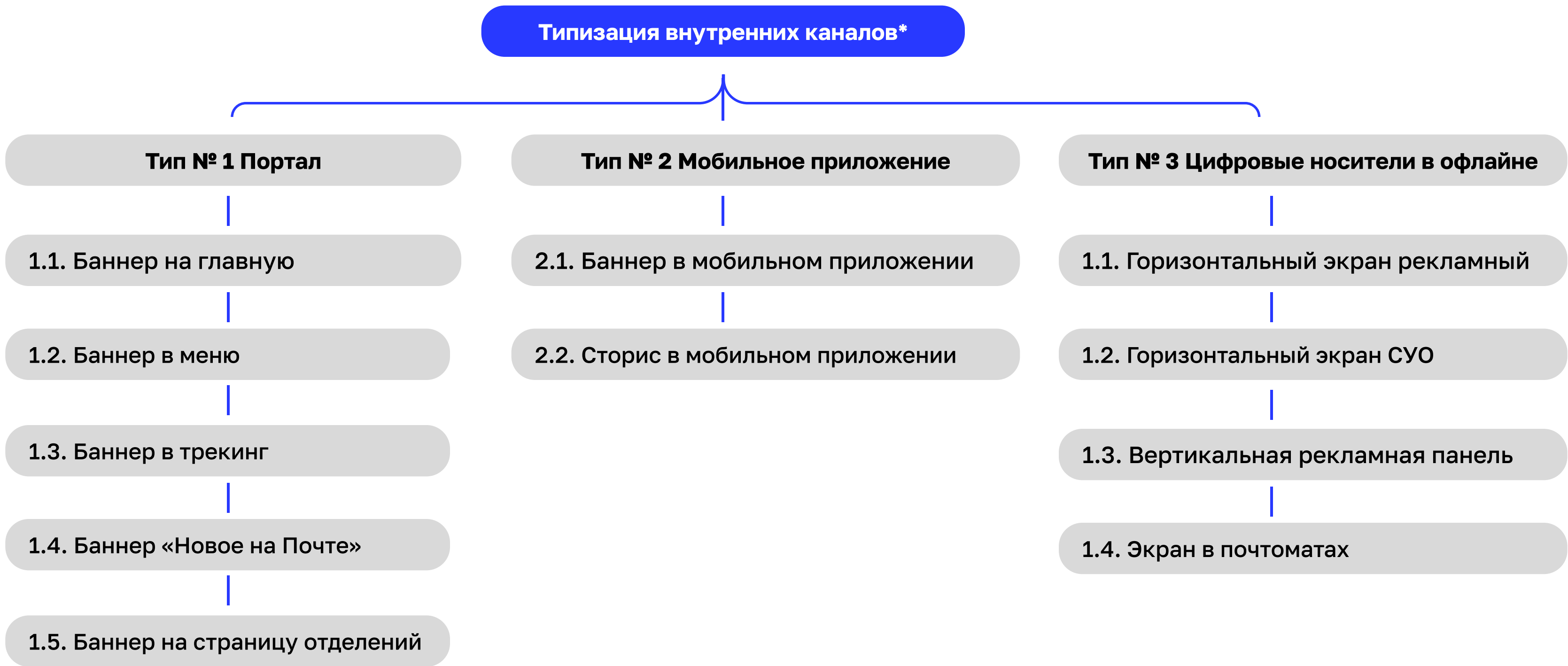
- 1. Внутренние каналы
- 2. Внешние каналы

Внутренние каналы

ПОЧТА РОССИИ

Типизация внутренних каналов

Справа приведены виды баннеров, которые могут быть использованы в кампаниях потенциальных партнёров. Для размещения в системе сайта предусмотрено больше видов баннеров. Подробную информацию необходимо уточнять у Департамента веб-каналов.



* Возможно изменение типов носителей.

Цвета постоянных
элементов для всех
типов внутренних
каналов

	Фон	Текст	Кнопка	Текст кнопки
Баннер на главную	 #F0F4FF	 #343331	 #2839FF	 #FFFFFF (с прозрачностью 94%)
«Новое на Почте»	 #FFFFFF	 #343331		
Баннер в меню	 #F7F8F9	 #343331	 #E5E6E7	 #343331
Трекинг	 #F7F8F9	 #343331	 #2839FF	 #FFFFFF (с прозрачностью 94%)
Страница отделений	 #F7F8F9	 #343331	 #2839FF	 #FFFFFF (с прозрачностью 94%)

Типографика и количество текста в цифровых интерфейсах

Общее описание восприятия контента в цифровых интерфейсах

Тексты на баннерах должны быть интуитивно понятными всем категориям пользователей. В том числе пользователю, который не погружен в суть продукта и специфику сервисов и услуг Почты.

Заголовок и подзаголовок не могут дублировать друг друга: заголовок описывает, а подзаголовок раскрывает основную идею текста.

Дизайн-система сайта запрашивается через представителей Блока по маркетингу.

Правильный пример



Понятный заголовок в две строчки

Ёмкий подзаголовок
в несколько строчек,
но не более трёх, без буллитов

Заголовок описывает основную идею

Подзаголовок — раскрывает основную идею

Заголовок и подзаголовок не должны дублировать друг друга

Выравнивание блока всегда по левому краю

Важно избегать висячих строк и переносов слов в предложениях

Неправильный пример



Заголовок с деепричастным оборотом

Подзаголовок: со списком
из нескольких пунктов

Тип № 1 Портал

143

- До 2 строк (не более 30 символов) в заголовке + до 2 строк в подзаголовке (не более 35 символов).
- 1 строка в заголовке (не более 20 символов) + 3 строки в подзаголовке (не более 50 символов).
- До 4 строк в заголовке (не более 50 символов).

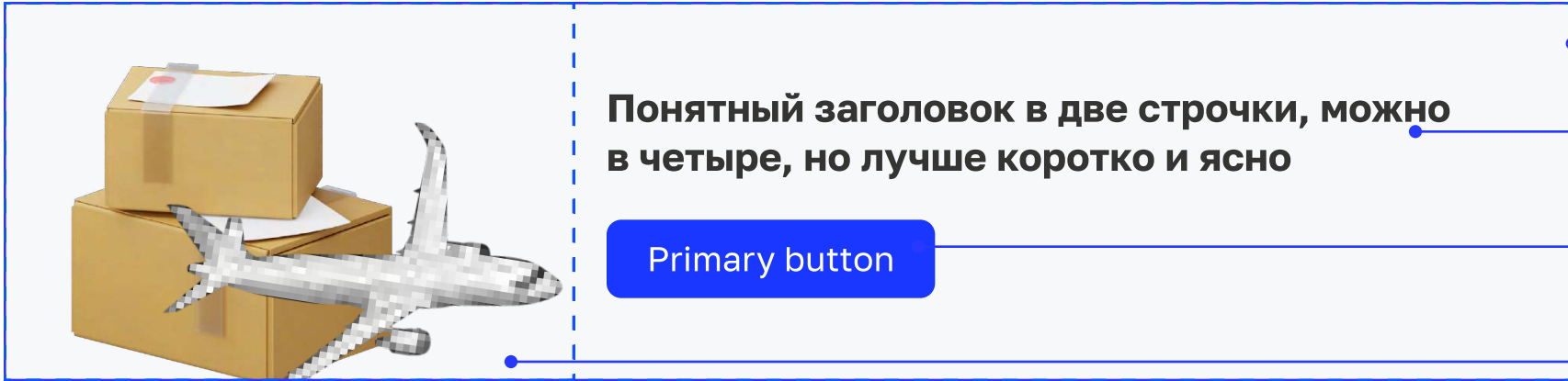
Цвет кнопки: #E5E6E7
или #151514
с прозрачностью 8%

Тип № 1 Портал

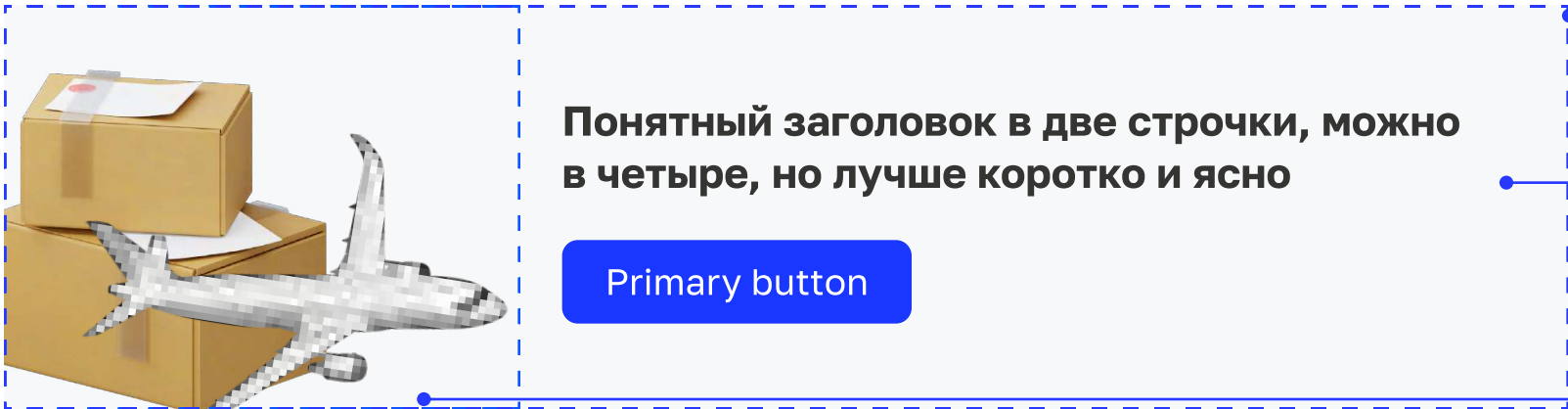
Баннер в трекинг 1.3.

Данный баннер расположен в разделе сайта «Поиск отправлений по трек-номеру».

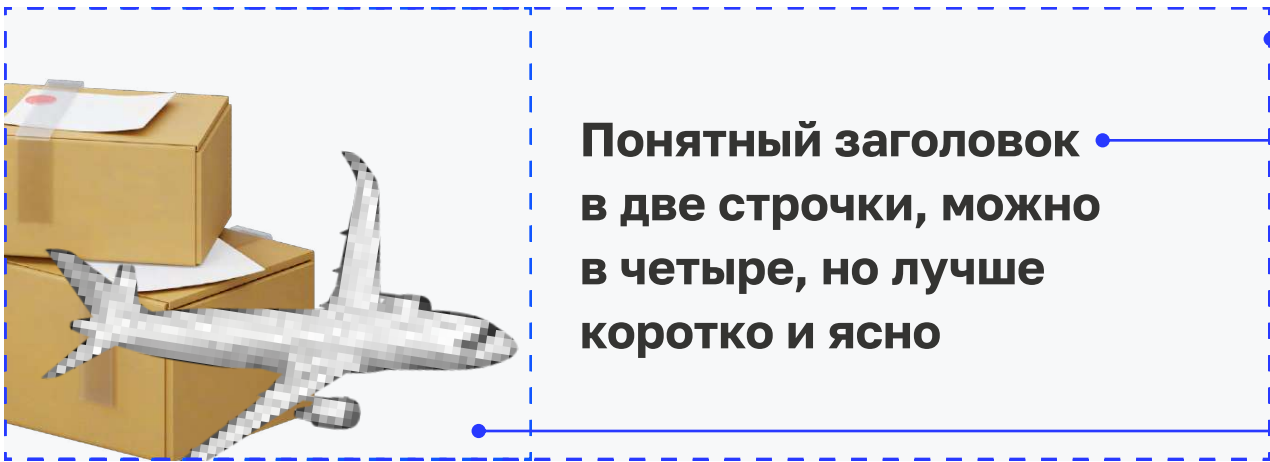
Допустимое максимальное количество знаков рекомендуется проверять в мобильной версии.



- Баннер: **Размер** баннера для десктопной версии: 640 x 155 px
- Заголовок: **Golos Bold 16/20**
- Кнопка: **Golos Regular 14/18**, не более 30 символов и 1 строки
- Цвет кнопки: **#2839FF** Цвет текста кнопки: **#F1F3FF** или **#FFFFFF** с прозрачностью 94%
- Контейнер: **Размер** контейнера под изображение: 233 x 155 px

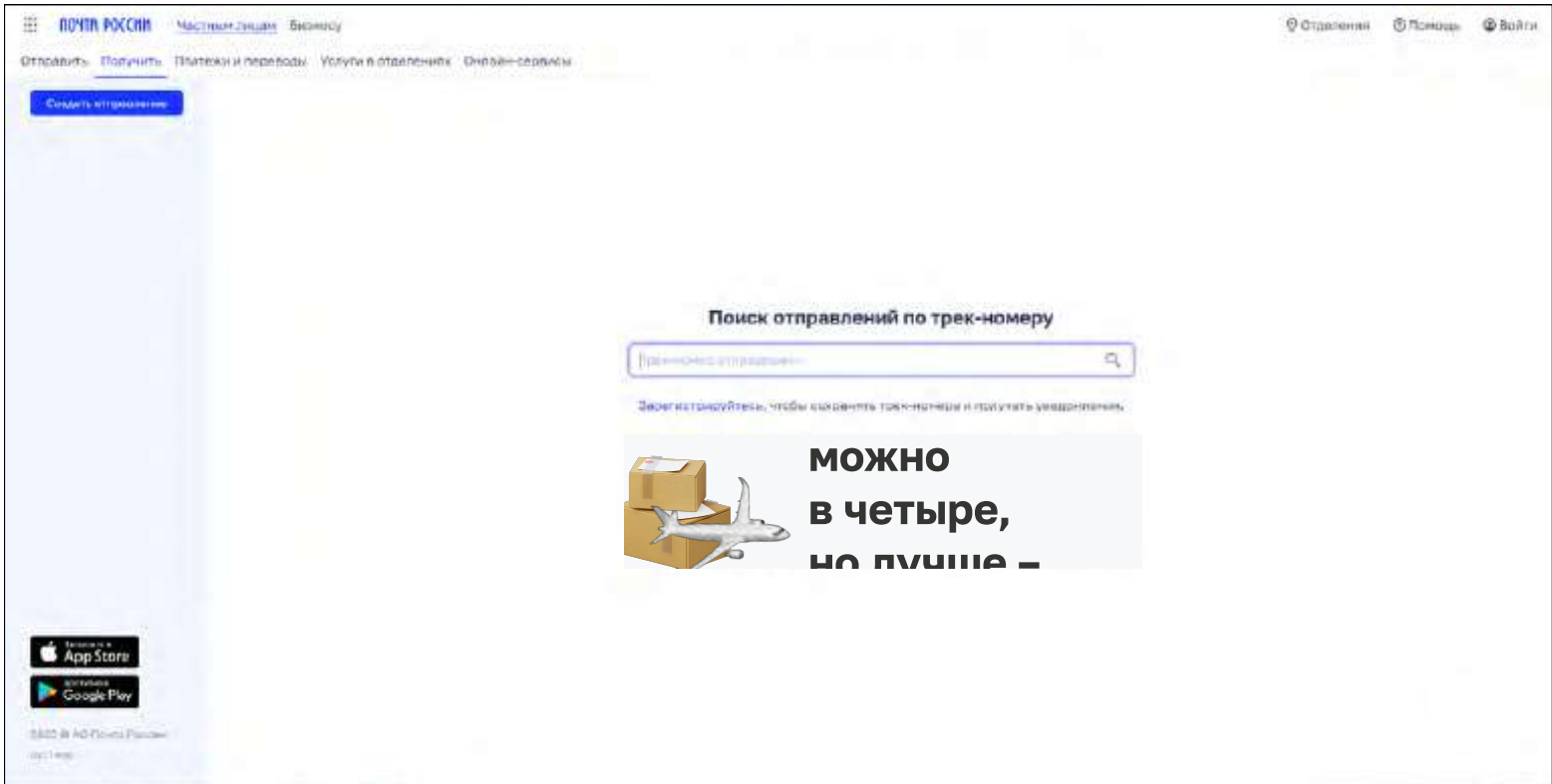


- Баннер: **Размер** баннера для планшетной версии: 600 x 155 px
- Цвет фона: **#F7F8F9**
- Заголовок: **Golos Bold 16/20**
- Цвет текста: **#343332** или **#282755** с прозрачностью 94%
- Текст: Расположение текстового блока выравнивается вертикально по центру сверху до кнопки.
- Контейнер: **Размер** контейнера под изображение: 198 x 155 px



- Баннер: **Размер** баннера для мобильной версии: 470 x 170 px
- Заголовок: **Golos Bold 18/24**, не более 75 символов и 4 строк
- В мобильной версии кнопка не размещается.
- Текст: При отсутствии кнопки расположение текстового блока выравнивается вертикально по центру баннера.
- Контейнер: **Размер** 198 x 170 px

Пример расположения



Тип № 1 Портал

Новое на Почте 1.4.

Баннер в разделе «Новое на Почте»
расположен на главной странице сайта
www.pochta.ru.

Пример расположения

Новое на Почте



Понятный заголовок в две строчки
Ёмкий подзаголовок в несколько строчек, но не более четырёх, без буллитов



Пункты приема посылок
Почта открывает партнерские пункты, чтобы отправлять посылки стало еще удобнее



Квалифицированная электронная подпись
Для подписания документов онлайн физическими и юридическими лицами



Доставка до двери
Доставка посылок за 15-90 минут теперь доступна во всех городах-миллиониках

Контейнер
Размер под изображение: 273 x 205 px

Цвет обводки
изображения: #E2E0E1

Заголовок: Golos Bold 16/20, не более 40 символов и 2 строк

Подзаголовок: Golos Regular 14/18, не более 80 символов и 4 строк

Заголовок, подзаголовок и обводка изображения — это часть вёрстки. Шрифт, кегль и цвет меняться не могут. Меняется только сам текст. Также нельзя менять положение блоков.

Цвет текста: #343332 или #282755 с прозрачностью 94%

Иллюстрация
Приоритетное расположение иллюстрации: без сцены, по центру, может быть частично обрезано. В данном блоке может быть фотоконтент.

Цвет фона: #FFFFFF

146

Внутренние каналы

Тип № 1 Портал

Баннер на страницу отделений 1.5.

Данный баннер расположен на внутренней странице сайта www.pochta.ru в разделе «Карта отделений и пунктов выдачи Почты России».



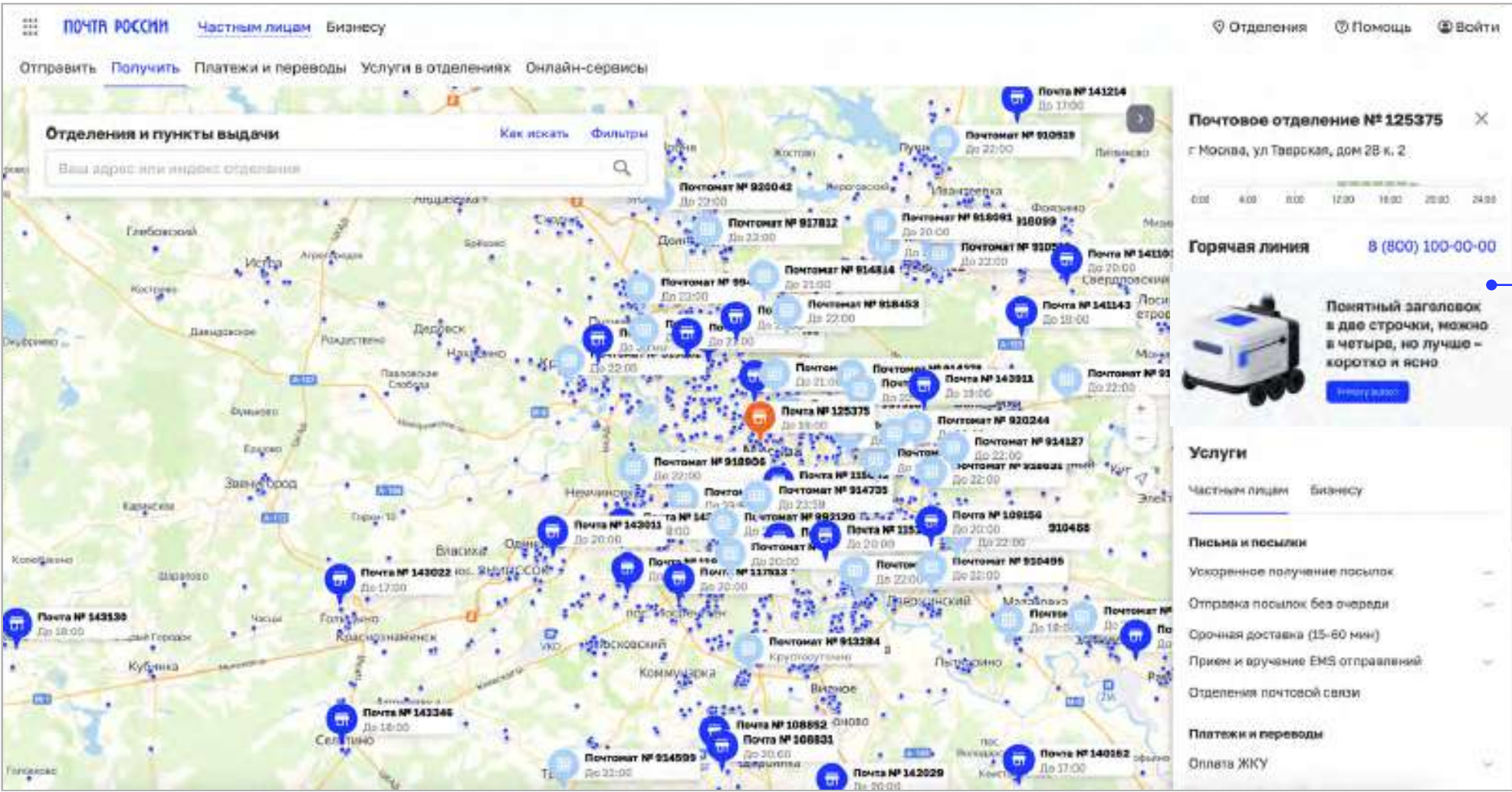
**Понятный заголовок
в две строчки, можно
в четыре, но лучше
коротко и ясно**

Primary button

Баннер: Размер баннера для десктопной версии: 738 x 330 px
Контейнер: Размер контейнера под изображение: 315 x 330 px
Заголовок: Golos Bold 16/20, не более 50 символов и 4 строк

Фон: Цвет фона #F7F8F9

Кнопка: Golos Regular 18/24, не более 30 символов и 1 строки
Цвет кнопки: #2839FF **Цвет текста кнопки:** #F1F3FF или #FFFFFF с прозрачностью 94%



Пример расположения

Тип № 2 Мобильное приложение

В дизайне контента для мобильных интерфейсов необходимо придерживаться нескольких базовых принципов:

1. **Минимальный размер шрифта для основного текста — 16 px.** Текст меньшего размера пользователь не сможет прочитать.
2. **Длина строки — не более 40 символов.** Таким образом текст намного легче читать. Также следует настроить оптимальный межстрочный интервал.
3. **Пользователь должен иметь возможность легко найти расположение кнопок и нажать их.** На больших экранах интерактивные кнопки на сайте могут быть небольшого размера. На мобильных устройствах кнопки рекомендуется делать крупнее для удобства нажатия пальцем. Между кнопками и другими кликабельными элементами важно оставлять достаточно пространства.
4. **Использование значков наряду с цветом упрощает чтение текста.** Параллельно с использованием цвета рекомендуется применение символов. Так пользователи с ограниченными возможностями смогут лучше понять суть сообщений.
5. **Видео- и аудио-материалы рекомендуется сопровождать титрами и субтитрами, а также alt-атрибутами с описаниями визуальных образов,** доступными для усвоения пользователями с ограниченными возможностями.

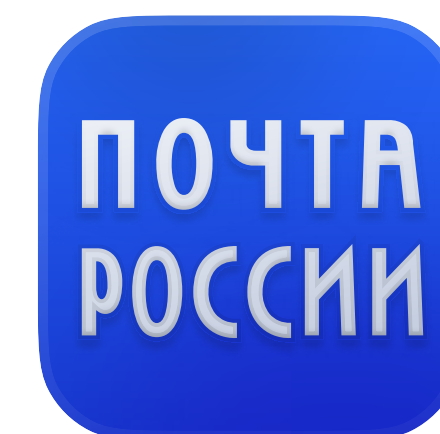
9:41



Сообщения



Фото



Почта России

Палитра для цифровых баннеров второго типа на внутренних ресурсах

Для создания иллюстрации применяется формула: основная палитра бренда + несколько цветов из второстепенной палитры, использование которых должно соотноситься с цветами в реальном мире.

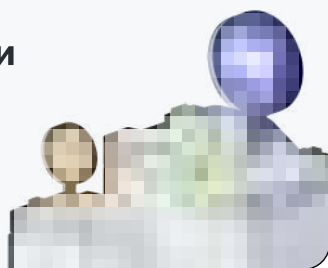
Выбор тональности фона определяется носителем и нюансами рекламной кампании. Приоритетная палитра для продуктовых кампаний — в светлых тонах. Если в рамках рекламной кампании необходимо акцентировать внимание на сезонности предложения или сроках акции, других уникальных условиях, то лучше использовать тёмные фоны.

Для выбора фона баннера важно ориентироваться на цвет, который является преобладающим/акцентным в иллюстрации.

При светлом фоне — цвет текста всегда будет Post Black

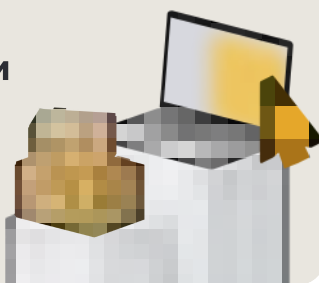
Заголовок в две строчки

Подзаголовок



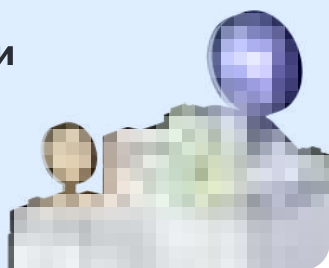
Заголовок в две строчки

Подзаголовок



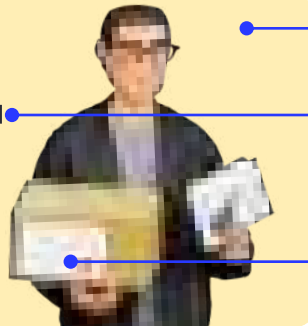
Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



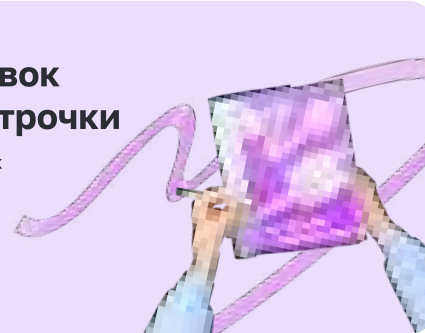
Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Задний фон

Заголовок в две строчки

Иллюстрация продукта включает в себя цвета из основной палитры бренда

Вспомогательная палитра для фона (оттенок 1)

При тёмном фоне — цвет текста всегда будет белым

Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



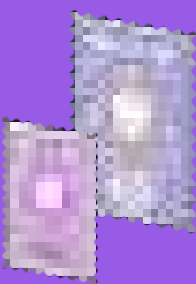
Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Что подарить на День знаний?

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Заголовок в две строчки

Подзаголовок



Вспомогательная палитра для фона (оттенок 5 или 9)

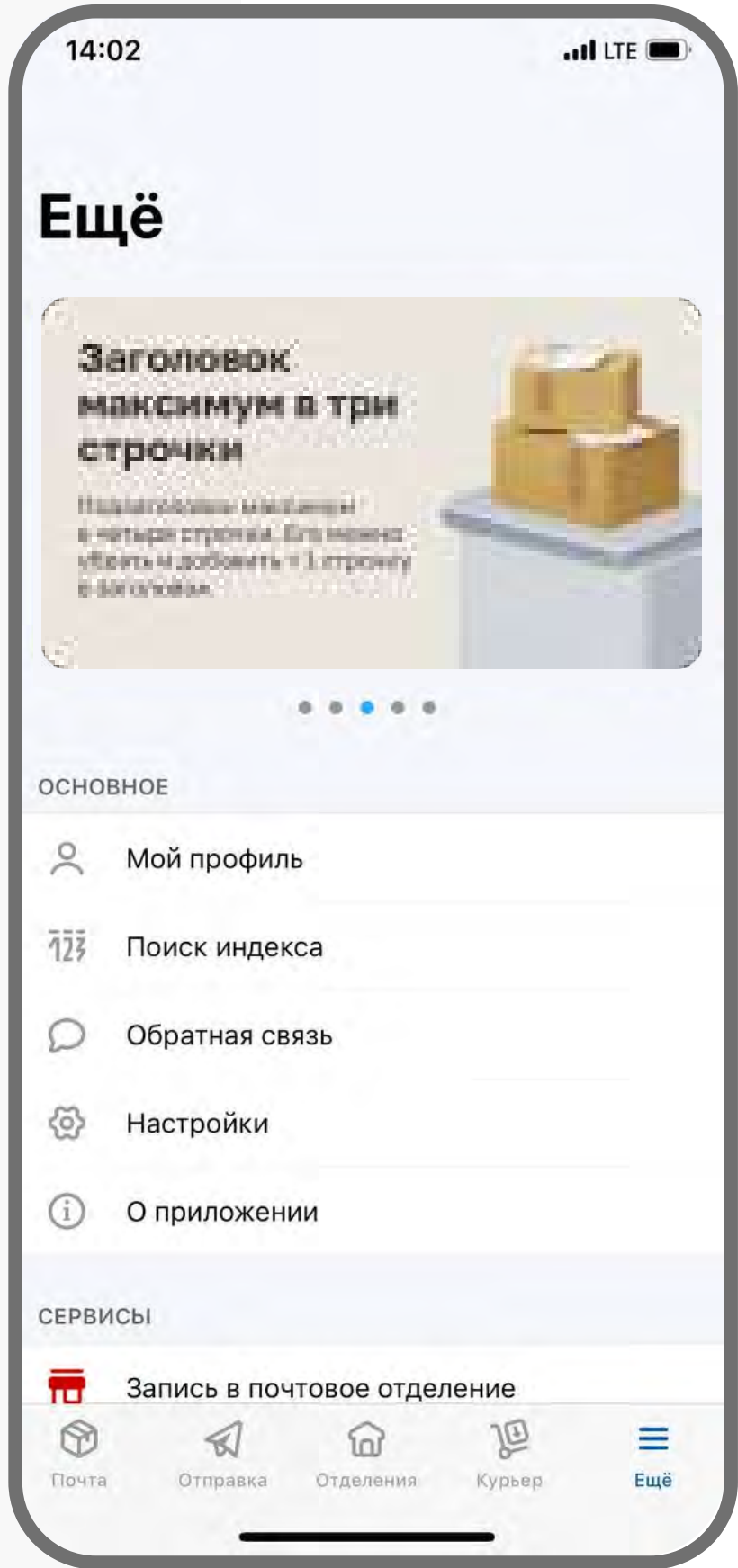
Данный цвет — исключение из правил

Тип № 2 Мобильное приложение

Опция 2.1. Баннер в мобильном приложении

Возможны следующие комбинации заголовка и подзаголовка:

- До 3 строк (не более 45 символов) в заголовке + до 4 строк в подзаголовке (не более 110 символов).
- До 4 строк в заголовке (не более 60 символов), в данном случае подзаголовок не используется.



Баннер: Размер баннера — 1168 × 657 px, отступы по 64 px

Заголовок: Golos Bold 72/80
Подзаголовок: Golos Regular 40/48
Цвет: Цвет шрифта в зависимости от тональности фона — белый #FFFFFF или чёрный #343331

Фон: Цвет фона может быть любой из палитры для цифровых баннеров второго типа на внутренних ресурсах.

Иллюстрации: Приоритетное расположение иллюстрации — справа от текстового блока. Кадрировать иллюстрацию можно по нижней и правой частям баннера.

**Заголовок
максимум в три
строчки**

**Подзаголовок максимум
в четыре строчки. Его можно
убрать и добавить + 1 строчку
в заголовок**



Тип № 2 Мобильное приложение

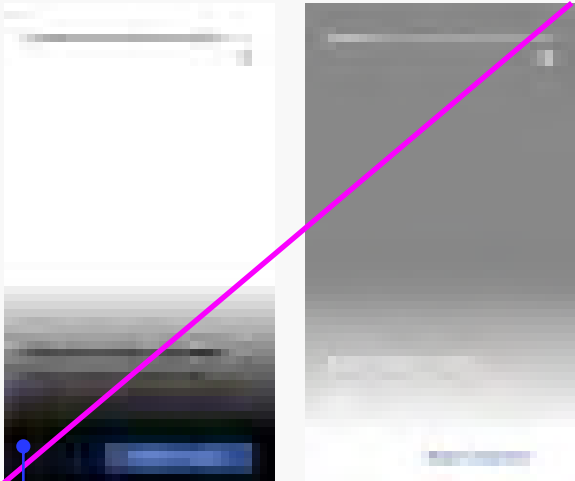
Опция 2.2.
Сторис в мобильном приложении

Интерфейс



Истории в МП бывают с тёмным и светлым интерфейсом.

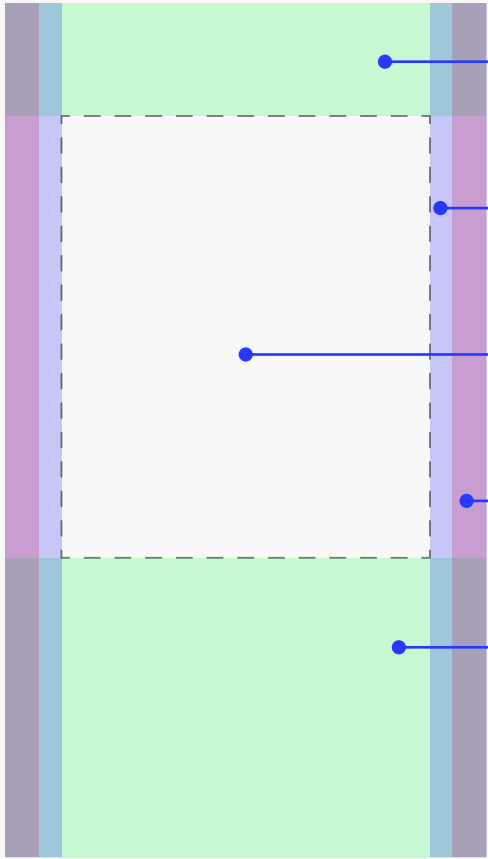
Цвет интерфейса зависит от фона истории и определяется наиболее контрастным вариантом.



Изображения не должны перекрывать или сливаться с интерфейсом мобильного приложения.

История

↗ 1224 x 2280



Таймлайн

Android

Безопасная зона

iOS

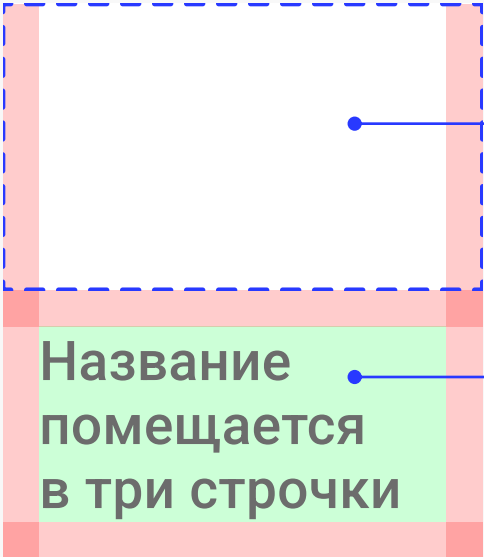
Текст

Зона таймлайна и текста может быть разной ширины в зависимости от формата устройства.

На некоторых устройствах таймлайн не входит в зону основного макета.

Обложка

↗ 315 x 364



Безопасная зона

Текст

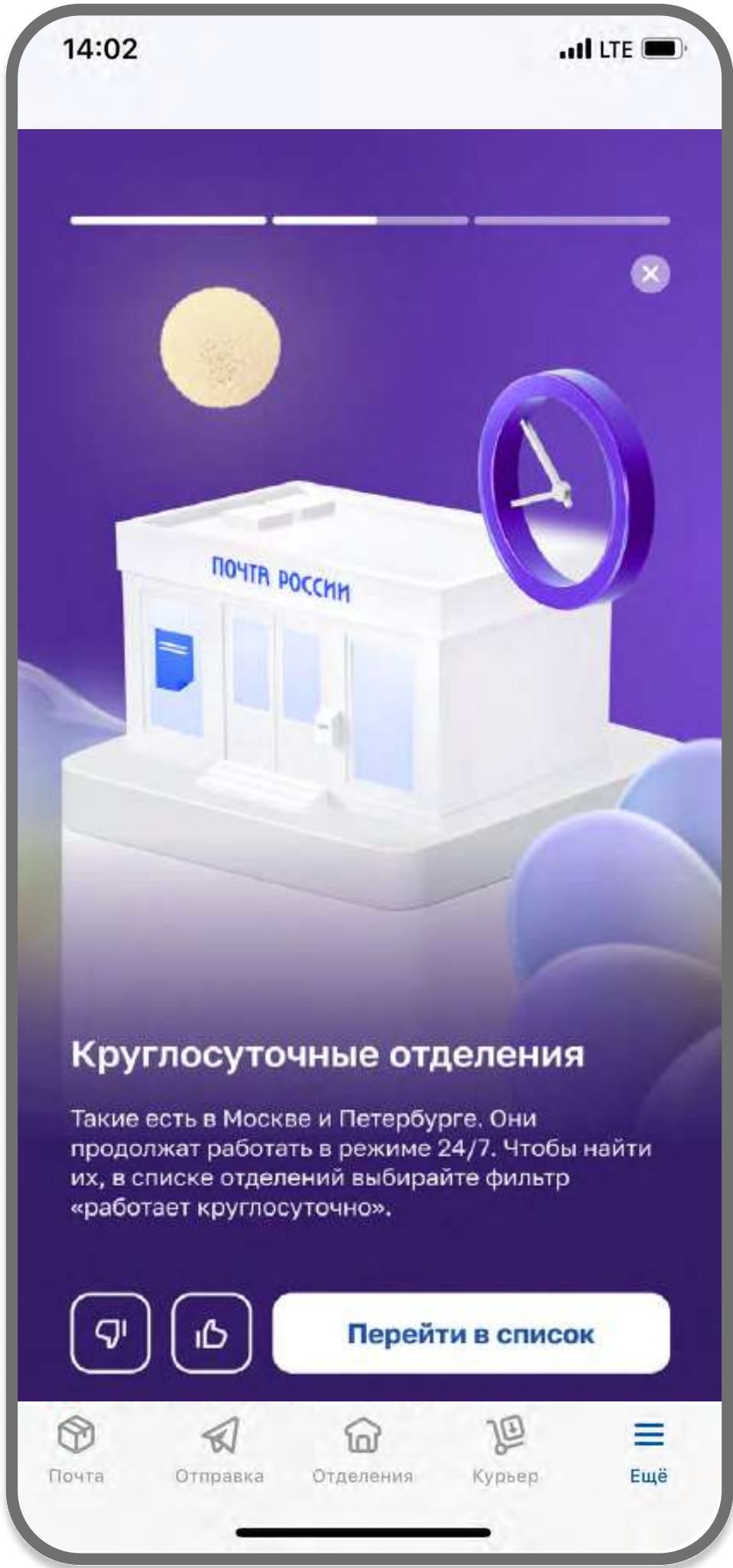
В качестве превью используется ключевое изображение темы.

Цвет фона должен соответствовать общей серии историй.

Тип № 2 Мобильное приложение

Пример

Справа приведены примеры готовых иллюстраций для сторис в мобильном приложении (опция 2.2.).



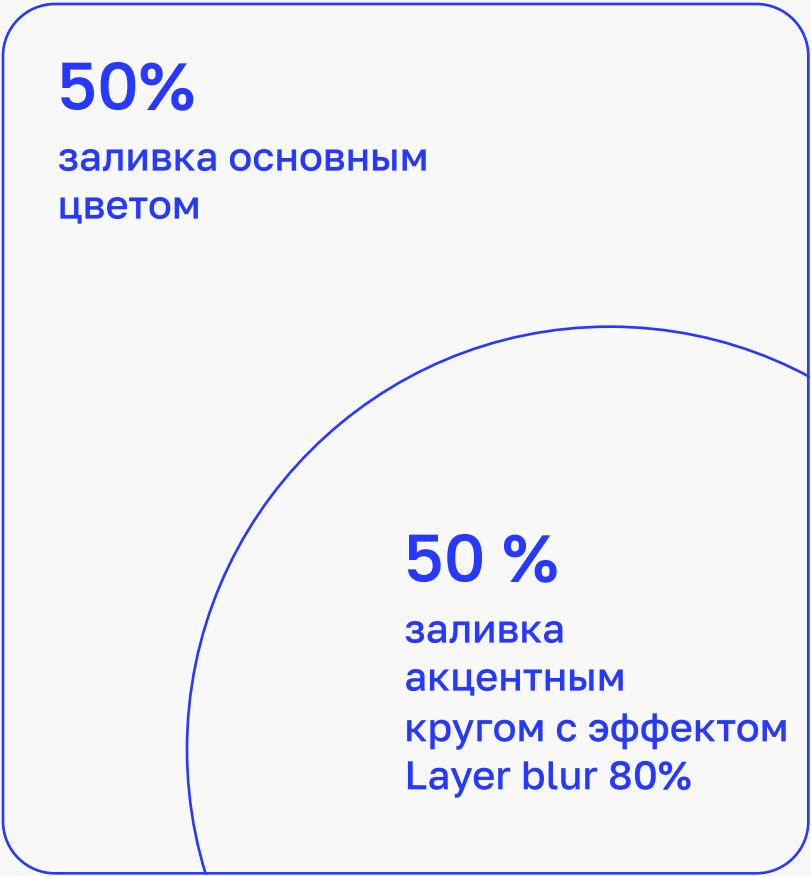
Цвета палитры
на внешних ресурсах

Использование
цветов палитры
на примере
цифровых баннеров

Для имиджевых проектов возможна
другая палитра по индивидуальному
согласованию с Блоком
по маркетингу.

Чтобы сохранить визуальную
узнаваемость бренда во внешних
каналах, необходимо строго
соблюдать правила
по использованию синего цвета.

Формула сборки

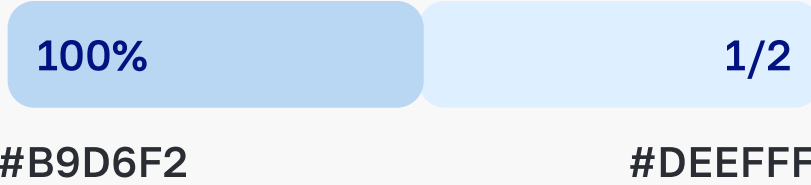


Акцентный круг должен
всегда располагаться
под иллюстрацией
так, чтобы она выгодно
выделялась на фоне
остальных элементов

b2c



b2c



b2b



Цвета постоянных
элементов для всех
типов внешних
каналов

Логотип	White 7 - Digital Base (на светлых фонах)
Тень	Digital Black 50%
Фон	На выбор из приоритетной фоновой палитры
Заголовок	White
Подзаголовок	Digital Black White
Кнопка	White 7 - Digital Base (на светлых фонах)
Текст кнопки	Digital Black White (на синей заливке)
Лигал	2 - 15% Post Digital Black

Типографика и количество текста для всех типов внешних каналов

Общее описание восприятия контента в цифровых интерфейсах.

Тексты должны быть интуитивно понятными всем категориям пользователей. В том числе пользователю, который не погружен в контекст продукта и не понимает специфику сервисов и услуг Почты.

В заголовке текста описана основная идея, подзаголовок текста раскрывает её. Заголовок и подзаголовок не могут дублировать друг друга.



Понятный заголовок в две строчки

Ёмкий подзаголовок
в несколько строчек,
но не более трёх, без буллитов

Заголовок описывает основную идею.
Golos Text не более 26 pt и не менее 10 pt

Подзаголовок раскрывает основную идею.
Golos Text не более 16 pt и не менее 9 pt. Межстрочный интервал всегда 120%.

Заголовок и подзаголовок не должны дублировать друг друга.

Выравнивание блока всегда по левому краю.

Важно избегать висячих строк и переносов слов в предложениях.

На баннер должно быть вынесено одно преимущество, максимально допустимое количество — 3.

Количество символов в заголовке не должно превышать 40, в подзаголовке — 60. В этом случае текст легко воспринимается пользователем даже на малых форматах.

На баннерах малого формата — около 200 x 200 — должен быть минимум текста в заголовках, без подзаголовков. Формат таких баннеров может иметь индивидуальный подход к контенту, но их содержание также должно доносить смысл продукта.



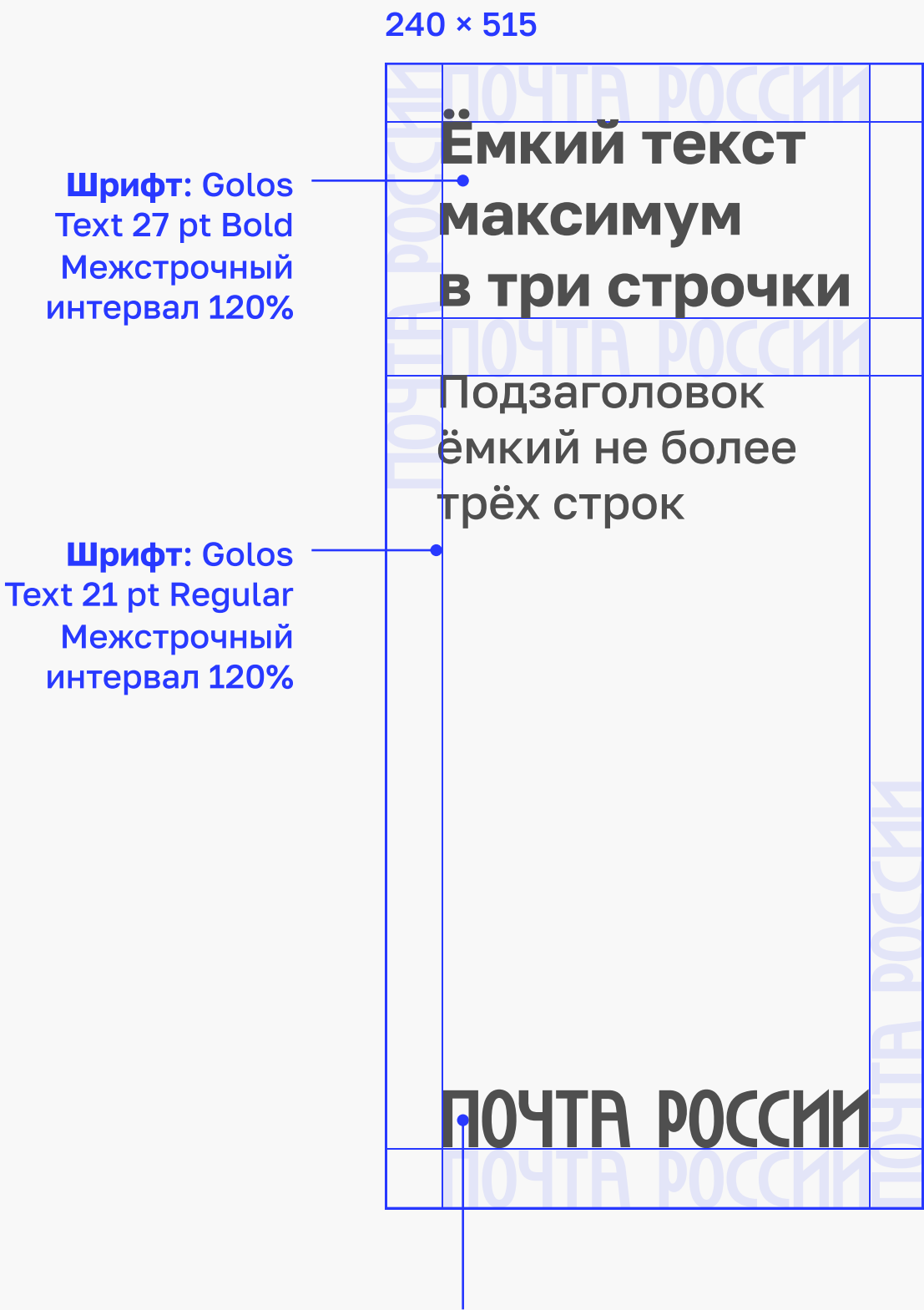
Заголовок с деепричастным оборотом

- Подзаголовок: со списком
 - из нескольких пунктов

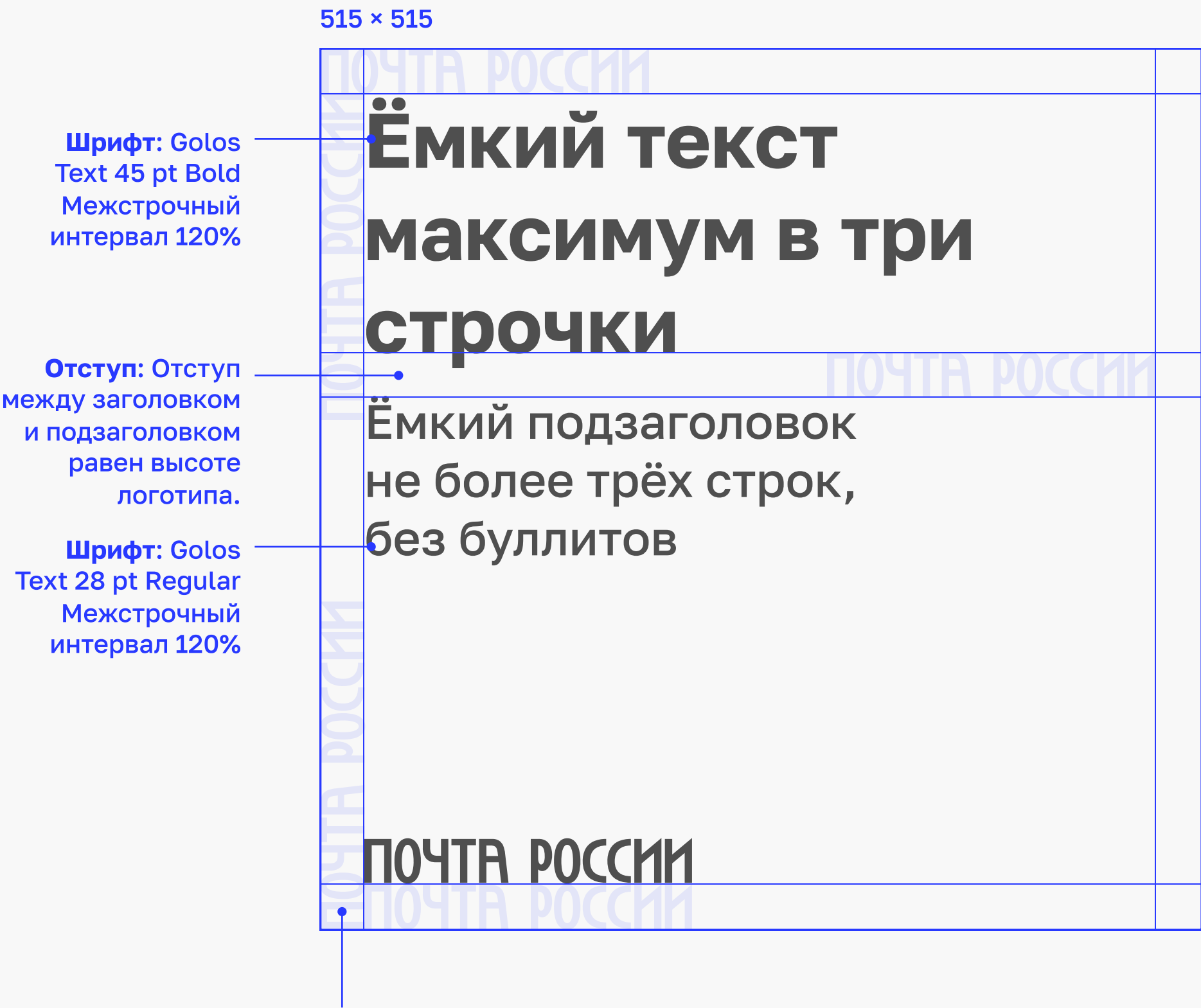
Сетка построения макета

Основные элементы баннеров:

- 1. Текстовый блок
- 2. Иллюстрация продукта
- 3. Кнопка (если требуется)
- 4. Логотип
- 5. Футер (если требуется сноска или лигал)



Логотип преимущественно располагается в нижней части баннера, в правом или левом углу, чтобы не конфликтовать с иллюстрацией. Исключением является горизонтальный узкий формат, где логотип должен быть отцентрован относительно формата справа от текста.



Отступ: Отступ от края в размер логотипа. Отступ между заголовком и подзаголовком равен высоте логотипа.

Расположение
логотипа на баннерах

Логотип всегда расположен на короткой стороне баннера. Если это размер 240 × 400 — логотип снизу (на маленьких форматах ставится по центру). Если размер 728 × 90 — логотип справа сбоку. В квадратных баннерах — логотип в нижнем левом углу.

Варианты размещения логотипа
Почты России с логотипами
партнёров и внутренних
продуктов см. в разделе
«Логобук».

240 × 515

Ёмкий текст
максимум
в три строчки

Подзаголовок
небольшой,
не более трёх строк

ПОЧТА РОССИИ

515 × 515

Ёмкий текст
максимум в три
строчки

Подзаголовок
не более трёх
строк

ПОЧТА РОССИИ

728 × 90

Ёмкий текст
в две строчки

Подзаголовок
небольшой,
не более трёх строк

ПОЧТА РОССИИ

240 × 400

Ёмкий текст
максимум
в три строчки

Подзаголовок небольшой,
не более двух строк

ПОЧТА РОССИИ

919 × 250

Ёмкий текст
максимум
в три строчки

Подзаголовок небольшой,
не более двух строк

ПОЧТА РОССИИ

1735 × 110

Ёмкий текст
в две строчки

Подзаголовок
небольшой,
не более трёх строк

ПОЧТА РОССИИ

Лигал
и возрастной ценз

При наличии на баннерах лигала количество основного текста сокращается. Рекомендуется не использовать подзаголовки. Лигал всегда расположен в нижней части баннера и выравнивается по заголовку. В узких горизонтальных форматах лигал расположен справа.

Возрастной ценз указывается в нижнем правом углу в горизонтальных и вертикальных форматах. В узком горизонтальном формате выравнивается по центру в правой части баннера.

728 × 90

Ёмкий текст
в две строчки

ПОЧТА РОССИИ

Перед употреблением необходимо проконсультироваться со специалистом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекламода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

6+

240 × 515

Ёмкий текст
максимум
в три строчки

6+

ПОЧТА РОССИИ

Перед употреблением необхо-димо проконсультироваться со специалистом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекла-мода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

515 × 515

Ёмкий текст
максимум в три
строчки

6+

ПОЧТА РОССИИ

Перед употреблением необходимо проконсультироваться со специалистом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекламода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

240 × 400

Ёмкий текст
максимум в три
строчки

6+

Перед употреблением необходимо проконсультироваться со специалистом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекламода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

ПОЧТА РОССИИ

919 × 250

Ёмкий текст
максимум
в три строчки

6+

ПОЧТА РОССИИ

Перед употреблением необходимо проконсультироваться со специалистом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекламода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

1735 × 110

Ёмкий текст
в две строчки

6+

ПОЧТА РОССИИ

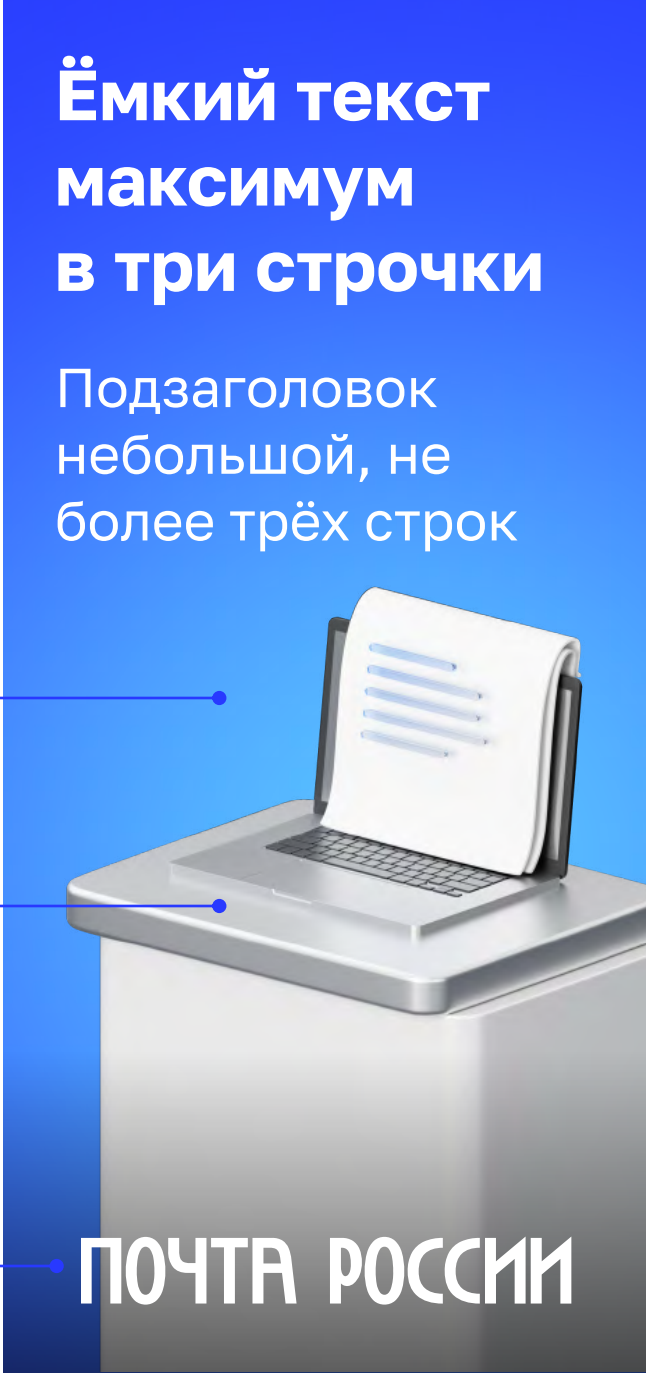
Перед употреблением необходимо проконсультироваться со специа-листом и ознакомиться с инструкцией. Реклама, Рекламода-тель: АО «Почта России» (ИНН 7724490000)

Пропорции графики

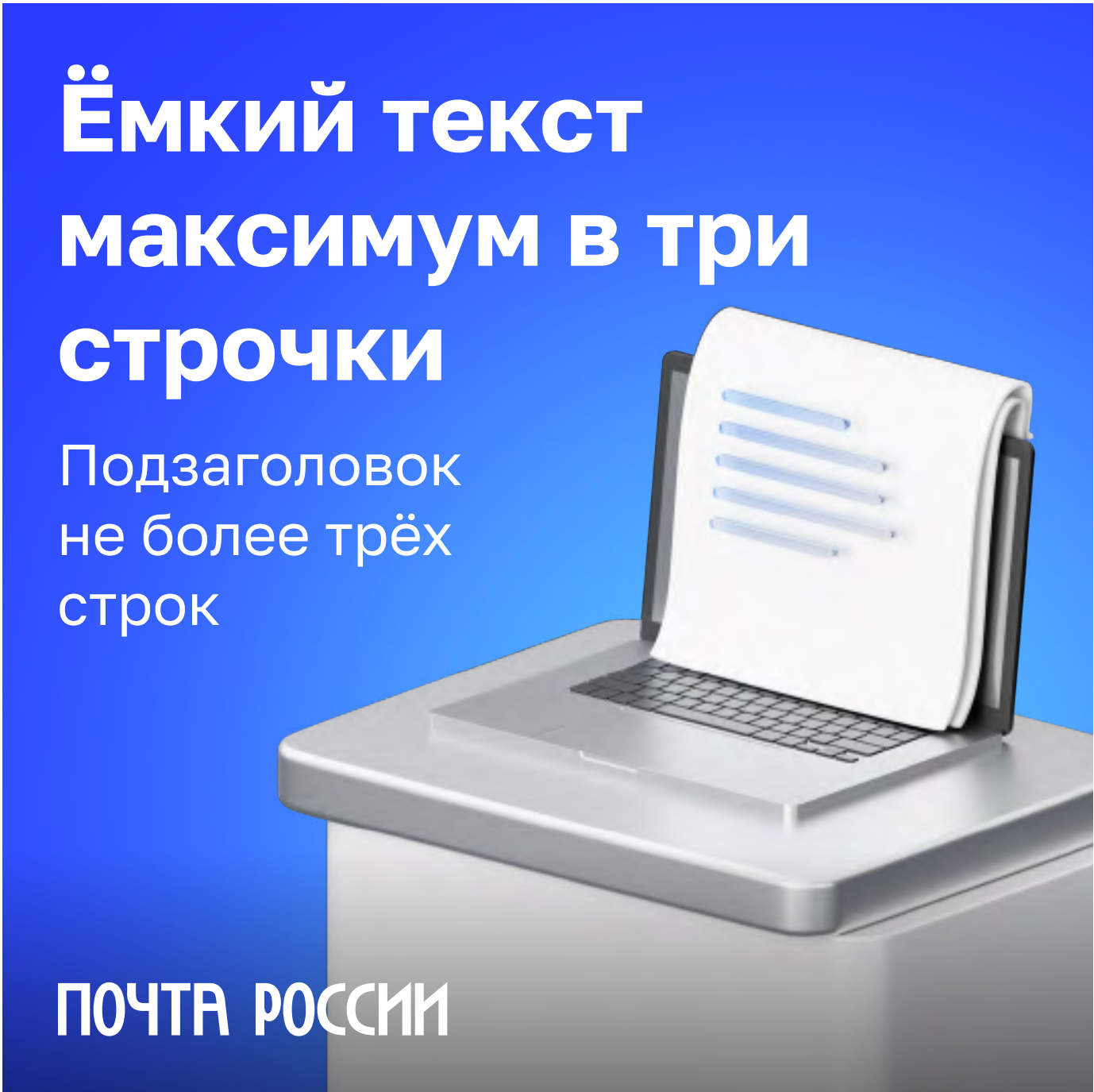
При создании графики учитываются форматы и то, как будет меняться композиция в баннерах разных пропорций: вертикаль, квадрат, горизонталь. Особое внимание уделяется масштабу заголовка.

- Для усиления контрастности иллюстраций акцентный цвет необходимо располагать всегда под иллюстрациями.
- Изображение на баннере должно быть контрастным по отношению к фону, в стилистике и цветах бренда. Для вертикальных форматов картинка всегда обрезается по правой стороне, для горизонтальных — выравнивается по центру относительно свободной от текста части баннера.
- Чтобы повысить контрастность логотипа, допустимо использование полупрозрачной чёрной подложки с растяжкой цвета в зоне расположения логотипа от 60% до 0%.

240 × 515



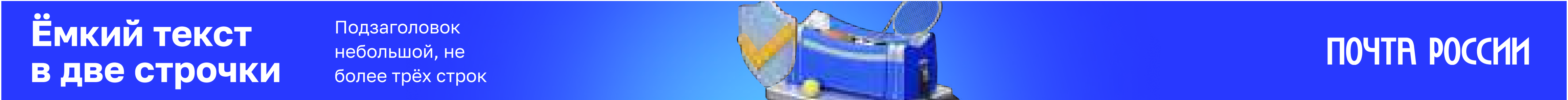
515 × 515



919 × 250



1735 × 110

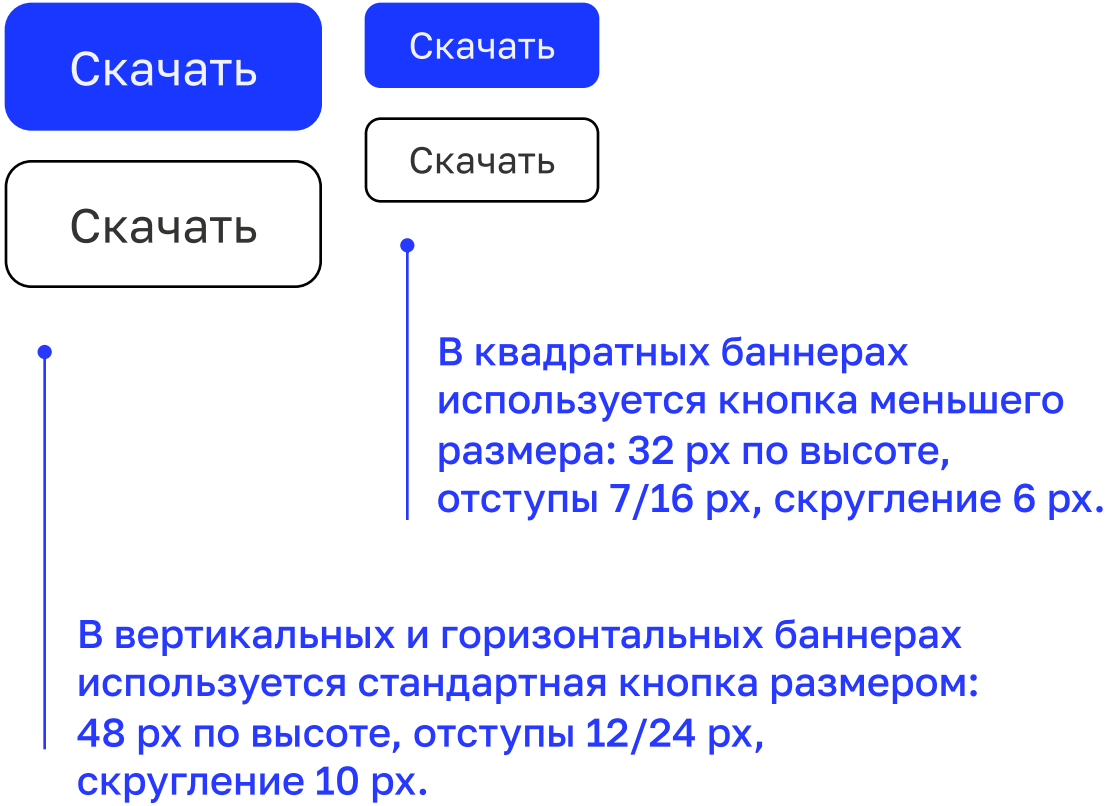


Правила
расположения кнопки

Кнопка не используется во внешних рекламных кампаниях. Кнопкой является вся поверхность баннера.

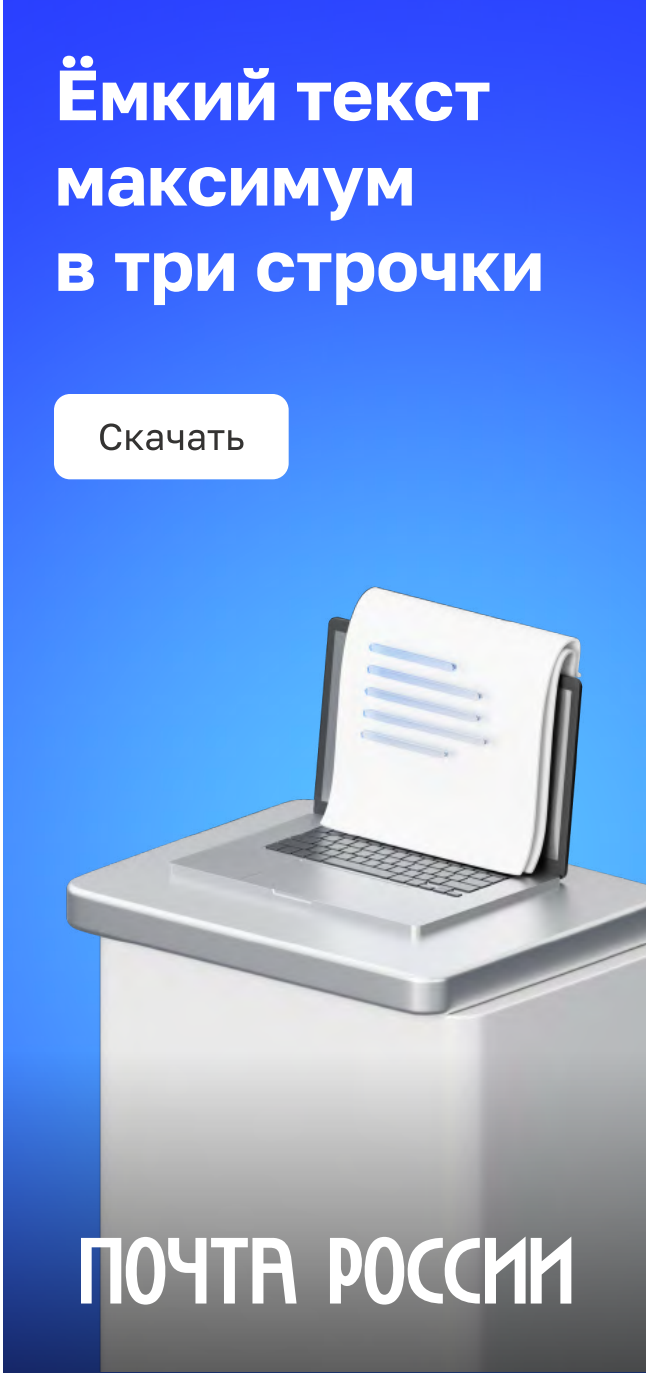
Если наличие кнопки требуется спецификой отдельной рекламной кампании, то при её размещении необходимо следовать следующим правилам:

- использовать кнопку только в случае наличия на баннере прямой рекламы продукта с глаголом целевого действия в одно слово;
- к допустимым целевым глаголам относятся: установить, скачать, оформить (кнопка должна вести на посадочную страницу продукта).

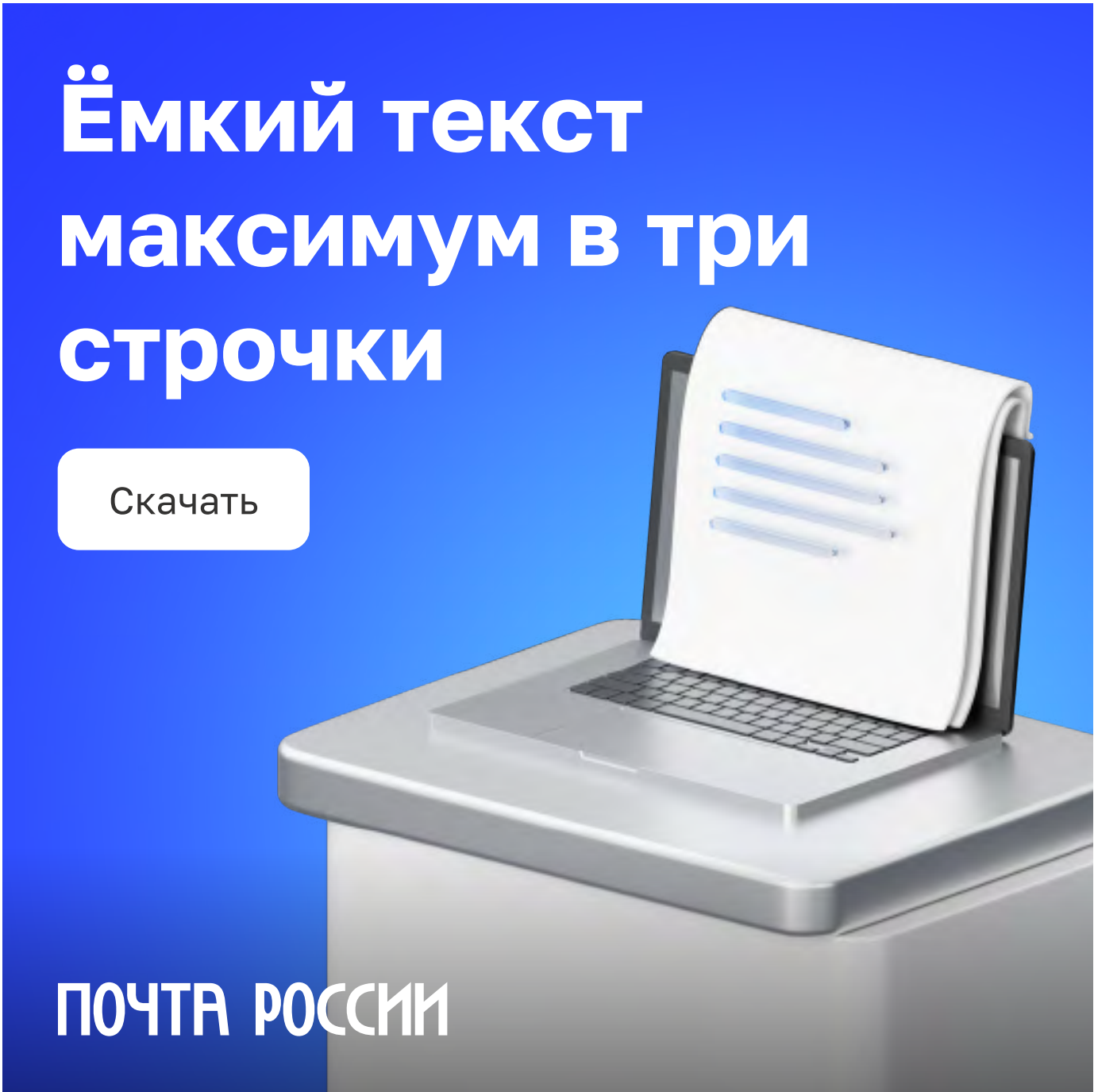


При наличии на баннерах кнопки объём основного текста следует уменьшить. Подзаголовки не используются.

240 × 515



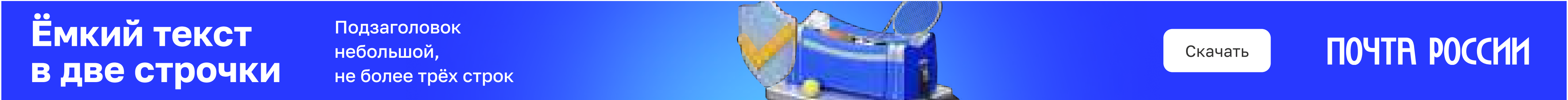
515 × 515



919 × 250



1735 × 110



Полиграфическая
рекламная продукция

ПОЧТА РОССИИ

1. Типографика
2. Поля и логотип
3. Сноски, телефон, QR-код и возрастной ценз
4. Юридическая информация
5. Разделительная плашка
6. Изображения
7. Организация текста
8. Рекомендуемый размер кегля для стандартных форматов
9. Типизация полиграфических материалов
10. № 1 Собственные рекламные размещения
11. № 2 Партнёрская и кобрендинговая рекламная продукция
12. № 3 Внешние рекламные размещения
13. Рекомендации для партнёрского размещения в ОПС

Типографика

Для материалов используется шрифт
Golos Text в трёх начертаниях: Bold,
Medium, Regular.

Ключевое слово в заголовке может
быть выделено цветом.

Интерлиньяж варьируется от 90%
до 130% в зависимости от типа блока
и формата, выбор делает дизайнер
на своё усмотрение.

Размер текста зависит от объёма
контента, выбор делает дизайнер
на своё усмотрение. Пропорции
соблюдаются в случаях, если:

- 1. Заголовок 3х — подзаголовок 1.5х.
- 2. Заголовок 4х — подзаголовок 2х.
- 3. Заголовок 6х — подзаголовок 3х.

Расстояние между текстовыми
блоками определяется высотой
строчной буквы подзаголовка.

Расстояние до сноски в рекламных
материалах является исключением.
Она располагается в привязке к краю
или объекту.

Блок с юридической информацией
имеет минимальный отступ сверху,
равный высоте строчной буквы
подзаголовка.

Заголовок
Golos Bold. Интерлиньяж —
90-100%. Масштаб — 3х/4х/6х.
Максимум 40 символов
в 3 строчки.

Подзаголовок
Golos Medium. Интерлиньяж —
100-120%. Масштаб —
1.5х/2х/2.5х. Максимум 60
символов в 2 строчки.

Основной текст
Golos Regular. Интерлиньяж —
120-130%. Масштаб — 1х.
Рекомендуется не использовать
в рекламных материалах.

Сноска
Golos Regular. Интерлиньяж —
110%. Масштаб — 0,75х.
Максимум 70 символов
в 3 строчки.

Юридическая информация
Golos Regular. Интерлиньяж —
100%. Масштаб — 0,5х.
Юридическая информация.

Заголовок максимум в три строки

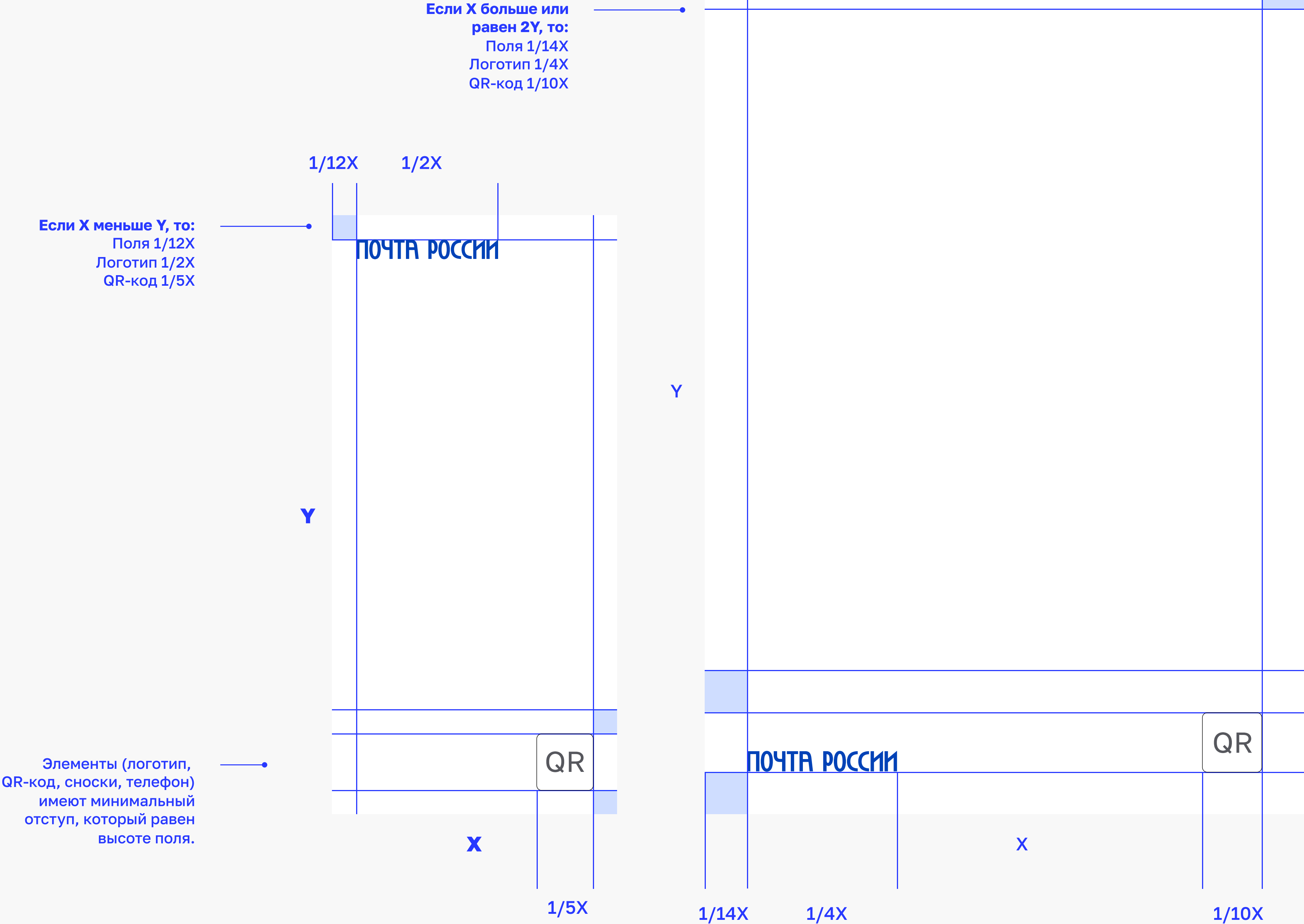
Дополняющий подзаголовок максимум в две строки

Россия — самая большая по площади страна в мире. Её жители расселились на 17 миллионах квадратных километрах в совершенно разных ландшафтах и климатических условиях. И Почта России последовала за ними — ведь независимо от места проживания людям важно отправлять и получать почту. Так открылись отделения, которые практически на краю земли стали основным источником связи.

Самое северное отделение – 163110. Остров Гукера,
Земля Франца-Иосифа, Архангельская область

Россия – самая большая по площади страна в мире. Её жители расселились на 17 миллионах квадратных километрах в совершенно разных ландшафтах и климатических условиях. И Почта России последовала за ними – ведь независимо от места проживания людям важно отправлять и получать почту. Так открылись отделения, которые практически на краю земли стали основным источником связи.

Поля и логотип



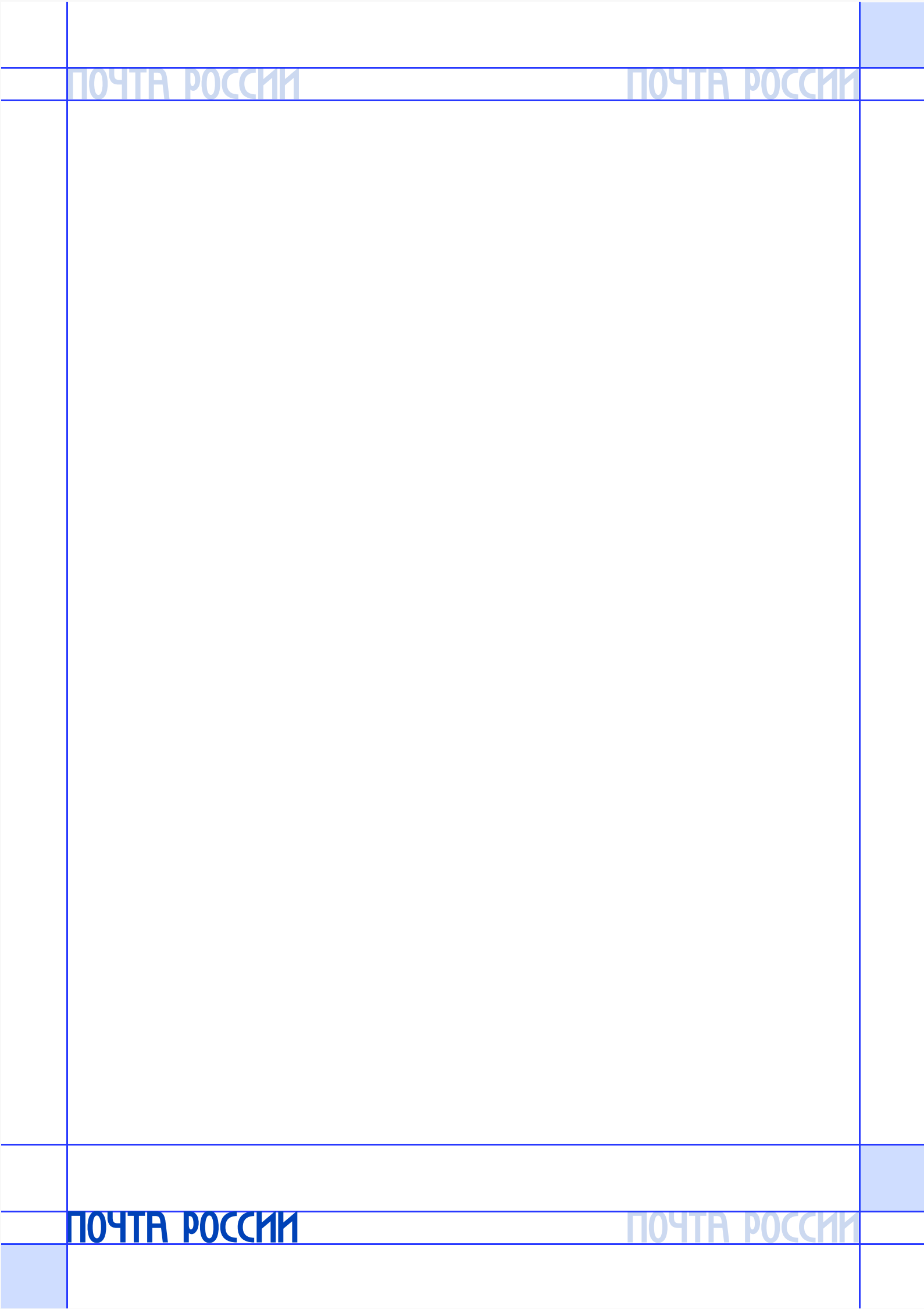
Поля и логотип

Логотип

Размещается в одном
из краёв поля макета.

Угол с логотипом
остаётся свободным
от других элементов.

Логотип имеет
минимальный отступ,
который равен высоте
поля макета.



Полиграфическая
рекламная продукция

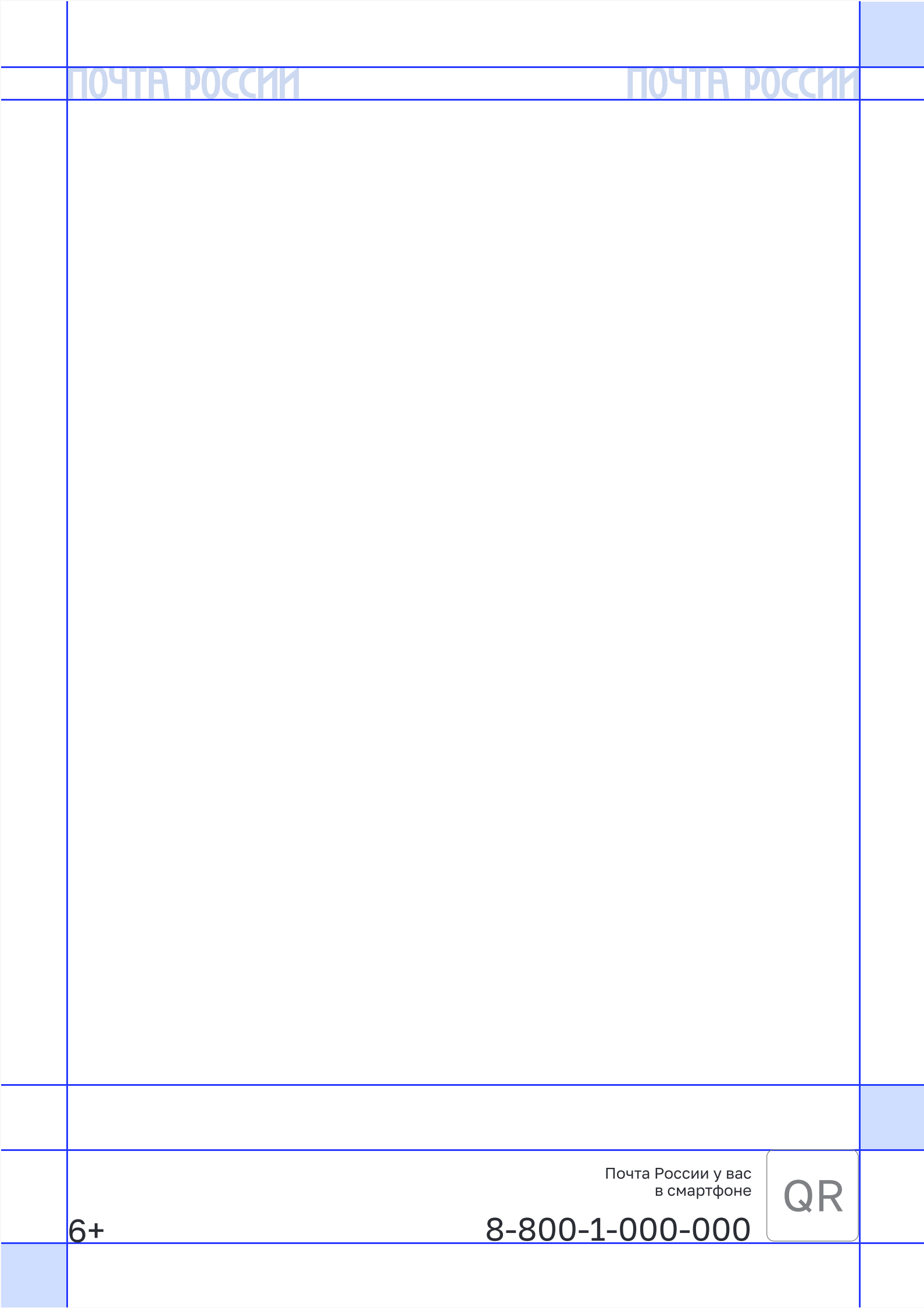
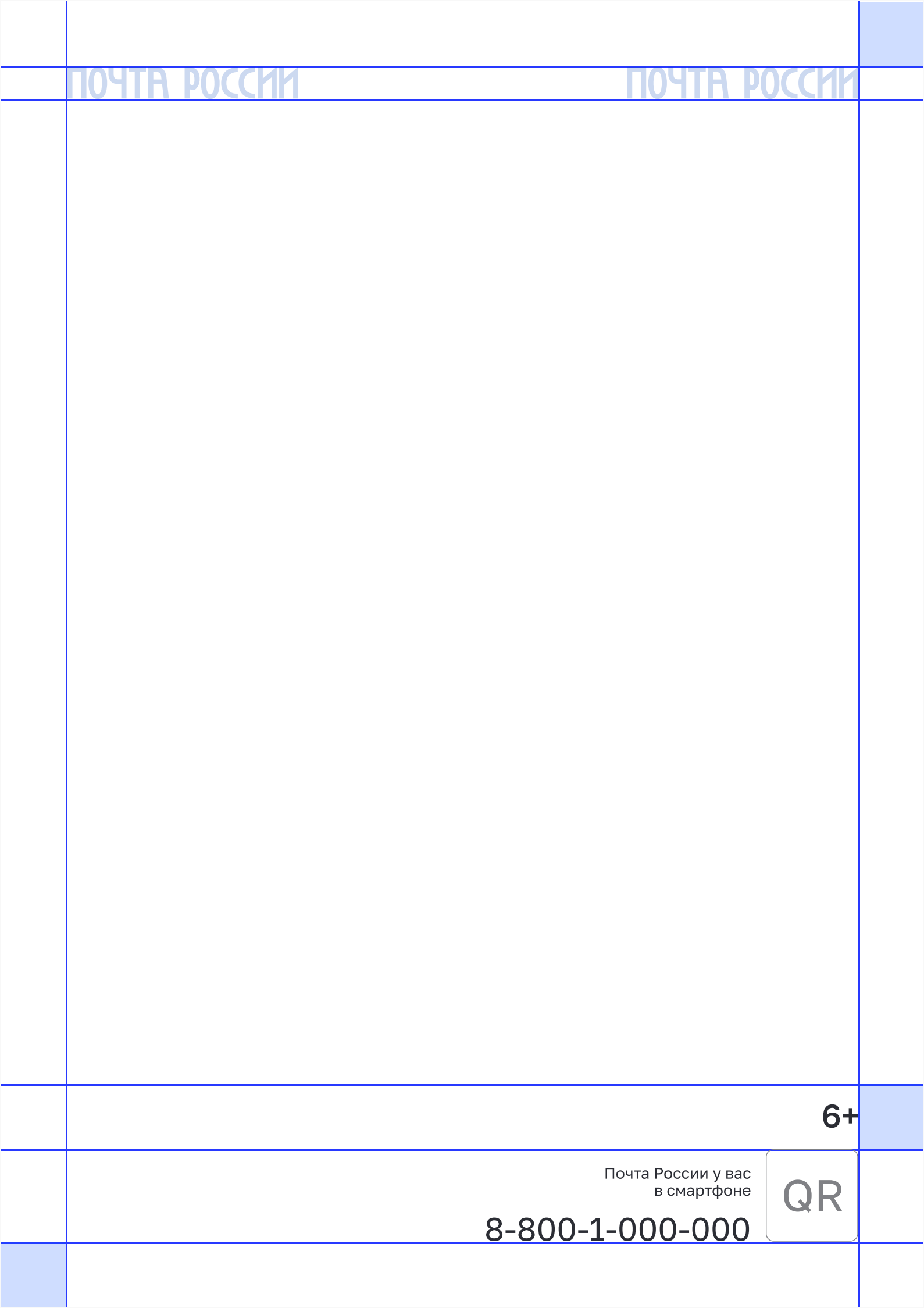
Сноски, телефон, QR-код и возрастной ценз

Сноска
Golos Regular. Интерлиньяж — 110%. Масштаб — 0,75х. Может быть прикреплена к одному из нижних углов макета, не занятых логотипом. Выравнивание по правой стороне только в том случае, если сноска расположена в нижнем правом углу.

QR-код
Масштаб — 1/10X. Размещается в одном из углов нижней части макета, не занятых логотипом. Иногда к QR-коду может добавляться сноска и возрастной ценз, они должны быть прикреплены к QR-коду и находиться на расстоянии высоты двух заглавных букв сноски (сверху — ценз, снизу — сноска). QR-код имеет минимальный отступ, который равен высоте поля макета.

Телефон
Golos Regular. Интерлиньяж — 110%. Должен быть расположен в одном из нижних углов макета, не занятых логотипом. К телефону может добавляться сноска, она должна быть выше телефона и находиться на расстоянии высоты двух заглавных букв сноски. Также к телефону может добавляться QR-код и возрастной ценз — в любом нижнем углу.

Возрастной ценз
Golos Regular. Масштаб — 1,5х. Если ценз относится к QR-коду, то его следует располагать сбоку или сверху с отступом, равным высоте двух заглавных букв сноски. Если ценз относится ко всему макету, то его можно разместить в любом нижнем углу, не занятом логотипом.



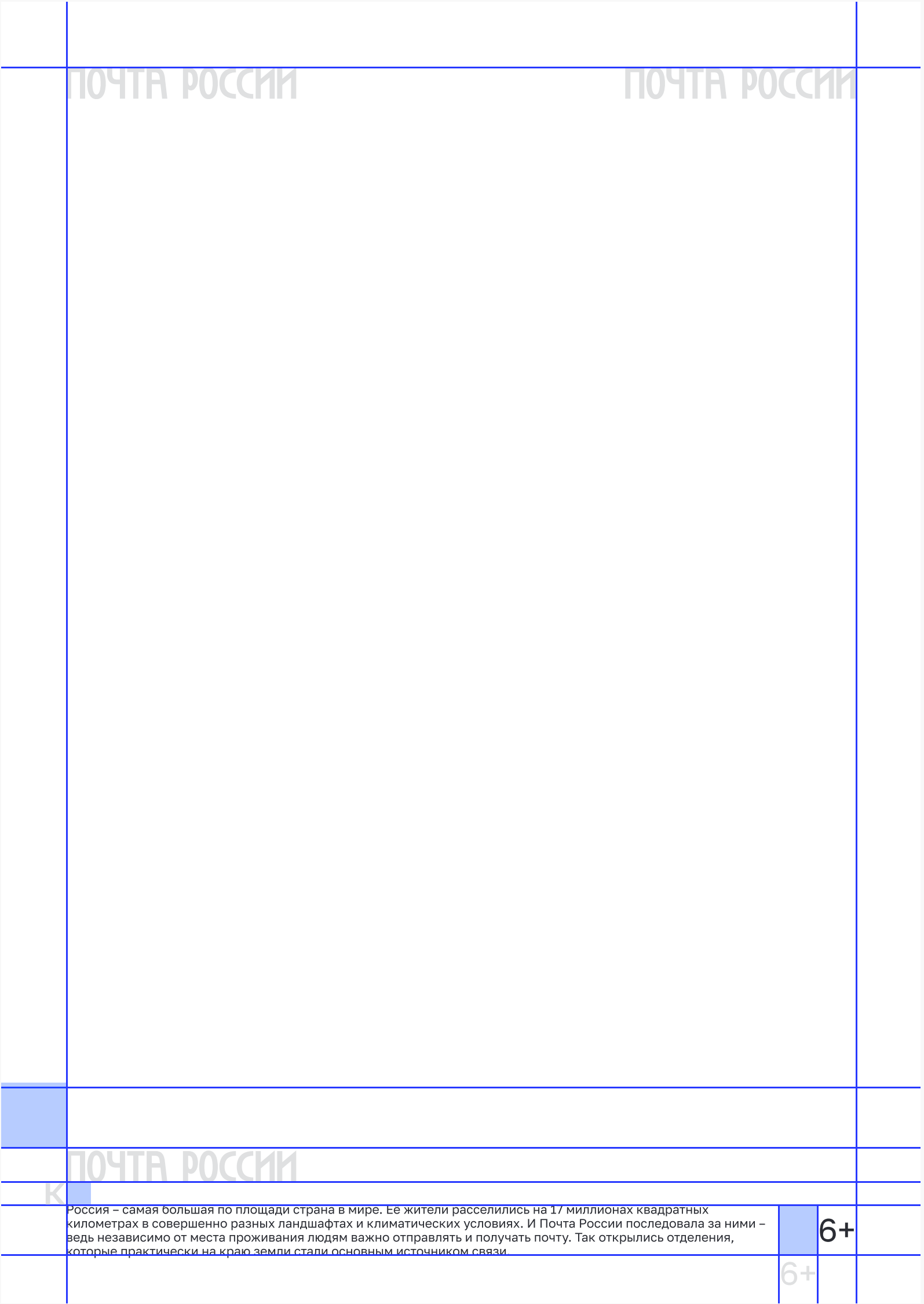
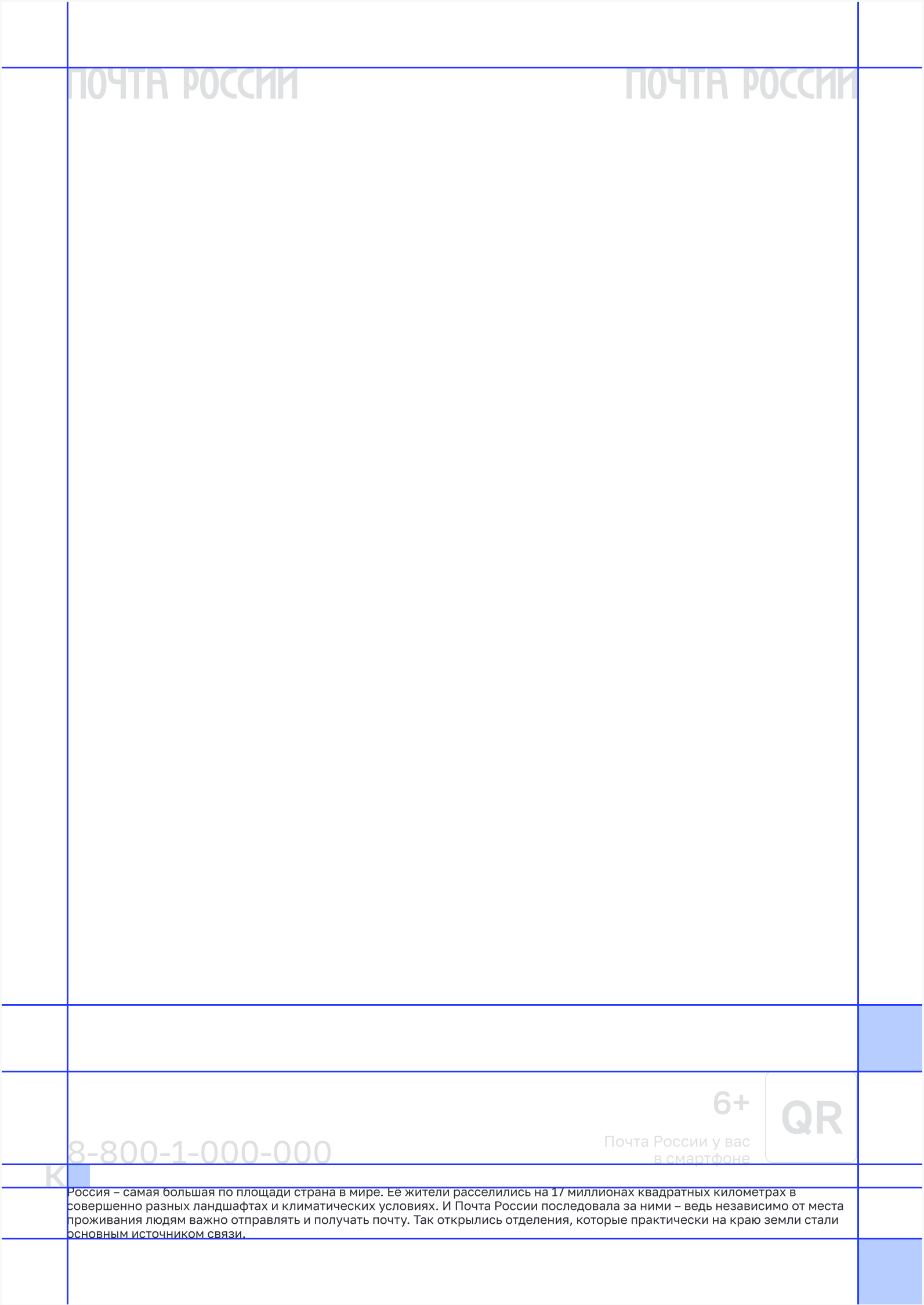
Юридическая информация

Для размещения юридической информации приняты следующие правила: масштаб — 0,5x, Golos Regular, положение — по нижней границе полей макета, минимальный отступ сверху равен высоте одной буквы подзаголовка.

Важно: юридическая информация должна считываться потребителем без затруднений.

К юридической информации разрешается добавлять указание на возрастной ценз. В этом случае оно располагается в одном из нижних углов макета. Надпись нужно выровнять по нижней границе блока юридической информации и выдержать расстояние, равное размеру блока возрастного ценза.

В материалах с юридической информацией и QR-кодом последний размещается по нижней границе макета с отступом до блока юридической информации, равным высоте поля макета.



Разделительная плашка

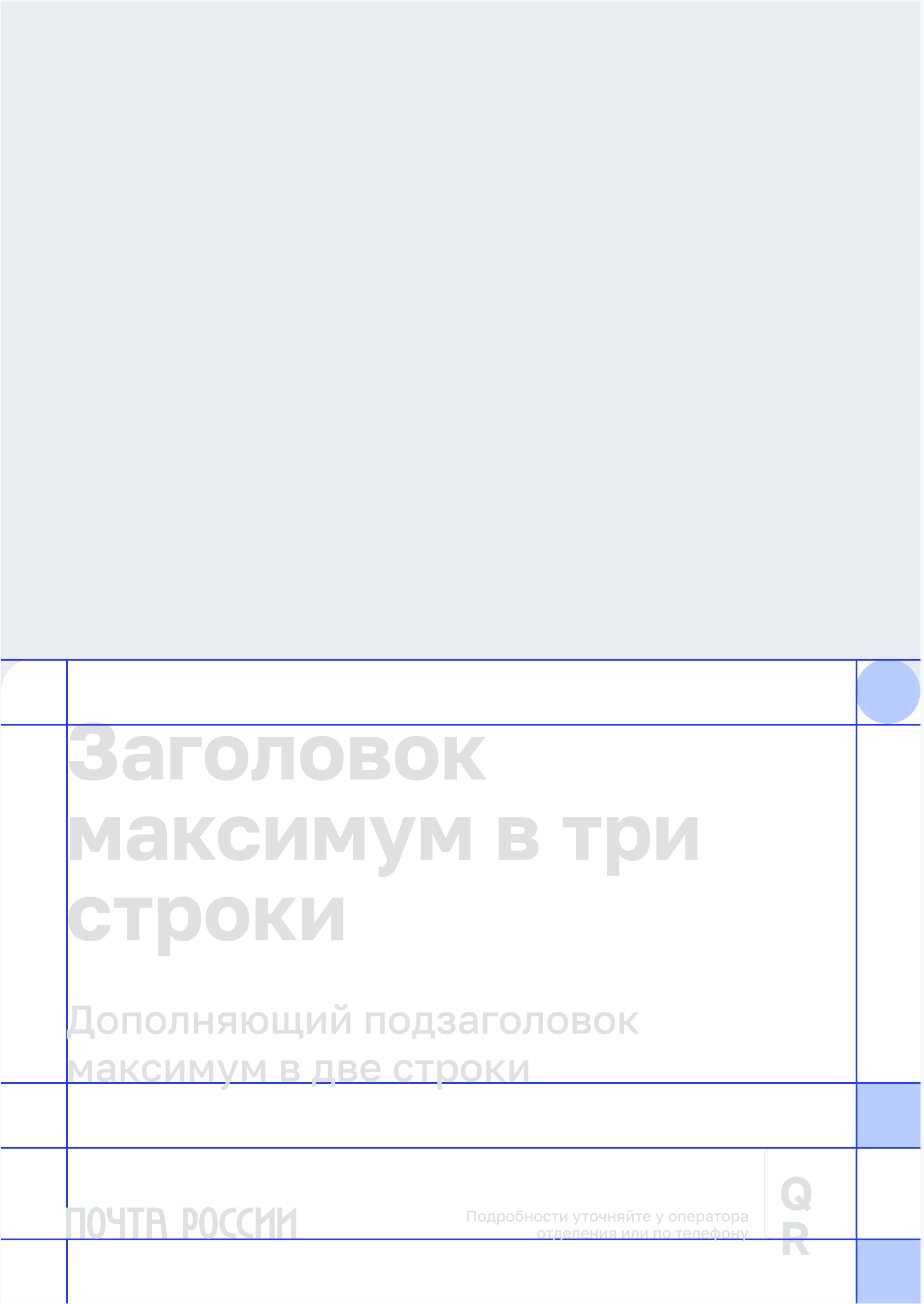
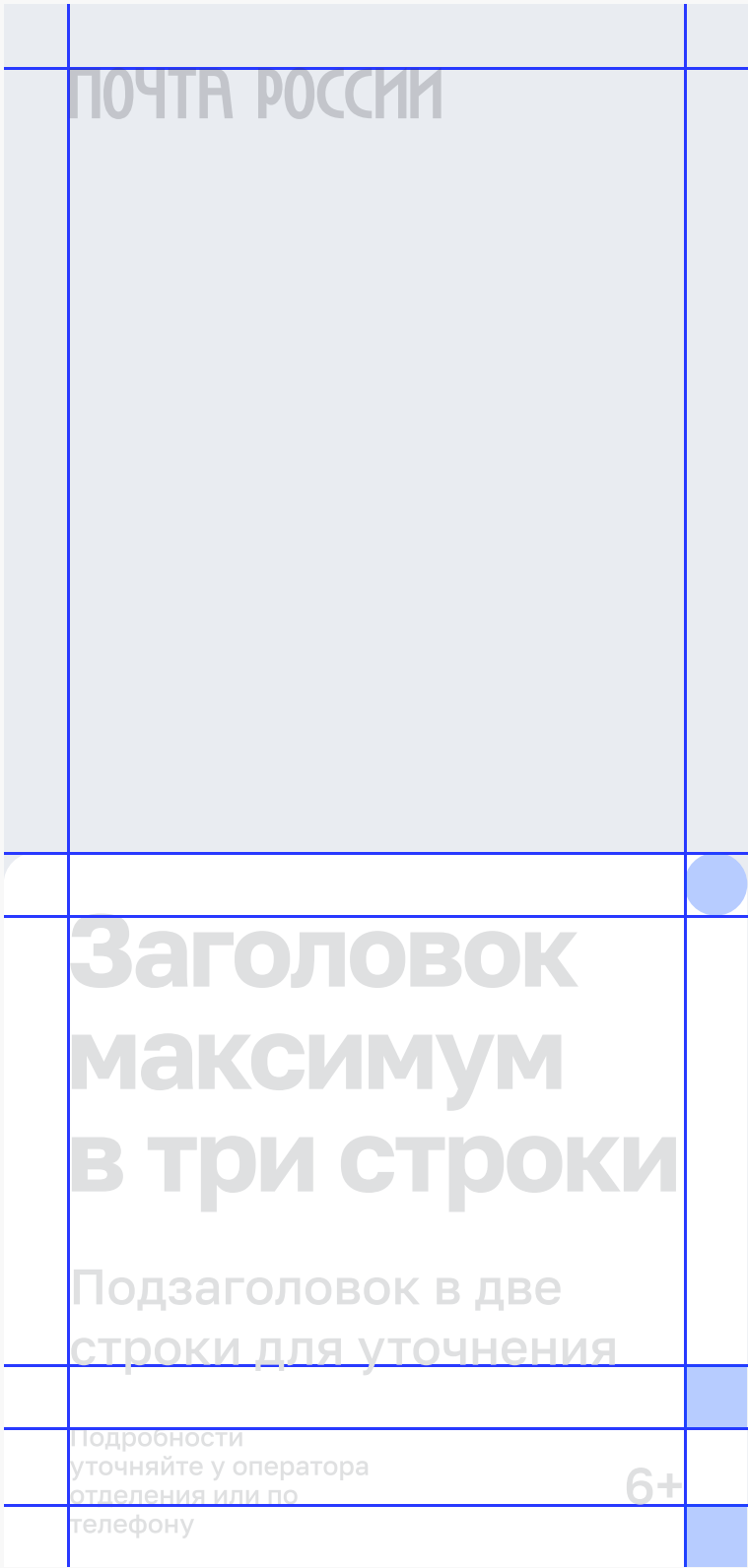
Плашка используется
в следующих случаях:

- 1. При необходимости разделить изображение и текст.
- 2. При необходимости увеличить размер изображения.
- 3. При необходимости внести изменения вручную (графа для номера телефона/адрес/индекс и т. д.).
- 4. Работы со специальными материалами, правила размещения которых требуют вёрстки с плашкой.

Высота разделительной плашки зависит от объёма контента, верхняя граница текста не должна нарушать внутренние поля плашки (они равны полям основного макета).

Радиус скругления плашки соответствует кругу и равен по высоте размеру полей.

В материалах 1.1.1. (стр. 180) на разделительной плашке присутствуют одноцветные фоновые элементы. Элементы должны отражать суть предложения и занимать приблизительно 50% плашки.



Изображения

Для рекламных материалов
используются разные виды
изображений:

- 1. Фотографии (Фотостиль)
- 2. 3D-иллюстрации (3D-иллюстрации)
- 3. Векторные иллюстрации (Векторные иллюстрации)

При размещении изображений
рекомендуется использовать
максимально крупный размер,
допустимый правилами.

Изображение обрезано



Изображение растянуто



Изображение привязано
к нижней границе
и выглядит хорошо



Заголовок
с важной
информацией



Заголовок
с важной
информацией



Заголовок
с важной
информацией



Организация текста

Golos Text Medium, 0,90x

Для выделения услуг или преимуществ используются плашки с иконками, подходящие по смыслу



В мобильном приложении



На сайте podpiska.pochta.ru



В любом почтовом отделении

Правило



На сайте podpiska.pochta.ru



Вертикальное расстояние от края иконки до плашки равно высоте строчной буквы, а горизонтальное расстояние справа равно высоте двух строчных букв.

Услуги располагаются на всю ширину макета. Если плашка нарушает поля, её необходимо перенести на следующую строчку.

Только этот вид плашек можно помещать на изображения.

Golos Text Medium, 0,90x

Если подходящей иконки нет, используются прозрачные плашки с обводкой.

В мобильном приложении

В любом почтовом отделении

На сайте podpiska.pochta.ru

Правило

В мобильном приложении



Вертикальное расстояние от края текстового блока до плашки равно высоте строчной буквы, а горизонтальное расстояние равно высоте двух строчных букв.

Плашки располагаются на всю ширину макета. Если плашка нарушает поля, её необходимо перенести на следующую строчку.

Golos Text Regular, 1x

Если возникает потребность показать порядок действий или список, используется цифра в круге. Цифры стоит использовать только в том случае, если необходимо указать последовательность или количество.

- 1 Выбирайте нужные товары на маркетплейсах
- 2 Укажите доставку Почтой России
- 3 Получите скидку

Правило



1 В мобильном приложении



Высота цифры соответствует размеру основного текста, а круг по высоте равен трём строчным буквам. Расстояние между кругом и текстом равно высоте двух строчных букв.

Не используются стандартные буллиты и нумерация в полиграфических рекламных материалах.

- В мобильном приложении
- На сайте podpiska.pochta.ru
- В любом почтовом отделении

1. В мобильном приложении
2. На сайте podpiska.pochta.ru
3. В любом почтовом отделении

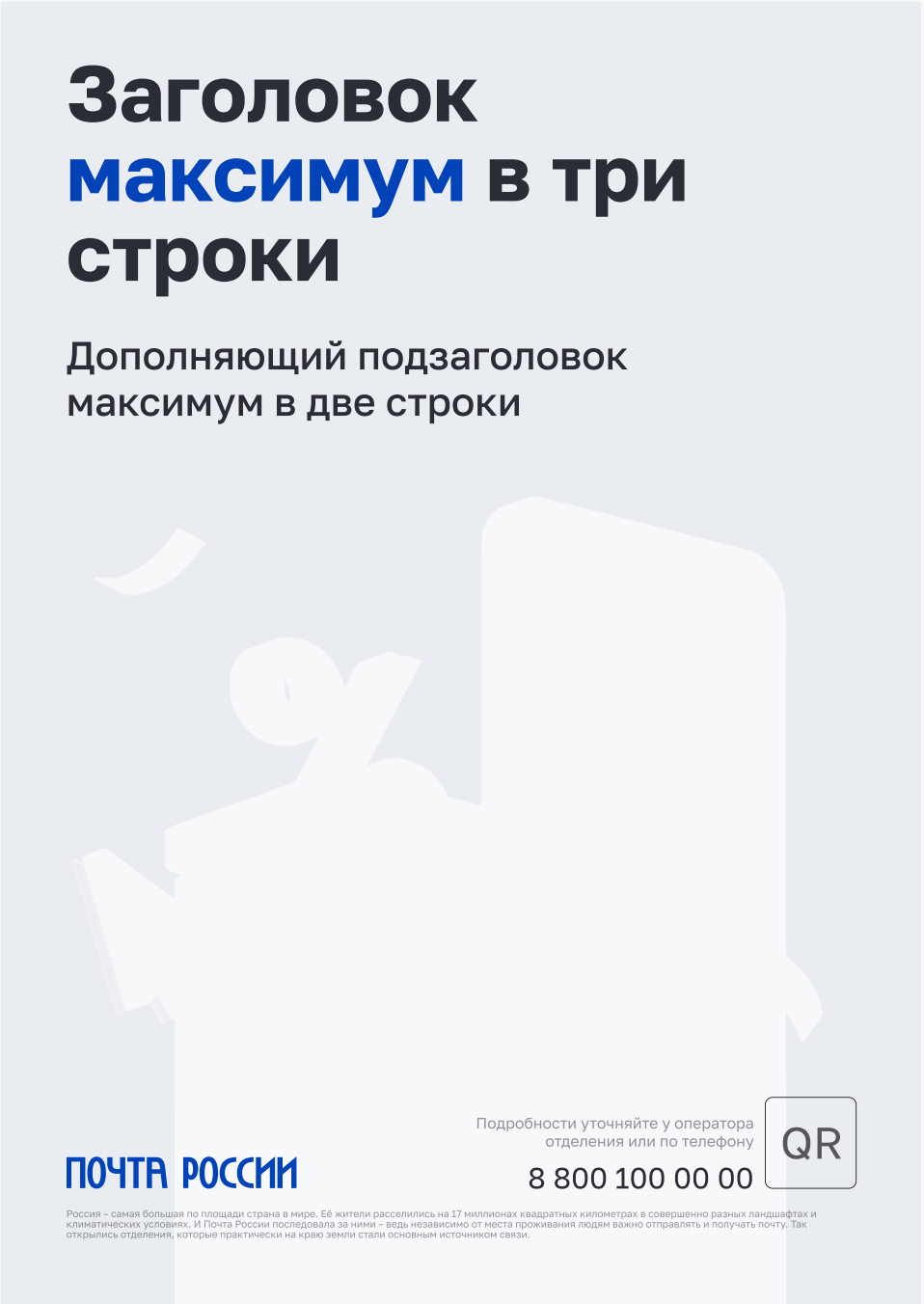
Полиграфическая
рекламная продукция

Рекомендуемый размер кегля для стандартных форматов

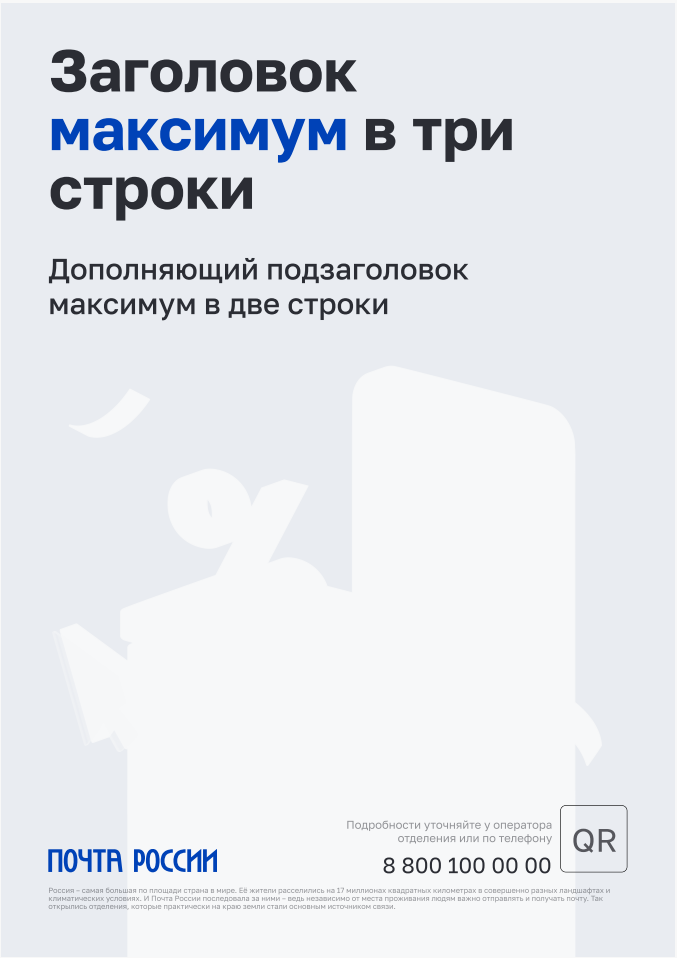
Для достижения наилучшего
результата можно менять масштаб,
но лучше придерживаться размеров
из таблицы.

**Важно: юридическая информация
должна считываться потребителем
без затруднений.**

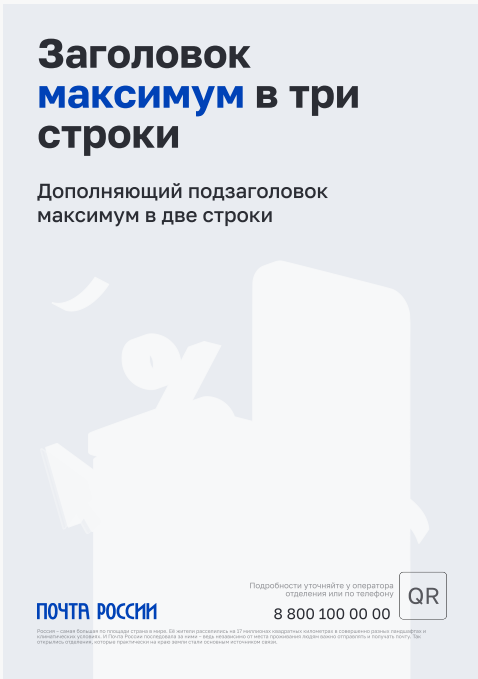
A1



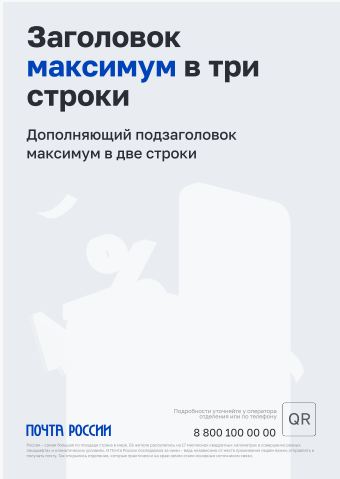
A2



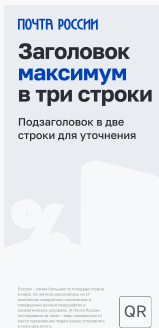
A3



A4



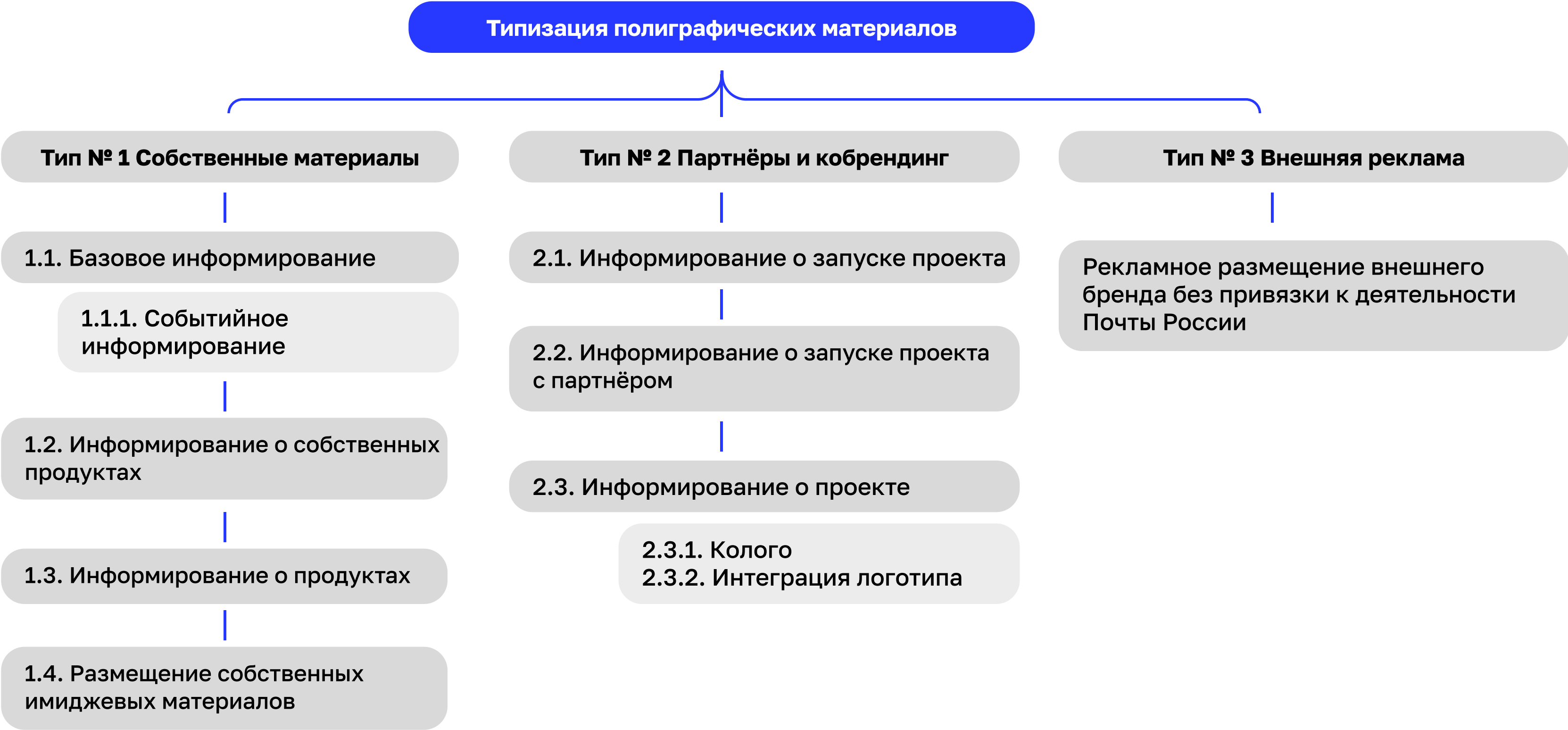
A5/
98 x 210



Заголовок	3x 39 pt	4x 52 pt	4x 72 pt	4x 104 pt	4x 144 pt
Подзаголовок	1,5x 19 pt	2x 26 pt	2x 36 pt	2x 52 pt	2x 72 pt
Основной текст	1x 13 pt	1x 13 pt	1x 18 pt	1x 26 pt	1x 36 pt
Текст на плашке	0,9x 11 pt	0,9x 11 pt	0,9x 16 pt	0,9x 23 pt	0,9x 32 pt
Сноска	0,75x 10 pt	0,75x 10 pt	0,75x 14 pt	0,75x 20 pt	0,75x 28 pt
Юр. информация	0,5x 7 pt	0,5x 8 pt	0,5x 9 pt	0,5x 13 pt	0,5x 18 pt

Типизация полиграфических материалов

Справа приведены виды баннеров, которые могут быть использованы в кампаниях потенциальных партнёров. Для размещения в системе сайта предусмотрено больше видов баннеров. Подробную информацию необходимо уточнять у куратора портала.



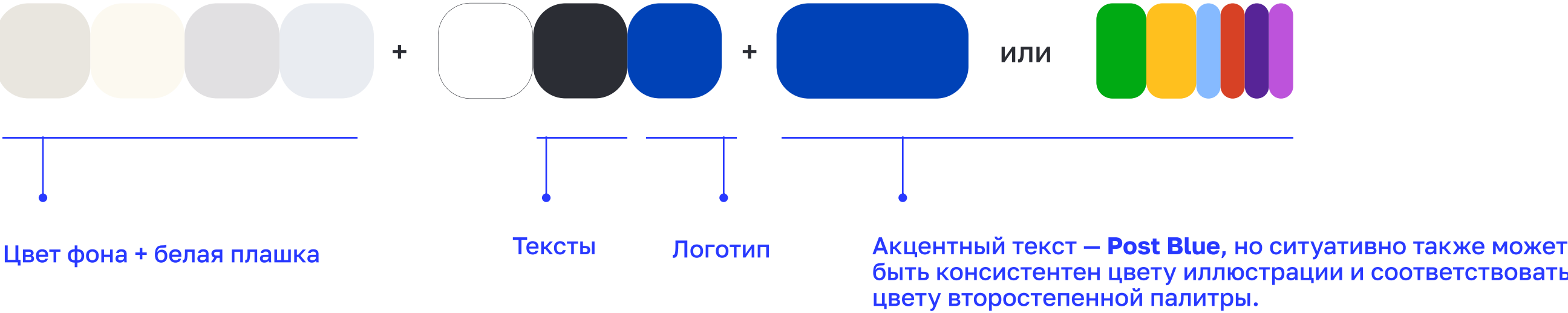
№ 1

Собственные рекламные размещения

№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.1.
Использование
цветов на примере
плакатов

Стандартная формула сборки плаката 1.1.



Стандартный плакат всегда размещается на однотонном фоне нескольких оттенков.

При этом используется следующая формула:

Фон:
2 цвета + тёмный текст + синий лого + 2-3 цвета в иллюстрации, один из которых акцентный в заголовке (чаще всего синий).

#E9E6DF
Основной фон для тёплых картинок

#FCF9F0
Основной фон для тёплых картинок

#E1E0E2
Основной фон для холодных картинок

#E9ECF1
Основной фон для холодных картинок

#FFFFFF
Плашки

#2B2D34
Тексты

#0042B7
Логотип
и акцентный текст

№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.1.
Базовое
информирование
о собственных
продуктах, проектах,
сервисах

Примеры материалов 1.1.

Акцентный текст

Заголовок

максимум в три строки

Дополняющий подзаголовок

максимум в две строки

Почта России

8 800 100 00 00

QR

Основной фон для изображений в холодных тонах

Графика

Заголовок

максимум в три строки

Дополняющий подзаголовок

максимум в две строки

Почта России

8 800 100 00 00

QR

Логотип

Текстовые блоки

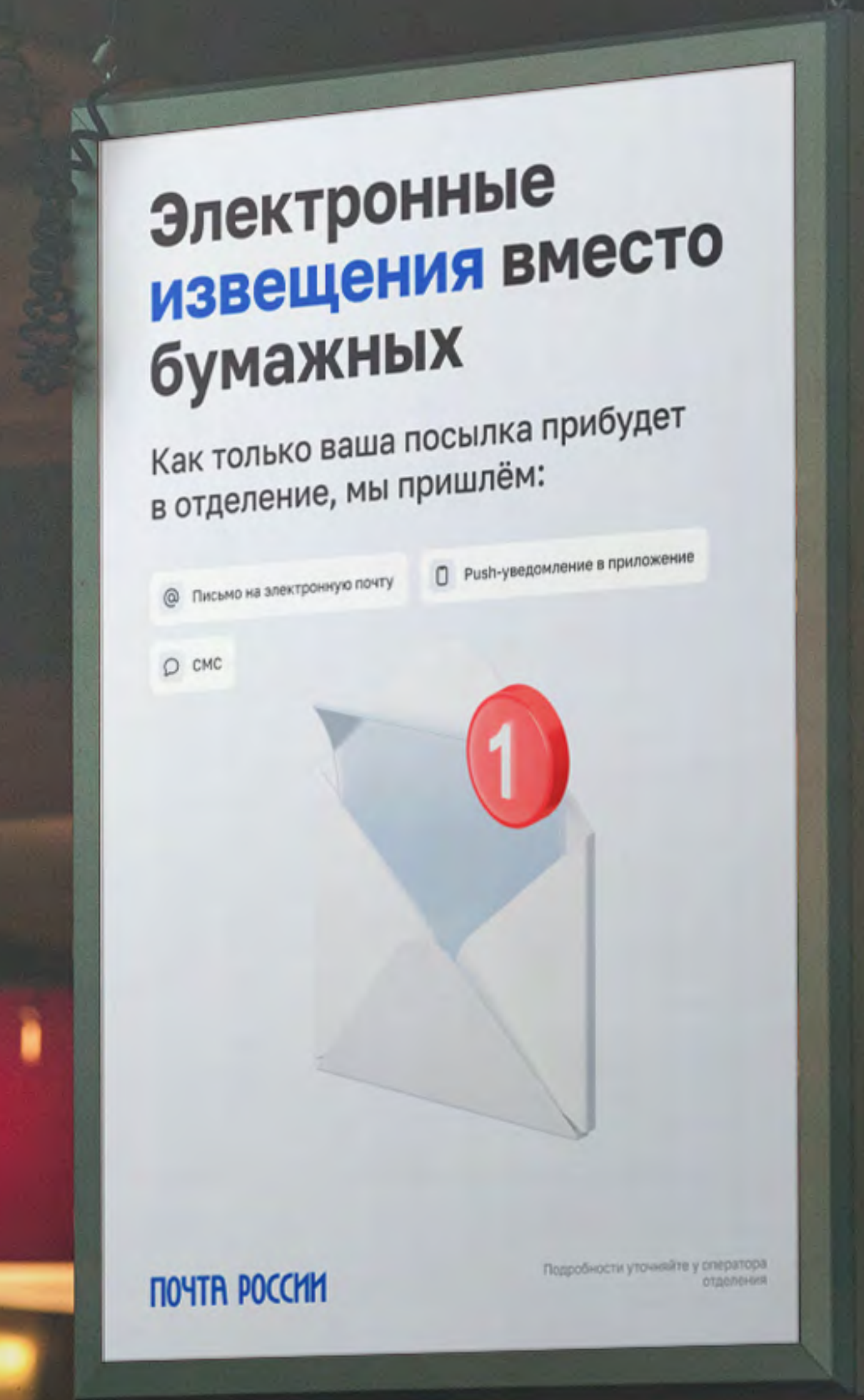
Полиграфическая
рекламная продукция

№ 1 Собственные рекламные размещения

1.1.

Пример использования на носителях

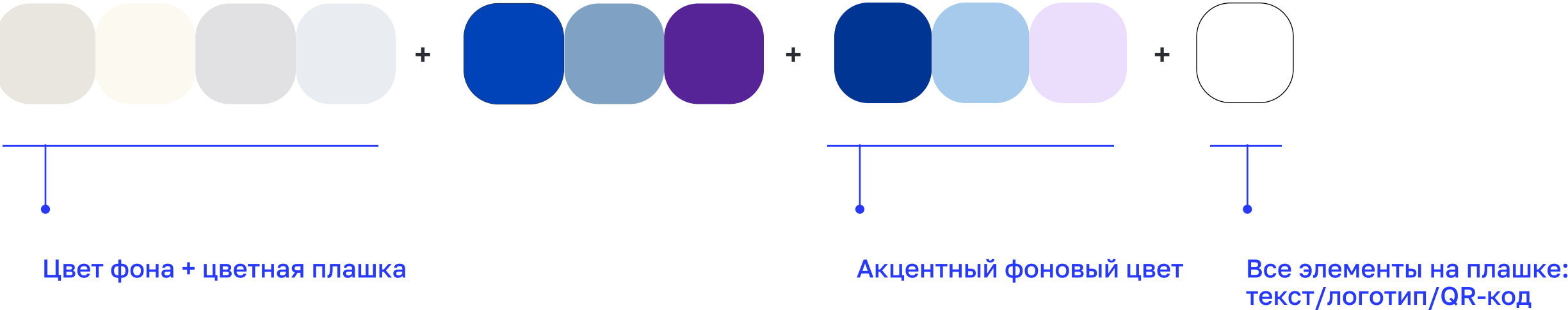
Используются световые рекламные
панели соответствующих форматов.
В стандартном исполнении
выполняются световые рекламные
панели формата А0, А1 и А2.



№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.1.1.
Использование
цветов на примере
плакатов

Стандартная формула сборки плаката 1.1.1. Событийка, сезонность в рамках 3 цветов.



Стандартный плакат
всегда размещается
на однотонном фоне
нескольких оттенков.

При этом используется
следующая формула:

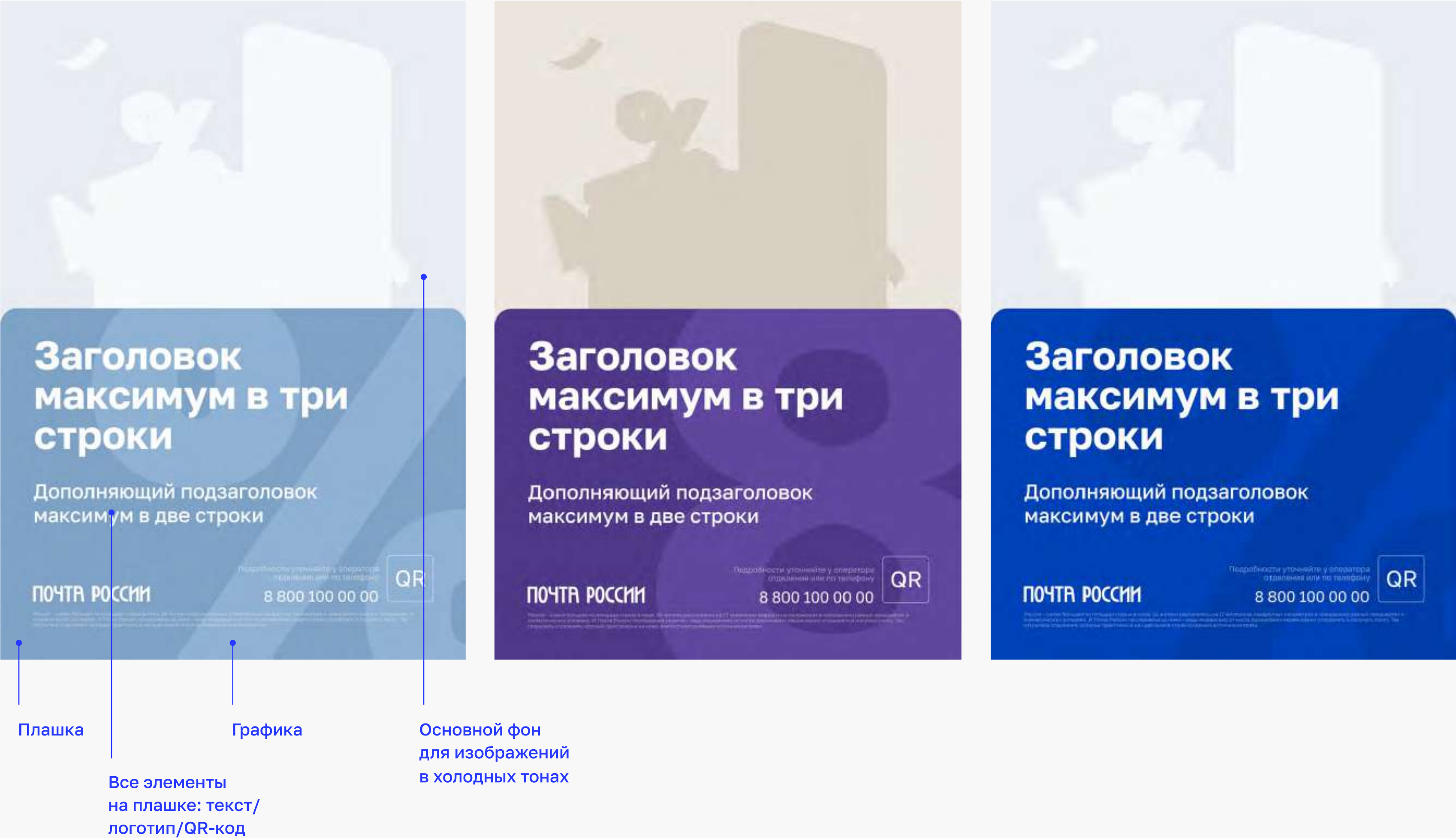
Фон:
2 цвета + тёмный текст +
синий лого + 2-3 цвета
в иллюстрации, один
из которых акцентный
в заголовке (чаще всего
синий).

#E9E6DF Основной фон для тёплых картинок		
#FCF9F0 Основной фон для тёплых картинок	#572497 Плашка	#60489D Графика
#E1E0E2 Основной фон для холодных картинок	#7FA2C5 Плашка	#90B1D2 Графика
#E9ECF1 Основной фон для холодных картинок	#0042B7 Плашка	#003DA9 Графика
		#FFFFFF Тексты

№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.1.1.
Событийное
информирование
о собственных
продуктах, проектах,
сервисах

Примеры материалов 1.1.1.



Полиграфическая
рекламная продукция

№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.1.1.
Пример
использования
на носителях



**Праздничные
скидки
на подписку до 17%**

С 6 по 12 марта

Специальная цена на 40 федеральных изданий в нашем каталоге

Подробности уточняйте у оператора
отделения или по телефону

ПОЧТА РОССИИ **8 800 800 80 80**



**Скидки
от партнёров
с доставкой Почтой**

Только до 28 ноября

- 1 Выбирайте нужные товары на маркетплейсах
- 2 Укажите доставку Почтой России
- 3 Получите скидку

Подробности уточняйте у оператора
отделения или по телефону

ПОЧТА РОССИИ **8 800 800 80 80**



**Нужно быстро
отправить деньги
в пределах России?**

Выберите почтовый перевод

Наличными или с карты любого банка

В удобное отделение или с доставкой на дом

Подробности уточняйте у оператора
отделения или по телефону

ПОЧТА РОССИИ **8 800 800 80 80**

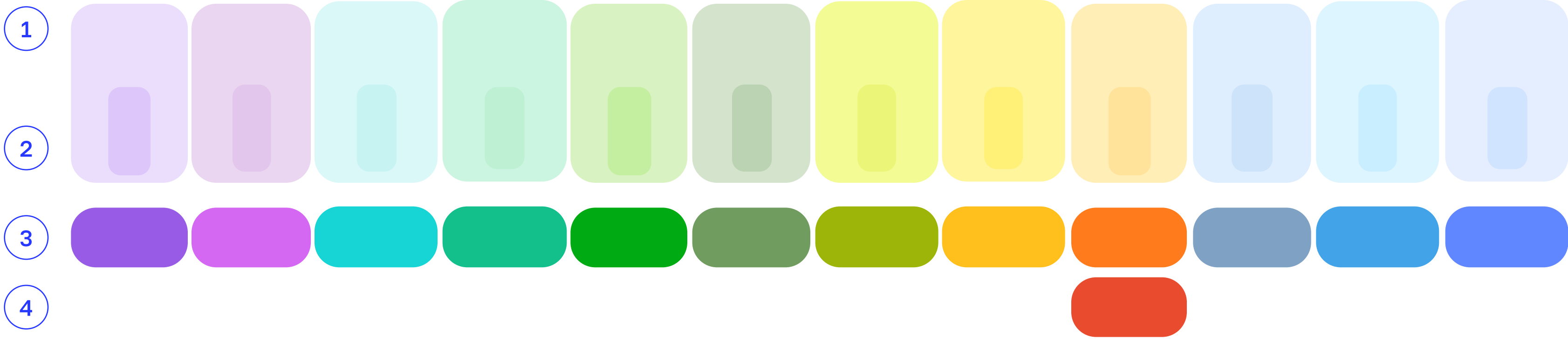
№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.2.
Соотношение цветов
в собственных
рекламных
размещениях

Стандартная формула сборки плаката 1.2.

Для рекламных носителей уровня 1.2. можно
использовать цвета из вспомогательной палитры
бренда, руководствуясь формулой сборки:

- 1 — фон
- 2 — графика
- 3 — акцентный цвет
- 4 — акцентный цвет-исключение

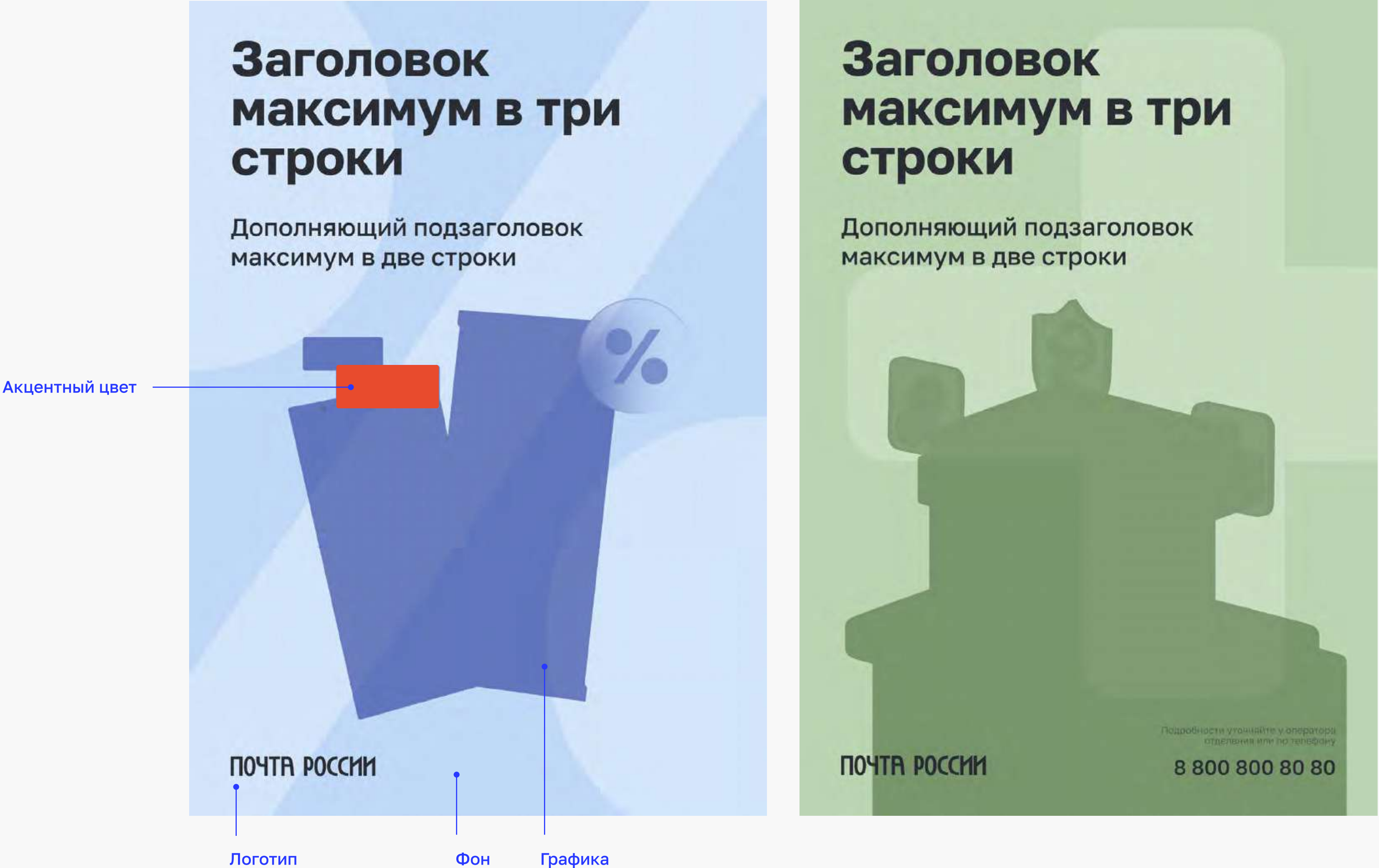


№ 1
Собственные
рекламные размещения

1.2.

Информирование
о собственных
продуктах/проектах/
сервисах, с выделенной
ЦА и/или с имиджевой
значимостью

Примеры материалов 1.2.



№ 1
Собственные
рекламные
размещения

1.2.

Пример
использования
на носителях

**Низкие цены
всегда кстати**

Приобретайте нужные товары
со скидкой во всех отделениях Почты



ПОЧТА РОССИИ

**Аптечный пункт
на почте**

Все нужные лекарства в этом
отделении Почты России



ПОЧТА РОССИИ

8 800 800 80 80

Подробности уточняйте у оператора
отделения или по телефону

**Делайте
выгодные покупки**

Цены на нужные товары
теперь ниже* во всех
отделениях Почты



ПОЧТА РОССИИ

Снижение цен проведено в сентябре-октябре 2022 г.
на все товары повседневного спроса.
Исключение составляет табачная продукция и упаковочная тара.

№ 1
Собственные
рекламные
размещения

Опция 1.3. – 1.4.

Тип № 1 Собственные материалы

1.1. Базовое информирование

1.1.1. Событийное
информирование

1.2. Информирование о собственных
продуктах

1.3. Информирование о продуктах/
услугах/проектах зависимого
бренда (уровень 3 в Архитектуре)

Материалы верстаются
по индивидуальным гайдлайнам
зависимого бренда. Правила
размещения логотипов
зафиксированы в логобуке.

1.4. Размещение собственных
имиджевых материалов

Материалы верстаются
по индивидуальным KV проектов
с опорой на цветовой палитру
Почты России и с соблюдением
основных правил логобука.

Тип № 2 Партнёры и кобрендинг

2.1. Информирование о запуске проекта

2.2. Информирование о запуске проекта
с партнёром

2.3. Информирование о проекте

2.3.1. Колого
2.3.2. Интеграция логотипа

Тип № 3 Внешняя реклама

3. Рекламное размещение внешнего
бренда без привязки к деятельности
Почты России

№ 2

Партнёрская и кобрендинговая рекламная продукция

Полиграфическая
рекламная продукция

№ 2

Партнёрская и кобрендинговая рекламная продукция

2.1.
РИМ посвящён
продукту/проекту/
сервису,
реализованному
на стороне Почты России

Партнёр интегрируется в проект.
Информация о продукте/проекте/
сервисе размещается на партнёрском
стенде Почты России в ОПС.

Подробнее о допустимых носителях —
в «Рекламной, полиграфической
промопродукции в ОПС».

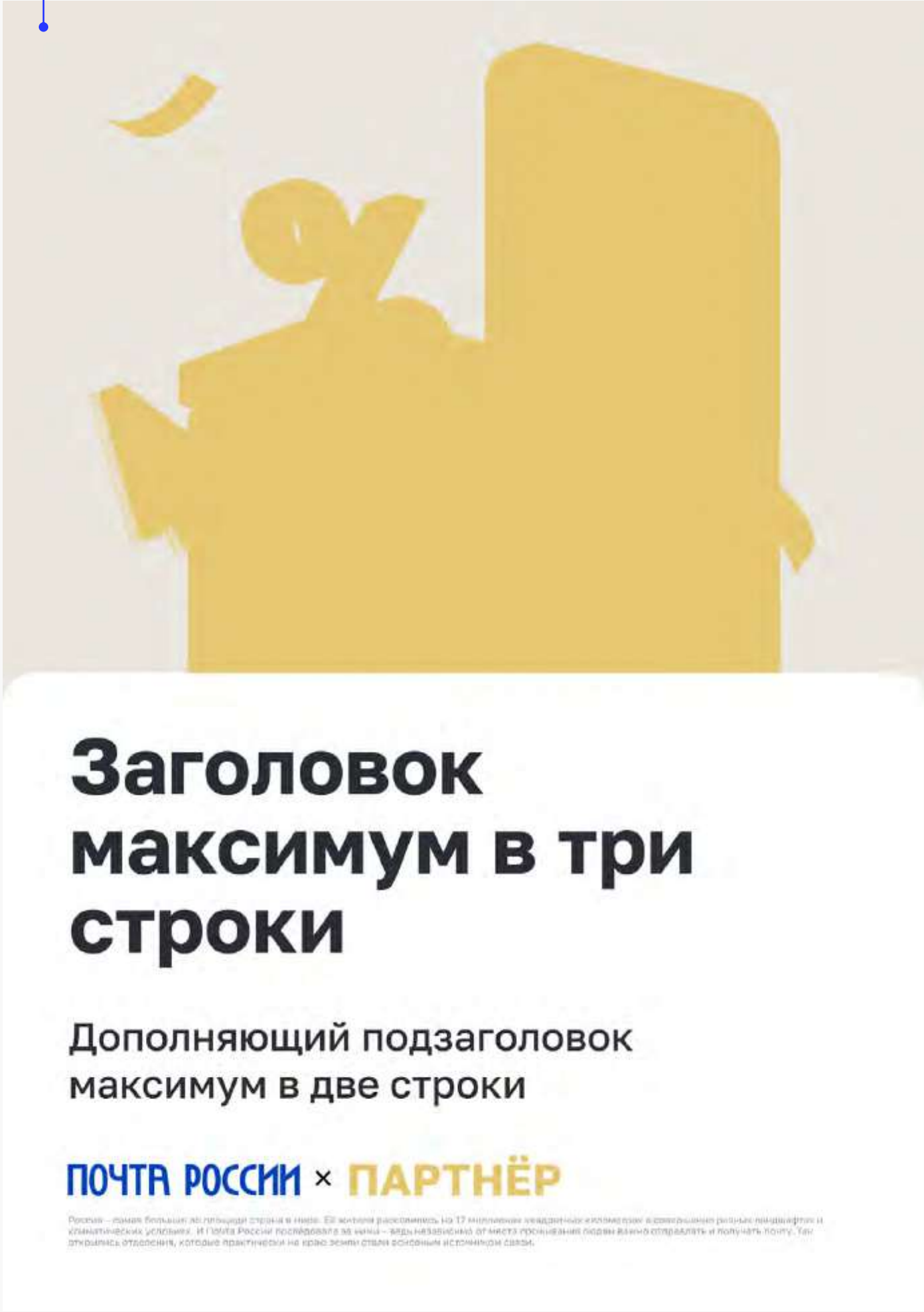
В рамках данного типа
размещения допустимы два
варианта цветовой палитры
плакатов.

В таком случае РИМ
верстается по гайдам
Почты России. Партнёр
интегрируется в 3D-
иллюстрацию и/или
в векторную иллюстрацию,
а также в формате логотипа
бренда.

1. Светло-серый фон для
иллюстрации в холодных тонах



2. Светло-бежевый фон для
иллюстрации в тёплых тонах



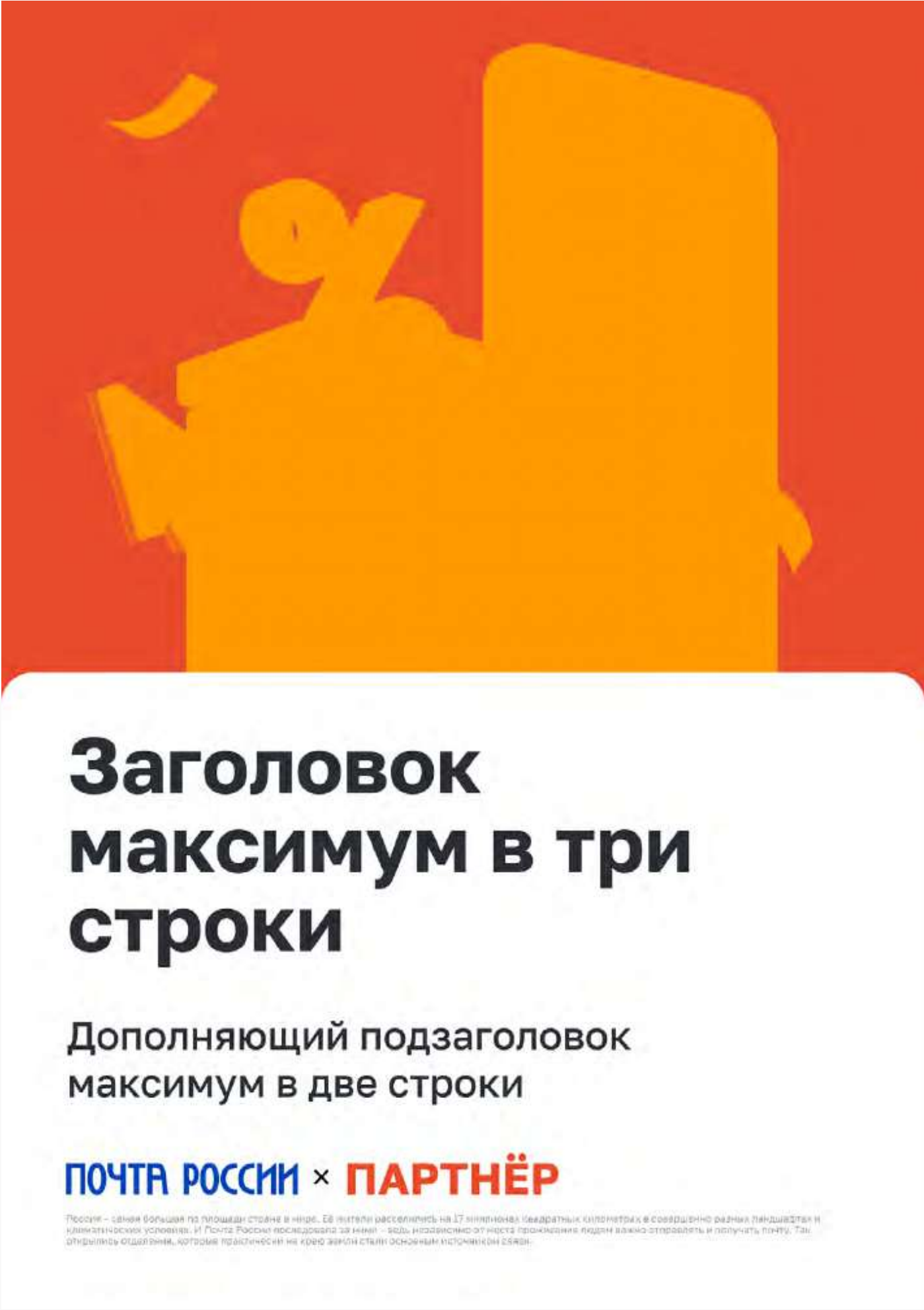
Полиграфическая
рекламная продукция

№ 2
Партнёрская
и кобрендинговая
рекламная продукция

2.2.
РИМ посвящён
информации о продукте/
проекте/сервисе
в формате кобрендинга

Почта России и партнёр компании информируют аудиторию о запуске продукта/проекта/сервиса, в котором оба партнёра равнозначны. Информация о продукте размещается на всех допустимых носителях в ОПС, в том числе на партнёрском инфотабло.

Вёрстка материала происходит по гайдлайнам Почты России. В фон РИМ интегрируется узнаваемое цветовое сочетание партнёра, в поле для иллюстрации может быть размещена оригинальная иллюстрация партнёра. Размещение логотипа Почты России и партнёра происходит по правилам кобрендинга.



№ 2
Партнёрская
и кобрендинговая
рекламная продукция

2.3.
РИМ посвящён
информации о продукте/
проекте/сервисе
без кобрендинга

Данный тип размещения актуален, когда партнёр не вступает в кобрендинговые отношения с Почтой (не реализован совместный продукт/проект/сервис). Партнёр рекламирует свои собственные товары/услуги в ОПС, информация о них размещается в партнёрском инфотабло и на других допустимых носителях (кроме инфотабло Почты России).

В таком случае РИМ создаются по гайдлайнам партнёра с учётом рекомендаций по размещению в ОПС от Почты России (см. далее). Доступны несколько опций размещения логотипа Почты России в данном типе материалов.

Тип № 1 Собственные материалы

1.1. Базовое информирование

1.1.1. Событийное информирование

1.2. Информирование о собственных продуктах

1.3. Информирование о продуктах/услугах/проектах зависимого бренда (уровень 3 в Архитектуре)

Материалы верстаются по индивидуальным гайдлайнам зависимого бренда. Правила размещения логотипов зафиксированы в логобуке.

1.4. Размещение собственных имиджевых материалов

Материалы верстаются по индивидуальным KV проектов с опорой на цветовую палитру Почты России и с соблюдением основных правил логобука.

Тип № 2 Партнёры и кобрендинг

2.1. Информирование о запуске проекта

2.2. Информирование о запуске проекта с партнёром

2.3. Информирование о проекте

2.3.1. Логотип Почты России интегрируется в формате колога, если для этого есть основания.

2.3.2. В случае если партнёров больше двух, то логотип Почты России интегрируется в формате логотипа по правилам логобука.

Тип № 3 Внешняя реклама

3. Рекламное размещение внешнего бренда без привязки к деятельности Почты России

№ 3

Внешние рекламные размещения

№ 3
Внешние рекламные
размещения

Опция 3

Тип № 1 Собственные материалы

1.1. Базовое информирование

1.1.1. Событийное
информирование

1.2. Информирование о собственных
продуктах

1.3. Информирование о продуктах/
услугах/проектах зависимого
бренда (уровень 3 в Архитектуре)

Материалы верстаются по индивидуальным гайдлайнам зависимого бренда. Правила размещения логотипов зафиксированы в логобуке.

1.4. Размещение собственных
имиджевых материалов

Материалы верстаются по индивидуальным KV проектов с опорой на цветовую палитру Почты России и с соблюдением основных правил логобука.

Тип № 2 Партнёры и кобрендинг

2.1. Информирование о запуске проекта

2.2. Информирование о запуске проекта
с партнёром

2.3. Информирование о проекте

Тип № 3 Внешняя реклама

3. Рекламное размещение внешнего
бренда без привязки к деятельности
Почты России

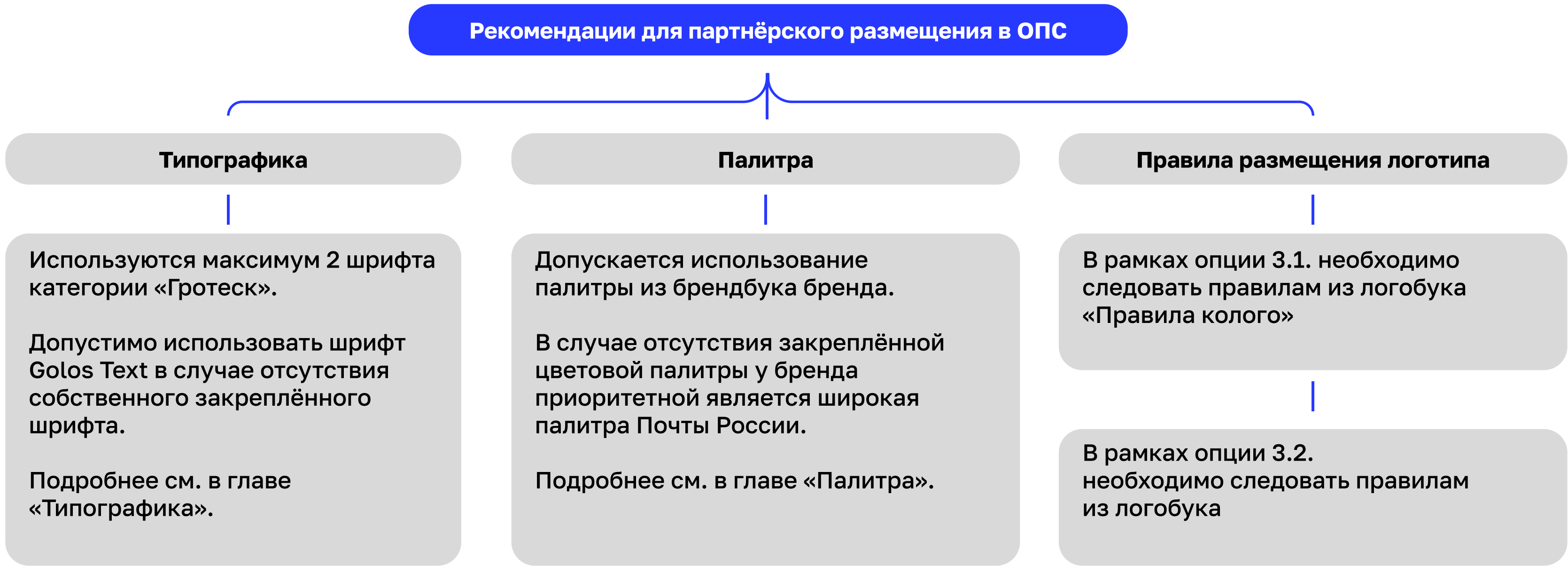
Размещение по собственным гайдлайнам бренда, интеграция логотипа Почты России не нужна.

Сохраняются требования к вёрстке РИМ, описанные в «Рекомендациях к партнёрскому размещению в ОПС».

Рекомендации для партнёрского размещения в ОПС

Рекомендации
для партнёрского
размещения в ОПС

Тип размещения
№ 2.3. и № 3



Примеры вёрстки для партнёров

Тип размещения № 2.3. и № 3

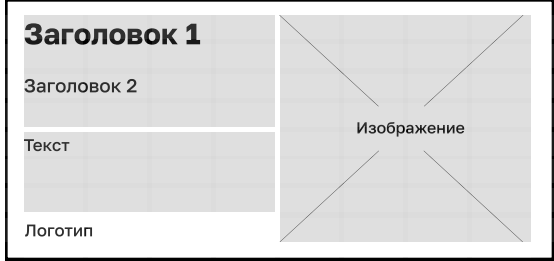
Партнёр может создавать РИМ по собственным гайдлайнам. Почта России оставляет за собой право комментировать макеты, если материал не вписывается в общий дизайн-стиль РИМ в отделениях.

В случае отсутствия у партнёров гайдлайнов по вёрстке РИМ можно опираться на примеры с данного слайда.

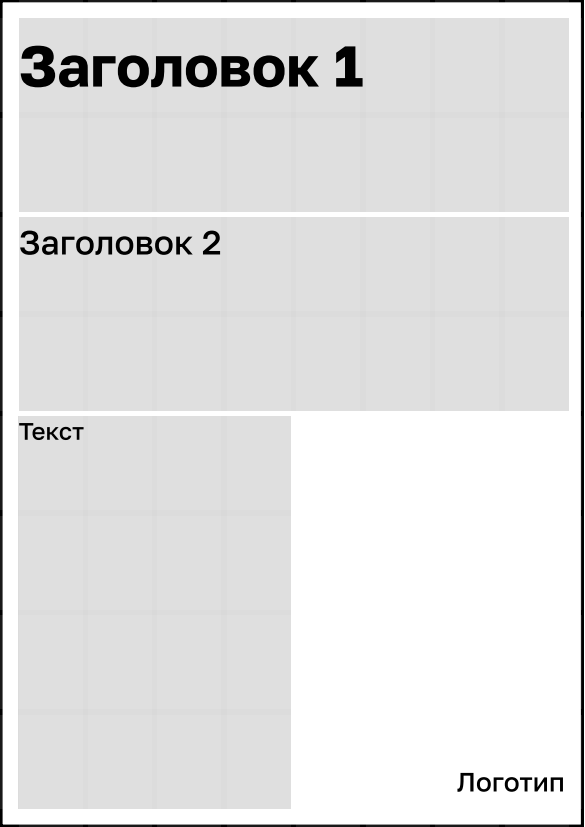
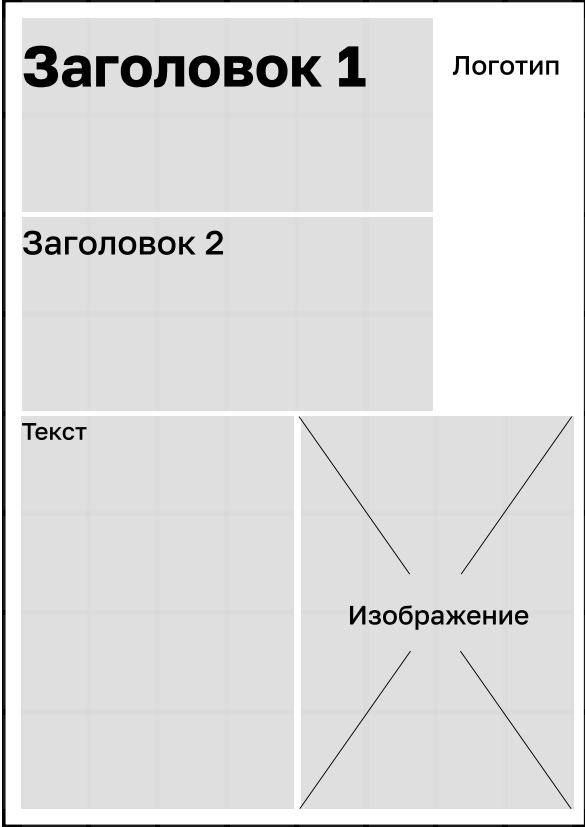
В печатных материалах используется блочная вёрстка с чёткой иерархией текстовых блоков.

Рекомендуется обращаться к модульной сетке для консистентности макетов внутри партнёрского стенда в ОПС.

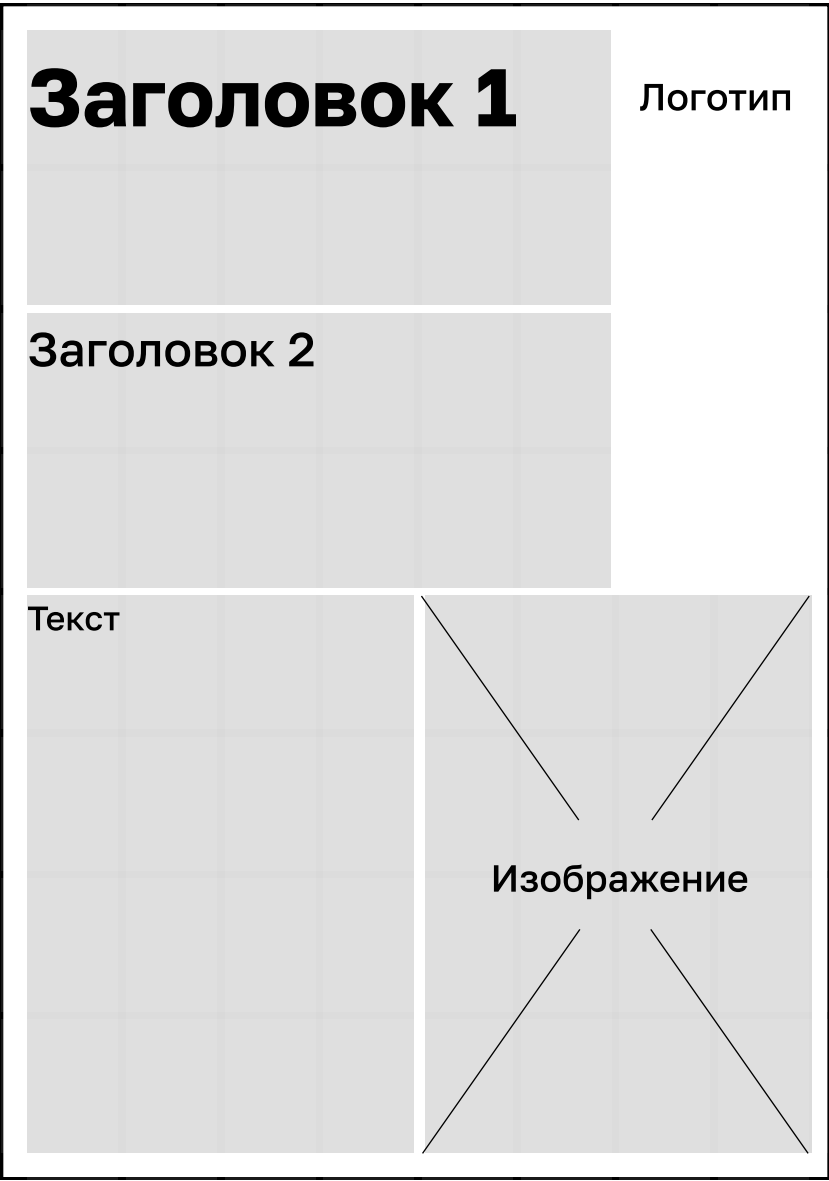
1/3 A4



A4



A3



В данном разделе описан набор визуальных коммуникаций в отделениях Почты России без привязки к конкретным форматам. Раздел подготовлен для дизайнеров Почты России и внешних подрядчиков.

Рекламные материалы в ОПС

ПОЧТА РОССИИ

1. Иерархия рекламных и коммуникационных носителей в ОПС
2. Палитра и применение в интерьере
3. Экстерьер отделения. Оформление
4. Интерьер отделения. Оформление
5. 2.1. Клиентский зал
6. 2.2. Зона барьера
7. 2.3. Почтомат

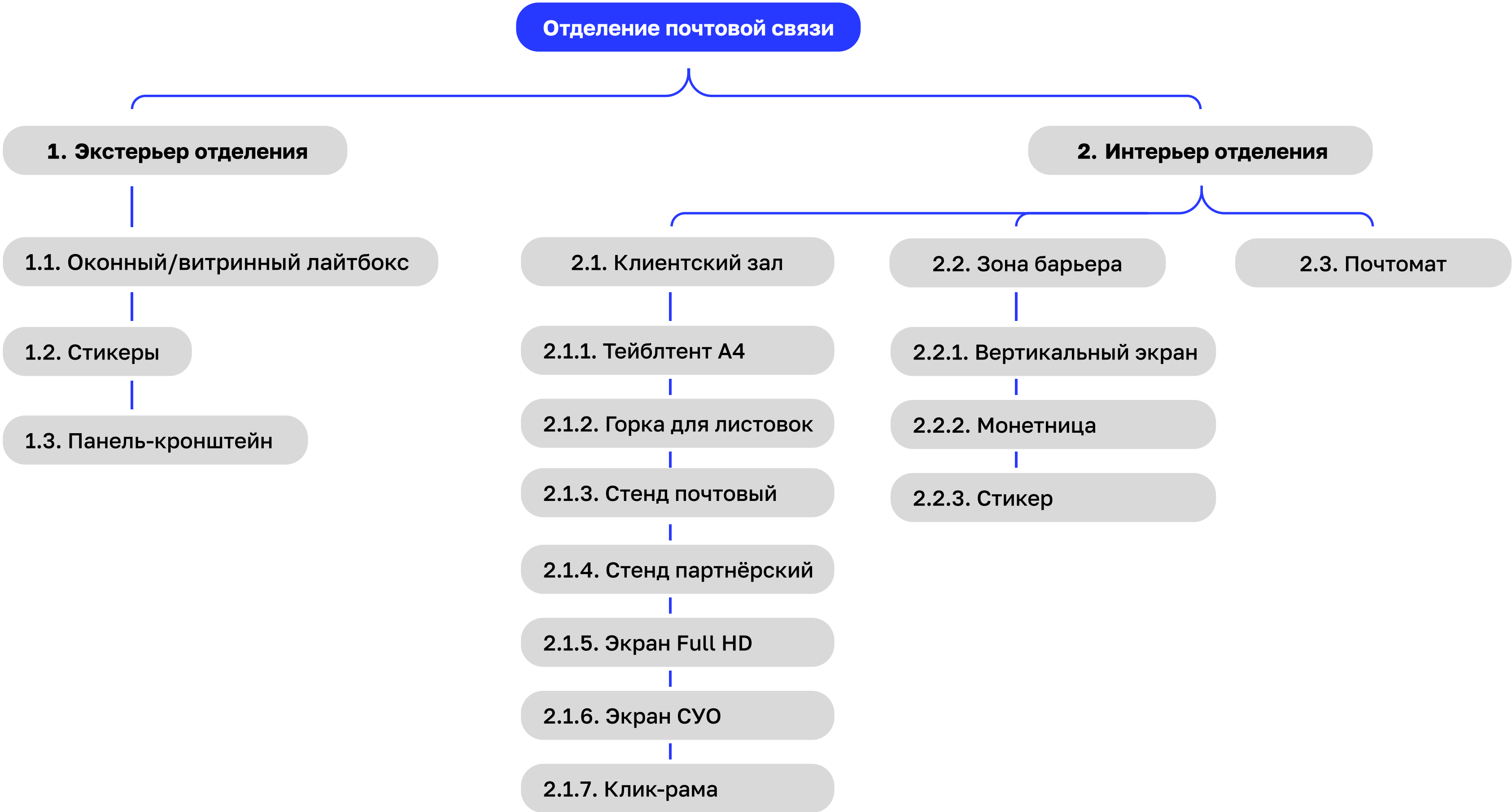
Иерархия рекламных и коммуникационных носителей в ОПС

Данная иерархия показывает логику взаимодействия элементов внутреннего и внешнего оформления ОПС. В данной иерархии не учитываются базовые бренд-носители (вывески, таблички и т. д.).

Все представленные блоки (кроме 2.1.3. «Стенд почтовый») могут быть отданы под партнёрское размещение. В таком случае материалы верстаются по типу 2 или 3 в блоке «Полиграфическая рекламная продукция».

Приведён неполный список носителей в отделениях. Выделены только те носители, которые используются для базовых коммуникационных и рекламных размещений Общества.

Обращаем внимание, что почтовые ящики АО «Почта России» не являются рекламными носителями и не могут быть использованы как часть рекламного продвижения.



Палитра и применение в интерьере

Основные цвета для всех отделений:

- 1. Белый для стен
- 2. Тёмно-серый для потолка
- 3. Светло-серый для напольных покрытий
- 4. Дополнительно в пространстве отделения цветом выделяются зоны

Чёрный: Навигация

Крафт (оттенки)
Закрытые офисные помещения

Тёмно-серый цвет: Кровля, фасад БВК

Почтовый голубой: Мурал, мебель (опционально)

Почтовый синий: Фокусная стена, мурал

Серый цвет: Потолок, светильники, стеллажи для хранения

Светло-серый: Пол, рулонные шторы, мурал

Белый: Стены, рулонные шторы, мебель

Post Blue Pantone 661 C CMYK: 100 75 0 6 RAL: 5010 Oracal: 8800-591	Post Sky Pantone 283 C CMYK: 42 9 0 0 RAL: 5024 Oracal: 8800-527	Post Black Pantone 179-16 C CMYK: 0 0 0 100 RAL: 9005, 9011 Oracal: 8800-070	
Craft Dark Pantone 7528 C CMYK: 24 24 30 5 RAL: 7034 Oracal: 8500-081	Craft Pantone 7527 C CMYK: 3 4 14 8 RAL: 1015 Oracal: 8800-832	Craft Light CMYK: 3 4 8 2 RAL: 1013	
Metal Dark Pantone Cool Gray 11 C CMYK: 44 34 22 77 RAL: 7024 Oracal: 8800-074	Warm Metal Pantone 424 C CMYK: 30 20 19 58 RAL: 7037 Oracal: 8500-076	Cold Metal CMYK: 4 2 2 0 RAL: 7047 Oracal: 8500-072	White Pantone White RAL: 9010, 9003 Oracal: 8500-010

197

Экстерьер отделения. Оформление

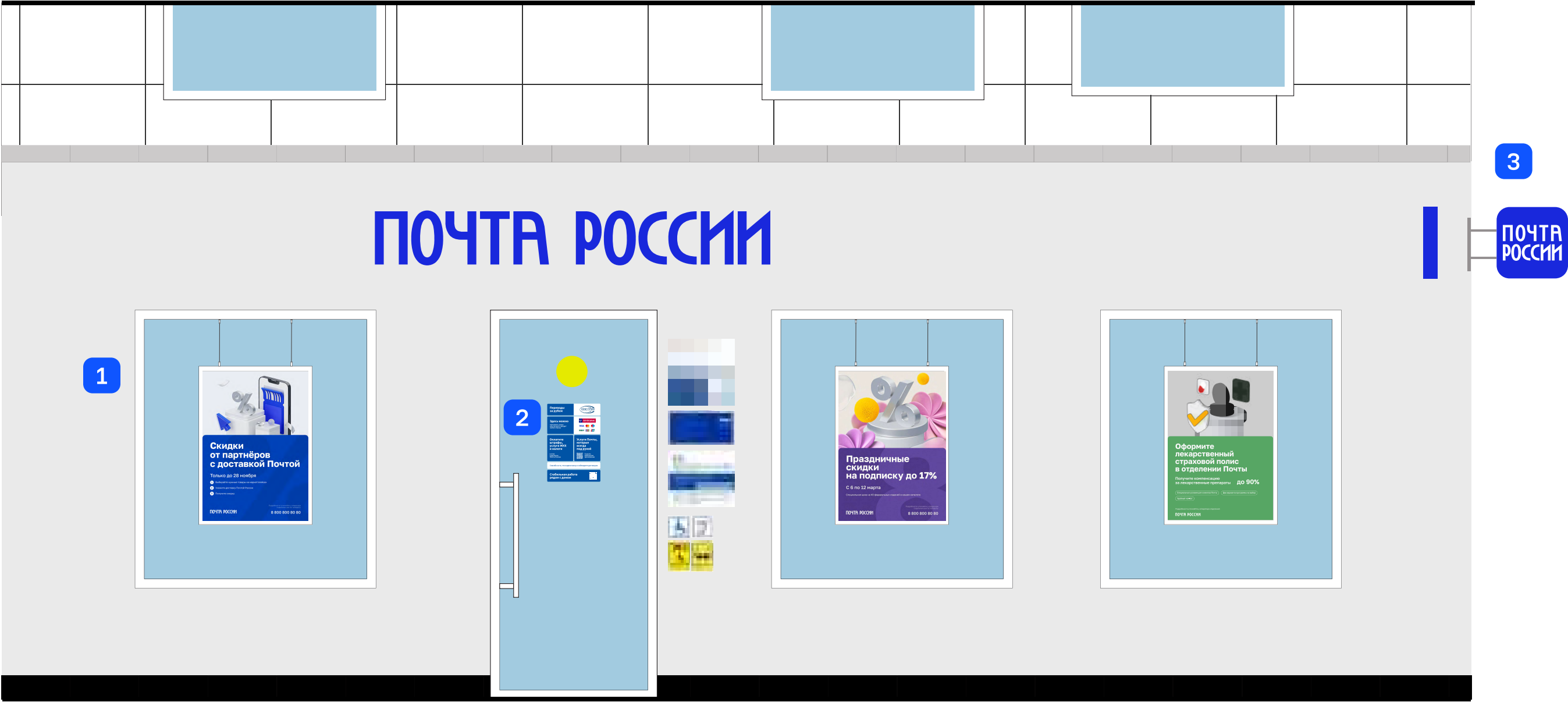
РИМ на экстерьере отделений почтовой СВЯЗИ

Перечень элементов оформления, конфигурация вывески и облицовка фасада зависят от формата и категории ОПС. В этом примере приводится максимальная комплектация отделения внешними элементами оформления.

Изображение справа не является полным и не учитывает все технические стикеры на входной группе.

Показано размещение актуальных для данного блока элементов:

- 1. Рекламная световая панель А0, А1, А2
- 2. Стикер на входной двери
- 3. Панель-кронштейн



1.1. Оконные/витринные световые (несветовые) панели

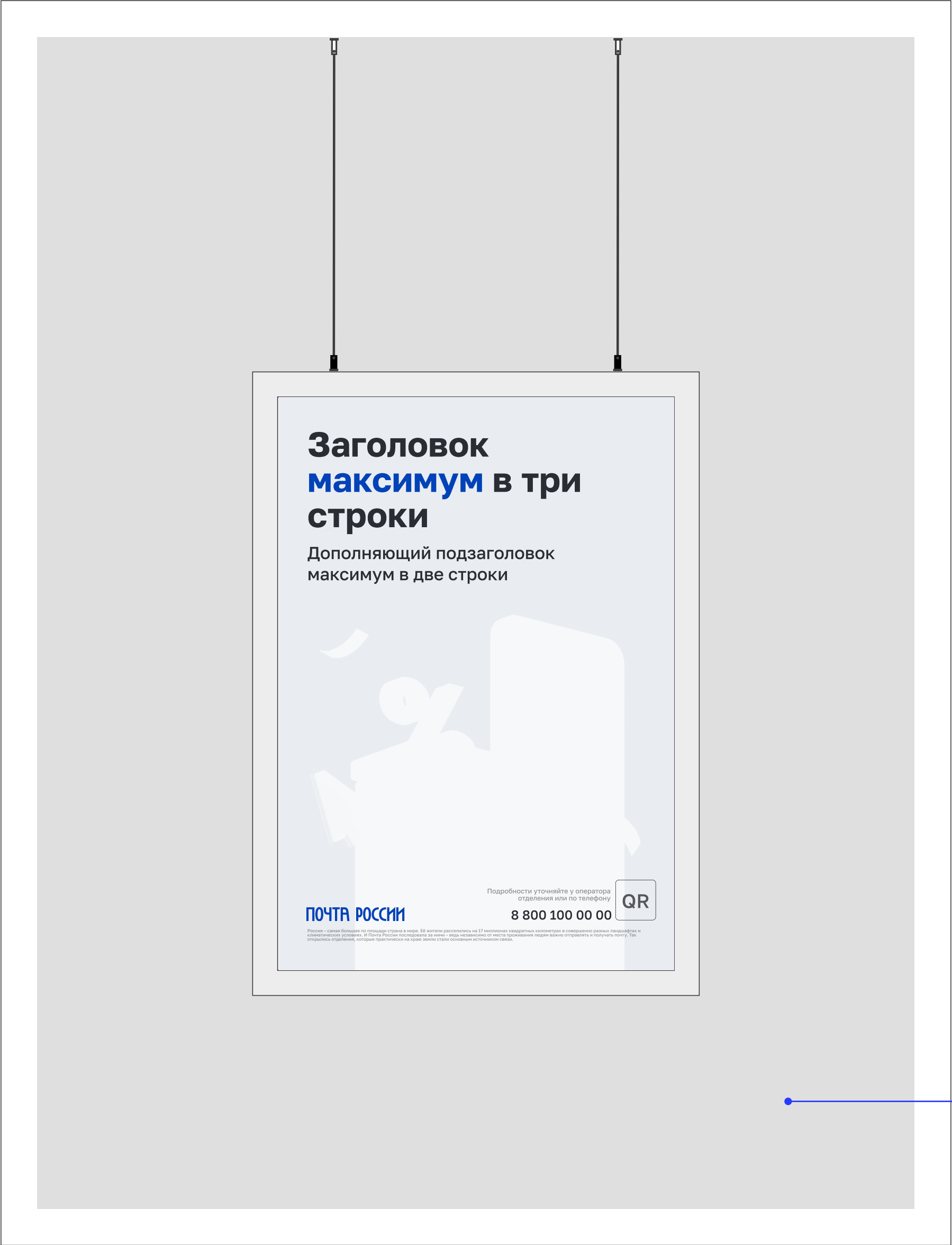
Размещение
Допускается размещение по центру оконного проёма. Размер оконной конструкции определяется правилами дизайн-кода города.

- Размеры**
- 1. A0, размер видимой части: 841 x 1189 мм
 - 2. A1, размер видимой части: 811 x 1159 мм
 - 3. A2, размер видимой части: 395 x 569 мм

Размер конструкции зависит от размеров оконного проёма.

Способы монтажа
Рекомендуется тонкая световая панель на токопроводящих тросах.

Возможно исполнение без подсветки, а также печать на плёнке с накатом на пенокартон.



Приоритетный вариант 1



Приоритетный вариант 2

Постеры не должны полностью перекрывать всю площадь витрины, свободное пространство должно составлять не менее 300 мм.

1.2.
Стикер
на входную зону

Вариант 1

Размещение

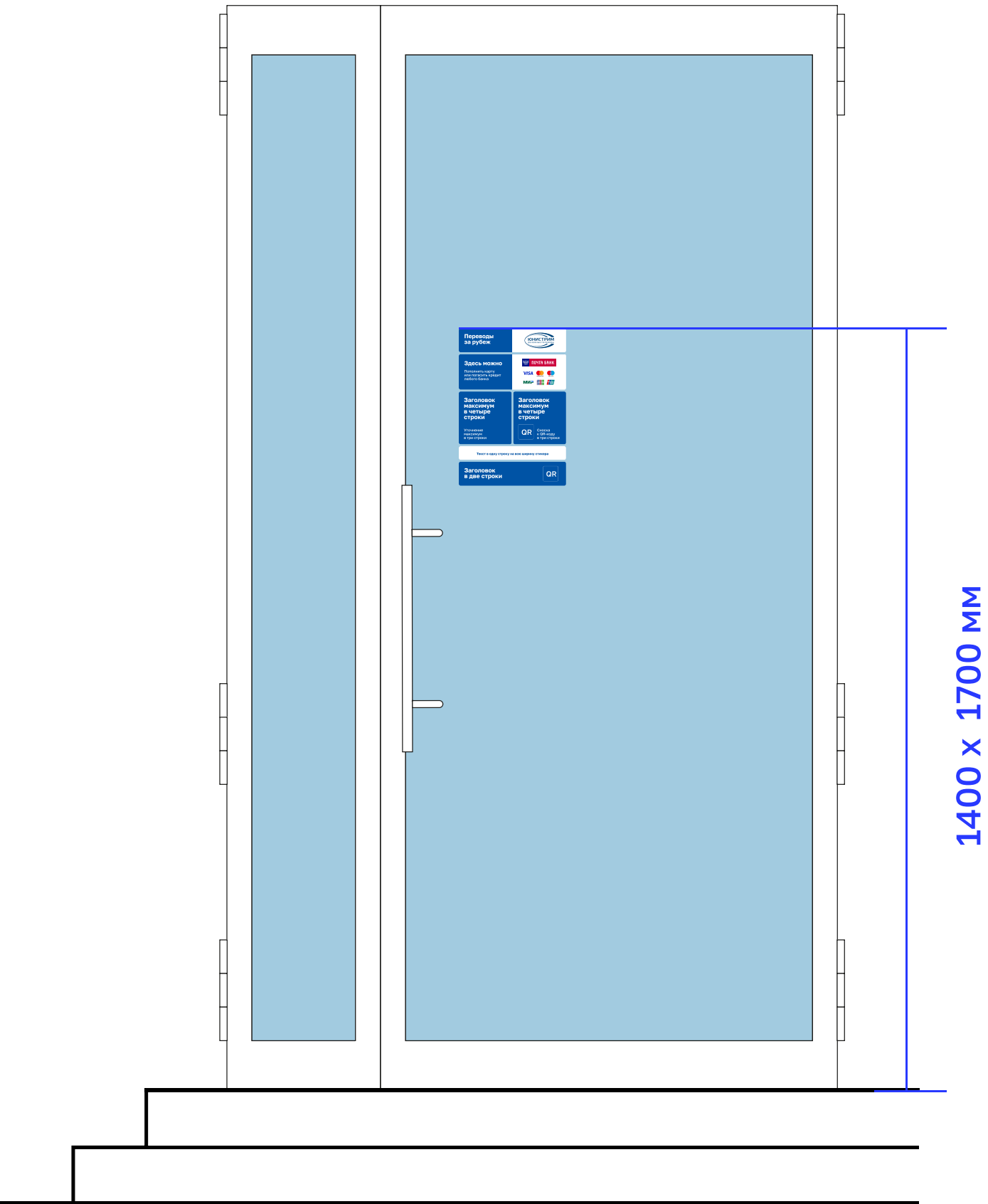
Стикер размещается на одной вертикальной линии с ручкой двери на высоте от 1400 до 1700 мм от уровня пола.

Размеры

Формат А4, модульный конструктив.

Единый стикер не является самостоятельным рекламным носителем, это система упорядочивания пространства двери. Контент блоков внутри единого стикера формируется аналогично существующим стикерам, размещающимся на двери. Единый стикер только позволяет привести двери к единому виду, и упростить клиенту восприятие информации.

Изображение справа не является полным и не учитывает все технические стикеры и другие индивидуальные носители, размещаемые на входной группе.



1.2.
Стикер
на входную зону

Вариант 2

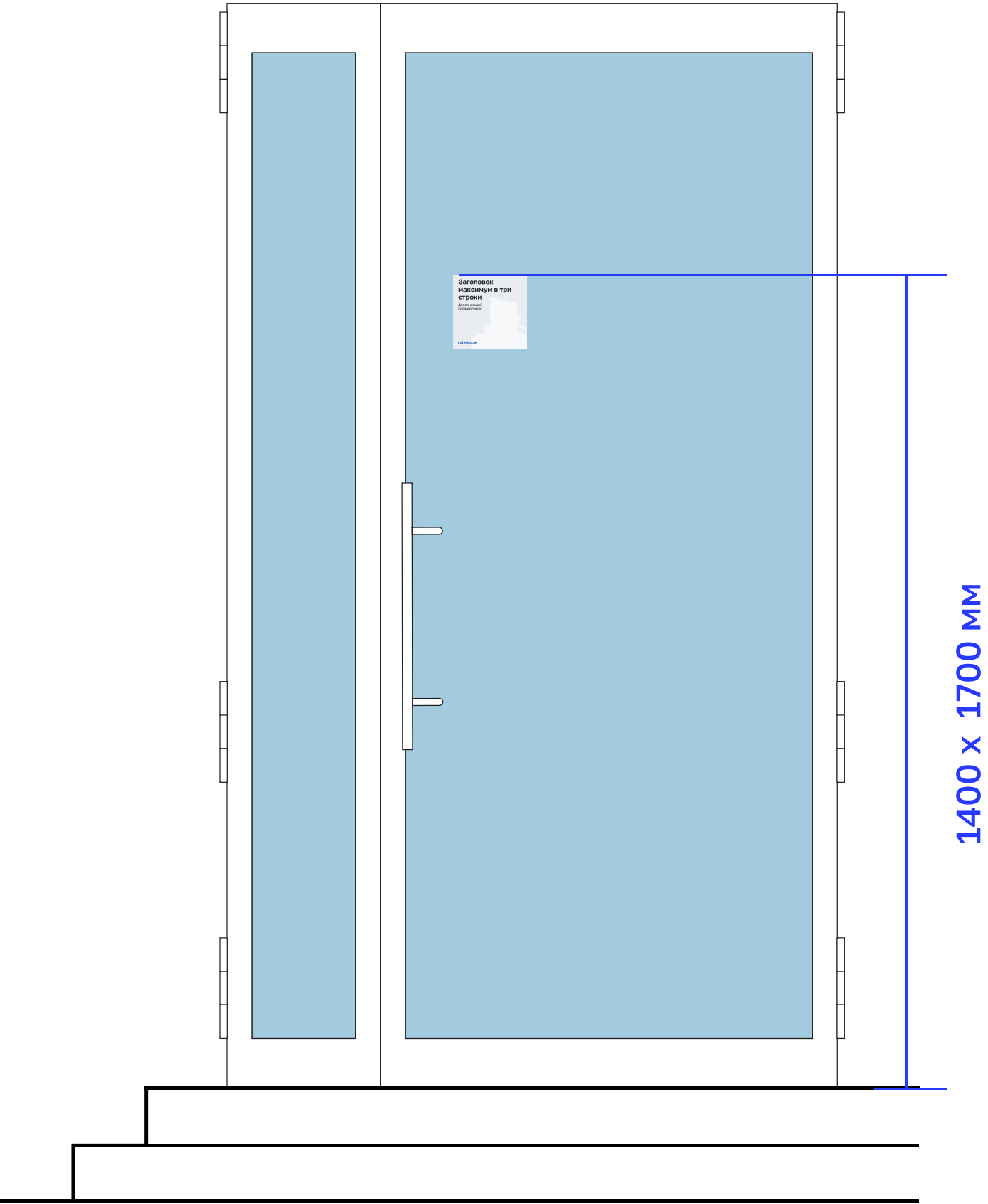
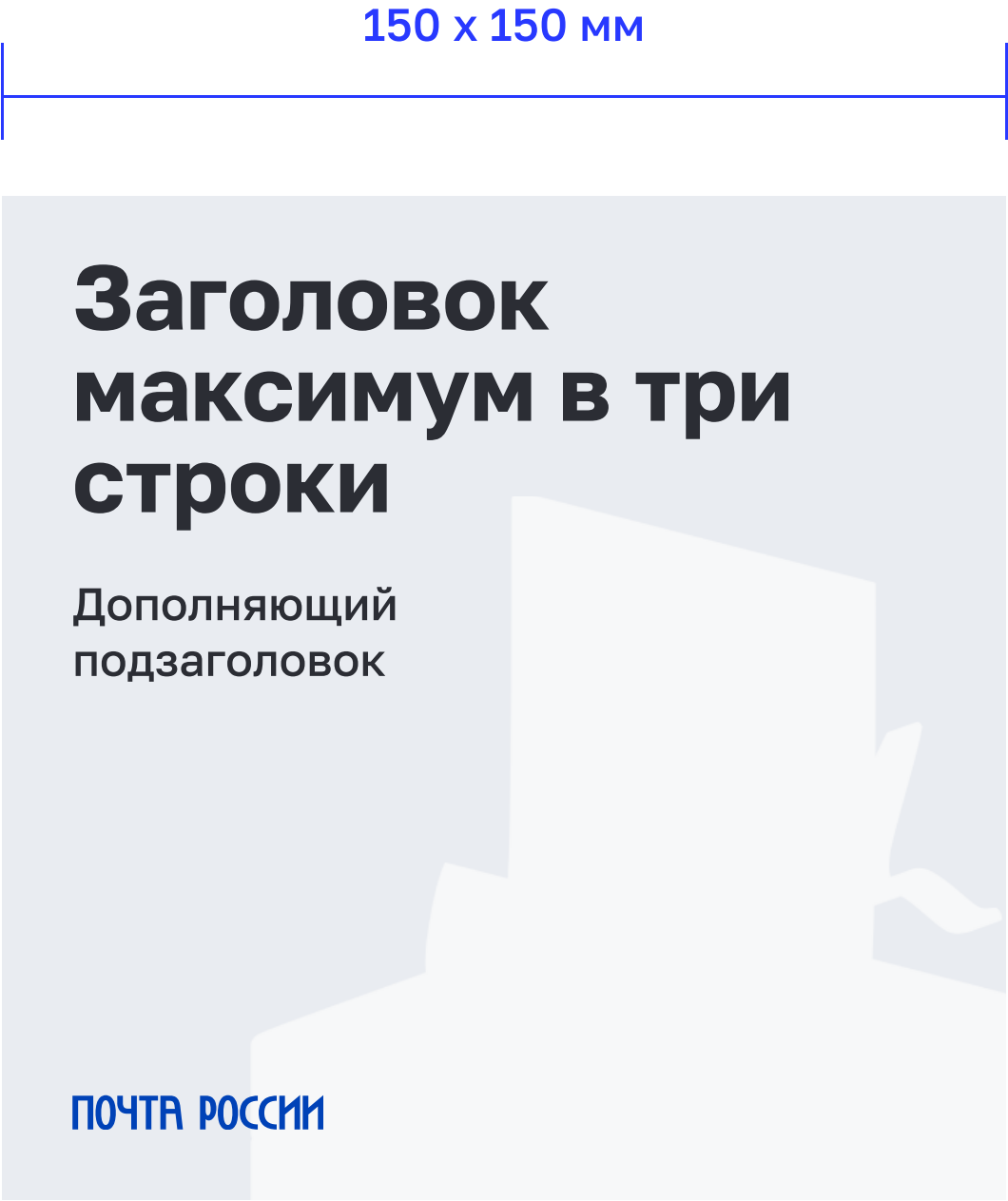
Размещение

Стикер размещается на одной вертикальной линии с ручкой двери на высоте от 1400 до 1700 мм от уровня пола.

Размеры

(Ш × В) 150 × 150 мм.

Изображение справа не является полным и не учитывает все технические стикеры и другие индивидуальные носители, размещаемые на входной группе.



1.3. Панель-кронштейн

Данный вариант предназначен для использования на фасадах зданий при отсутствии возможности размещения полноформатной вывески. Также вариант применим к ситуации, когда вывеска находится не в прямой видимости от кронштейна (например, за углом).

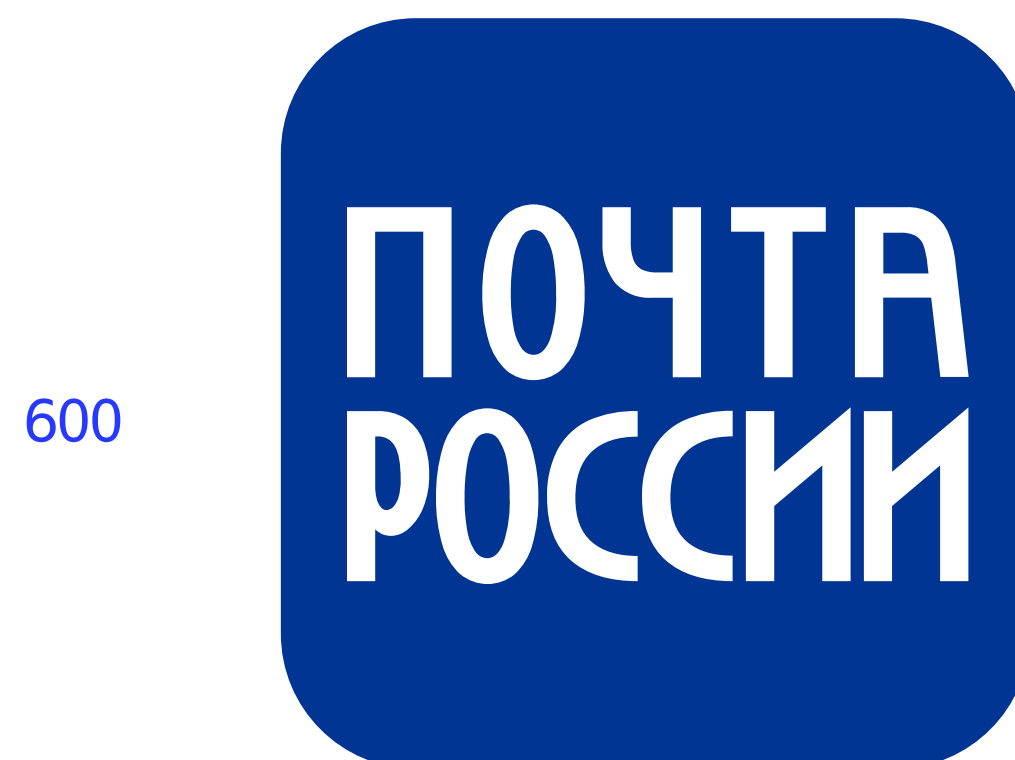
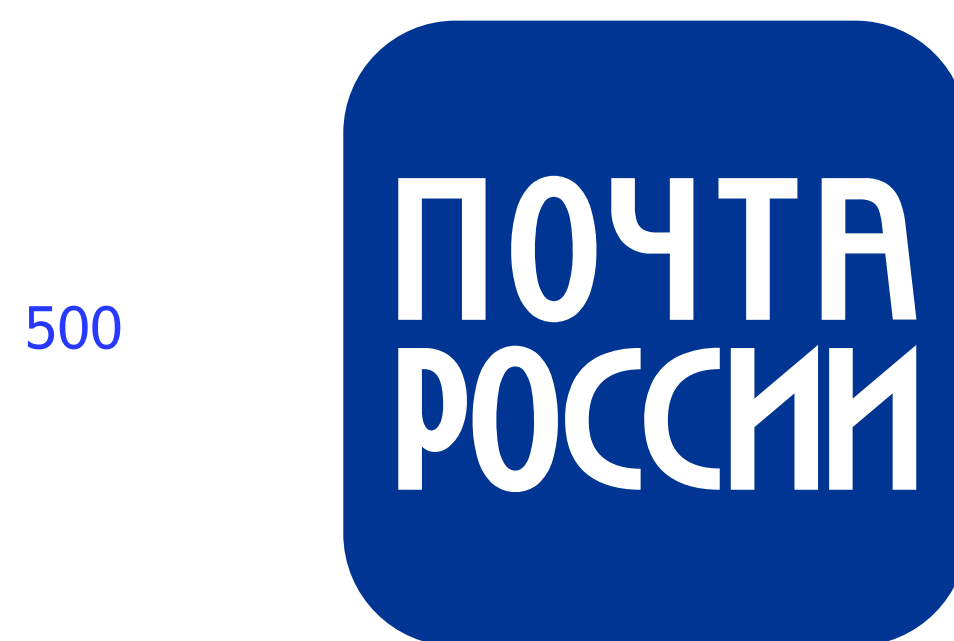
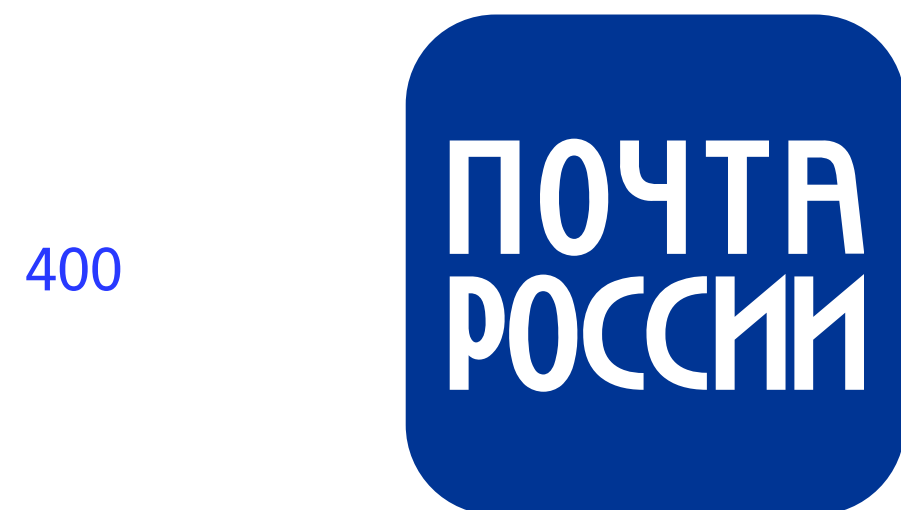
Размеры (Ш x В x Г)

Предусмотрено три типа размера:

Для вывесок XXS-L — 400 × 400 × 80 мм.

Для вывесок L-XL — 500 × 500 × 80 мм.

Для вывесок XXL-XXXL — 600 × 600 × 80 мм.



Интерьер отделения. Оформление

2.1. Клиентский зал

2.1. Клиентская зона в максимальном наполнении

2.1.1.
Тейблтент А4.

2.1.2.
Горка для листовок евроформата (1/3 А4).

2.1.3.
Стенд для рекламно-информационных материалов (8 карманов А3, вертикальная ориентация) / клик-рама А1, если не хватает места (вертикаль).

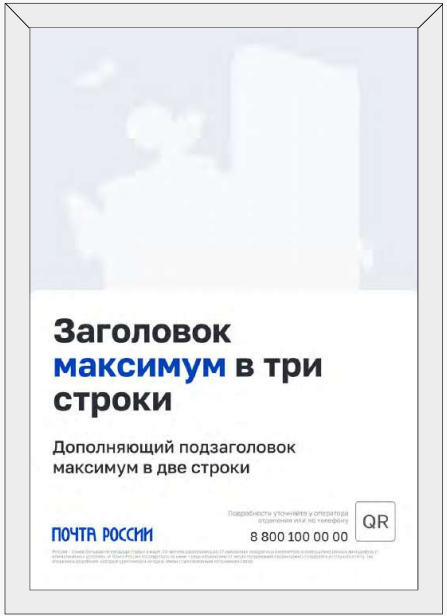
2.1.4.
Стенд партнёрский (8 карманов А3, вертикальная ориентация).

2.1.5.
Экран Full HD 1920 x 1080 рх. Экраны используются в действующих ОПС.

2.1.6.
Горизонтальный экран СУО.

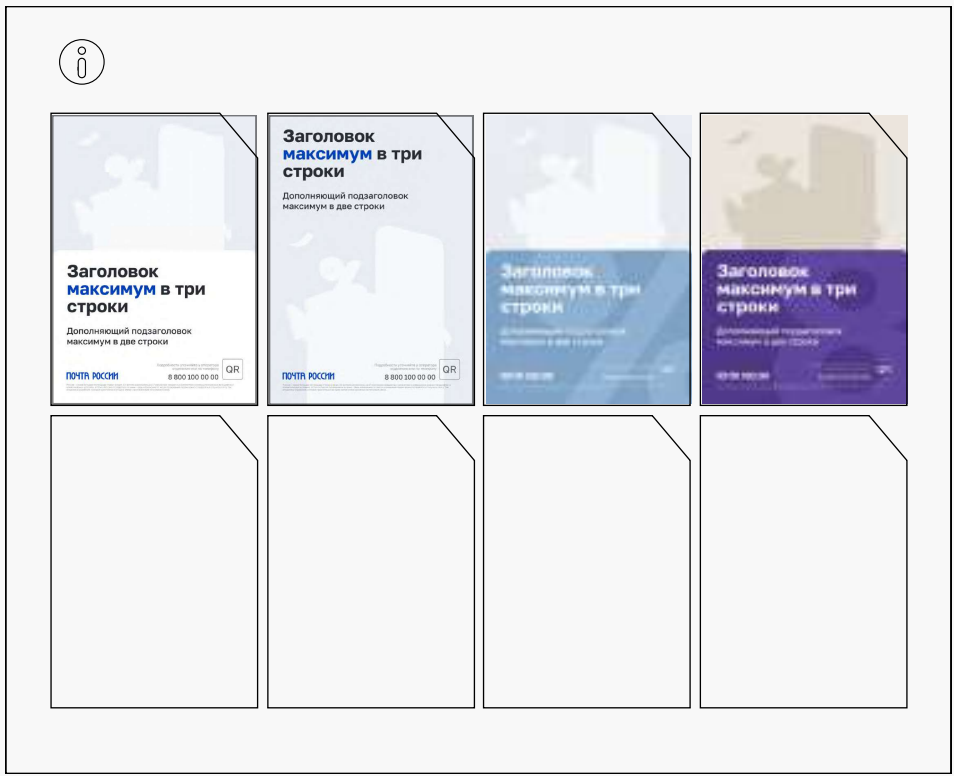
2.1.7.
Клик-рама А1 (тамбур или клиентский зал).

2.1.7.



2.1.3.

2.1.4.



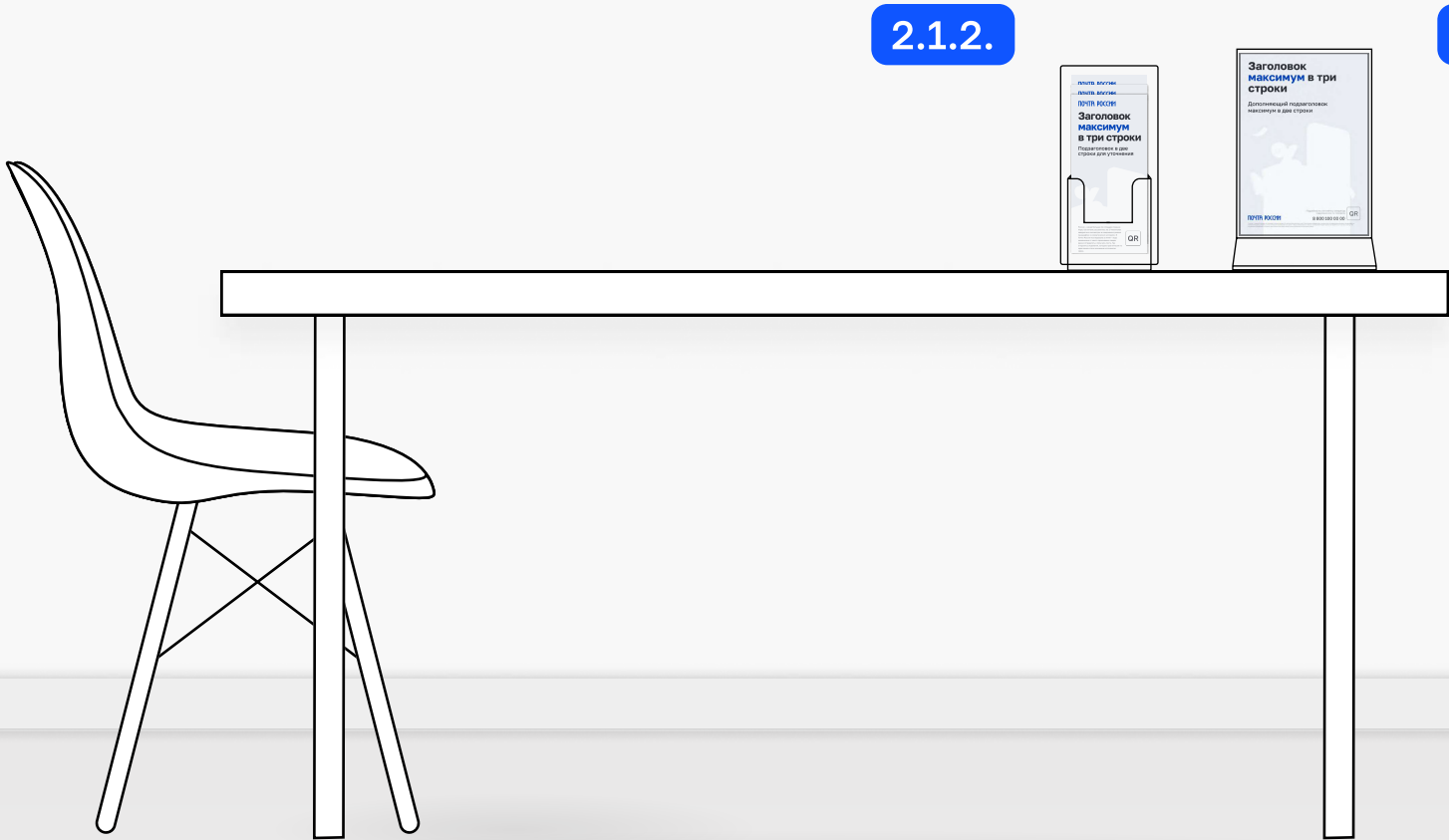
2.1.5.

2.1.6.



2.1.2.

2.1.1.



2.1.1.
Тейблтент

Размещение

Размещение рекомендуется на столе проверки товаров или в окне выдачи, в случае если это не ограничивает комфорт и удобство для клиента.

Размеры

Вертикальный А4:

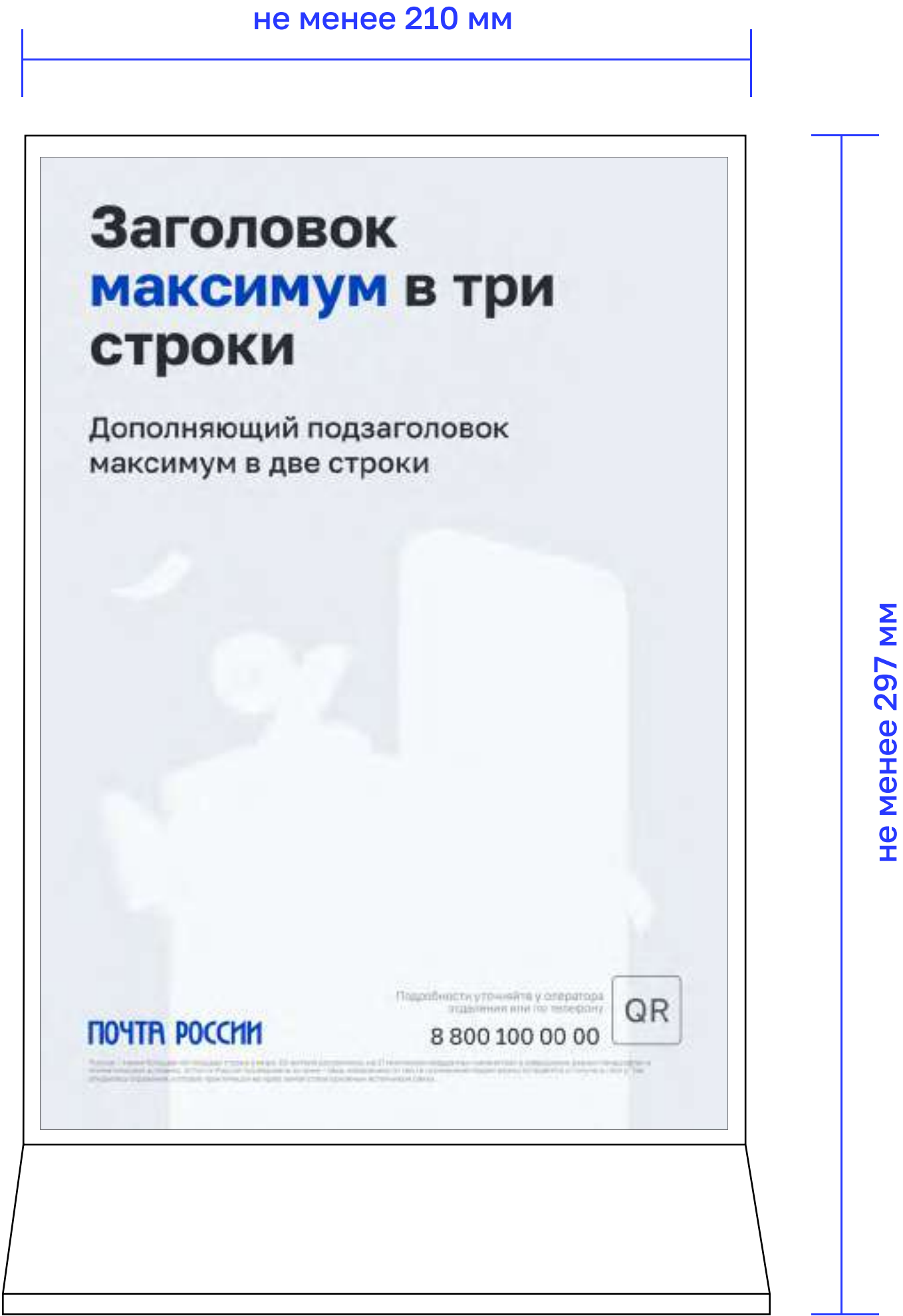
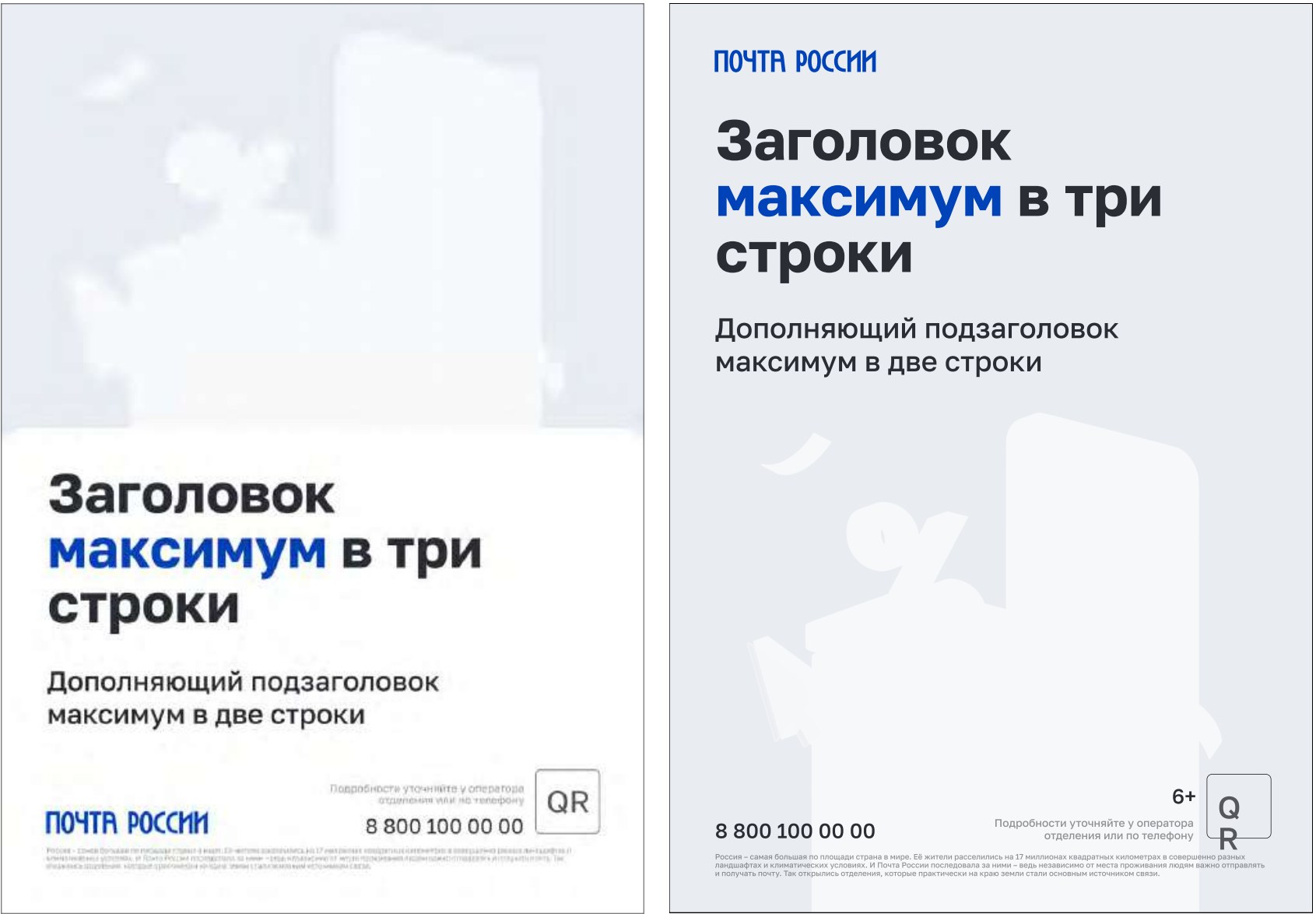
высота — не менее 297 мм;

ширина — не менее 210 мм.

Формат вставляемого листа — вертикальный А4.

С правилами вёрстки макетов для данных носителей можно ознакомиться в разделах 1.1., 1.1.1. из блока «Полиграфическая рекламная продукция».

1.1., 1.1.1. из блока «Полиграфическая рекламная продукция»



2.1.2.
Горка для листовок
евроформата (1/3 A4)

Размещение
Размещается на клиентском столе
(столе проверки товаров).

Размеры
4 секции 1/3 A4.
Рекламное поле 50 x 100 мм.

С правилами вёрстки макетов
для данных носителей можно
ознакомиться в разделах 1.1., 1.1.1.
из блока «Полиграфическая
рекламная продукция».



2.1.3.
Стенд для рекламно-информационных материалов А3

Размещение

В клиентской зоне.

Размеры

8 карманов А3, вертикальная ориентация.

Существующие габариты:
1458 x 1000 мм.

Размещается на видном месте на стене.

Высота установки от пола – 1200 мм.

Может располагаться не только в клиентском зале, но и в тамбуре при наличии хорошего освещения. Запрещается размещать стенд на стене, куда открывается дверное полотно.

Если нет достаточной площади стены для размещения стенда, то используется клик-рама формата А1.



2.1.4. Стенд партнёрский

Размещение
В клиентской зоне над столешницей.

Размеры
8 карманов А3, вертикальная
ориентация.
Существующие габариты:
1458 x 1000 мм.

Размещается на видном месте на стене.

Высота установки от пола – 1200 мм.

Может располагаться не только в клиентском зале, но и в тамбуре при наличии хорошего освещения. Запрещается размещать партнёрский стенд на стене, куда открывается дверное полотно.

Если нет достаточной площади стены для размещения стенда, то используется клик-рама формата А1.



2.1.5. – 2.1.6.
Экраны

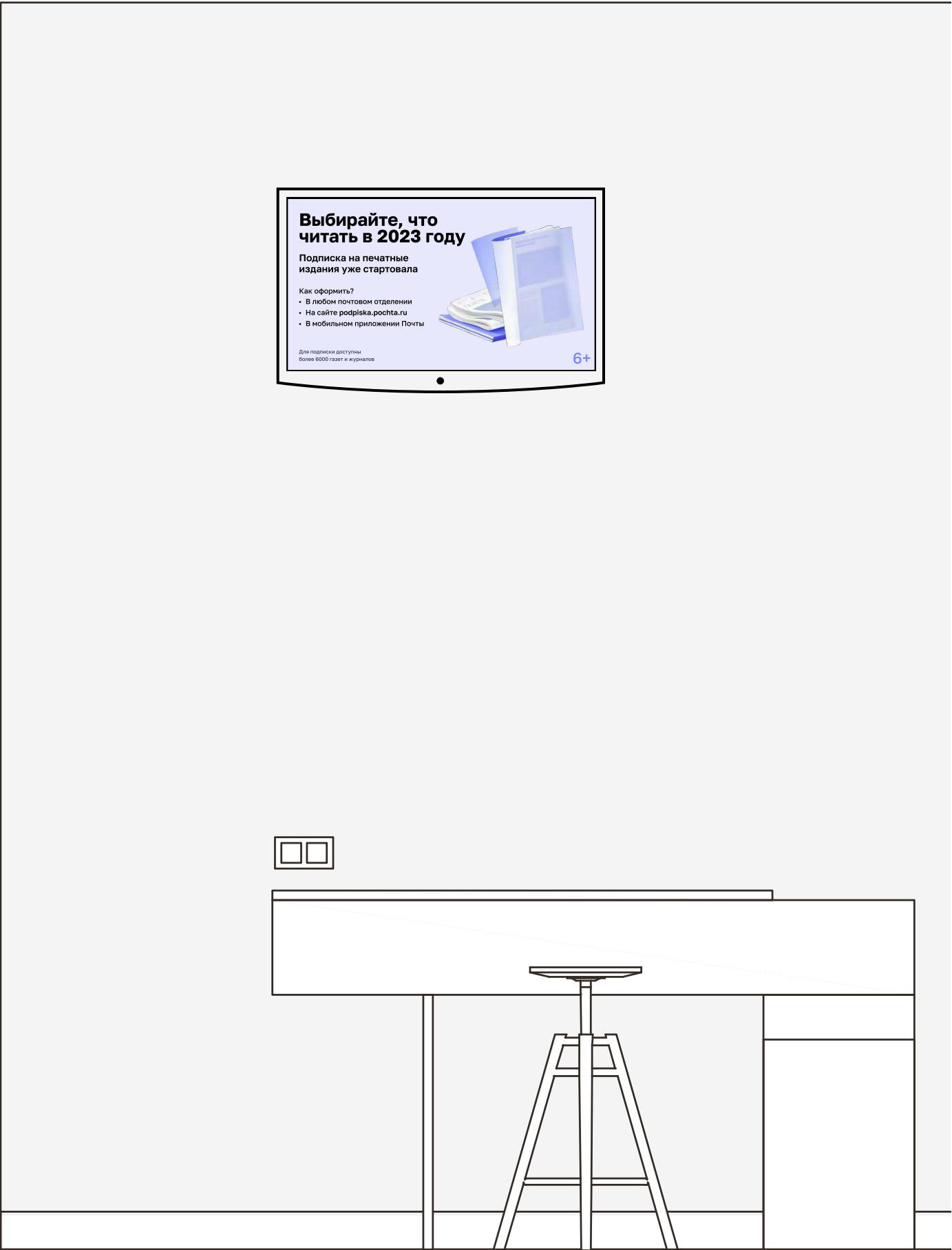
Для размещения на носителях типа 2.1.5. необходимо ориентироваться на вёрстку «Цифровых баннеров внутренних каналов». При этом используется вспомогательная палитра.

При создании материалов за проектом фиксируется цветовой сочетание, оно должно воспроизводиться на всех носителях.

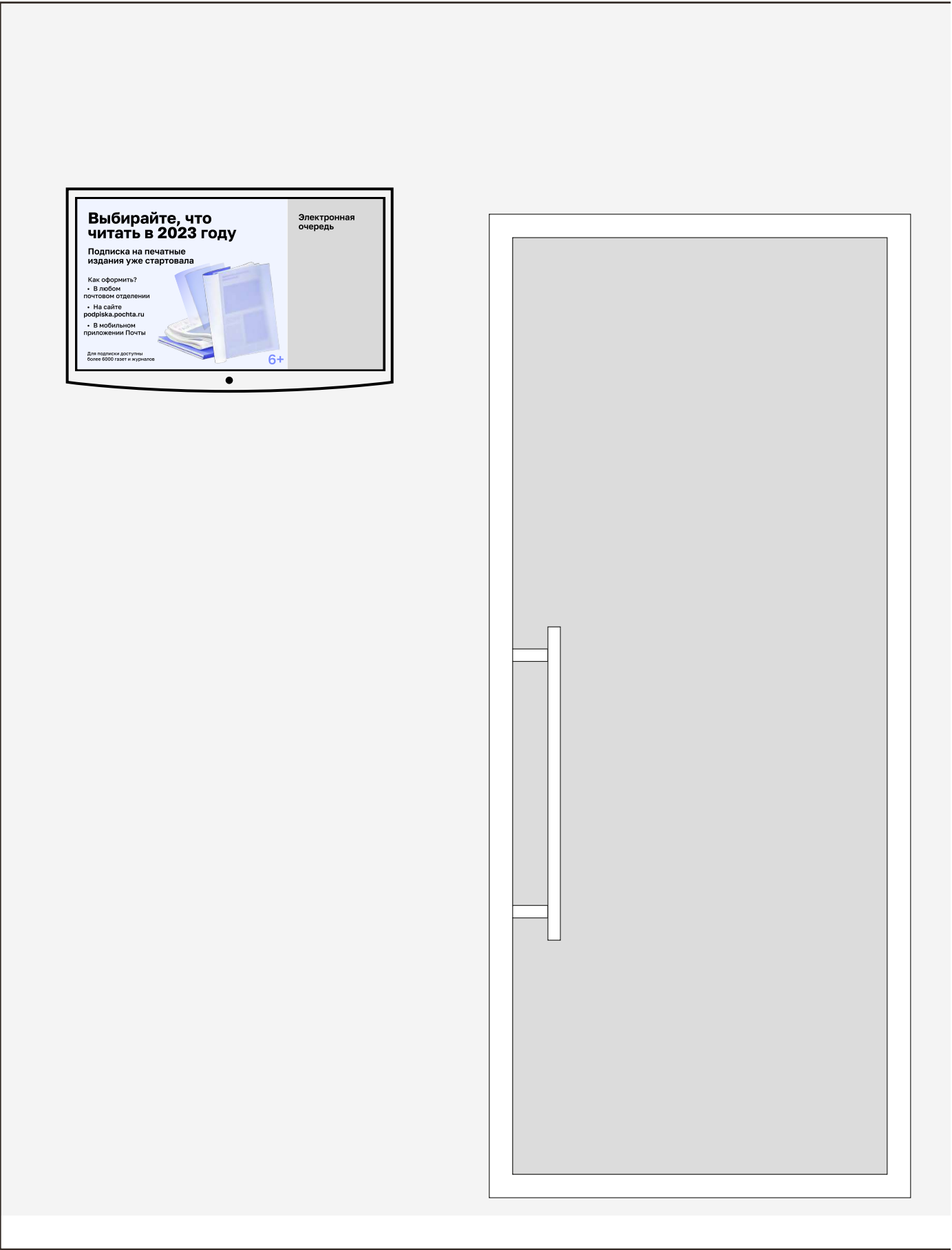
На данном носителе допустимо размещение анимированных материалов.

ТТ для носителя выдаются по запросу в Блок по маркетингу.

2.1.5. Экран Full HD 1920 x 1080 px



2.1.6. Горизонтальный экран СУО



2.1.7.
Клик-рама A1/A0
(тамбур или клиентский зал)

Размещение

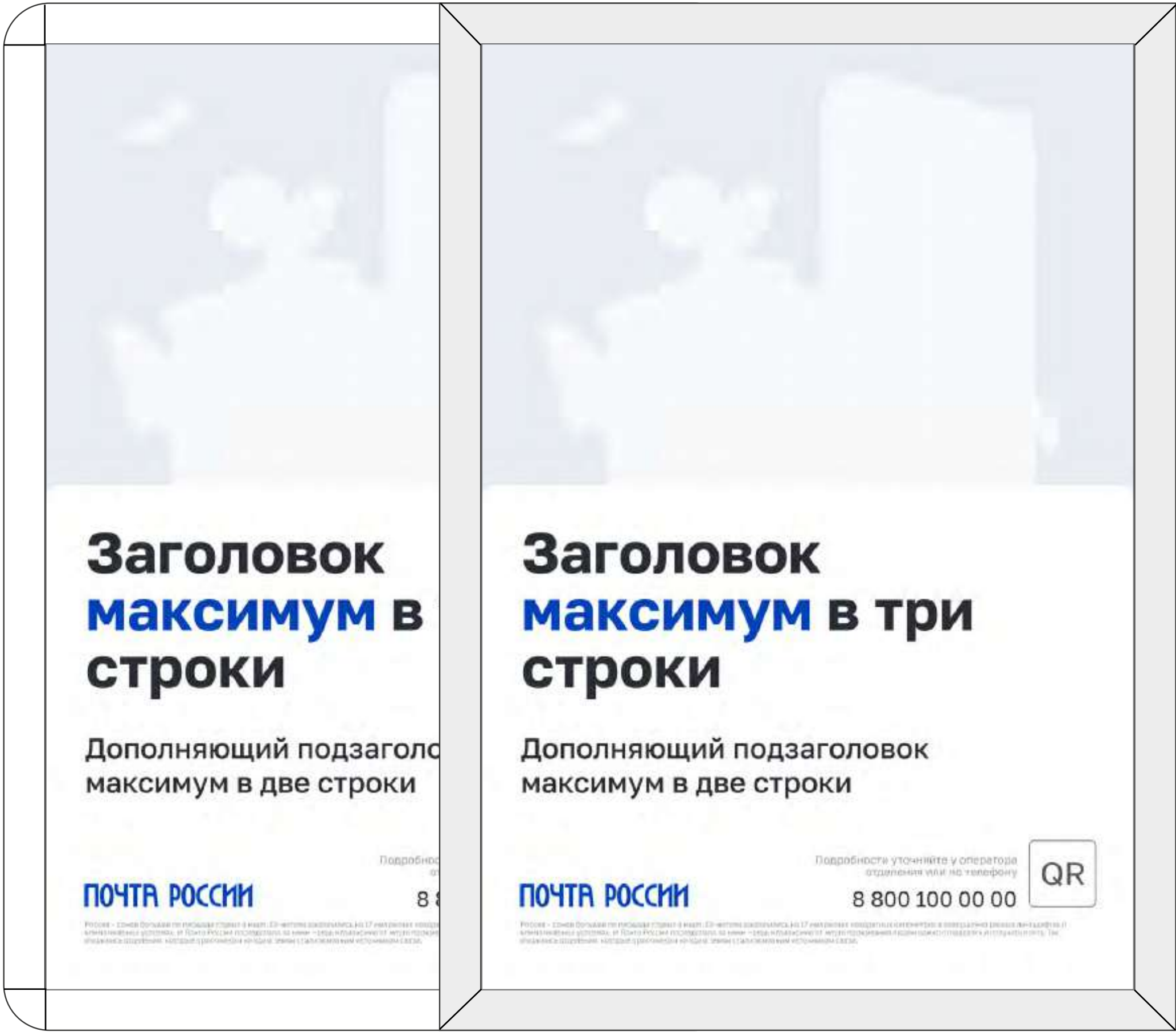
На стене в клиентской зоне в зале, на высоте 1200 мм от уровня пола (по нижнему краю конструкции). Охранное поле от рекламных конструкций или иных брендированных элементов других компаний — не менее 500 мм.

В отсутствие свободного места на стене для размещения информационно-рекламного стенда монтируется клик-рама формата A1. Размещается в клиентском зале или в тамбуре при наличии хорошего освещения. Запрещается вешать клик-раму на стену, куда открывается дверное полотно.

Размеры

Формат A1

Формат A0



2.2. Зона барьера

2.2.
Зона барьера
с рекламными
материалами

2.2.1.
Вертикальный экран

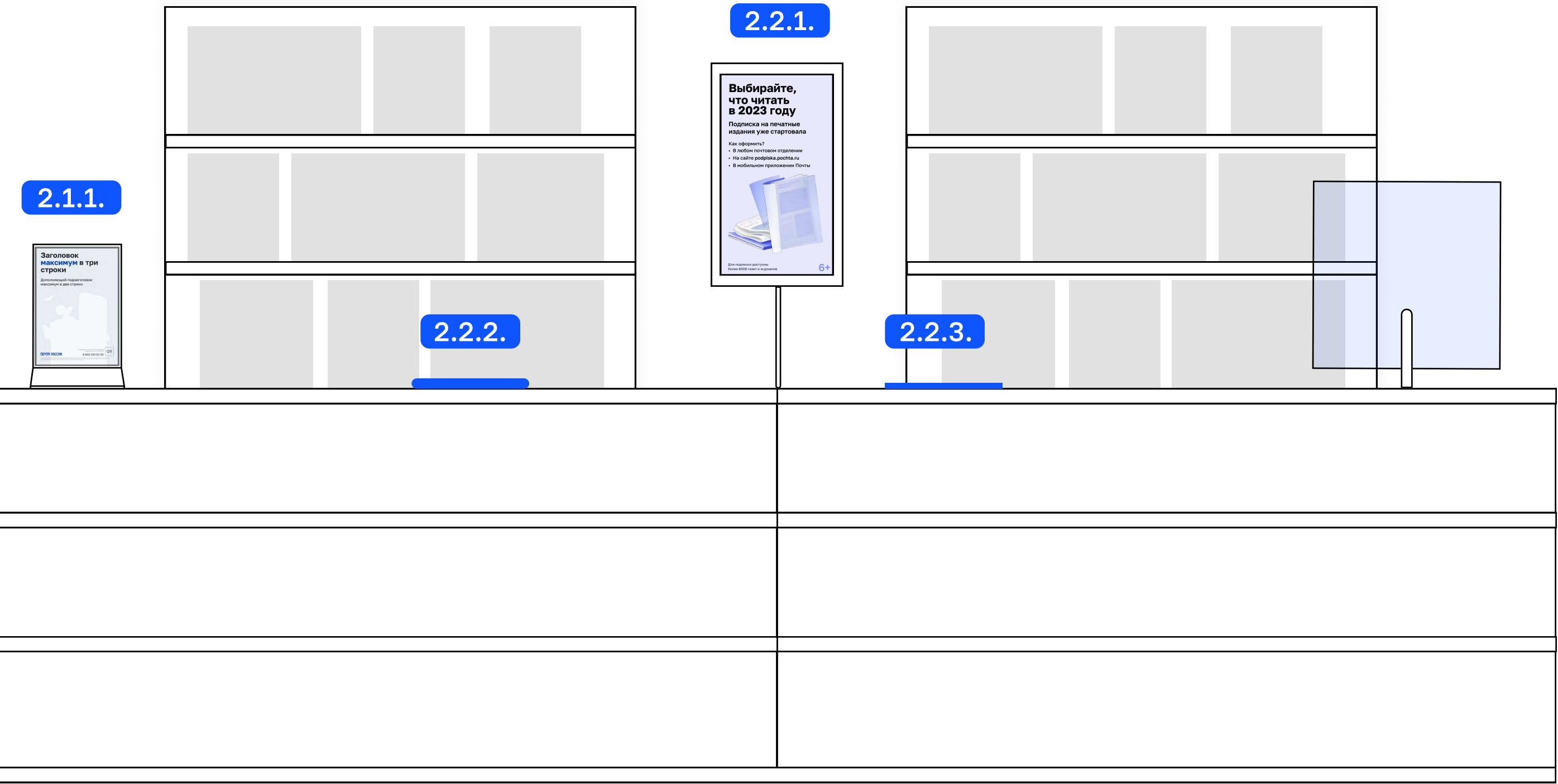
2.2.2.
Монетница

2.2.3.
Стикер

2.1.1.
Тейблтент А4

С правилами вёрстки макетов
для данных носителей можно
ознакомиться в блоке
«Полиграфическая рекламная
продукция».

Изображение справа не является
полным и не учитывает многие
индивидуальные носители,
размещаемые в зоне барьера.



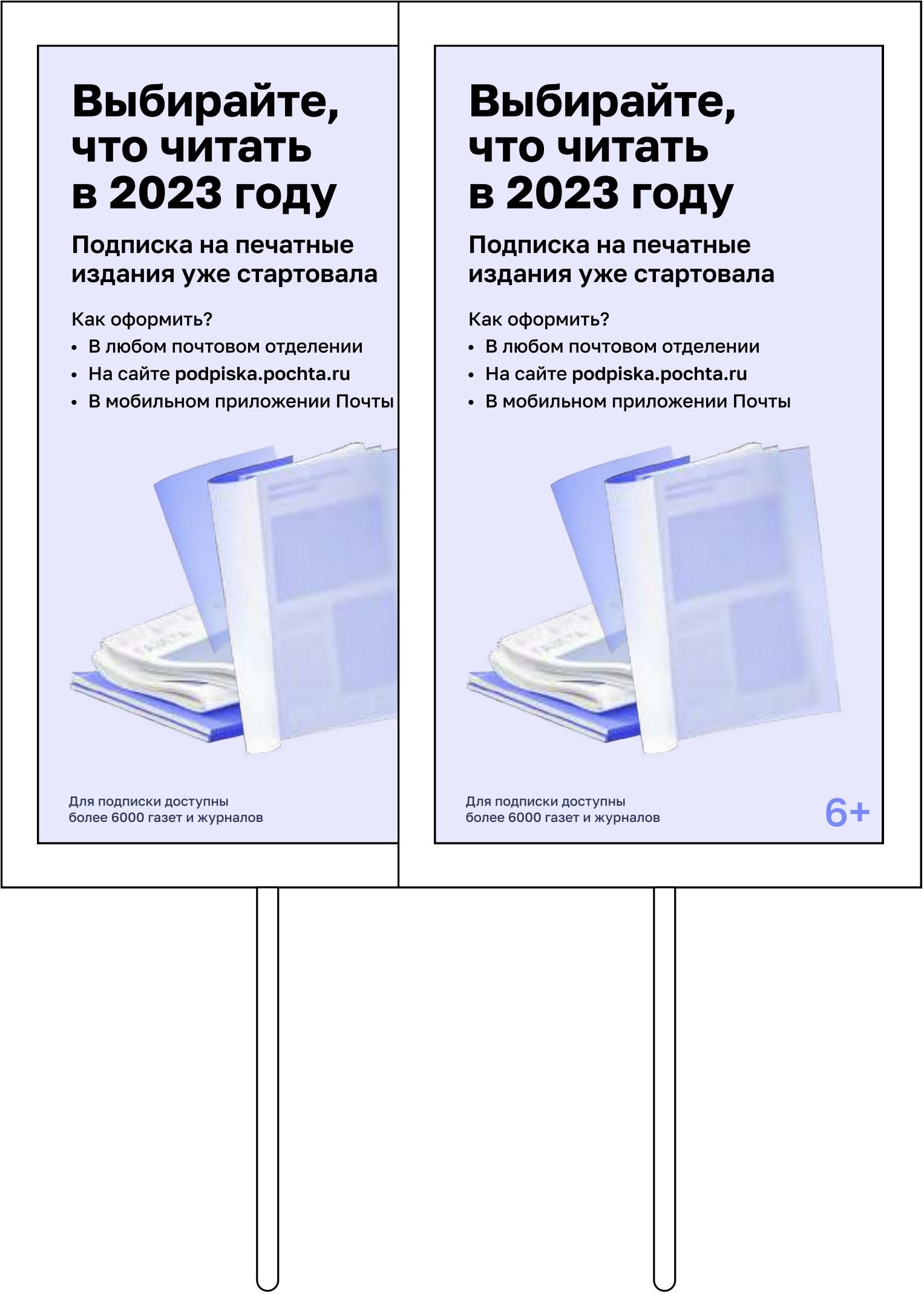
2.2.1.
Вертикальный экран

Для размещения на носителях типа 2.2.1. необходимо ориентироваться на вёрстку «Цифровых баннеров внутренних каналов». При этом используется вспомогательная палитра.

При создании материалов за проектом фиксируется цветовое сочетание, оно должно воспроизводиться на всех носителях.

На данном носителе допустимо размещение анимированных материалов.

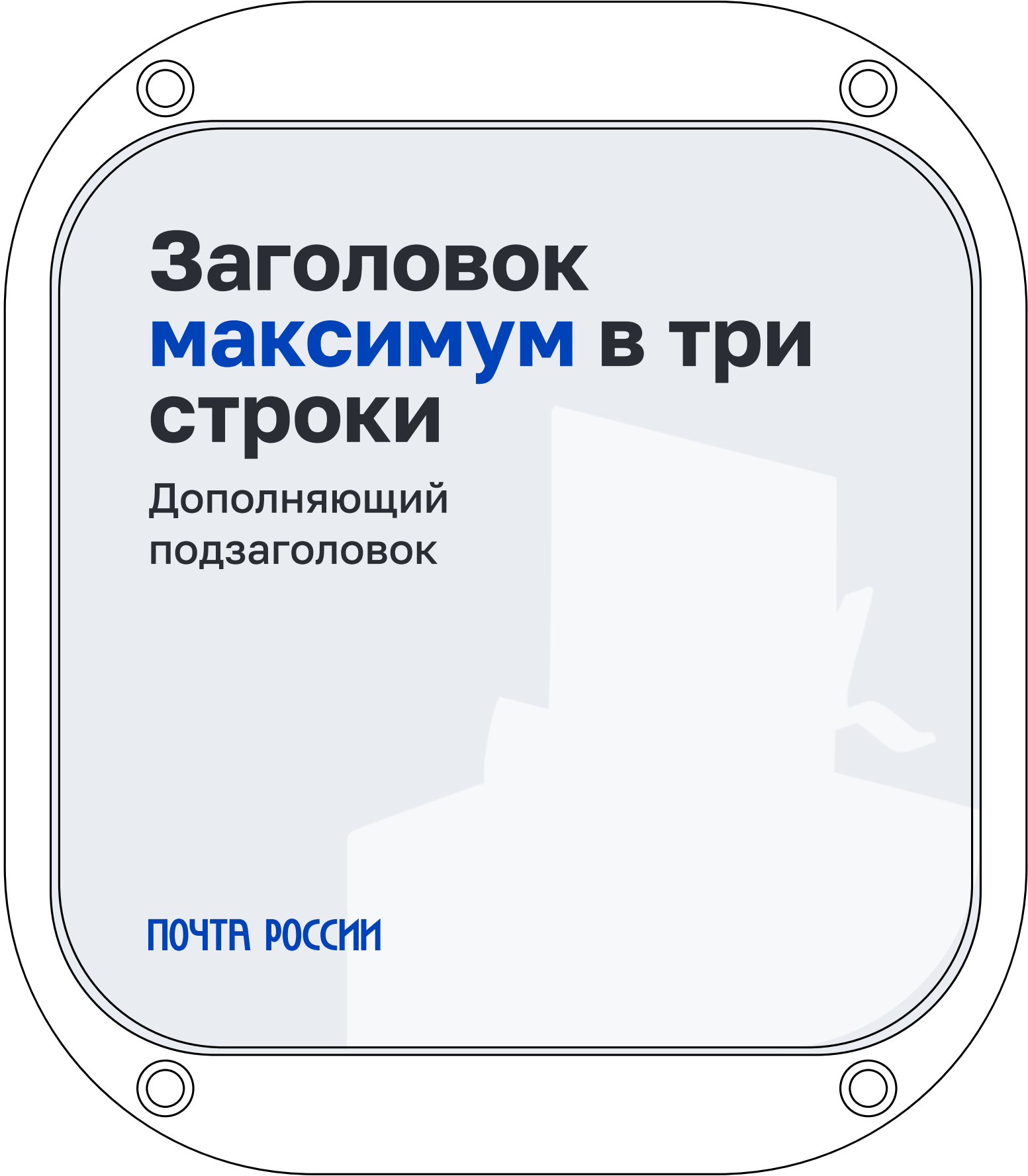
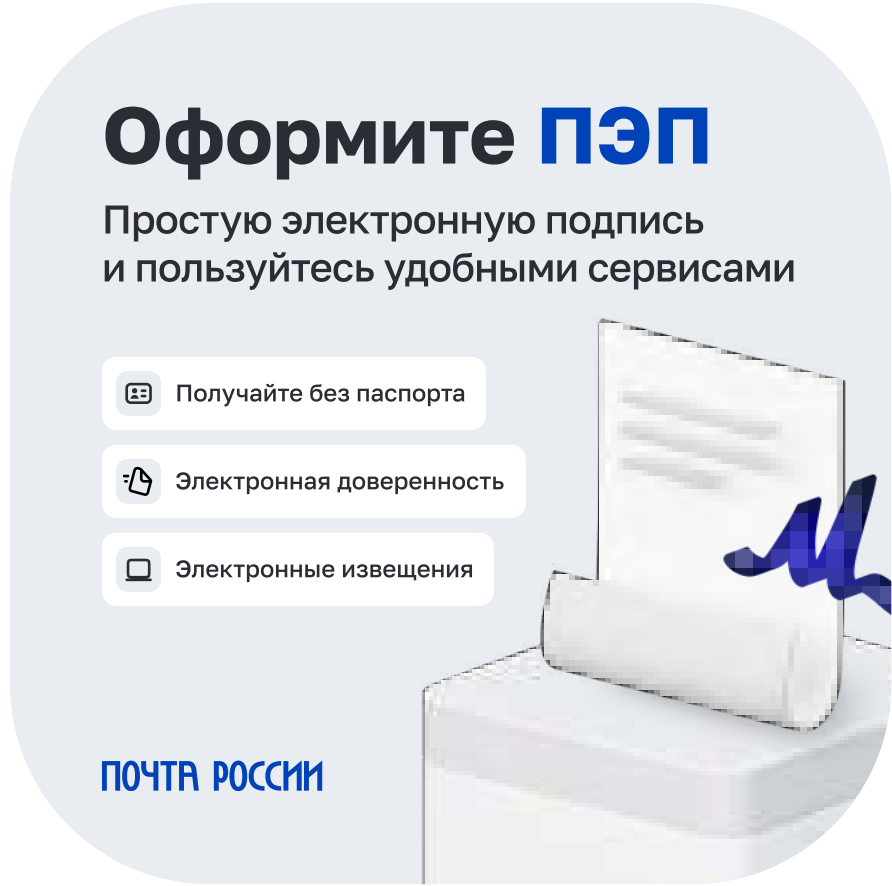
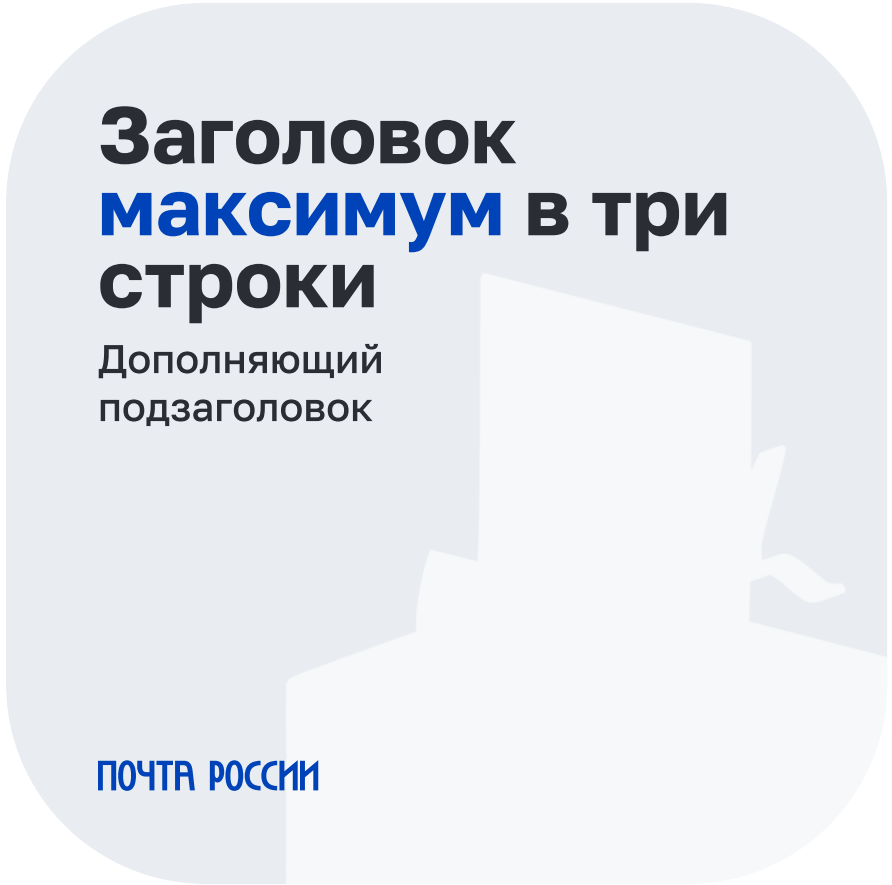
ТТ для носителя выдаются по запросу в Блок по маркетингу.



2.2.2.
Монетница

Монетница пластиковая, двухэлементная под вставку рекламного стикера.

Размер
Формат 156 х 156 мм (вылеты 3 мм с каждой стороны 162 х 162 мм).
С округлой вырубкой по периметру.



2.2.3. Стикер

Размещение

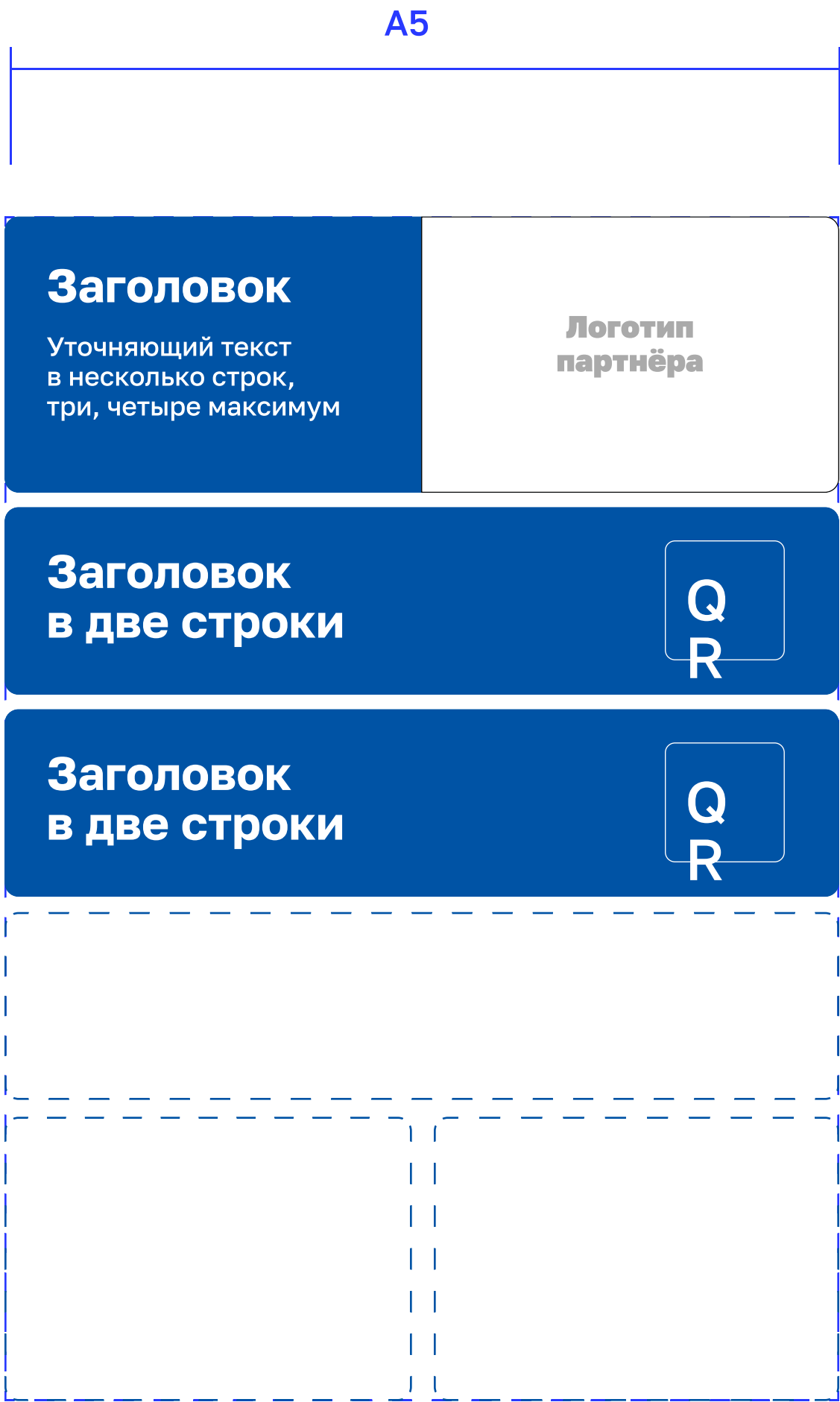
Стикер размещается
на поверхности барьера или стола.

Размер

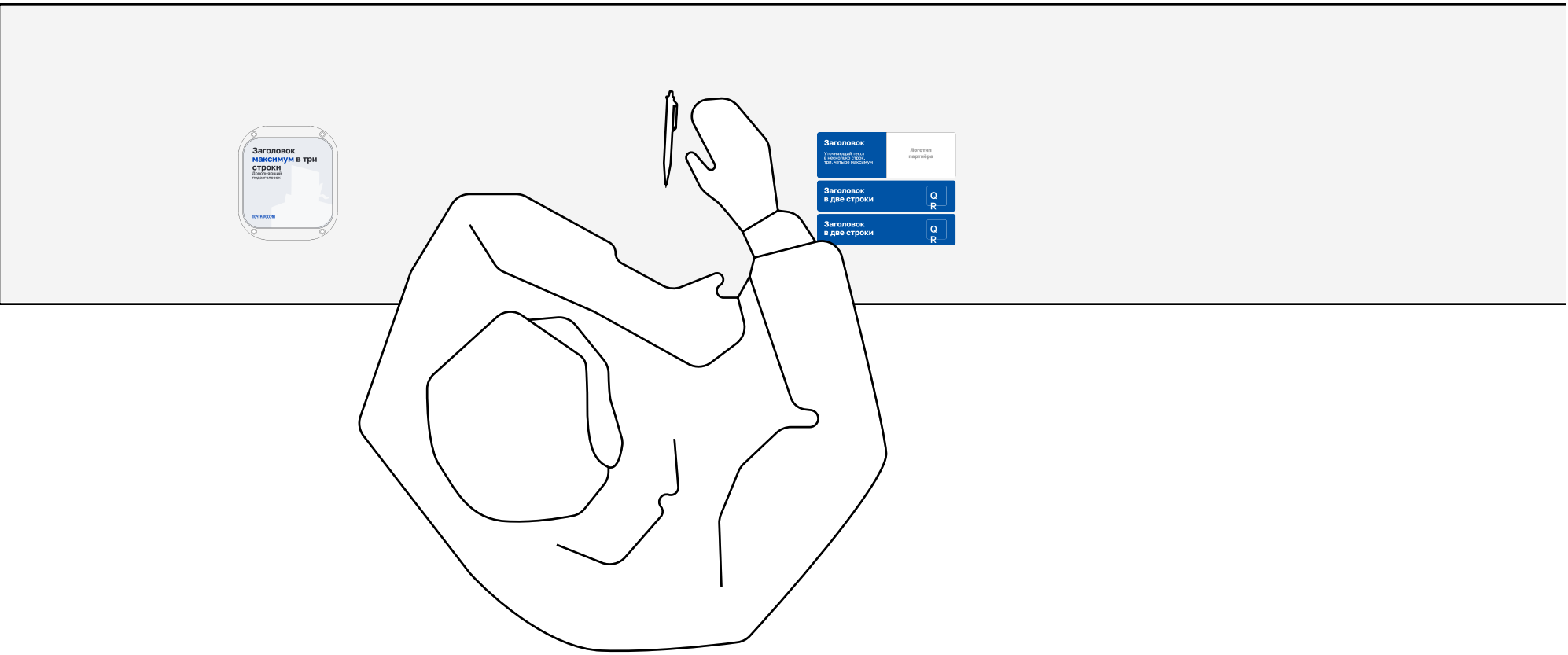
Модульный стикер А5,
единый формат.

Материал

Виниловая наклейка.



Вид сверху



2.3. Почтомат

Дизайн почтомата зафиксирован в Приложении

2.3.1. Почтомат. Дизайн

Размещение

Существуют два типа размещения:

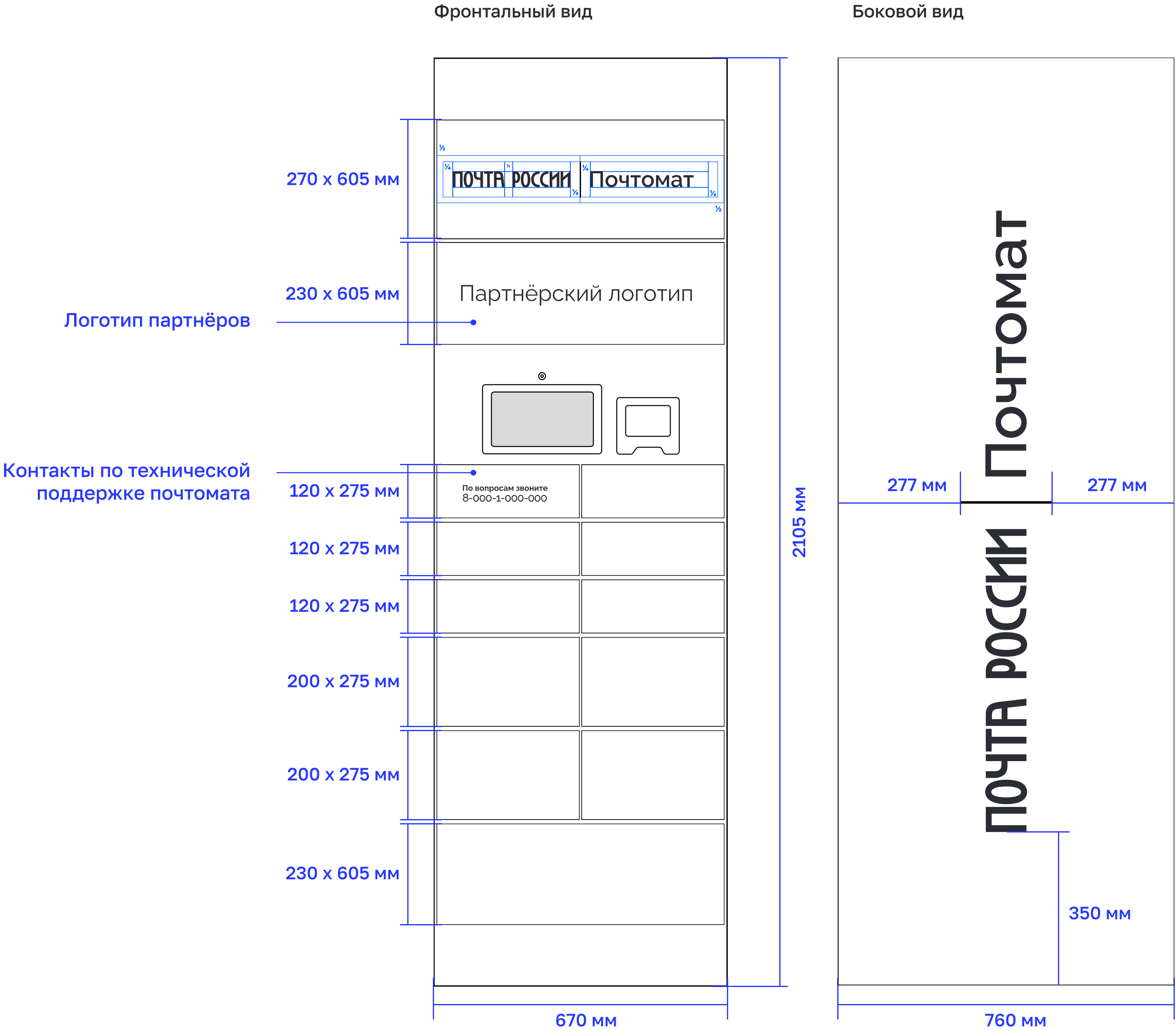
- 1. Размещение на территории ОПС.
- 2. Размещение на сторонних территориях.

Размер

Ш 670 мм x Г 760 мм x В 2105 мм.

Логотипы

Логотипы стоит воспроизводить с соблюдением стандартных размеров и пропорций. При размещении логотипа на сверхкрупных форматах важно соблюдать отступы от границ фирменного блока до внешних объектов.



2.3.1. Почтомат. Система и цвет

Модульная система

Модули могут собираться из разных секций. Максимальное количество секций — 4 шт.

Цвет

Существуют только два типа раскраски почтомата:

- 1. Синий **Post Blue** — основной.
- 2. Серый **Cold Metal** — партнёрский.

Элементы

Следующие элементы на почтомате должны быть исключительно в белом цвете: логотип партнёра, логотип Почты / почтомат, номер телефона.

Герб не используется!

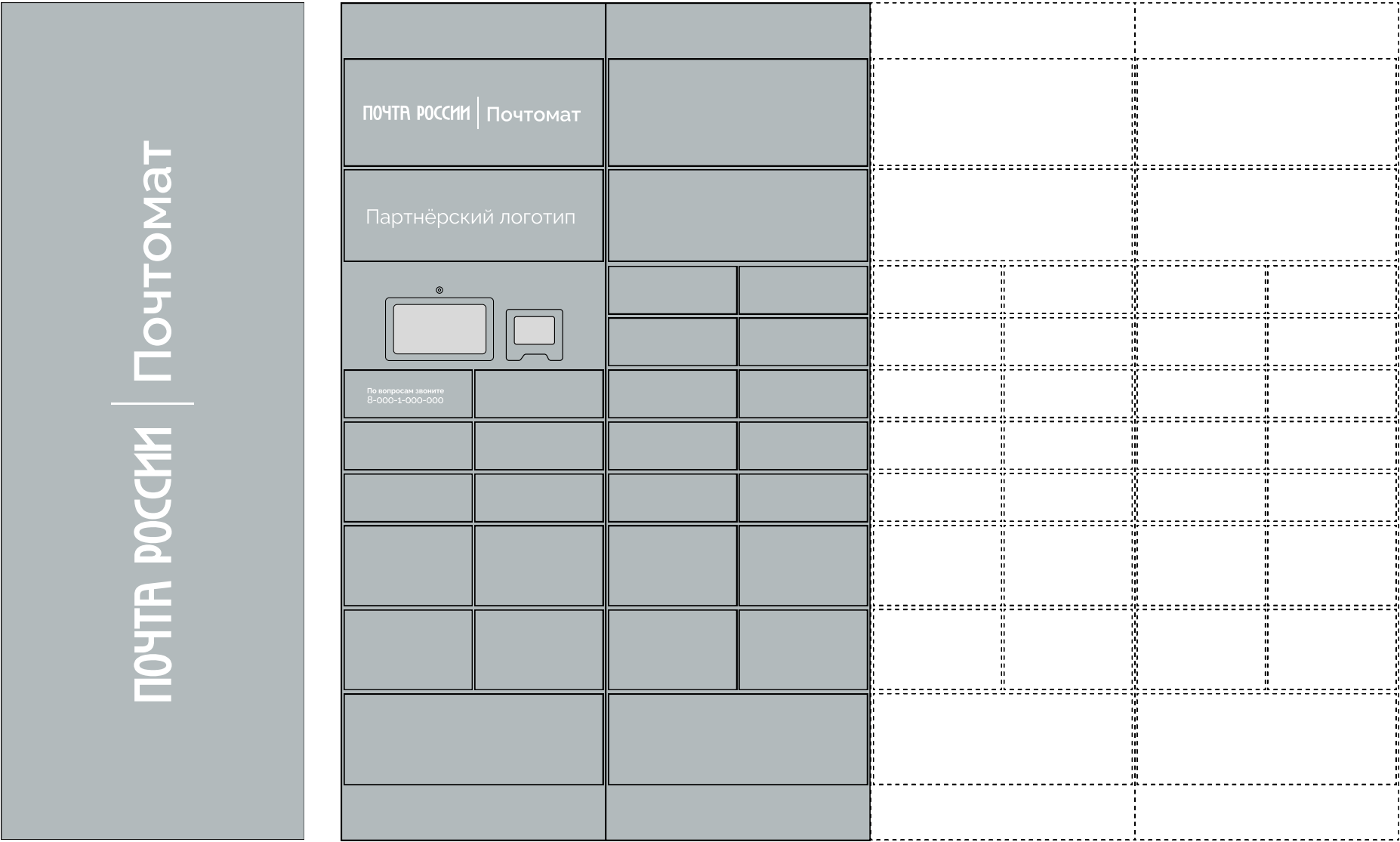
Cold Metal

CMYK: 4 2 2 0
RAL: 7047
Oracal: 8500-072

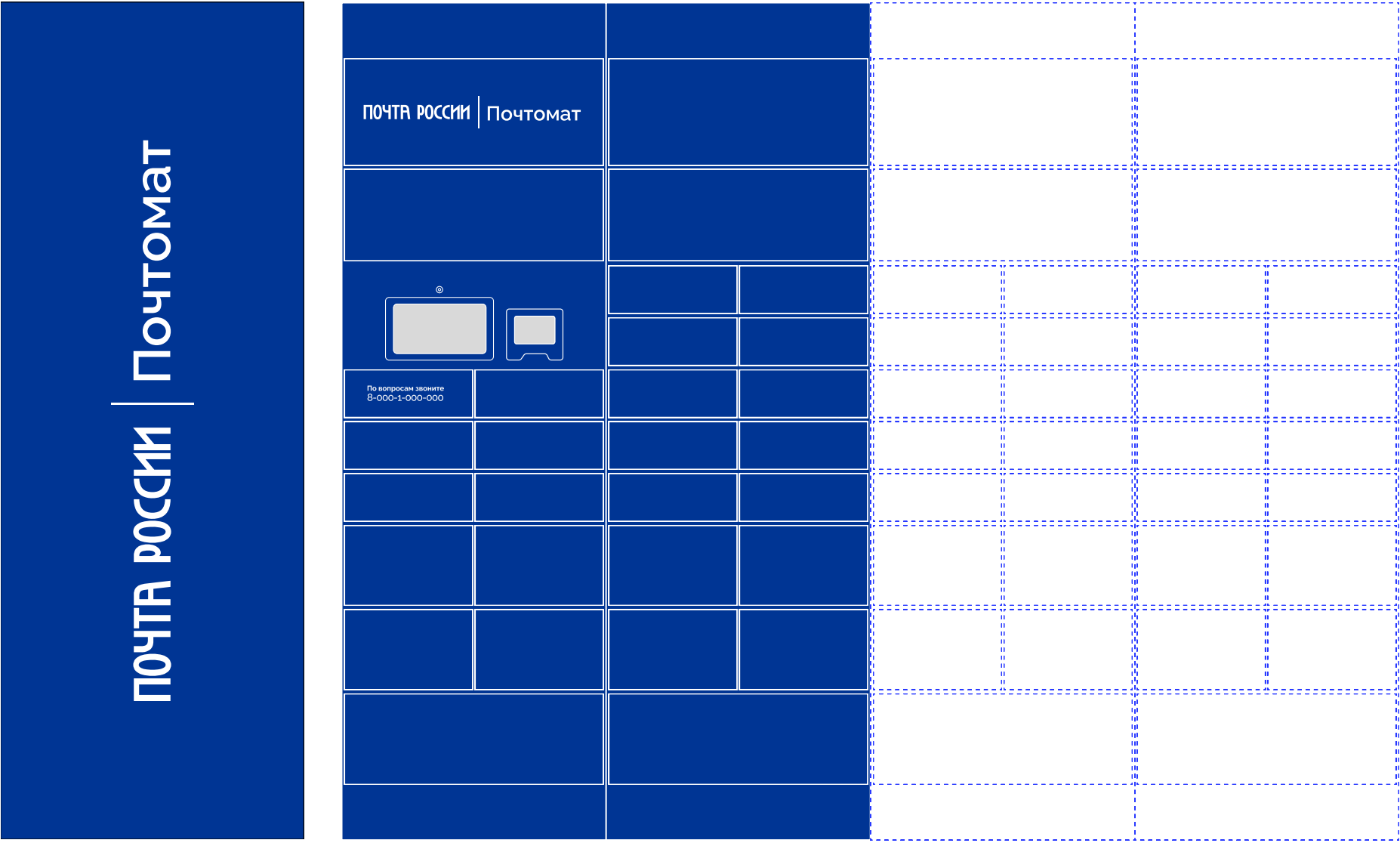
Post Blue

Pantone 661 C
CMYK: 100 75 0 6
RAL: 5010
Oracal: 8800-591

Партнёрский



Основной



Модульная система сборки. Максимально 4 секции

2.3.2.
Баннер в почтомат

Размер баннера: 1280 x 690 px

Размер контейнера
под изображение: 565 x 690 px

250 px ширина

Почта России

Оформляйте посылки онлайн

Отправляйте посылки по номеру телефона

Придите в отделение когда удобно

Получайте посылки быстрее

Вам все записано ПИД, буквой

Почта

Многомостное отправление
RJ 260 188 955 CN
Посылка в пути

Посылка из Китая
LO 225 368 661 CN
Получатель выбрал

Получайте посылки без предъявления паспорта

бушкин подарок
253 960 963 DE
было в сортировочном центре

Мед из Ярославля
RS 253 960 963 DE
Ожидает адресата в месте вручения

ASOS
RJ 260 188 955 CN

Заголовок заголовок
заголовок заголовок
заголовок заголовок
заголовок

Primary button

скачать

QR

Цвет фона: #FFFFFF

Заголовок: Golos Bold 56/64, не более 70 символов и 4 строк
Цвет текста: #2B2D34

1280 x 690 px

QR-код в нижнем правом углу, размером 183 x 183 px

60 px отступы по краям

Кнопка: Golos Regular 27/36, не более 20 символов и 1 строки
Цвет кнопки и лого: #2839FF
Цвет текста кнопки: #F1F3FF или белый #FFFFFF с прозрачностью 94%

221

1. Деловая документация
2. Сувенирная продукция

Деловая
документация

ПОЧТА РОССИИ

Визитная карточка

Стандарт

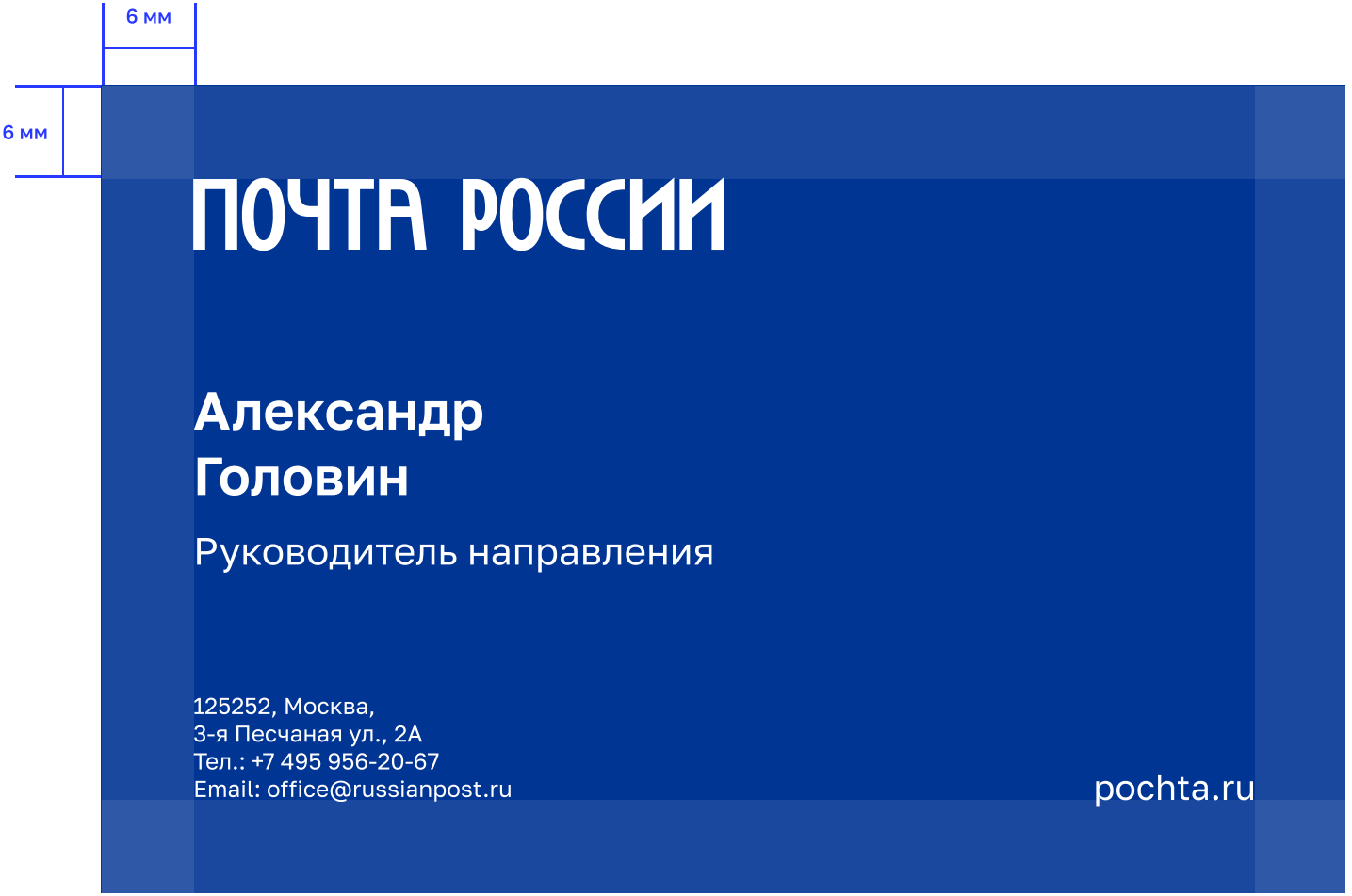
на русском языке

Визитные карточки предназначены для личных коммуникаций между работниками компании или партнёрами.

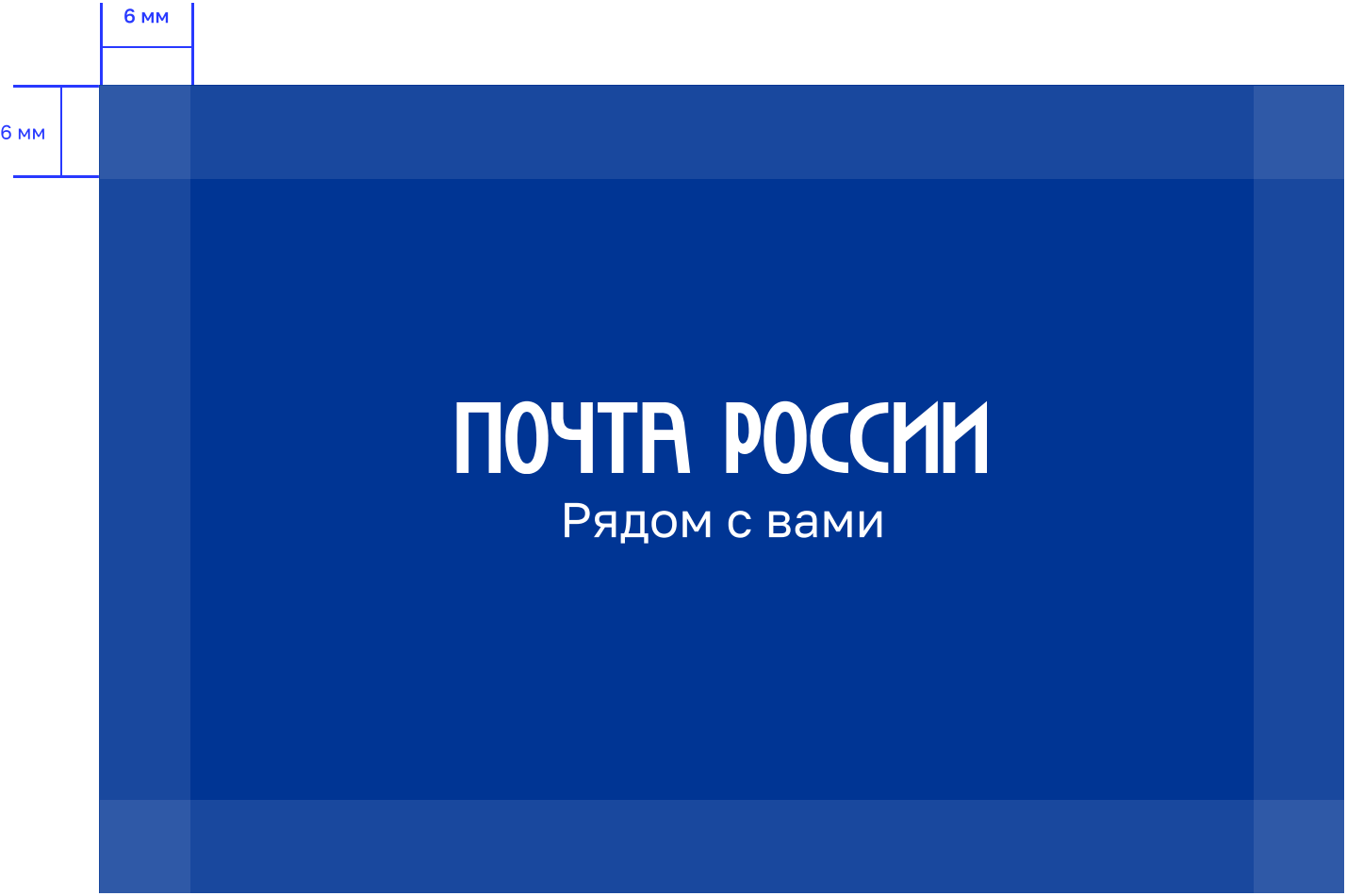
При создании используется единая для всей системы визитных карточек модульная сетка. Все элементы макета выравниваются относительно базовой сетки.

- ТТ:**
Формат — 85 × 55 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Бумага — белая, матовая, плотностью 300–350 г/м².

Возможна подготовка макетов с учётом ограничений по печати в целях экономии бюджета.



Пример вёрстки лицевой стороны



Пример вёрстки задней стороны

Деловая документация

Визитная карточка

Стандарт
на русском языке

ПОЧТА РОССИИ

**Александр
Головин**

Руководитель направления

125252, Москва,
3-я Песчаная ул., 2А
Тел.: +7 495 956-20-67
Email: office@russianpost.ru

pochta.ru

ПОЧТА РОССИИ

Рядом с вами

Визитная карточка

С фирменным паттерном на русском языке

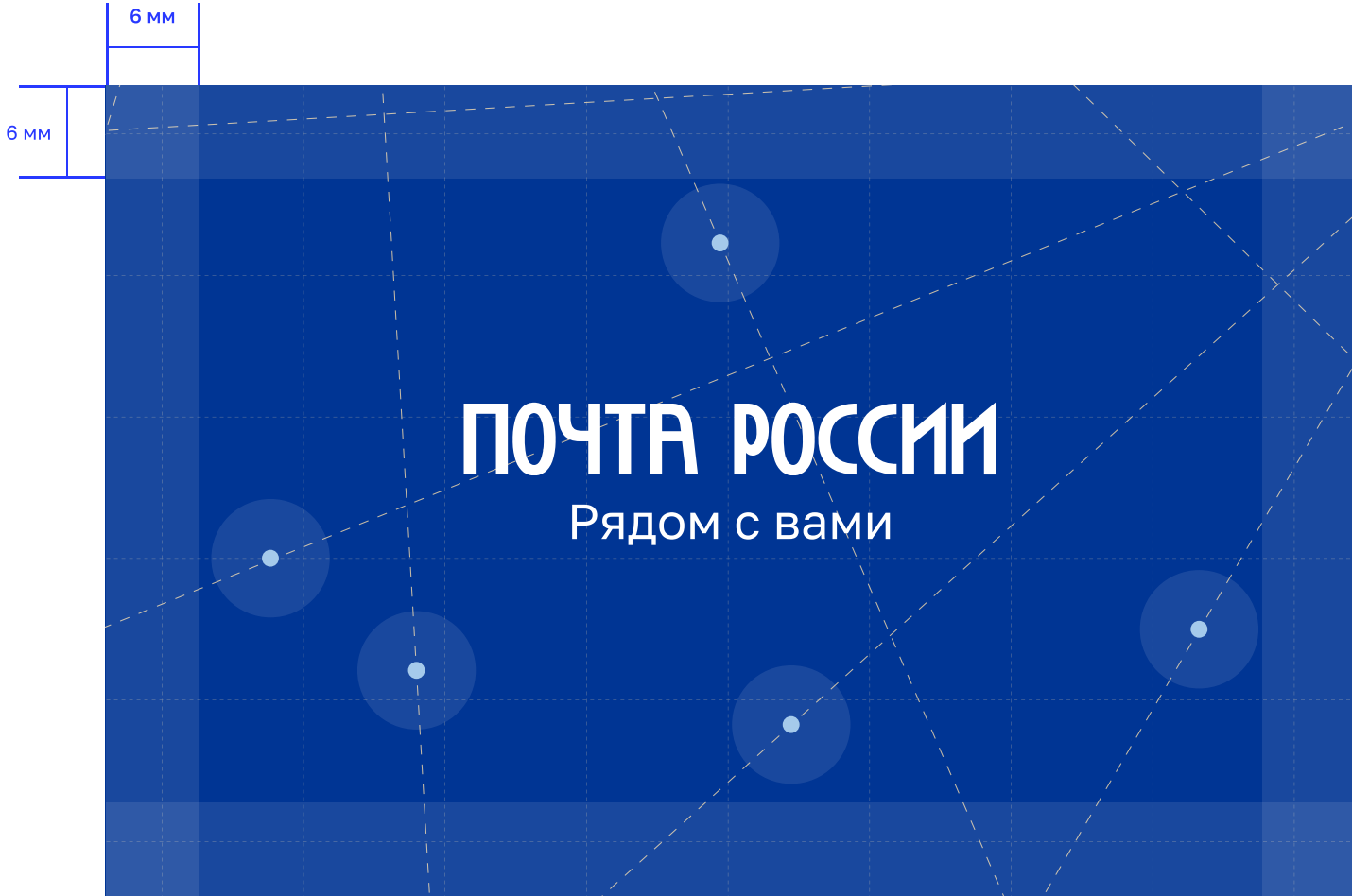
В карточки опционально добавляется фирменный паттерн цвета **Print Sky**.

ТТ:
Формат — 85 × 55 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Бумага — белая, матовая, плотностью 300–350 г/м².

Возможна подготовка макетов с учётом ограничений по печати в целях экономии бюджета.



Пример вёрстки лицевой стороны



Пример вёрстки задней стороны

Визитная карточка

С фирменным паттерном
на русском языке



Визитная карточка

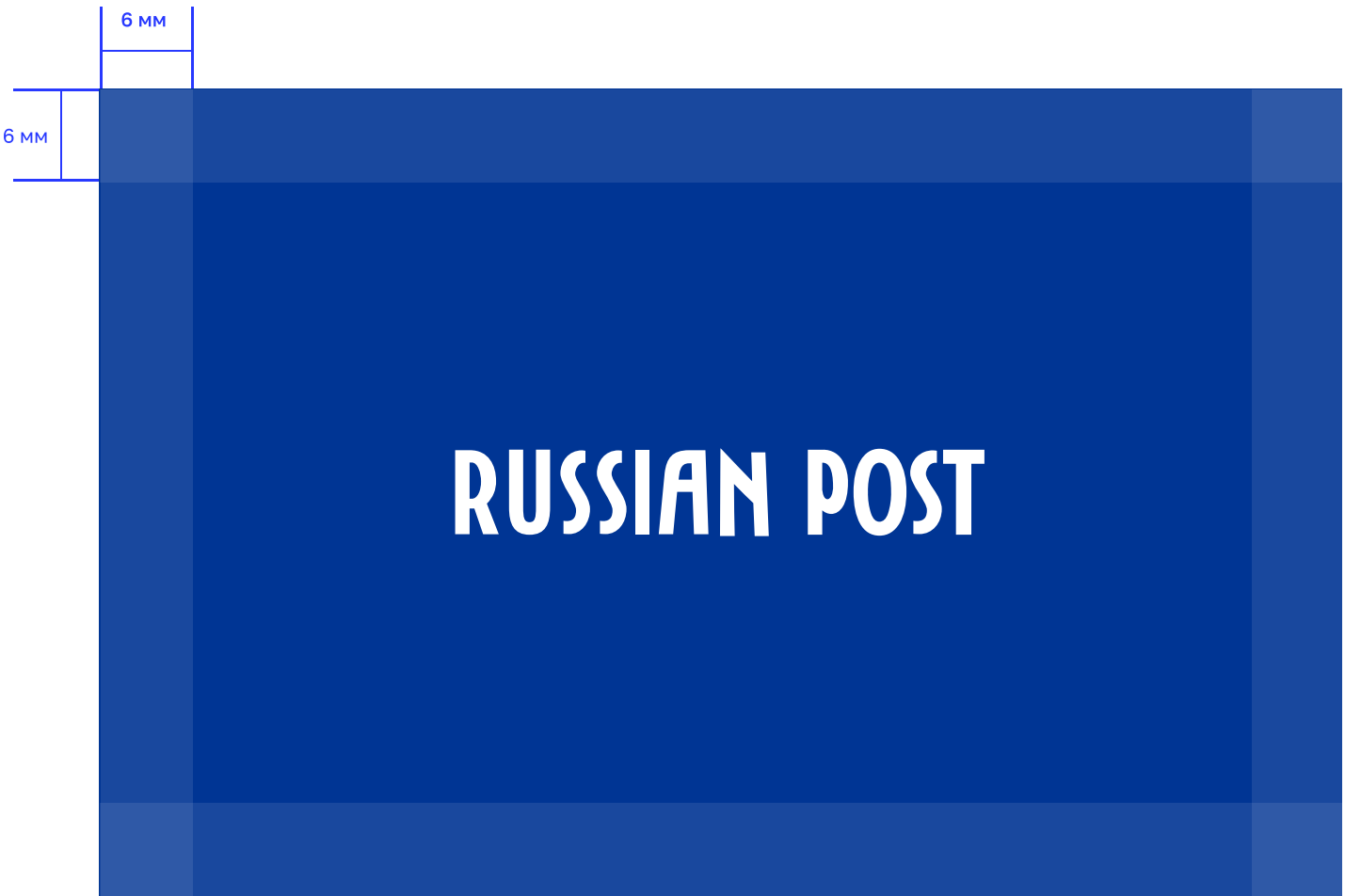
Стандарт

на английском языке

ТТ:
Формат — 85 × 55 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Бумага — белая, матовая,
плотностью 300–350 г/м².



Пример вёрстки лицевой стороны



Пример вёрстки задней стороны

Возможна подготовка макетов
с учётом ограничений по печати
в целях экономии бюджета.

Деловая документация

Визитная карточка

Стандарт
на английском языке

RUSSIAN POST

**Aleksandr
Golovin**

Head of Division

125252, Moscow,
3rd Peschanaya st., 2A
Tel.: +7 495 956-20-67
Email: office@russianpost.ru

pochta.ru

RUSSIAN POST

Деловая документация

Папка презентационная

Стандарт на русском языке

Презентационная папка предназначена для различных небольших по объёму документов, буклетов, брошюр под одной обложкой. Папка является одним из основных носителей организации.

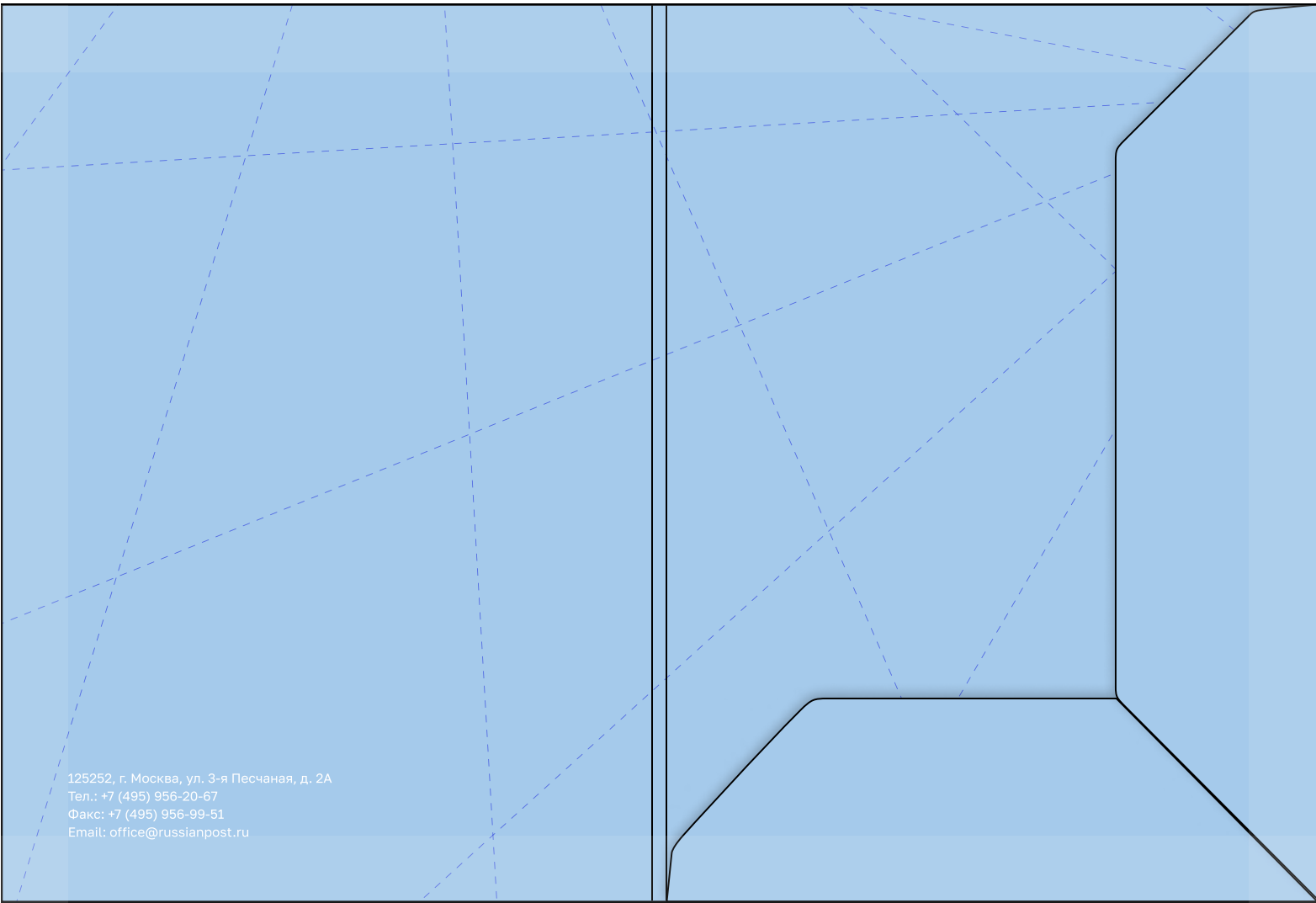
При построении используется единая для всей системы модульная сетка. Все элементы макета выравниваются относительно базовой сетки.

На внутреннюю сторону папки наносится фирменный паттерн.

- ТТ:**
Формат — 530 × 385 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет внешней стороны — Print Base Blue.
Цвет внутренней стороны — Print Sky.
Материал — картон плотностью 250–300 г/м².
Финишная обработка — матовая ламинация, вырубка, склейка.



На обложке паттерн не используется.



На внутренней части использован облегчённый паттерн.

Деловая документация

Папка
презентационная
Стандарт
на русском языке



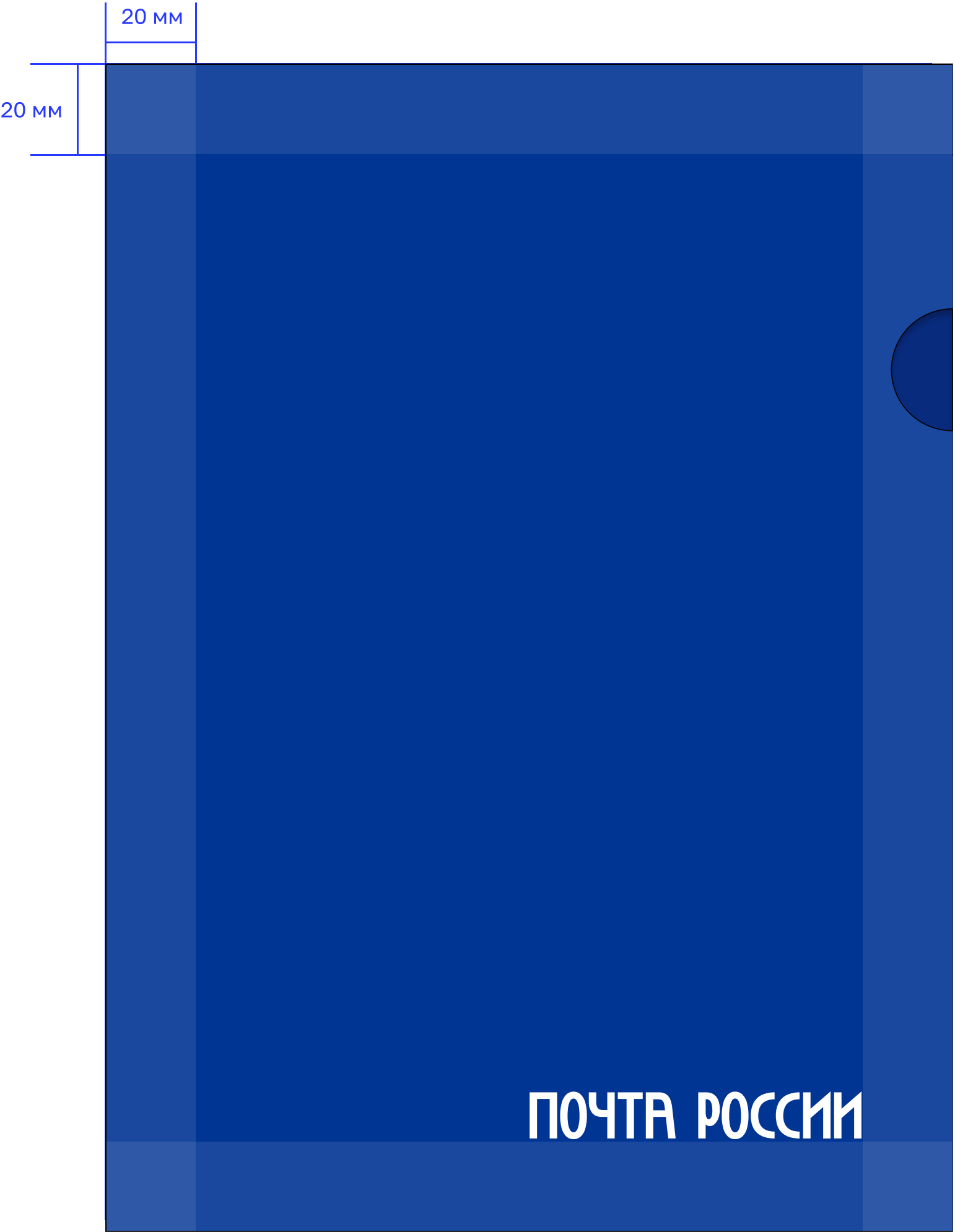
Папка-карман

Стандарт на русском языке

Папка-карман изготавливается из прозрачной мягкой или жёсткой полипропиленовой плёнки. Обратная сторона не имеет запечатки. Предназначена для хранения и транспортировки небольших по объёму документов.

На папке размещается только логотип, цвет фона — Print Sky.

- ТТ:**
Формат — 222 × 305 мм.
Шрифт — Golos Text.
Цвет внешней стороны — Print Base Blue.
Цвет внутренней стороны — Print Sky.
Цвет фона – Print Sky.
Материал — мягкая или жёсткая полипропиленовая плёнка.

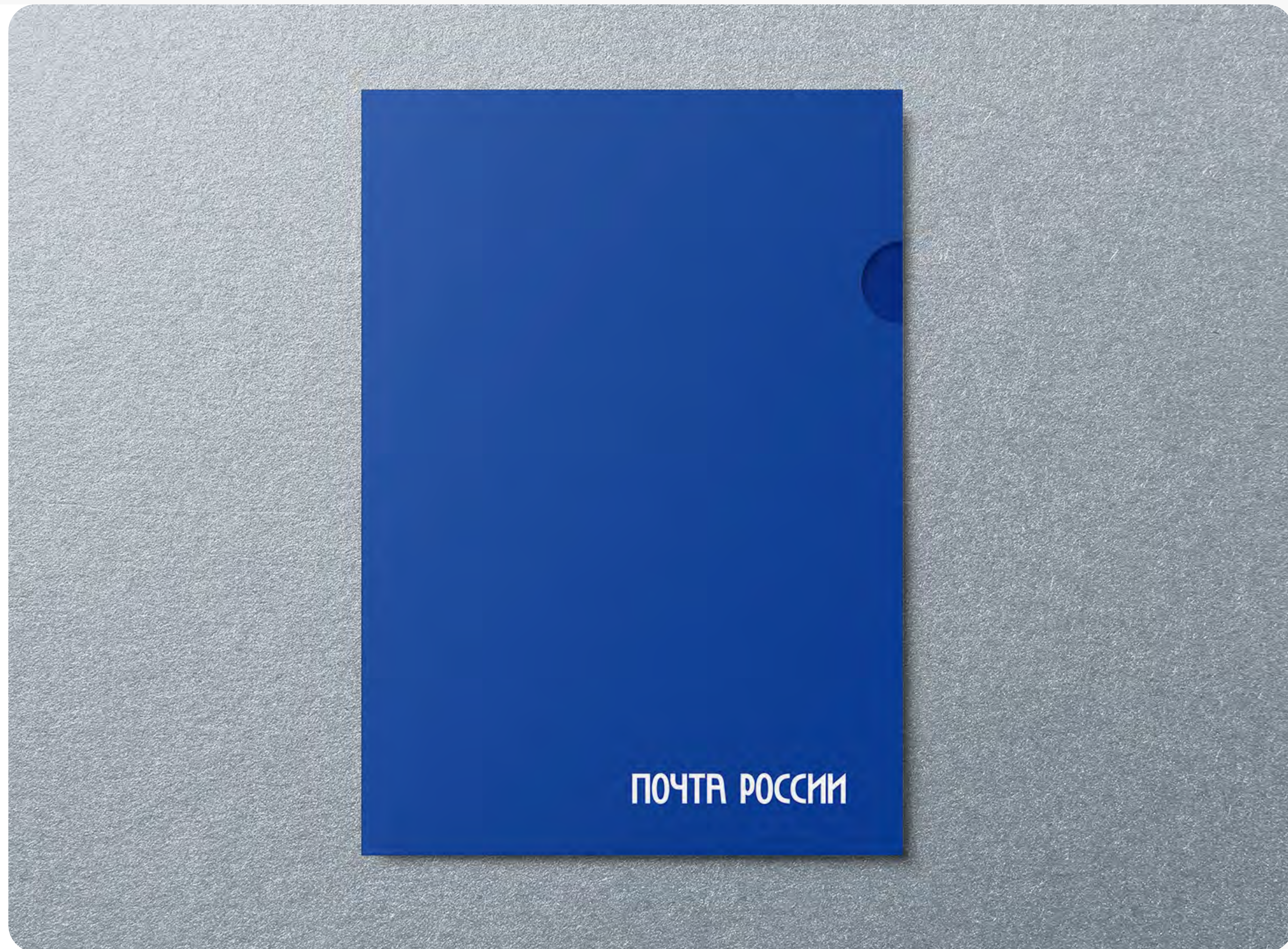


Пример вёрстки лицевой стороны

Деловая документация

Папка-карман

Стандарт
на русском языке



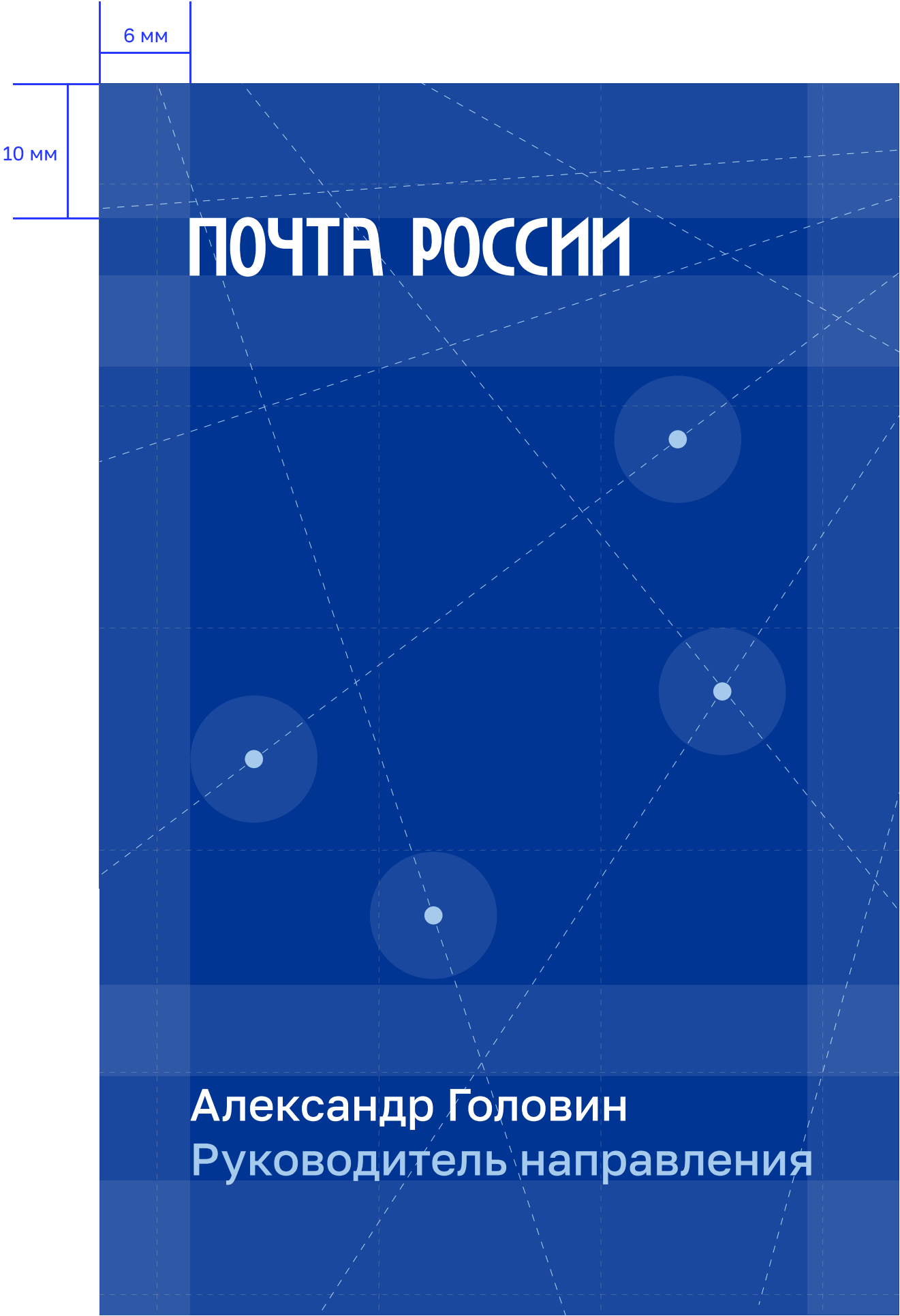
Бейдж

Бейдж из пластика с полноцветной печатью. Помещается в прозрачный чехол и крепится к ланьярду.

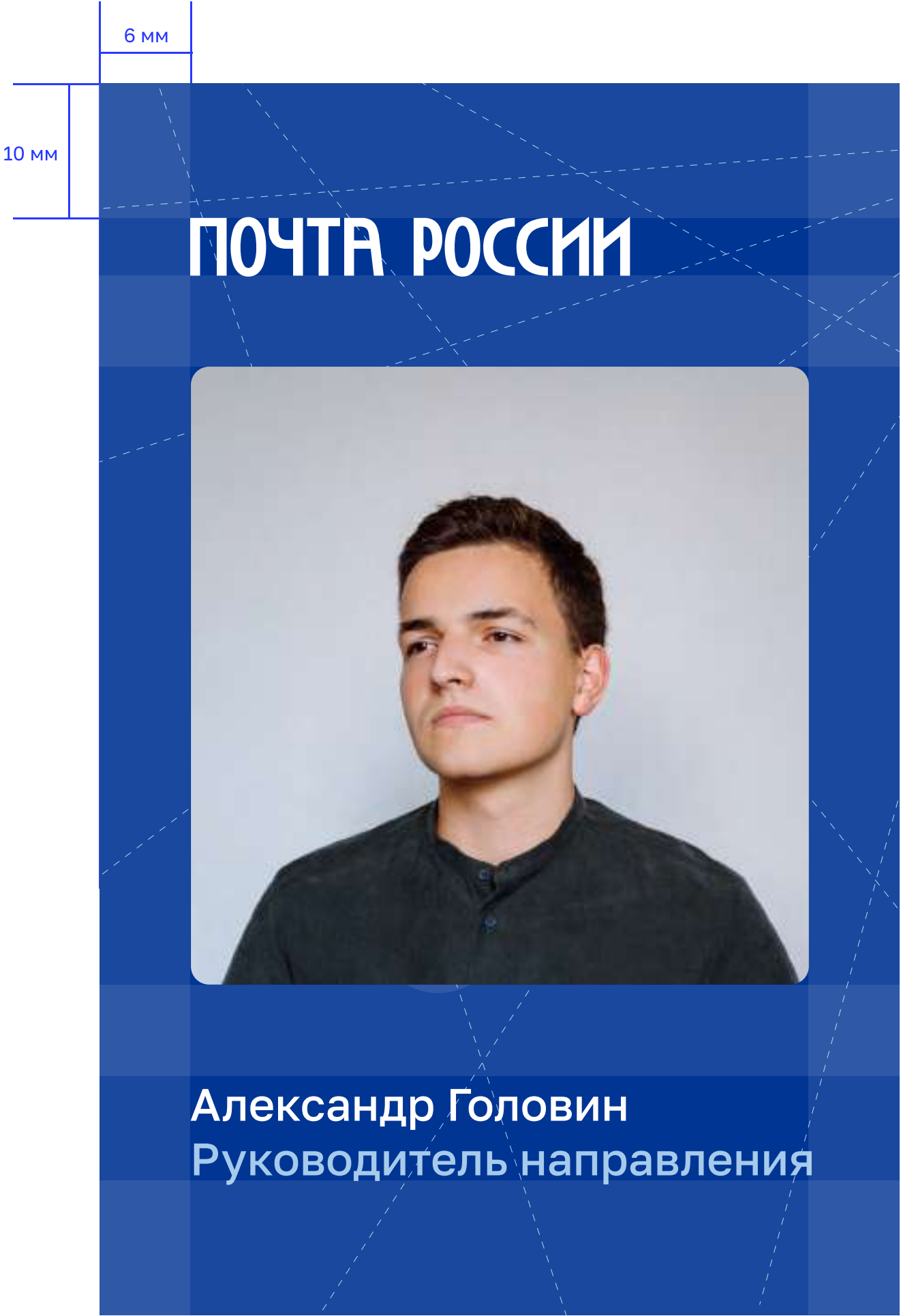
В бейдж опционально добавляется фирменный паттерн цвета Print Sky.

- ТТ:**
Формат — 85 × 55 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — УФ полноцветная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Материал — пластик.

Возможна подготовка макетов с учётом ограничений по печати в целях экономии бюджета.



Бейдж с базовым паттерном



На бейдже с фотографией используется облегчённый паттерн

Бейдж



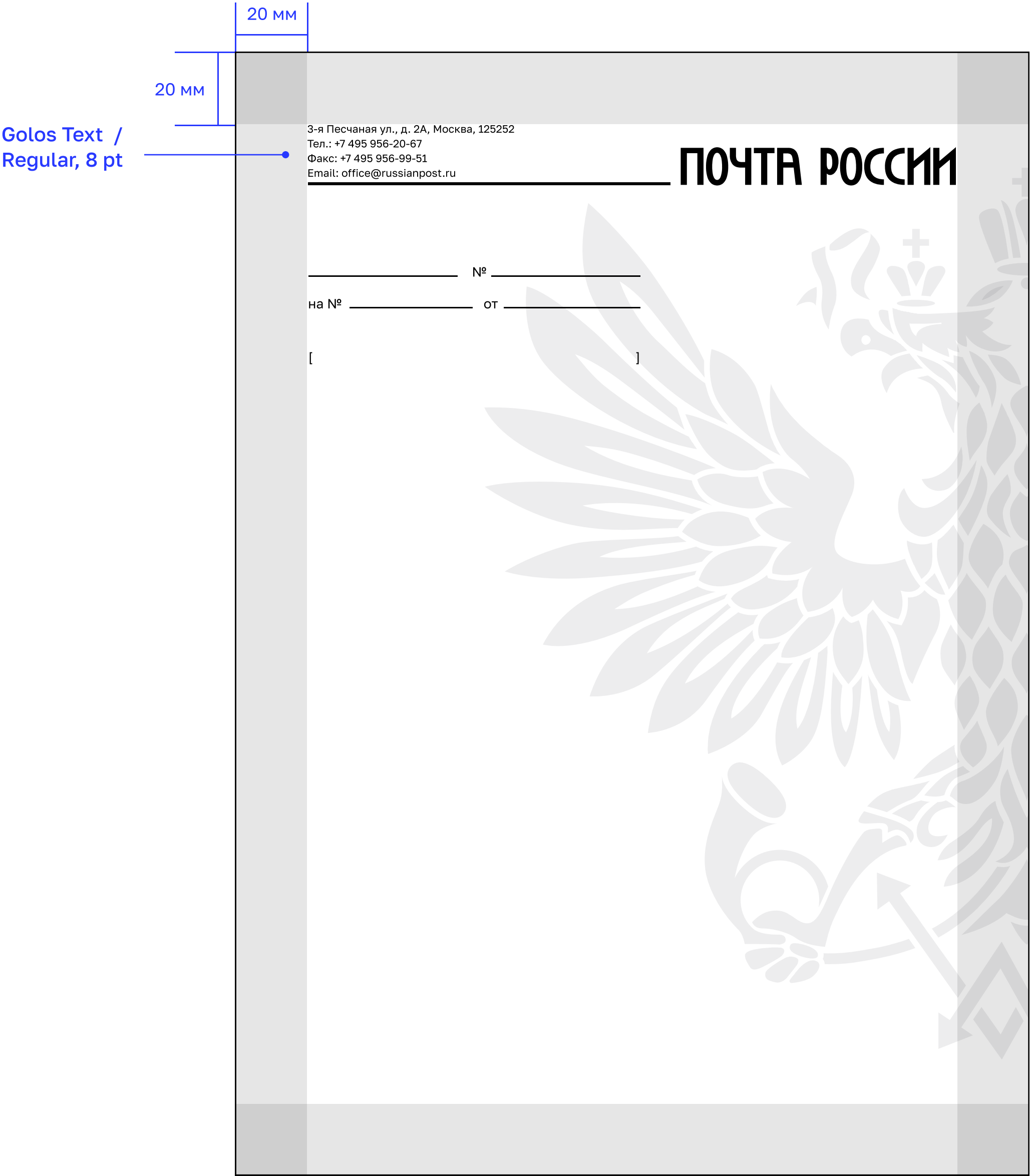
Фирменный бланк письма

Стандарт на русском языке

Фирменный бланк письма используется для деловой корреспонденции, которая отправляется работникам внутри компании.

При необходимости размещения на макете герба он наносится в соответствии с правилами (см. «Правила использования герба»).

ТТ:
Формат — А4, 210 × 297 мм.
Шрифт — Golos Text.
Переменная информация наносится с помощью оперативной печати — на лазерном или струйном принтере.
Бумага — белая, матовая, плотностью 80–90 г/м².



Пример вёрстки лицевой стороны

Благодарственное письмо

Стандарт на русском языке

Благодарственное письмо — вид письма, в котором выражается благодарность за выполнение какой-то просьбы, поручения, за сотрудничество. Имеет размер А4 и может быть оформлено в рамку. Обратная сторона — без какой-либо информации.

При необходимости размещения на макете герба он наносится в соответствии с правилами (см. «Правила использования герба»).

ТТ:
Формат — А4, 210 × 297 мм.
Шрифт — Golos Text.
Переменная информация наносится с помощью оперативной печати — на лазерном или струйном принтере.
Бумага — белая, матовая, плотностью 80–90 г/м².



Пример вёрстки лицевой стороны

Диплом

Стандарт
на русском языке

Имеет размер А4 и может быть оформлен в рамку. Обратная сторона — без какой-либо информации.

ТТ:
Формат — А4, 210 × 297 мм.
Шрифт — Golos Text.
Переменная информация наносится с помощью оперативной печати — на лазерном или струйном принтере.
Бумага — белая, матовая, плотностью 80–90 г/м².



Пример вёрстки лицевой стороны

Сувенирная
продукция

Сувенирная продукция

Блокнот

Стандарт на русском языке

Блокнот с логотипом
и фирменным паттерном.

ТТ:

Формат — А5, 148,5 × 210 мм.

Шрифт — Golos Text.

Печать — офсетная.

Цвет фона — Print Base Blue.



Пример вёрстки лицевой стороны

Сувенирная продукция

Блокнот
Стандарт
на русском языке

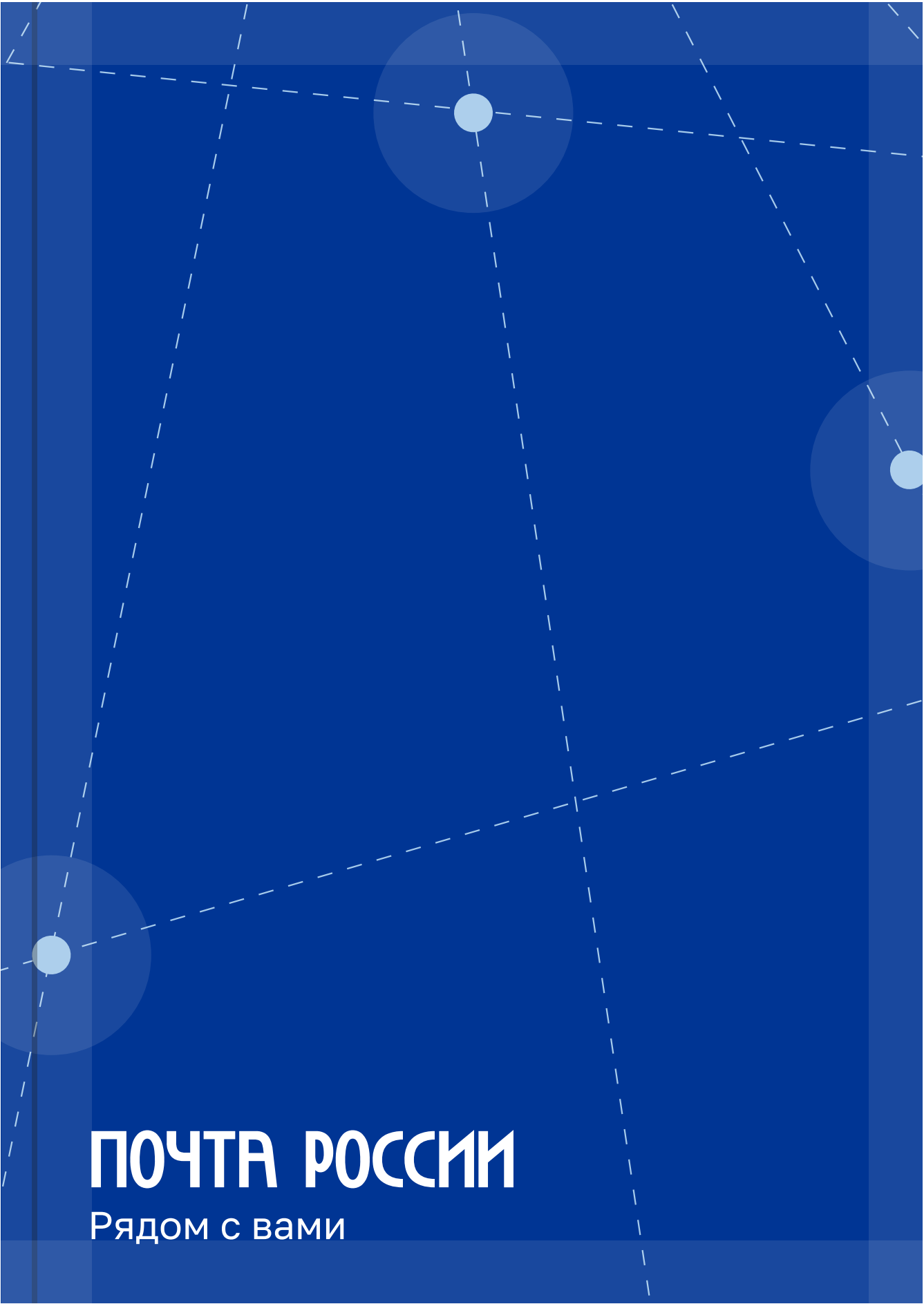


Сувенирная продукция

Журнал
Стандарт
на русском языке

Журнал с логотипом
и фирменным паттерном.

ТТ:
Формат — 220 × 280 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Материал — бумага плотностью 180 г/м².

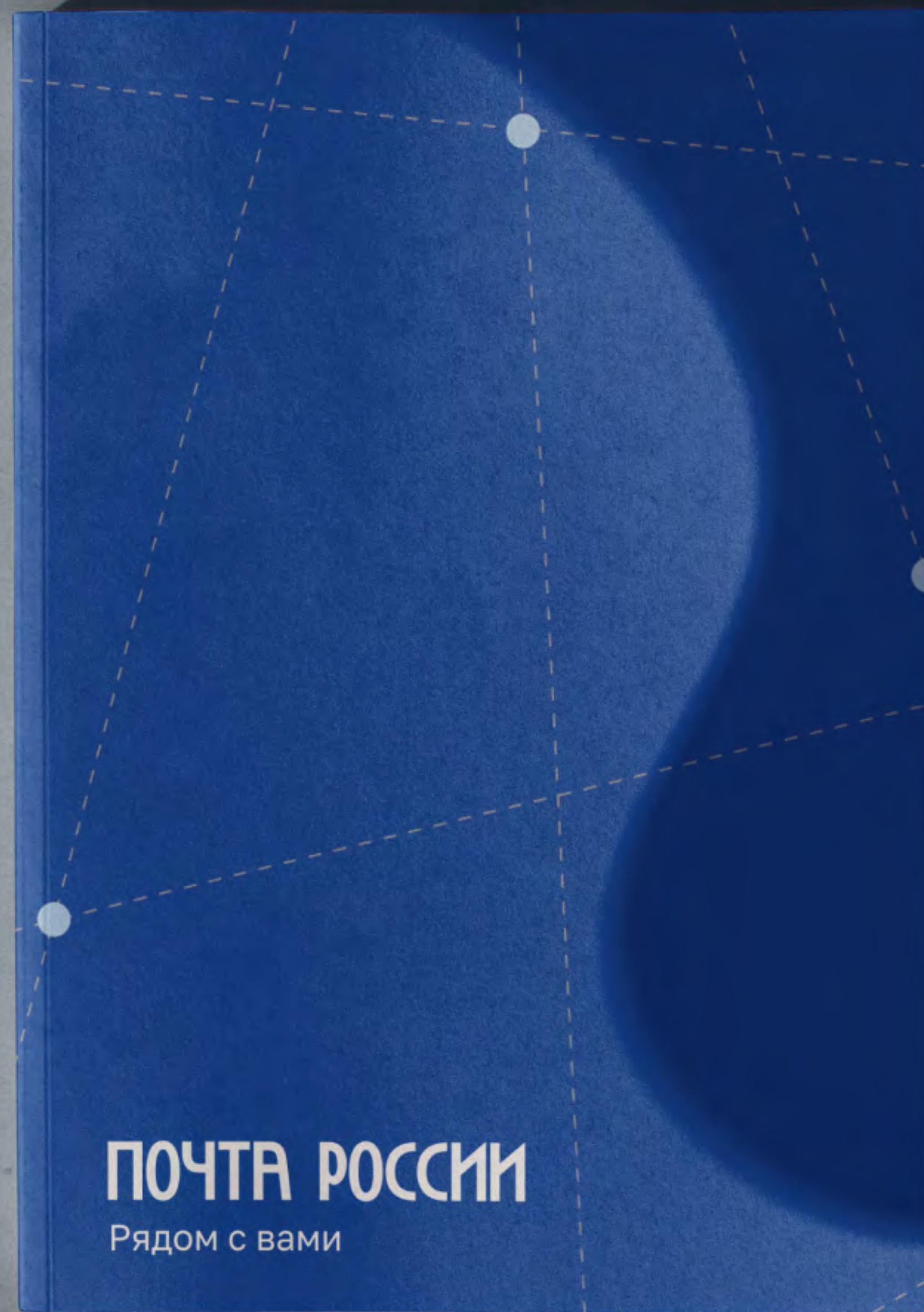


Пример вёрстки лицевой стороны

Сувенирная продукция

Журнал

Стандарт
на русском языке



Сувенирная продукция

Пакет бумажный
Стандарт
на русском языке

Пакет с логотипом и фирменным
паттерном в двух цветах.

ТТ:
Формат — А4, 210 × 297 мм.
Шрифт — Golos Text.
Печать — офсетная.
Цвет фона — Print Base Blue.
Материал — бумажные
ламинированные пакеты.



Пример вёрстки лицевой стороны



Пример вёрстки лицевой стороны

Сувенирная продукция

Пакет бумажный

Стандарт
на русском языке



Сувенирная продукция

Кружка Стандарт на русском языке

Кружка с логотипом и фирменным
паттерном цвета Print Sky.

ТТ:

Формат — диаметр: 82 мм;

высота: 95 мм; объём: 330 мл.

Шрифт — Golos Text.

Печать — УФ полноцветная или
сублимационная печать

(панорамная печать без полей от дна
до каёмки).

Цвет фона — Print Base Blue.

Материал — керамика.



Задний вид

Передний вид

Сувенирная продукция

Кружка

Стандарт
на русском языке



Сувенирная продукция

Ручка Стандарт на русском языке

Ручка с логотипом и фирменным
паттерном цвета Print Sky.

ТТ:

Формат — 13,3 x 0,8 мм.

Шрифт — Golos Text.

Печать — УФ полноцветная.

Цвет фона — цвета Print Sky.

Материал — металл, пластик.



Пример вёрстки лицевой стороны

Сувенирная продукция

Ручка

Стандарт
на русском языке

