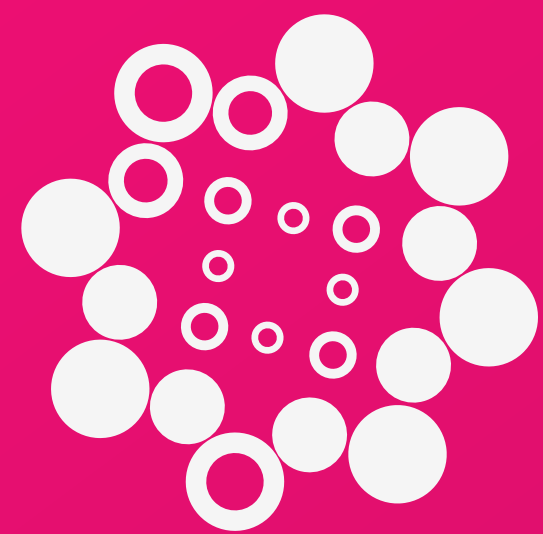




ИННОПРОМ

БРЕНД- ГАЙДЛАЙН

Руководство по работе с брендом
и фирменным стилем

Общие положения

Бренд-гайдлайн	03
Назначение документа	04

Логотип

Базовая версия	06
Начертания	07
Локализация	08
Цветовые инверсии	09
Охранное поле	10
Минимальные размеры	11
Допустимое применение	12
Недопустимое применение	13

Визуальная система

Общая концепция

Основа визуальной айдентики	15
Индустриальный базис	17
Умные процессы	18
Ресурсы индустрии	19
INNOPROM-стратегические	20

Цветовая палитра

Основные корпоративные цвета	21
Дополнительные цвета	23
Корпоративные градиенты	24
Использование цвета	25

Типографика

Фирменный шрифт	27
Альтернативный шрифт	28
Шрифтовая иерархия	29
Вёрстка текста	31

Фирменная графика

Общий подход	32
Стиль «Градиент»	33
Стиль «Рельеф»	34
Комбинированный стиль	35
Графика: индустриальный базис	36
Графика: умные процессы	37
Графика: ресурсы индустрии	38
Графика: INNOPROM-стратегические	39
Графика и цвет	42
Недопустимое использование	48
Общие правила верстки макетов	49

Техническая реализация стиля

Создание графики	51
Графика в стиле «Градиент»	52
Графика в стиле «Рельеф»	54

Иконографика

Общий подход	57
Стиль	58
Правила подбора графики	59
Фирменное оформление	60
Допустимое использование	61
Недопустимое использование	62

Фотостиль

Правила подбора изображений	63
Использование фотоизображений	64
Фото и фирменная графика	65

Носители стиля

Навигация	67
Баннеры-задники	70
Спонсорский баннер	72
Оклейка входа	73
Выгородка зоны регистрации	75
Наружная реклама	76
Блокнот	77
Визитная карта	78
Фирменный бланк	79
Буклет	80
Digital реклама	81
Социальные сети	82
Презентация	83

Бренд-гайдлайн

Бренд-гайдлайн — это официальный документ, фиксирующий ключевые принципы бренда и правила работы с его визуальной айдентикой.

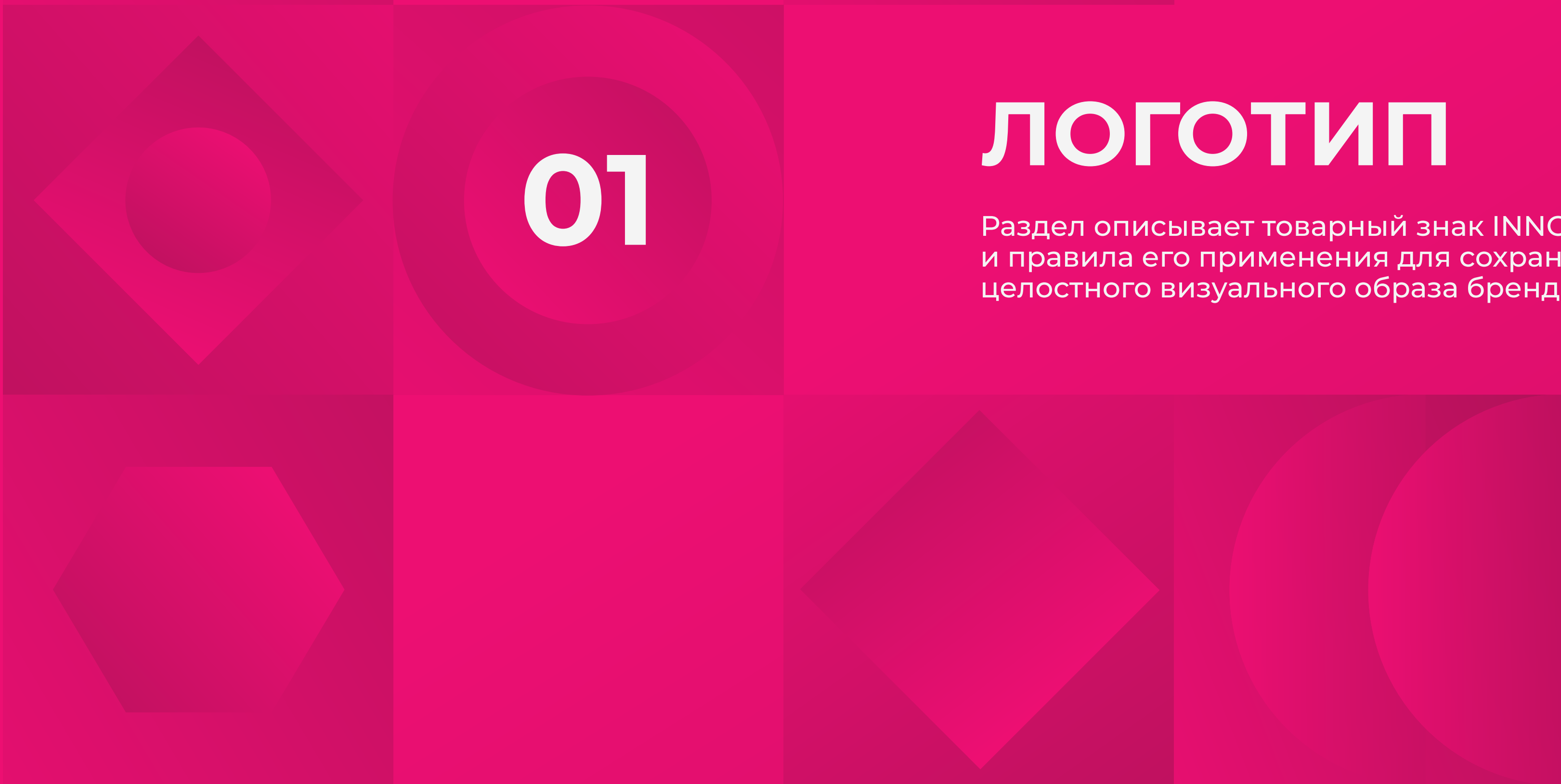
Он содержит рекомендации по использованию логотипа, цветовой палитры, типографики, фирменной графики и других элементов стиля. Благодаря гайдлайну бренд остаётся целостным и узнаваемым во всех коммуникациях и на любых носителях.



Назначение документа

Рекомендации, приведенные в бренд-гайдлайне, направлены на:

- Сохранение единого визуального восприятия;
- Обеспечение корректного использования фирменных элементов;
- Упрощение работы дизайнеров, подрядчиков и партнёров;
- Избегание ошибок при создании рекламных, корпоративных и других материалов.



01

ЛОГОТИП

Раздел описывает товарный знак INNOPROM и правила его применения для сохранения целостного визуального образа бренда.

Базовая версия

Основной полный логотип INNOPROM состоит из графического знака и текстового написания.

Знак отражает семантику бренда, текст — его наименование, выполненное в современном гротеске.

Комбинация формирует узнаваемый образ и допускает использование элементов как вместе, так и отдельно.

Базовая версия логотипа не используется в 2025 году.

Графическая часть



Шрифтовая часть

ИННОПРОМ



INNOPROM

Начертания

Для брендинга используются четыре версии логотипа:

- Основная (горизонтальная);
- Вертикальная;
- Сокращённая (шрифтовая);
- Фирменный знак.

Каждая из них предназначена для разных форматов и сценариев применения, обеспечивая узнаваемость бренда при любых условиях.

В большинстве случаев рекомендуется использовать основную и вертикальную версии.

Если формат или композиция макета не позволяют разместить их корректно, рекомендуется использовать сокращённую версию или только фирменный знак.

Основная (горизонтальная) версия



Вертикальная версия



Сокращённая (шрифтовая) версия

ИННОПРОМ

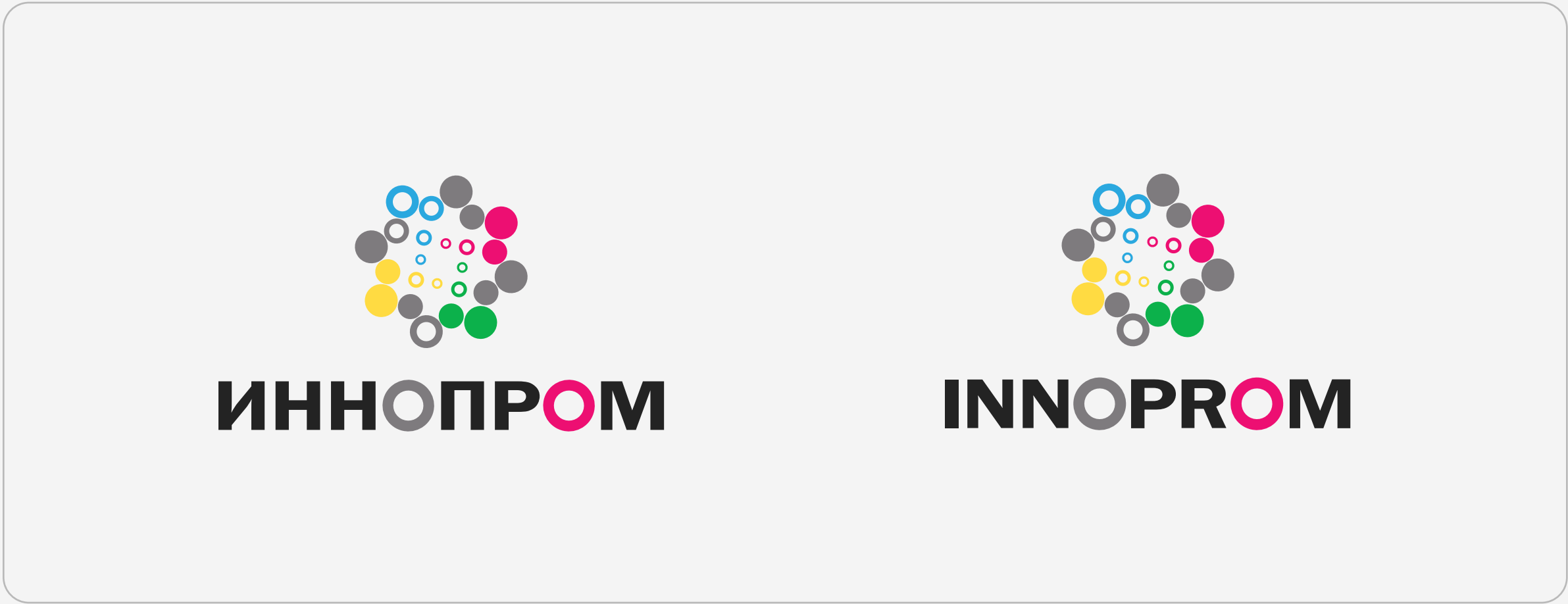
Фирменный знак



Локализация

Логотип INNOPROM представлен в русской и английской версиях для использования в материалах, ориентированных на разные аудитории.

Приоритетными для использования являются кириллические версии логотипа, в случаях если это не противоречит цели и назначению макета.



Цветовые инверсии

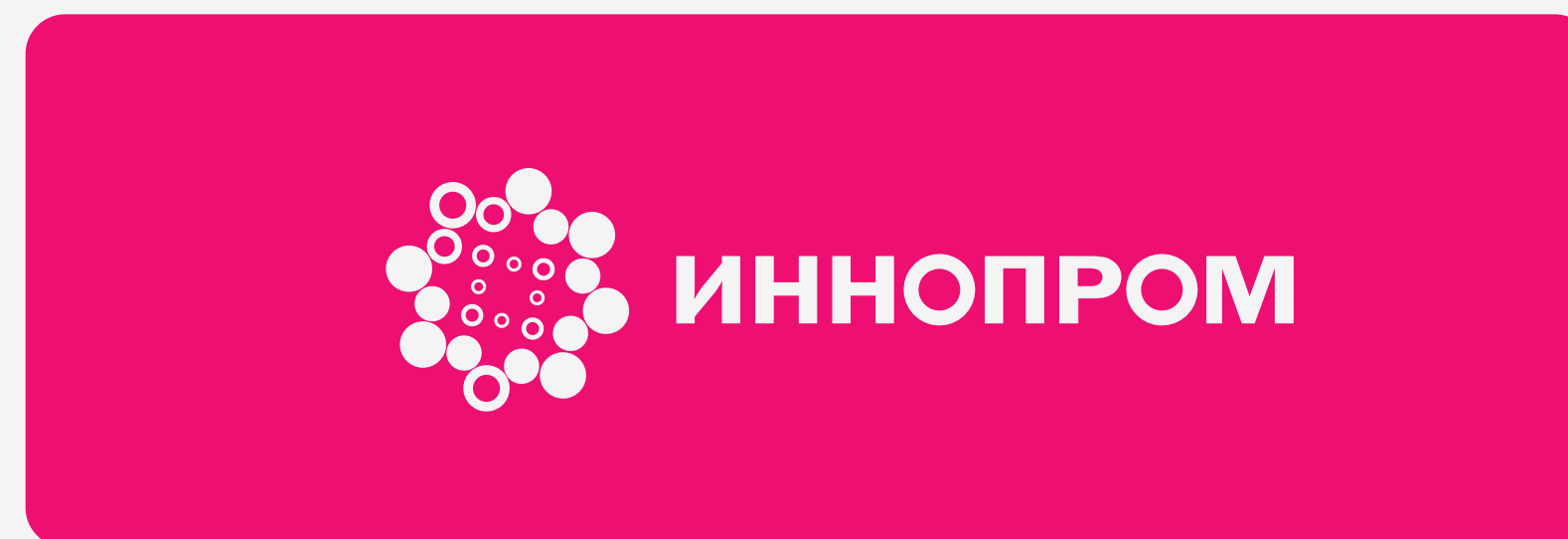
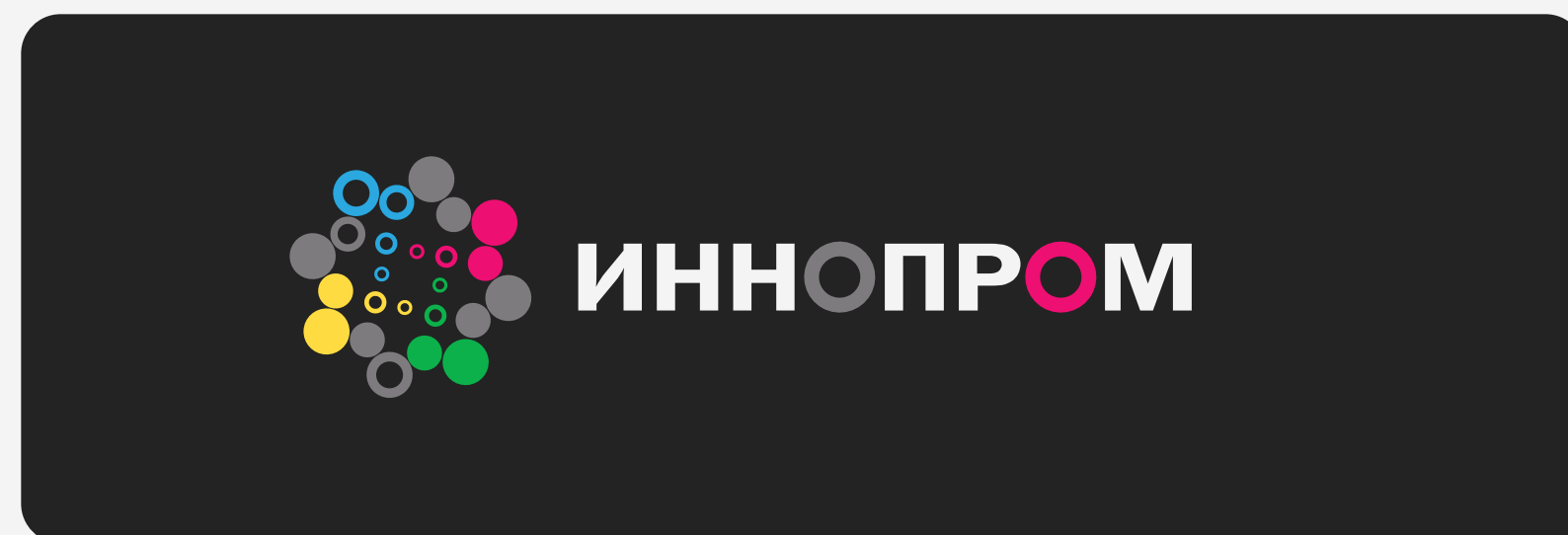
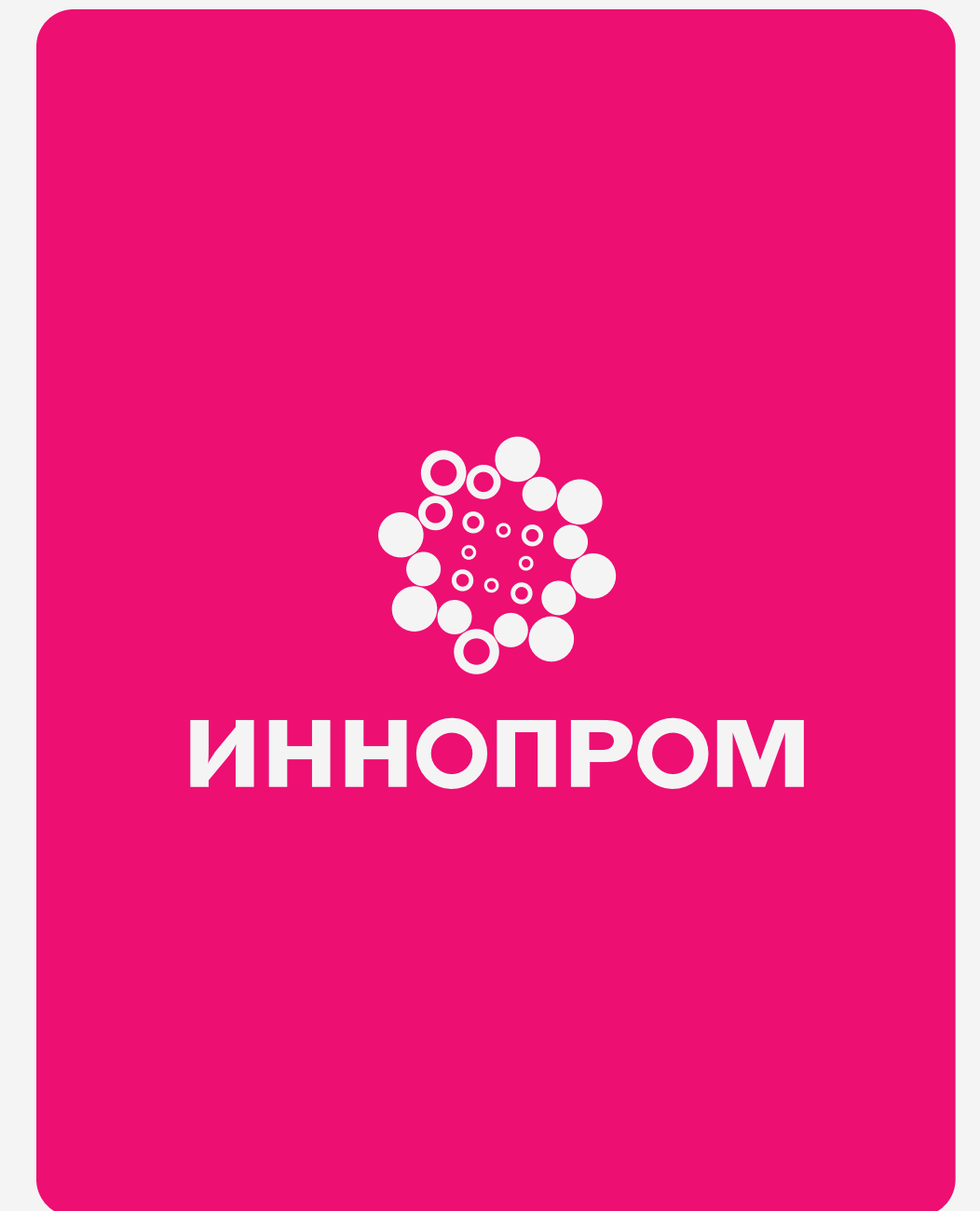
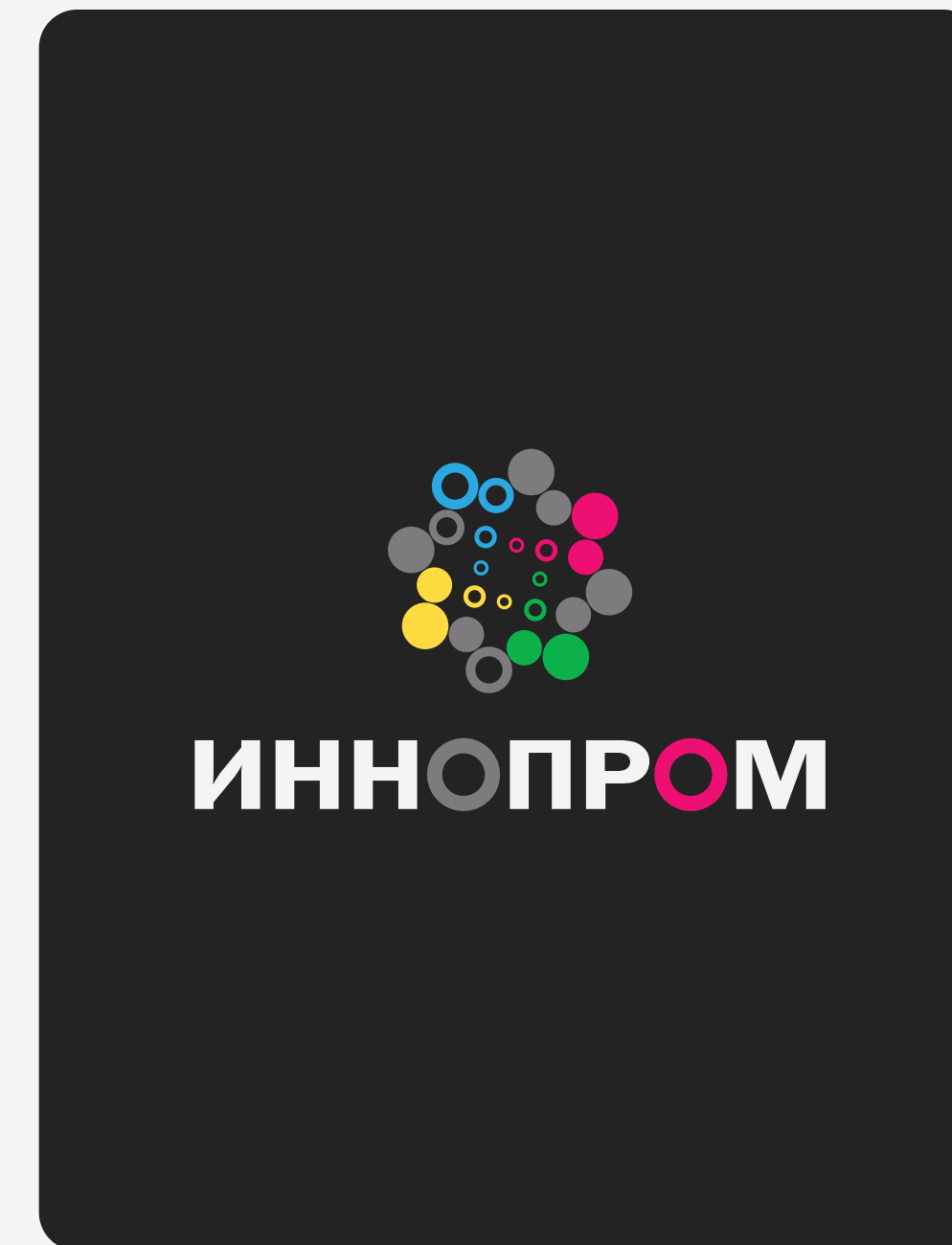
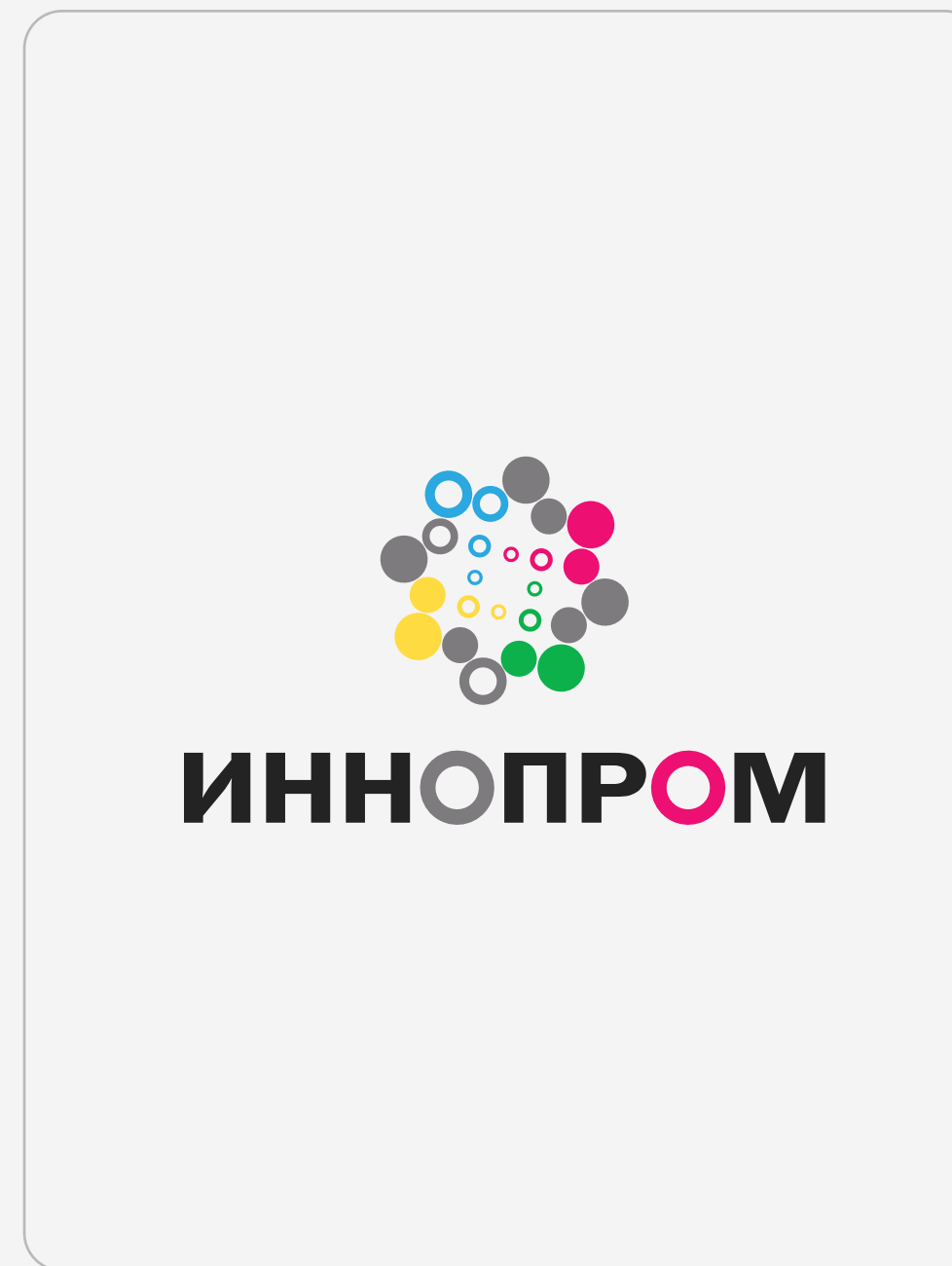
Логотип может использоваться в двух цветовых форматах:

- Полноцветном (приоритетный вариант);
- Монохромном белом (дополнительный вариант).

Рекомендуется применять полноцветную версию во всех возможных случаях.

Монохромный белый логотип допускается использовать на фирменном розовом фоне и других фонах с высокой контрастностью или детализацией, а также при наличии технических ограничений производства.

Использование монохромного чёрного логотипа запрещено.

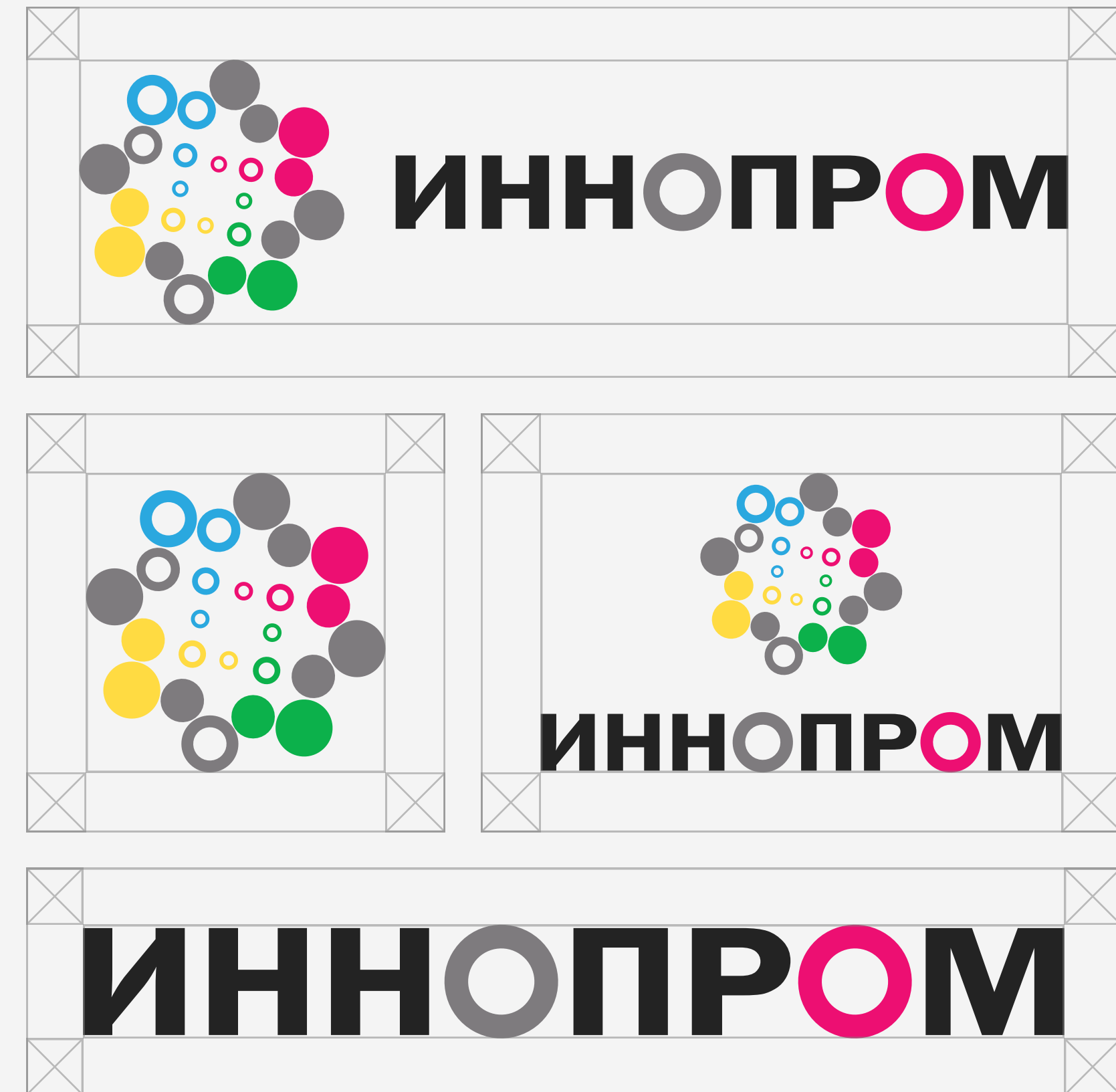


Охранное поле

Охранное поле — это зона вокруг логотипа, которая должна оставаться свободной от текста и других элементов. Для корректного использования логотипа важно учитывать это поле.

- Рекомендуемый размер охранного поля для фирменного знака, основной и вертикальной версий логотипа равен $\frac{1}{5}$ от высоты логотипа;
- Рекомендуемый размер охранного поля для шрифтовой версии логотипа равен $\frac{1}{2}$ от её высоты.

Охранное поле масштабируется пропорционально логотипу.



Минимальные размеры

Минимальные размеры указаны здесь для того, чтобы различные начертания логотипа оставались читаемыми на носителях различного масштаба, от ручки до билборда.

- Минимальный размер основной версии логотипа по высоте: 9 мм / 25 px;
- Минимальный размер вертикальной версии логотипа по высоте: 13 мм / 36 px;
- Минимальный размер шрифтовой версии логотипа по высоте: 2,5 мм / 7 px;
- Минимальный размер фирменного знака по высоте: 6 мм / 17 px.

9 мм / 25 px



Реальный размер: 

13 мм / 36 px



Реальный размер: 

2,5 мм / 7 px



Реальный размер: 

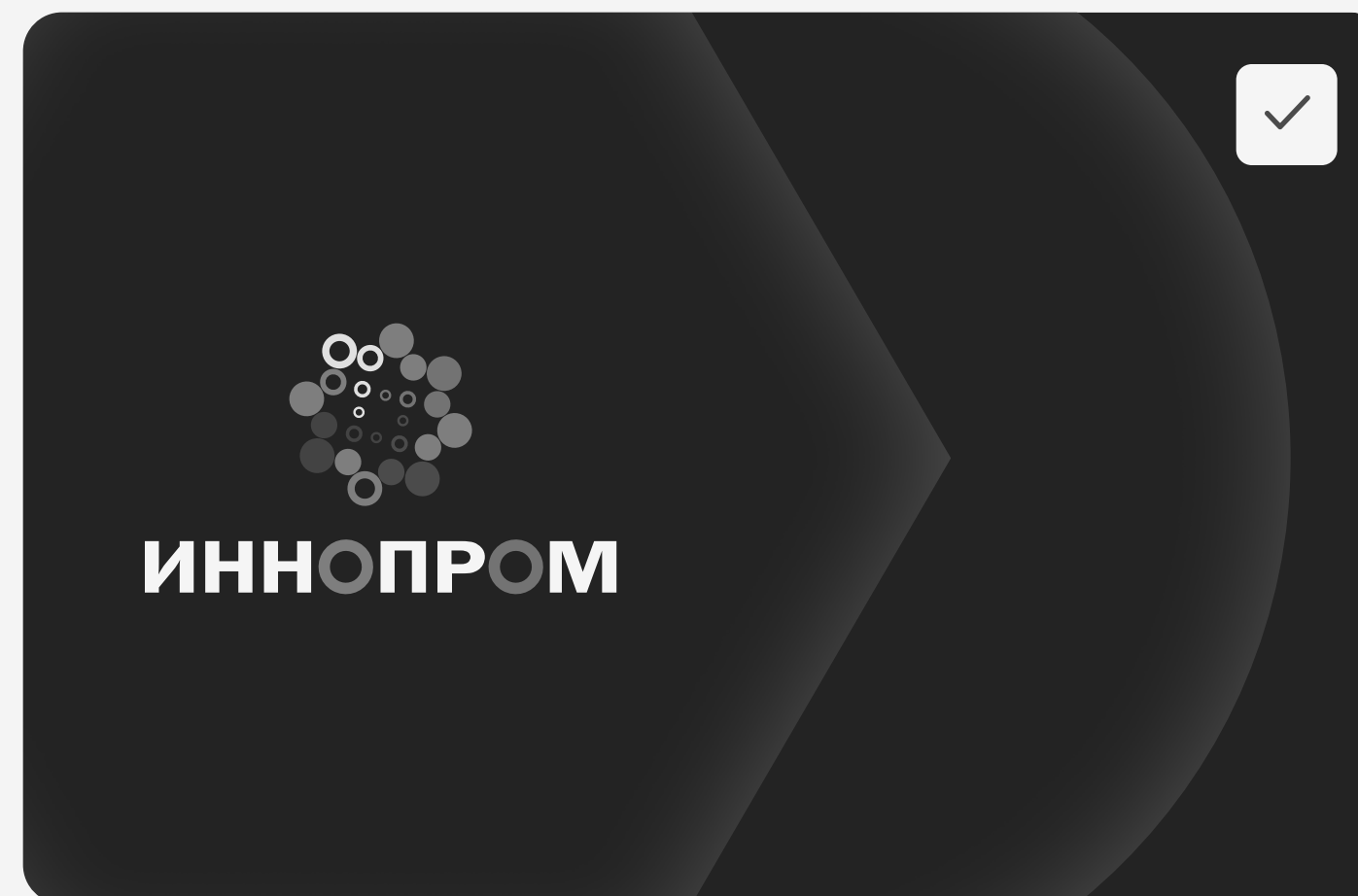
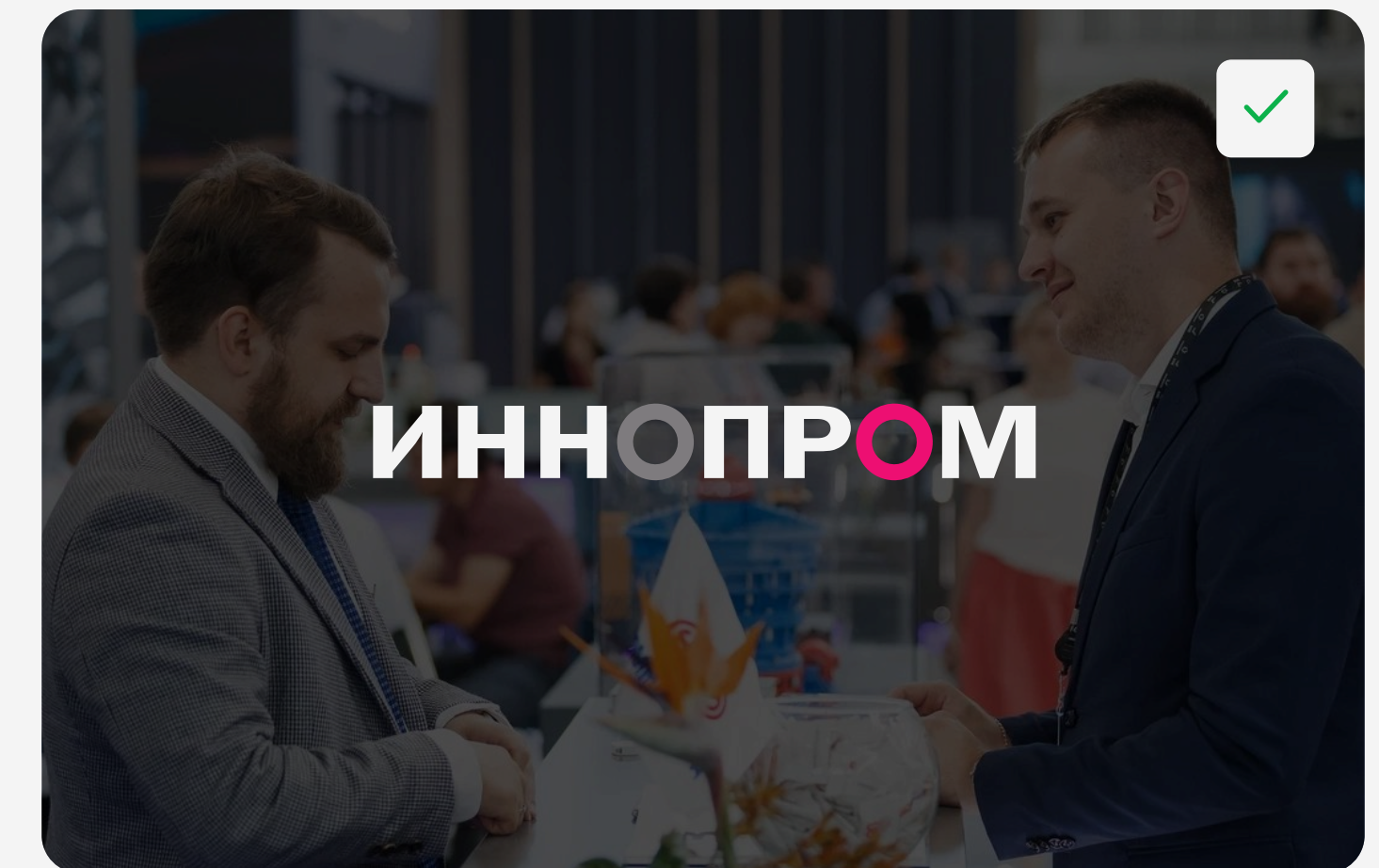
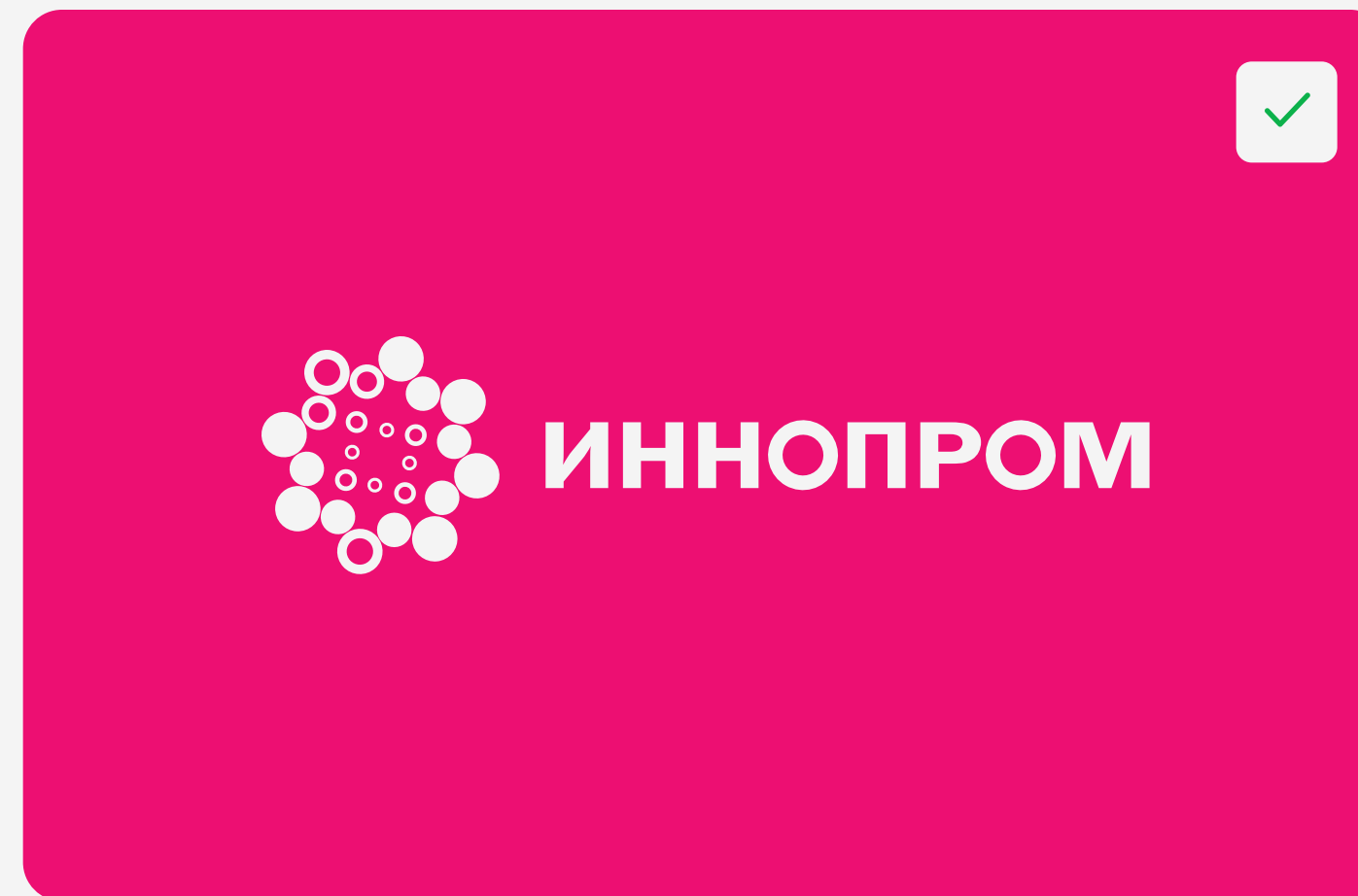
6 мм / 17 px



Реальный размер: 

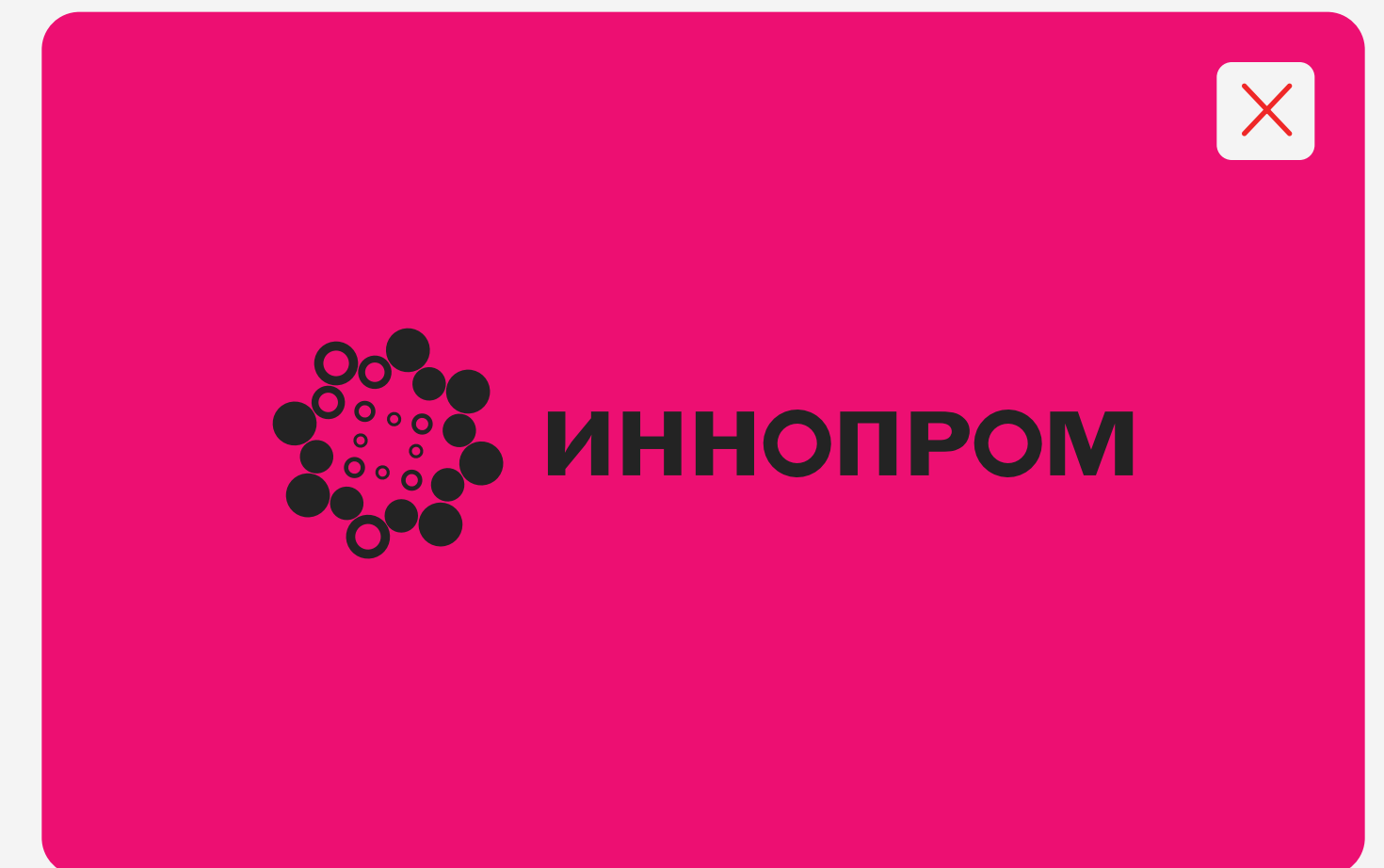
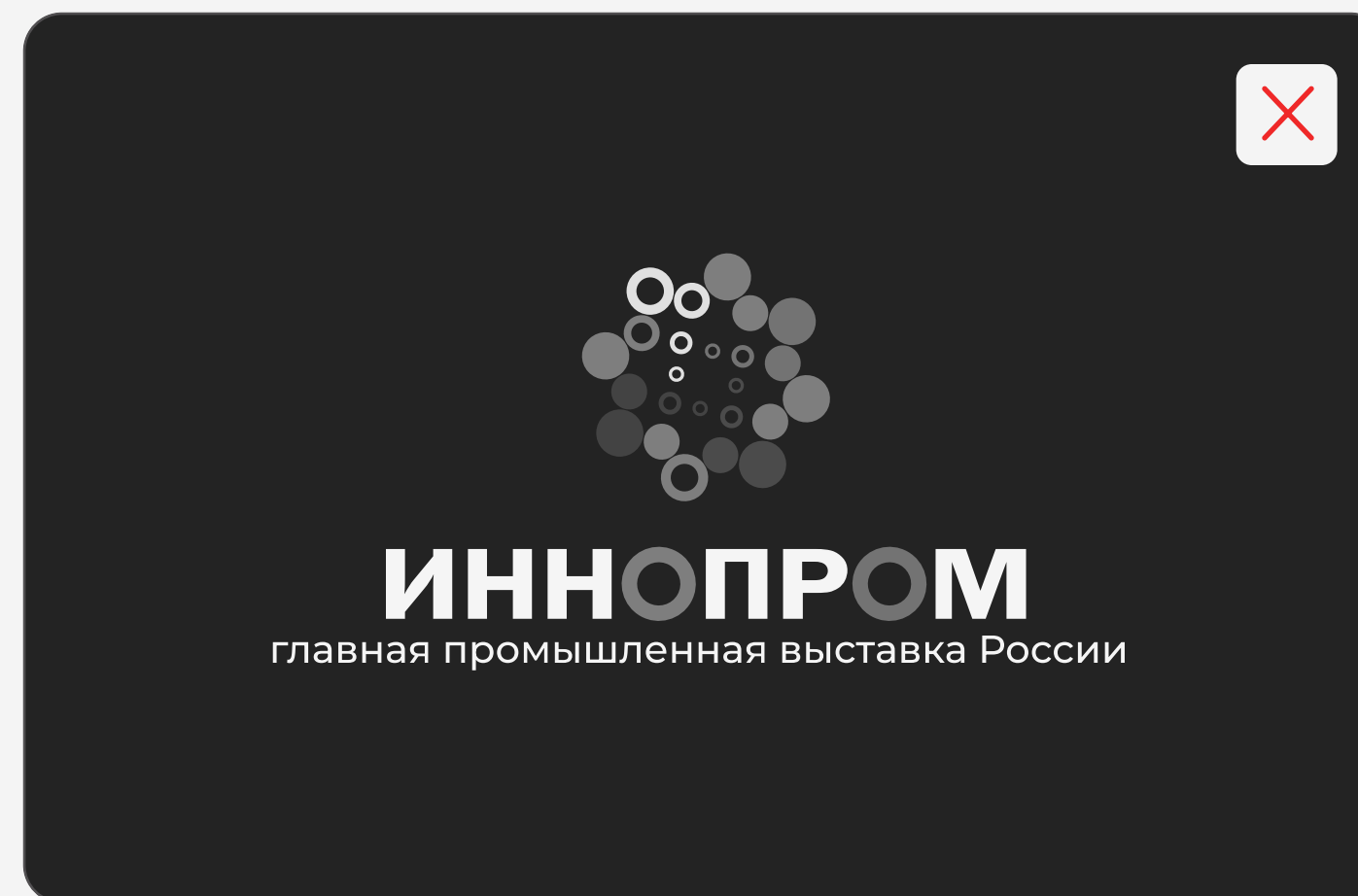
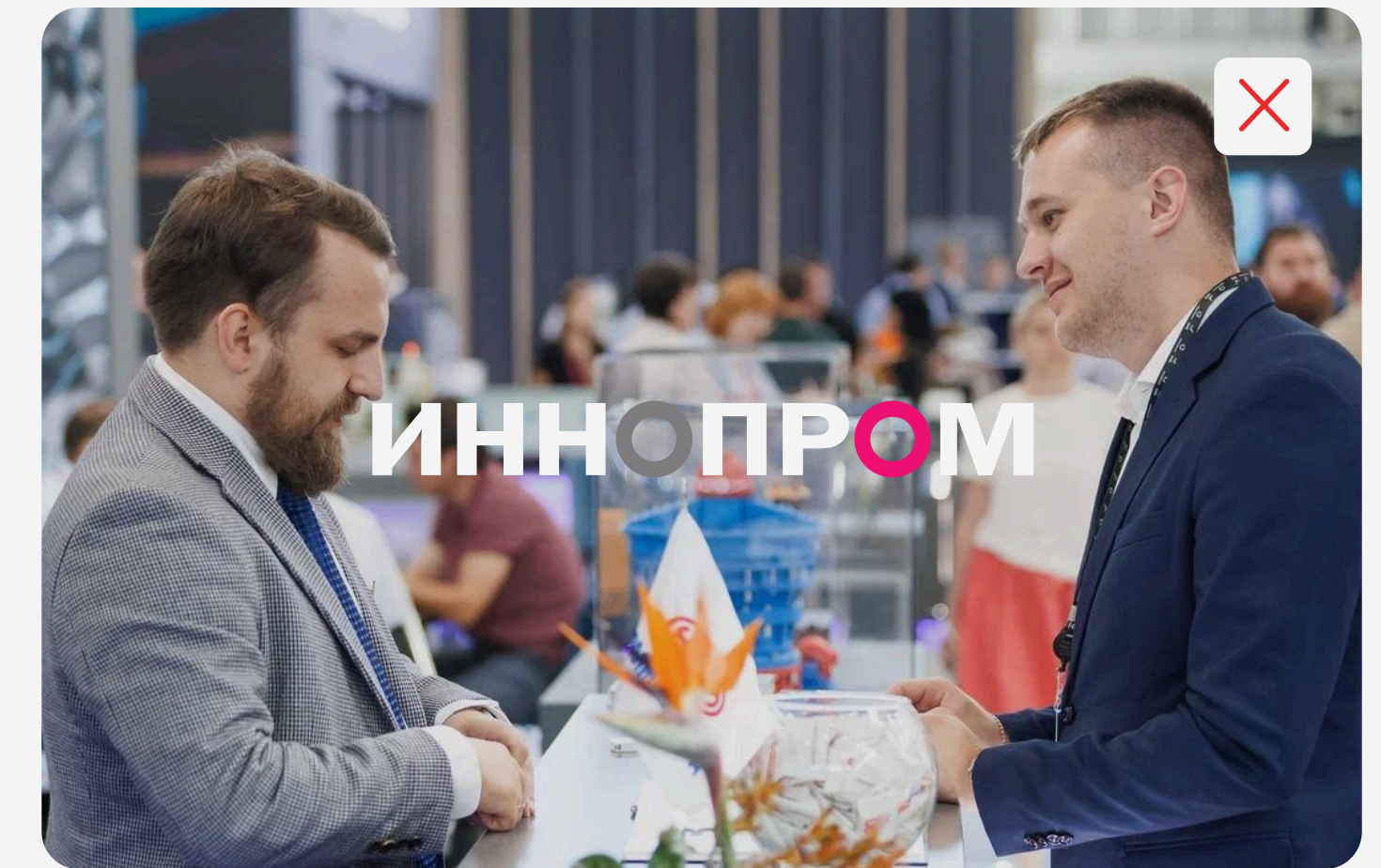
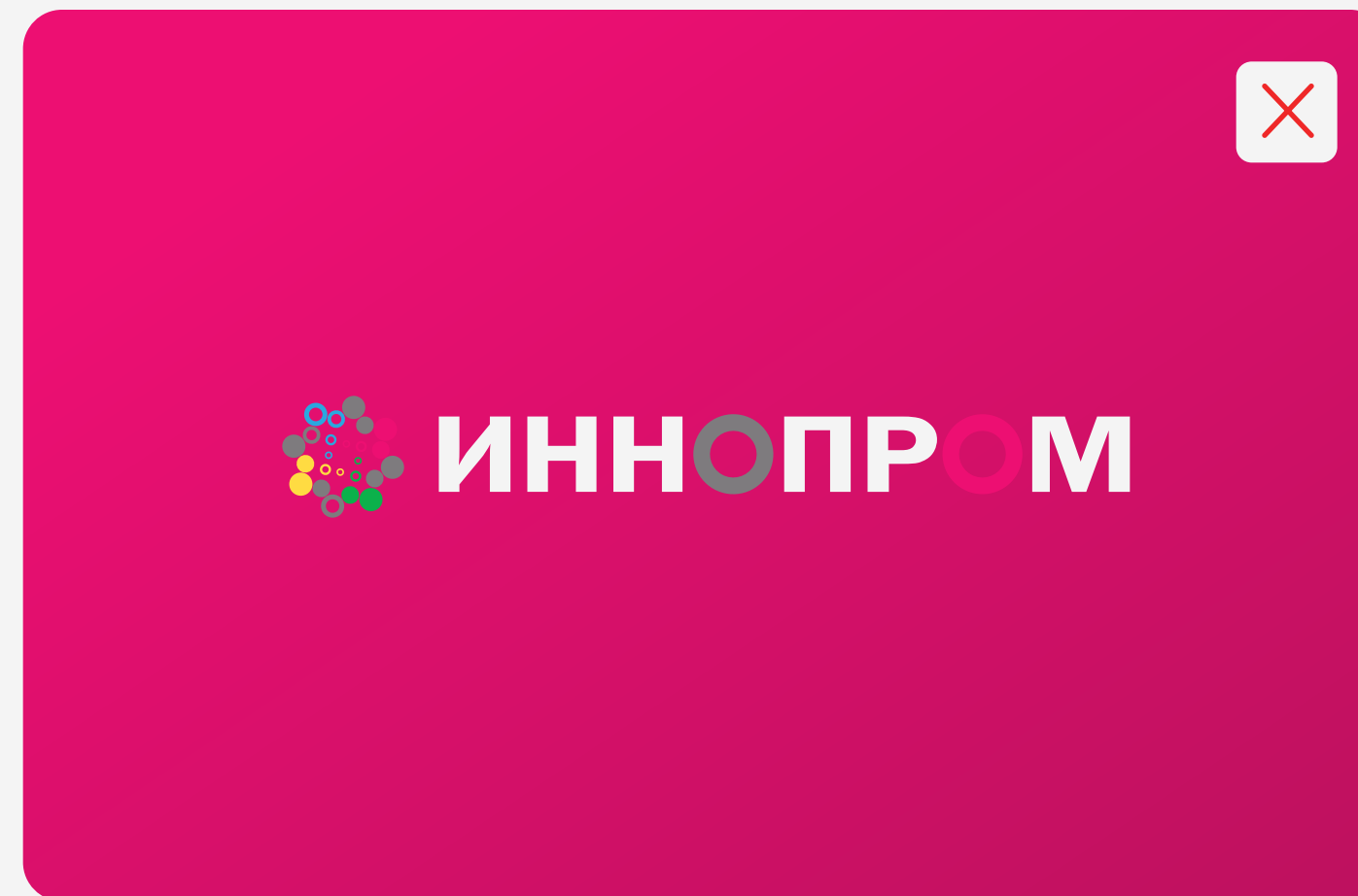
Допустимое применение

- Графическая и шрифтовая части логотипа могут использоваться по отдельности;
- Логотип допускается размещать на однотонных фонах из фирменной палитры или на фирменных градиентах, при условии сохранения контраста и читаемости;
- В качестве фона могут использоваться фотографии, если они обеспечивают достаточный контраст (подробности в разделе «Фотостиль»). Также разрешены чёрно-белые изображения;
- Логотип может быть внедрён в фирменную графику при условии соблюдения охранного поля и достаточной контрастности.



Недопустимое применение

- Запрещается изменять пропорции, искажать или нарушать конструкцию логотипа, использовать любые нефирменные цвета и шрифты в логотипе;
- Не рекомендуется размещать логотип на недостаточно контрастном или неоднородном фоне. Для однотонных фонов рекомендуется использовать инверсии цвета, для фото-фонов — дополнительную обработку;
- Запрещается нарушать охранное поле логотипа;
- Запрещены любые монохромные версии логотипа, кроме белой. Исключение — сокращённая шрифтовая версия, которая может использоваться в чёрном цвете при необходимости. Все остальные версии логотипа допускаются только в полноцветном или монохромном белом исполнении.



02

ВИЗУАЛЬНАЯ СИСТЕМА

В этом разделе описаны все константы айдентики
INNOPROM и даны рекомендации по их применению.

Основа визуальной айдентики

Визуальная айдентика INNOPROM основана на идее пространства и форм, возникающих внутри него.

Главным элементом служит фирменная графика — геометрические формы и абстрактные композиции, которые через цвет и сочетания передают образ среды, где рождаются идеи, формируются партнёрства и строится будущее промышленности.

Система визуальных образов работает на трёх уровнях:

- Пространство — символ устойчивости, структуры и статуса индустриального масштаба;
- Композиция — метафора взаимодействия и движения, отражающая события и деловые связи;
- Формы — отсылка к производству и современным индустриальным технологиям, подчёркивающая контекст и сущность бренда.



Основа визуальной айдентики

Основой стиля служит система графического кодирования, делящая бренд на три направления:

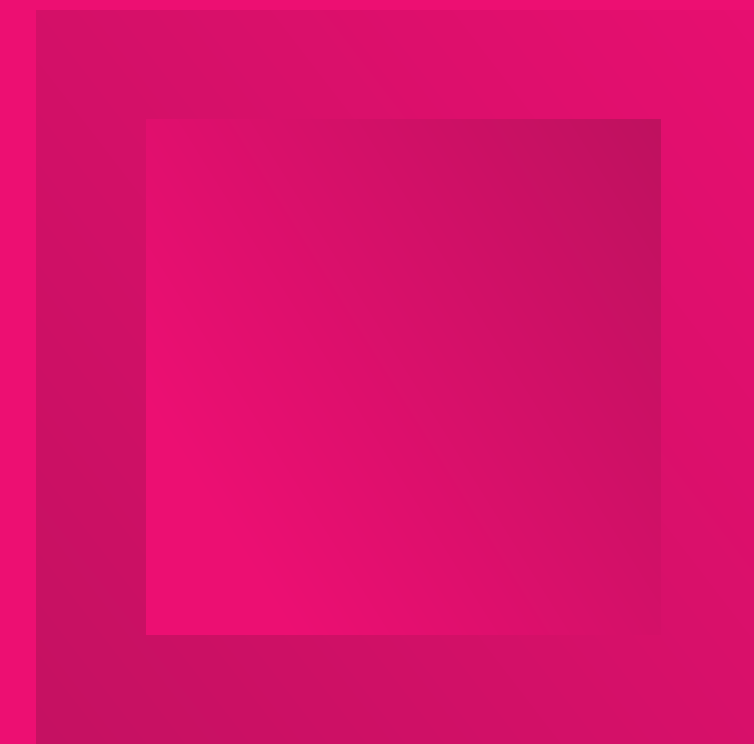
- «Индустриальный базис»;
- «Умные процессы»;
- «Ресурсы индустрии».

Каждое направление имеет свою базовую форму, которая задаёт визуальный каркас макетов и носителей.

С одной стороны, комбинации, масштабирование и различные композиции форм создают практически безграничное число визуальных решений, а с другой стороны, единые приёмы, пластика и колористика удерживают всю визуальную среду в одном стиле, усиливая узнаваемость INNOPROM.



Индустриальный базис



Умные процессы



Ресурсы индустрии

Индустриальный базис

Направление «Индустриальный базис» объединяет тематики выставки, связанные с тяжёлой промышленностью, машиностроением и передовыми производственными технологиями.

Ключевые разделы выставки, входящие в направление:

- Машиностроение и компоненты;
- Металлургия и производство материалов;
- Производственные технологии.

Базовая форма — шестиугольник. Он ассоциируется с турбинами, шестернями и деталями механизмов. В адаптивных композициях шестиугольник может вращаться, смещаться и разделяться на части, передавая динамику, развитие и инженерную точность.

Все дизайн-макеты и носители, связанные с направлением «Индустриальный базис» и перечисленными темами выставки строятся с использованием шестиугольника — в роли фона, паттерна или самостоятельного графического элемента. Из этих форм формируются композиции и графические объекты оформления.

Умные процессы

Направление «Умные процессы» охватывает темы, связанные с инновационными производственными технологиями, IT-решениями и автоматизацией.

Ключевые разделы выставки, входящие в направление:

- Цифровые технологии;
- Промышленная автоматизация.

Базовая форма — квадрат.

Он символизирует точность и инженерную фундаментальность, а также ассоциируется с пикселями, подчёркивая технологичность.

В композициях квадрат может масштабироваться, трансформироваться в прямоугольник, дробиться на ячейки-пиксели, изменять перспективу, формируя сетки и узоры, отражающие гибкость цифровых процессов.

Все дизайн-макеты и носители, относящиеся к этому направлению и его темам, строятся с использованием квадрата — в виде композиций, сеток, паттернов, фонов или самостоятельных графических элементов.

Ресурсы индустрии

Направление «Ресурсы индустрии» объединяет темы, связанные с ресурсным потенциалом, оснащением промышленности, индустриальностью и кадровым развитием.

Ключевые разделы выставки, входящие в направление:

- Услуги для промышленности;
- Технологии для городов;
- Кадры.

Базовая форма — круг.

Он символизирует сферу — социальную, производственную и технологическую — а также точки взаимодействия. В композициях круги образуют орбиты, пересекаются, накладываются друг на друга и группируются, отражая каждого человека, динамику команд и синергию сотрудничества.

Все дизайн-макеты и носители, относящиеся к направлению «Ресурсы индустрии» и его темам, строятся с использованием круга — в виде композиций, паттернов и самостоятельных графических элементов.

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ

ИННОПРОМ

INNOPROM-стратегические

Это направление объединяет все ключевые смыслы и тематики бренда и выставки INNOPROM. Здесь сходятся и переплетаются идеи «Индустриального базиса», «Умных процессов» и «Ресурсов индустрии».

Базовыми элементами выступают композиции и формы, созданные из взаимодействия трёх ключевых фигур — квадрата, круга и шестиугольника, а также их фрагментов. Могут использоваться модульные паттерны, крупномасштабные графические фигуры и уникальные узоры, построенные на их сочетании.

Все дизайн-макеты и носители фирменного стиля, относящиеся к бренду INNOPROM или выставочному пространству и наружной рекламе неизменно содержат все три формы на одном макете.

Такой подход создаёт цельный визуальный язык, отражающий масштаб и многогранность INNOPROM как ведущей индустриальной платформы.

Основные корпоративные цвета

Главным стилеобразующим цветом бренда является розовая фуксия.

Этот цвет играет ключевую роль в коммуникациях и неизменно присутствует на всех бренд-макетах.

Все фирменные цвета могут использоваться с применением прозрачности.

Здесь приведены цвета для digital.

INNOPROM PINK

розовая фуксия

HEX: ED0F73

RGB: 237; 15; 115

INNOPROM BLACK

тёмный графит / чёрный

HEX: 232323

RGB: 35; 35; 35

INNOPROM WHITE

белый

HEX: F5F5F5

RGB: 245; 245; 245

Основные корпоративные цвета

При изготовлении offline-макетов рекомендуется использовать краски Pantone.
Если применение Pantone невозможно, допускается ориентироваться на указанные значения CMYK.
Все приведённые значения Pantone и CMYK являются рекомендательными.

Для точного соответствия печатных цветов цифровым крайне важно проводить цветопробу и сверяться с физическими образцами красок.
Это единственный надёжный способ гарантировать правильное воспроизведение фирменных цветов и избежать цветовых искажений.

INNOPROM PINK

HEX: ED0F73

PANTONE

214C

INNOPROM BLACK

HEX: ED0F73

PANTONE

Black C

INNOPROM PINK

CMYK: 0; 100; 35; 0

INNOPROM BLACK

CMYK: 30; 30; 30; 100

INNOPROM WHITE

CMYK: 0; 0; 0; 0

Дополнительные цвета

Палитра дополнительных цветов включает оттенки товарного знака INNOPROM и корпоративных градиентов.

Цвета товарного знака используются в логотипе, но запрещены для фонов и фирменной графики. Оттенки фирменных градиентов активно применяются для оформления графики и бренд-макетов. Использование их вне градиентных элементов не рекомендуется.

Цвета корпоративных градиентов

	CMYK: 30; 30; 30; 95 RGB: 39; 39; 39	#2D2D2D
CMYK: 25; 100; 50; 25 RGB: 150; 20; 78	CMYK: 30; 30; 30; 90 RGB: 67; 67; 67	#434343
CMYK: 0; 100; 35; 15 RGB: 190; 18; 96	CMYK: 4; 2; 4; 10 RGB: 221; 221; 221	#DDDDDD

Цвета товарного знака INNOPROM

CMYK: 80; 0; 100; 0 RGB: 13; 177; 75	#0DB14B
CMYK: 70; 16; 0; 0 RGB: 42; 169; 224	#2AA9E0
CMYK: 20; 20; 17; 45 RGB: 127; 123; 126	#7F7B7E
CMYK: 0; 12; 84; 0 RGB: 255; 219; 67	#FFDB43

Корпоративные градиенты

Корпоративные градиенты являются дополнительными элементами палитры и используются для оформления фонов и фирменной графики.



Использование цвета

- Розовая фуксия — преобладающий цвет в бренд-макетах INNOPROM. Он используется для фонов, графики и текста;
- Ахроматические цвета (чёрный и белый) чаще всего применяются для оформления текста;
- В некоторых случаях чёрный может быть использован как фоновый цвет, например, для макетов категории VIP. В таких случаях дополнительные цвета (#96144E, #BE1260, #2D2D2D, #434343) используются для графических элементов;
- Для макетов с логотипами INNOPROM или партнёров, а также макетов с высокой информационной нагрузкой, белый может быть фоновым цветом. В таких случаях графика оформляется цветом #DDDDDD;
- Цвета, составляющие товарный знак INNOPROM, не рекомендуется использовать для создания бренд-макетов, за исключением ситуаций с цветовым кодированием носителей (например, бейджи).

На слайде показаны рекомендуемые цветовые схемы для использования при оформлении макетов.

Фон:
#ED0F73
или корпоративный
градиент в розовом оттенке

Текст: белый

Графика: градиент
ED0F73 → 96144E

Графика: градиент
ED0F73 → BE1260

Фон:
#232323

Текст: белый (рекомендован)
Текст: розовый (допустим)

Графика: градиент
232323 → 2D2D2D

Графика: градиент
2D2D2D → #434343

Графика: градиент
ED0F73 → 96144E

Графика: градиент
2D2D2D → ED0F73

Фон:
#F5F5F5

Текст: белый
Текст: розовый

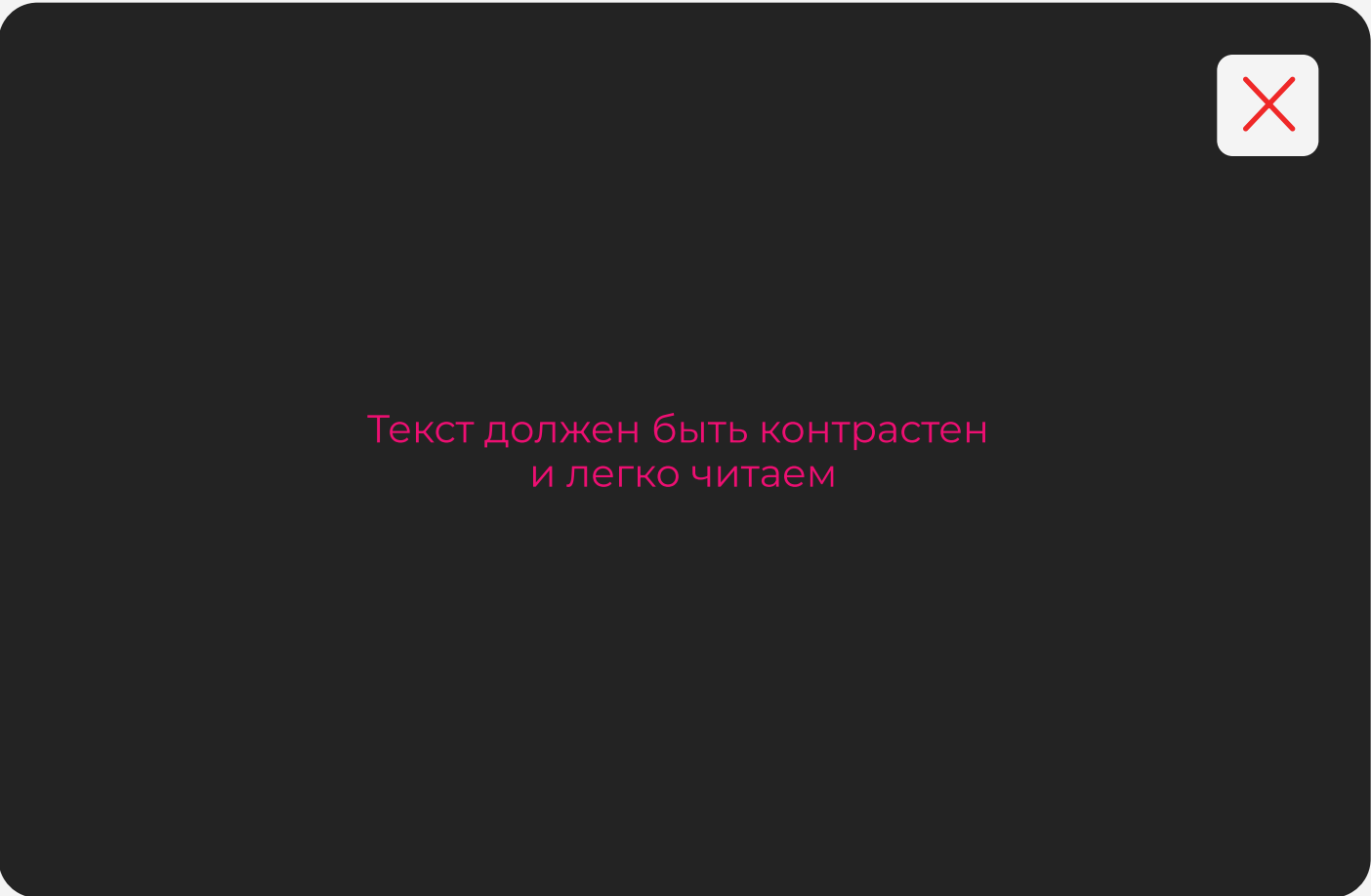
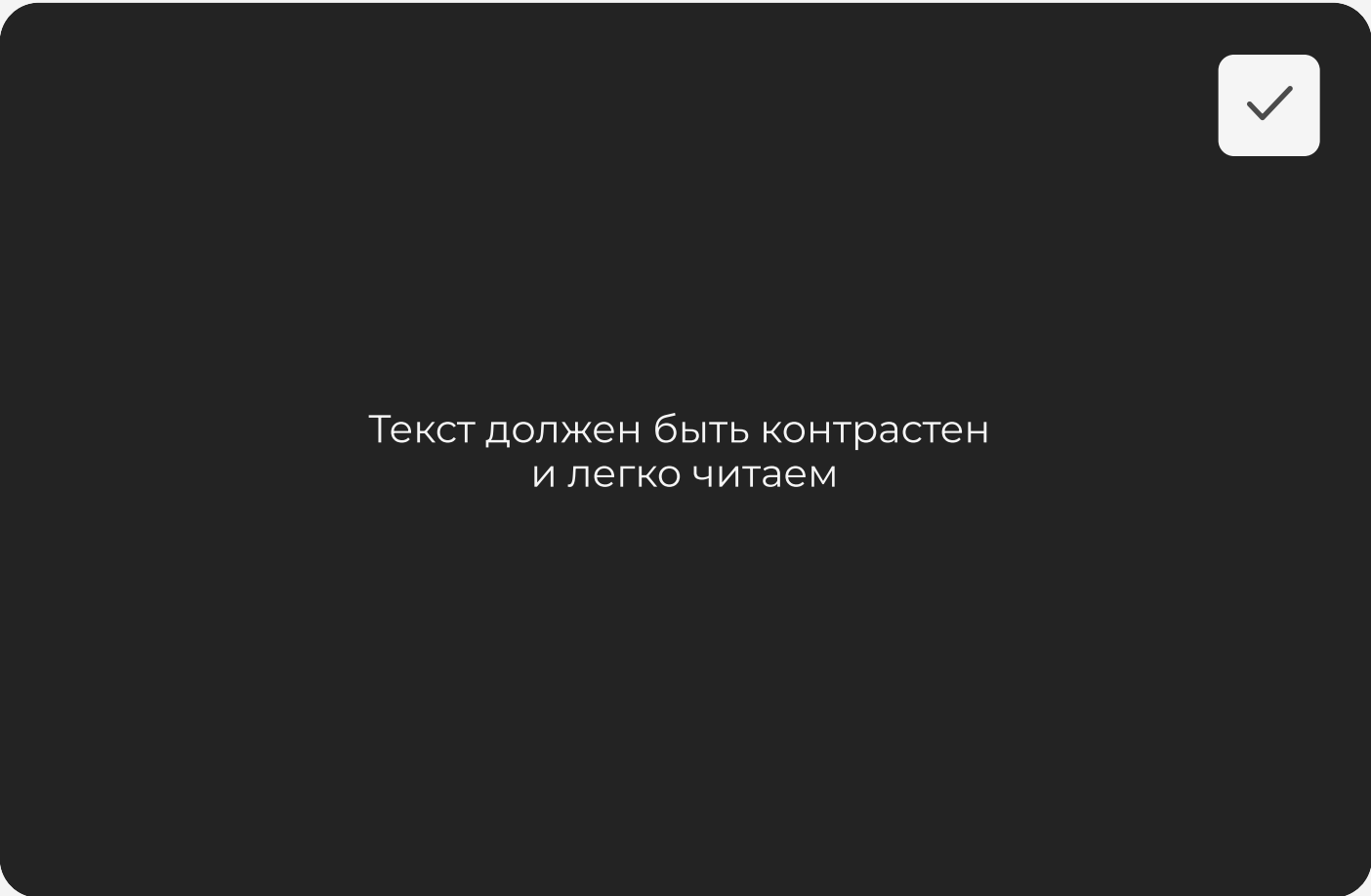
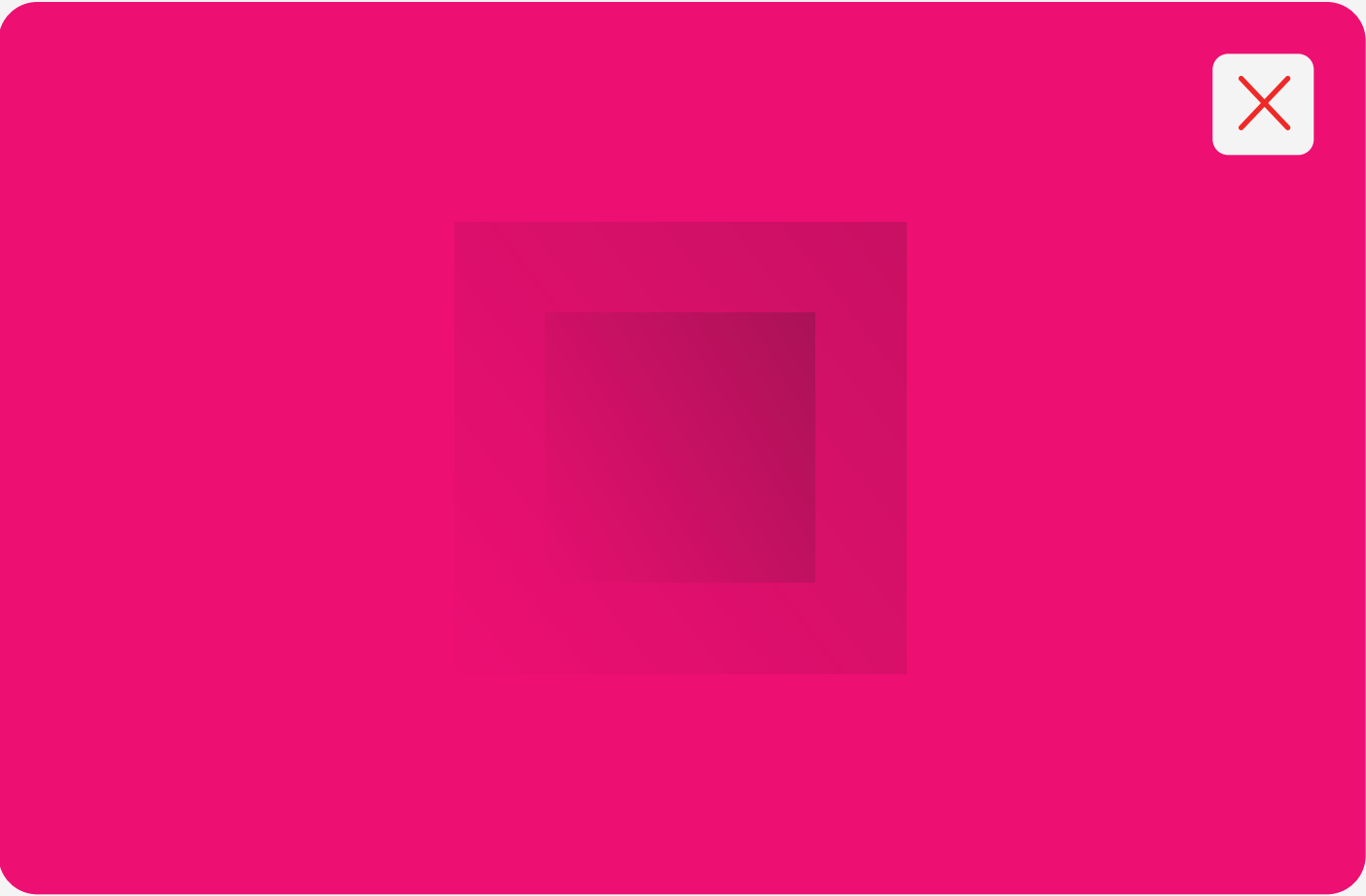
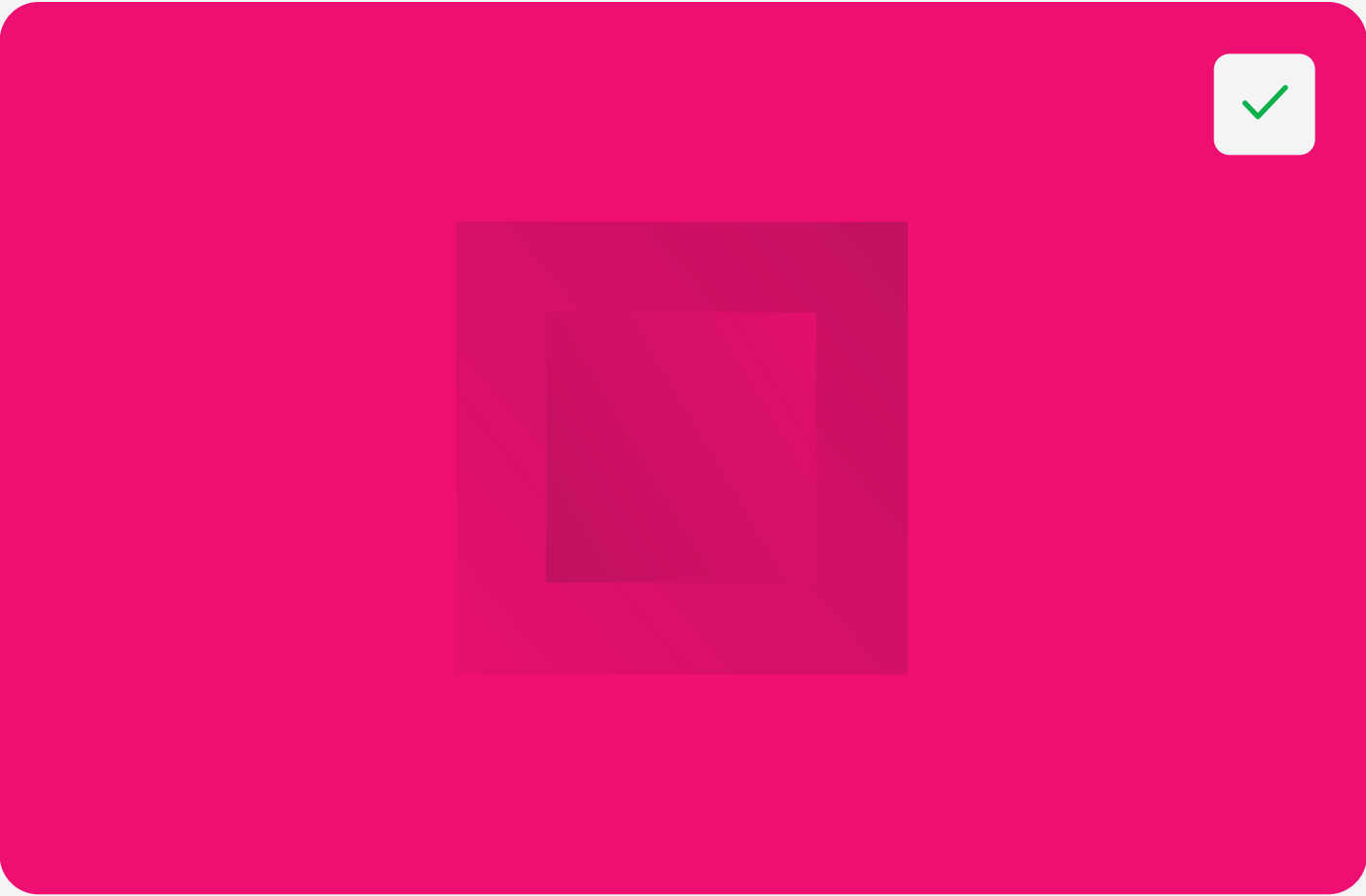
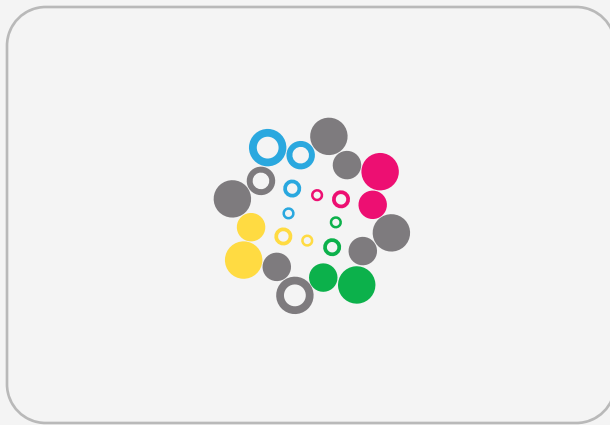
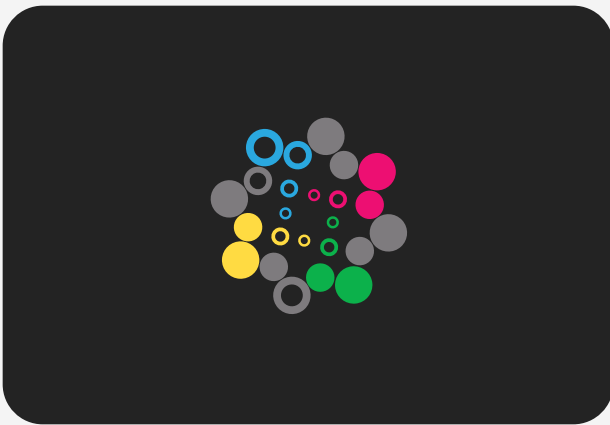
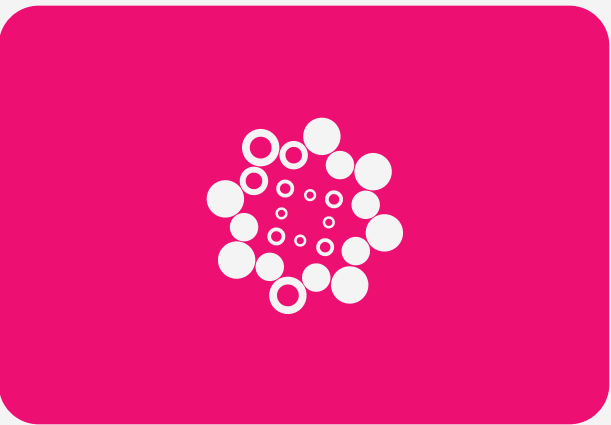
Графика: градиент
DDDDDD → F5F5F5

Графика: градиент
ED0F73 → BE1260

Использование цвета

При оформлении графики и фонов рекомендуется руководствоваться следующими правилами:

- При использовании градиентов, один из цветов которых совпадает с фоном, конечная точка градиента должна выходить за пределы объекта, формируя ему чёткие границы;
- Угол наклона градиента на графических элементах может варьироваться в зависимости от композиции и контента. Жёстких ограничений по углу нет;
- Мелкий или тонкий текст должен иметь высокий контраст с фоном. Например, на чёрном фоне запрещено использовать мелкие розовые надписи;
- Логотип на фоне:
На фирменном розовом фоне размещается монохромный белый логотип;
На фирменном черном и белом фонах размещается полноцветный логотип.



Фирменный шрифт

Все бренд-макеты оформляются с использованием фирменного шрифта Montserrat.

Для оформления текстов допускается использовать все начертания шрифтов этого семейства в зависимости от того, чего требует тот или иной макет.

Аа Бб Вв Гг Дд Её 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

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 Z z

1234567890!"№ ;%:*()*@#\$%^&*

Для всех
материалов
подходит Montserrat

Альтернативный шрифт

Если фирменный шрифт недоступен, допускается применение гарнитуры Arial.

Однако, Arial разрешён только для деловой документации, внутреннего и внешнего документооборота, а также внутренних носителей.

Использование Arial в рекламе, промо, на сайте и других брендированных материалах запрещено.

Аа Бб Вв Гг Дд Её 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

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 Z z

1234567890!"№ ;%:~*()@#\$%^&*

Если есть Word,
то есть и Arial

Шрифтовая иерархия

Иерархия шрифтов подчёркивает ключевую информацию и помогает структурировать текст.

На этой странице представлена рекомендуемая шрифтовая иерархия, подходящая для большинства стандартных макетов, содержащих текст на одном языке.

Хотя соблюдение иерархии желательно, оно не является строгим требованием. В нестандартных и сложных макетах (например, при большом объёме мультязычного текста или необходимости дополнительного выделения) допустимы отклонения.

Однако, использование фирменного шрифта и соблюдение иерархии начертаний остаётся обязательным.

Заголовок первого уровня

РЕГИСТРАЦИЯ ОТКРЫТА

Montserrat Bold 3x

Заголовок второго уровня

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА

Montserrat Bold / SemiBold 2x

Подзаголовок блока

ЕКАТЕРИНБУРГ, РОССИЯ

Montserrat SemiBold 1.5x

Основной текст

Тема INNOPROM’25 — Технологическое лидерство: индустриальный прорыв

Montserrat Regular x

Сноска

Реклама 12+ ООО «Формика Ивент»

Montserrat Regular 0.7x

Шрифтовая иерархия

Если на макете располагается текст на двух языках, то они подчиняются единой шрифтовой иерархии, в которой основной язык макета размещается в большем масштабе.

Заголовок первого уровня

РЕГИСТРАЦИЯ ОТКРЫТА

Montserrat Bold 3x

Заголовок второго уровня

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА

Montserrat Bold / SemiBold 2x

Подзаголовок блока

ЕКАТЕРИНБУРГ, РОССИЯ

Montserrat SemiBold 1.5x

Основной текст

Тема INNOPROM’25 — Технологическое лидерство: индустриальный прорыв

Montserrat Regular x

Сноска

Реклама 12+ ООО «Формика Ивент»

Montserrat Regular 0.7x

Заголовок первого уровня

REGISTRATION IS OPEN

Montserrat Medium 1.5x

Заголовок второго уровня

INTERNATIONAL INDUSTRIAL TRADE FAIR

Montserrat SemiBold / Medium x

Подзаголовок блока

EKATERINBURG, RUSSIA

Montserrat Medium x

Основной текст

INNOPROM’25 Main Theme "Technological leadership:
industrial breakthrough"

Montserrat Regular x

Сноска

Advertising 12+ Formica Event LLC

Montserrat Regular 0.7x

Вёрстка текста

На этом слайде показан пример использования шрифтовой иерархии и вёрстки текста для мооязычных и мультязычных макетов.

Для вёрстки текста рекомендуется использовать контрастную шрифтовую иерархию и выравнивать текст по центру или по левому краю.

Для двуязычных макетов на белом фирменном фоне рекомендуется дополнительно выделять языковые блоки цветом: например, основной текст — розовым, дублирующий — чёрным.

Основной и дублирующий языковые блоки следует располагать рядом или в непосредственной близости, чтобы сохранить логичное восприятие контента.



Общий подход

Фирменная графика строится на системе графического кодирования и реализуется в двух визуальных стилях.

Основные формы для оформления макетов по направлениям:

- Шестиугольник — «Индустриальный базис»;
- Квадрат — «Умные процессы»;
- Круг — «Ресурсы индустрии»;
- Комбинации фигур и их частей — «INNOPROM — стратегические».

Каждый макет, вне зависимости от направления, может быть оформлен в одном из двух стилей:

- Градиент;
- Рельеф.

Эти стили актуальны для всех бренд-макетов и могут использоваться как по отдельности, так и в комбинации друг с другом в рамках одного макета.

Графическое кодирование



Индустриальный базис



Умные процессы



Ресурсы индустрии



Innoprom - стратегические

Стили графики



Стиль «Градиент»



Стиль «Рельеф»

Стиль «Градиент»

Стиль «Градиент» предполагает использование фирменных градиентов для оформления базовых фигур каждого направления.

Стиль символизирует динамику, плавность и развитие, взаимодействуя с цветом и светом, создавая эффект «выплывающих» форм и движения.

- Основная идея — создание эффекта объёма и глубины за счёт имитации расположения геометрических форм в пространстве, где фигуры «выплывают» из фона и плавно с ним сочетаются;
- Градиент строится так, что одна часть фигуры близка по цвету к фону, обеспечивая визуальную гармонию и плавный переход, а другая — светлее или темнее, создавая объём, динамику и многослойность макета. Такой приём помогает сделать фигуры менее жёсткими и более органичными в композиции, сохраняя при этом их читаемость и выразительность.

Стиль «Градиент» применяется на розовом, чёрном и белом фирменных фонах. Допускается использование градиентного фона макета, что усиливает визуальную глубину.

Стиль «Рельеф»

Стиль «Рельеф» использует эффект внутренней тени для оформления базовых фигур каждого направления.

Стиль отражает устойчивость, структуру и прочность, передавая ощущение материальности и глубины, словно формы вырезаны из пространства и сохраняют следы трансформации.

- Основная идея — визуальное создание рельефа, при котором формы выглядят как вырубленные из фона. При наложении нескольких фигур в этом стиле возникает ощущение глубины и объёмности макета, будто фон находится в процессе трансформации;
- Цвета внутренних теней подбираются в пределах оттенков фона. Например, на розовом фоне (#ED0F73) тень будет в фирменном оттенке #BE1260 и никогда не будет белой (#F5F5F5);

Стиль «Рельеф» применяется на розовом, чёрном и белом фирменных фонах. Допускается использование градиентного фона макета, что усиливает визуальную глубину.

Комбинированный стиль

Стили «Градиент» и «Рельеф» могут использоваться одновременно на одном макете, создавая визуальное единство и отражая преобразования пространства, где взаимодействуют базовые формы.

Основная идея — объединить эти два стиля в одной фигуре:

- Базовая фигура делится на две равные части;
- Одна часть оформляется в стиле «Градиент», другая — в стиле «Рельеф»;
- Цвета в рельефной части должны быть аналогичны цветам в градиентной части.

Комбинированный стиль применяется на розовом, чёрном и белом фирменных фонах. Использование стиля на градиентном фоне не рекомендуется.

Графика «Индустриальный базис»

Для направления «Индустриальный базис» базовой фигурой является шестиугольник.

На всех связанных с направлением макетах фирменная графика строится на композициях и паттернах из шестиугольников.

В макетах шестиугольник может:

- Изменять масштаб, пропорции и угол наклона;
- Выступать как самостоятельный графический элемент;
- Формировать паттерны из повторяющихся фигур;
- Объединяться в абстрактные формы (например, несколько шестиугольников могут быть расположены по кругу в перспективе);
- Использоваться в стилях «Градиент» или «Рельеф», а также в комбинированном стиле.



Графика «Умные процессы»

Для направления «Умные процессы» базовой фигурой является квадрат.

На всех связанных с направлением макетах фирменная графика строится на композициях и паттернах из квадратов или прямоугольников.

В макетах квадрат может:

- Менять масштаб, пропорции и угол наклона, превращаясь в прямоугольник, параллелограмм или ромб;
- Формировать паттерны из повторяющихся фигур;
- Использоваться в стилях «Градиент» или «Рельеф», а также в комбинированном стиле.



Графика «Ресурсы индустрии»

Для направления «Ресурсы индустрии» базовой фигурой является круг.

На всех связанных с направлением макетах фирменная графика строится на композициях и паттернах из кругов.

В макетах круг может:

- Менять масштаб;
- Выступать как единственный графический элемент;
- Формировать паттерны путём многократного повторения;
- Образовывать абстрактные композиции с симметрично или асимметрично расположенными кругами;
- Использоваться в стилях «Градиент» или «Рельеф», а также в комбинированном стиле.



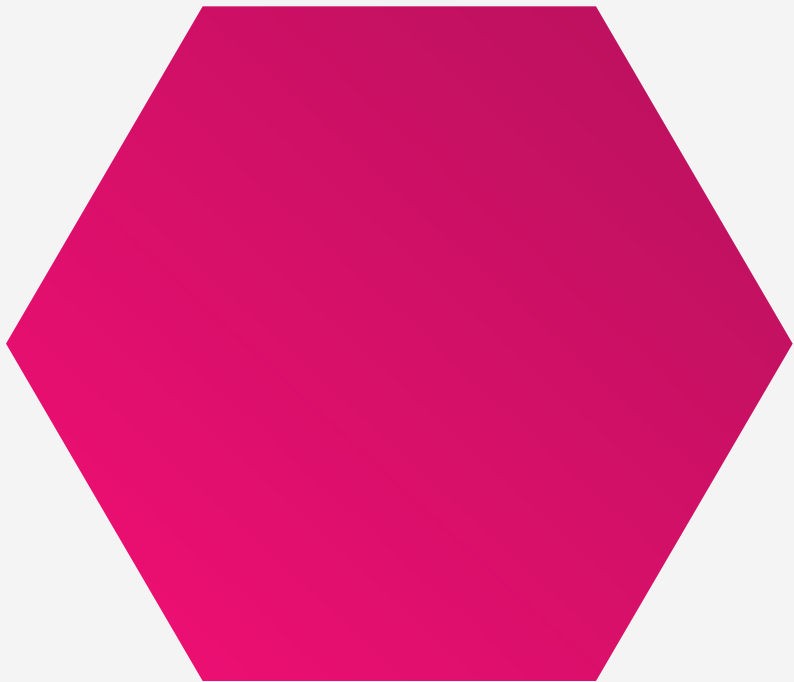
INNOPROM-стратегические

Направление «INNOPROM — стратегические» объединяет все три базовые формы — круг, квадрат и шестиугольник, создавая единый визуальный язык бренда.

При работе с макетами рекомендуется использовать все три формы целиком или их части одновременно на одном носителе.

Комбинации форм применяются в трёх сценариях:

- Модульная сетка из квадратов — основной сценарий;
- Абстрактные композиции из трёх и более фигур;
- Паттерны с многократным повторением фигур.



INNOPROM-стратегические

Модульная сетка в направлении «INNOPROM — стратегические».

В основе модульной сетки лежат композиции из трёх базовых фигур — круга, квадрата и шестиугольника, объединённых формой квадрата по следующим правилам:

- Основная форма — квадрат, в который вписываются до двух дополнительных фигур (например, круг, квадрат, ромб). Это помогает избежать перегруженности макета;
- Все квадраты в сетке имеют одинаковый размер, а размеры фигур внутри могут меняться;
- Квадраты могут располагаться плотным паттерном, в шахматном порядке или свободно, с выбиванием отдельных элементов для создания динамики;
- Для модульной сетки рекомендуется использовать только стиль «Градиент», стиль «Рельеф» применять не рекомендуется.

На слайде показан пример такой композиции и вариант расположения форм на макете.



INNOPROM-стратегические

INNOPROM — стратегические: паттерны из фигур. Фигуры квадрата, круга и шестиугольника могут создавать паттерны. Рекомендации по построению паттернов:

- Центральный элемент — любая из базовых фигур;
- По обе стороны от него симметрично располагаются другие фигуры на равном расстоянии;
- Паттерн масштабируется так, чтобы грани и концы фигур не были видны, создавая абстрактный узор.

INNOPROM — стратегические: композиции из фигур

- Фигуры могут образовывать абстрактные сочетания — например, шестиугольник в круге или ромб/квадрат в шестиугольнике;
- В композициях фигуры могут иметь произвольный масштаб и угол наклона, при этом следует соблюдать базовые правила композиции.

Для паттернов и композиций допустимо использование стилей «Градиент» и «Рельеф», а также комбинированного стиля.



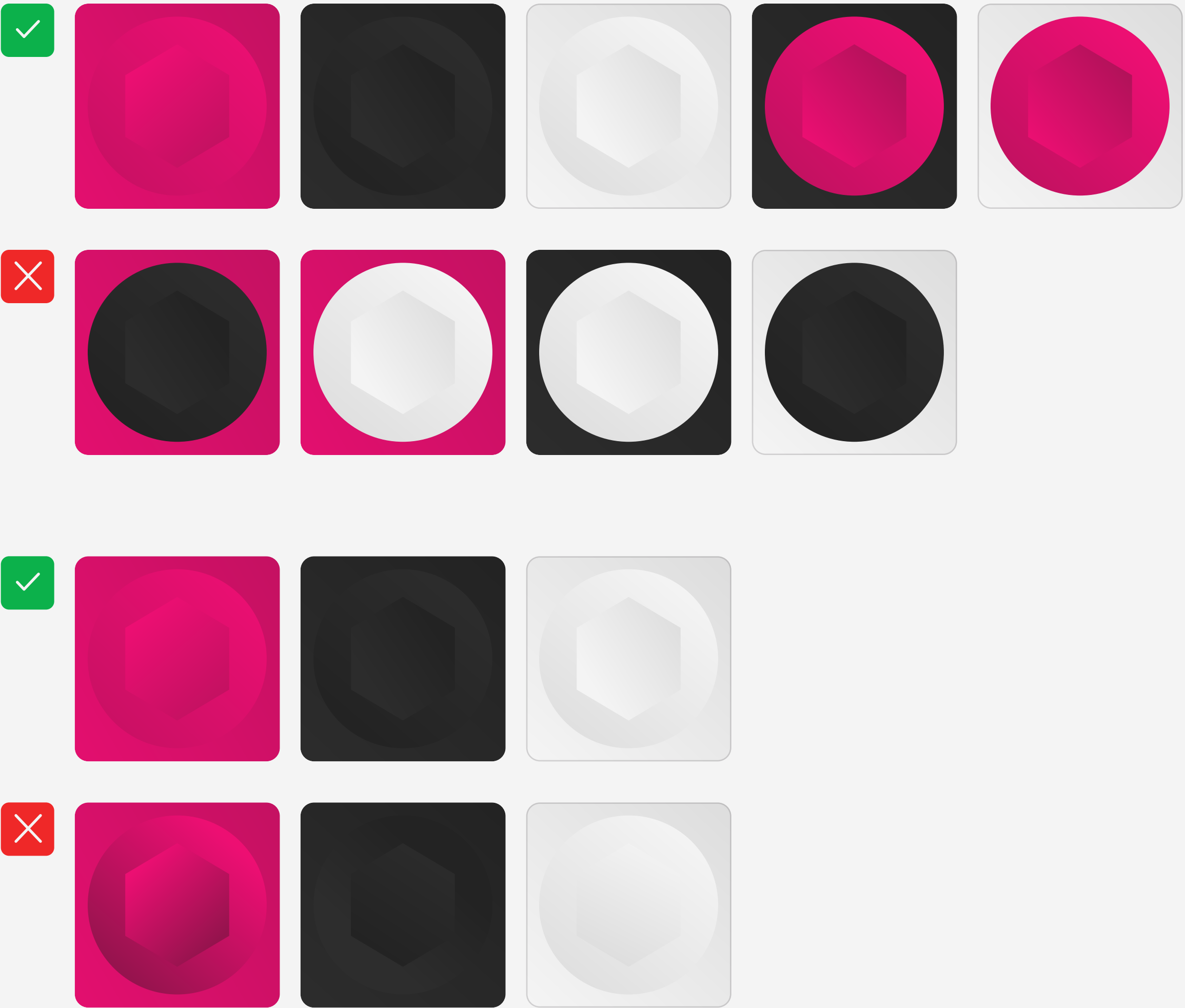
Графика и цвет

При оформлении графики в стиле «Градиент» следует учитывать следующие правила:

- Для фона фирменной фуксии: графика на этом фоне может быть выполнена исключительно в оттенках фуксии. Использование чёрной или белой графики на фоне фуксии запрещается;
- Для чёрного и белого фонов: графика должна быть выполнена в чёрных и белых тонах соответственно. Запрещается использовать белую графику на чёрном фоне и чёрную графику на белом фоне;
- Оттенки фирменной фуксии на чёрном и белом фонах: допускается использование графики в оттенках фуксии, если этого требует концепция макета.

Правила построения градиента:

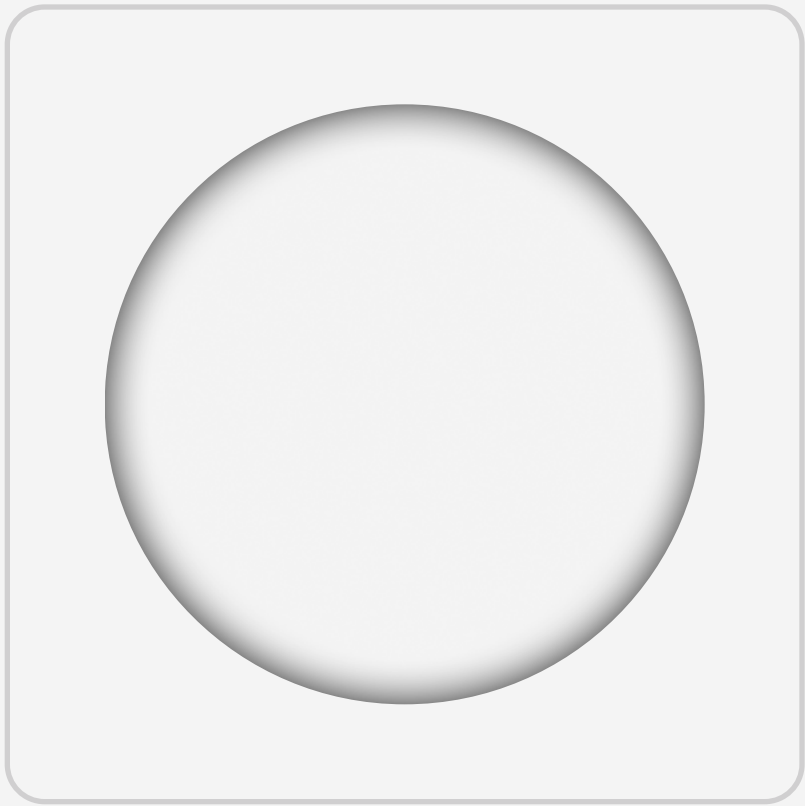
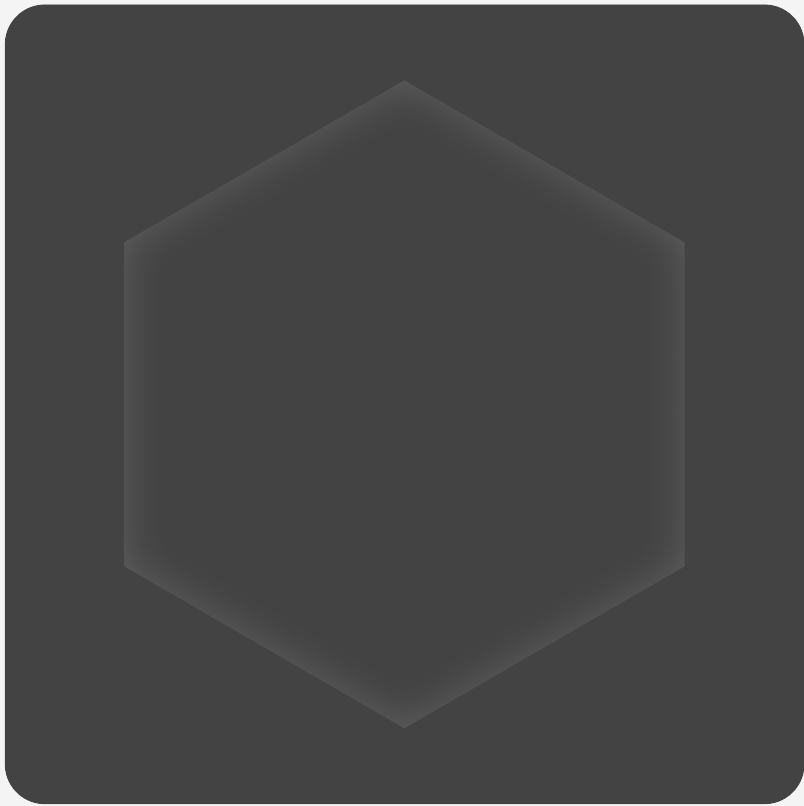
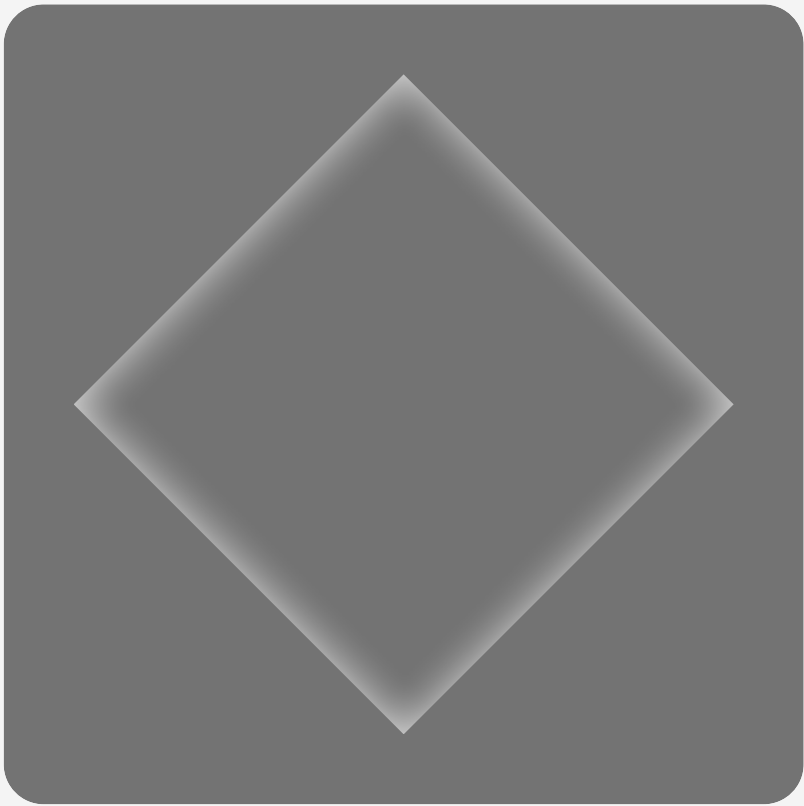
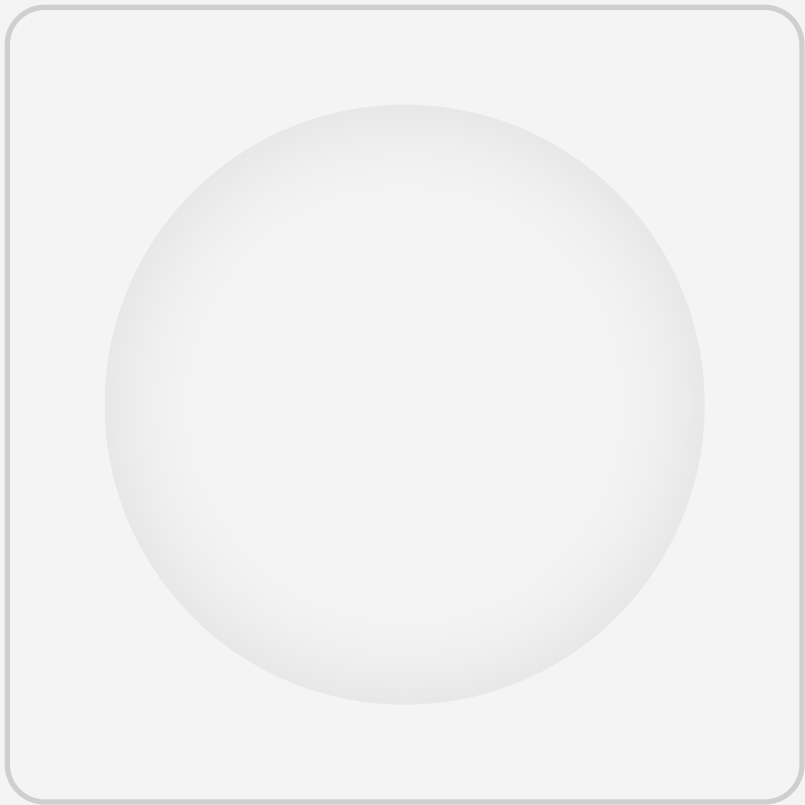
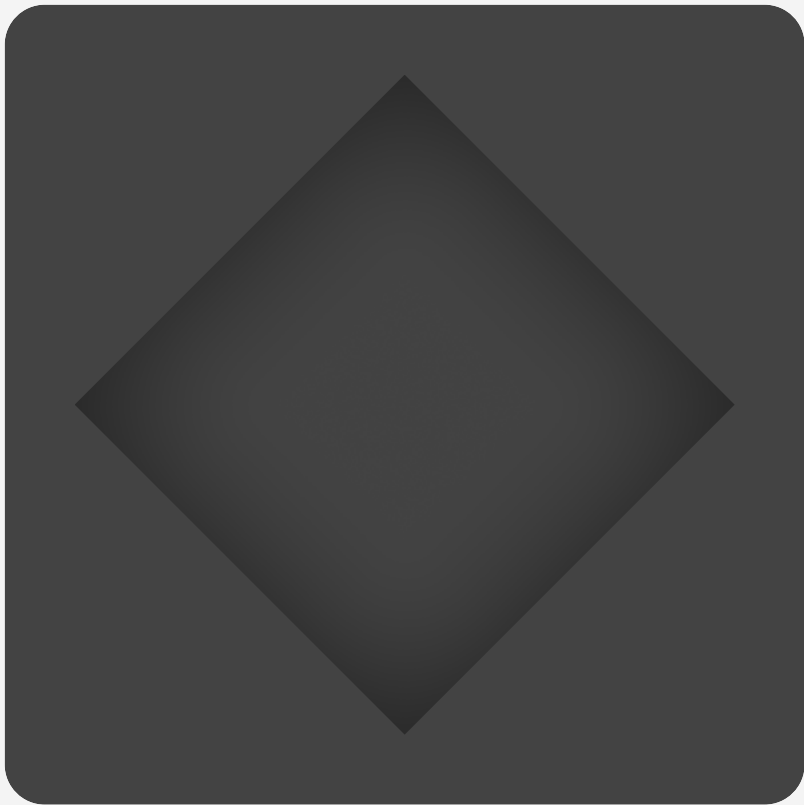
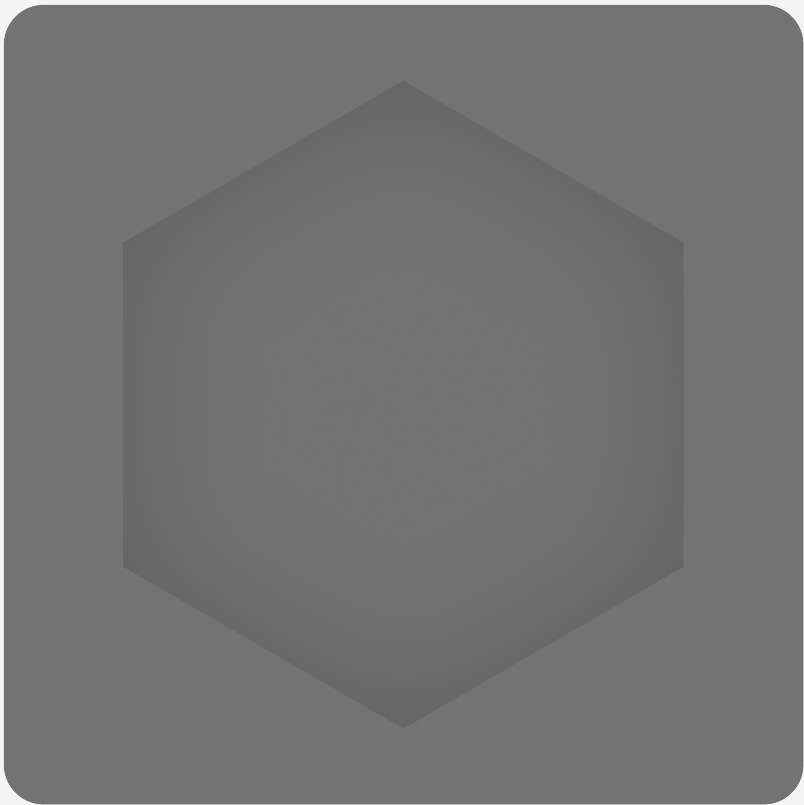
- Конечные точки градиента должны выходить за пределы формы. В области, где градиент совпадает с цветом фона, его конечная точка должна выходить за пределы фигуры, создавая мягкий контур. В области, где градиент отличается от фона, конечная точка также должна выходить за края для плавного перехода цвета;
- Градиенты фигур всегда должны быть видны. Фигуры не должны сливаться с фоном, но и не быть чрезмерно контрастными;
- Наложённые фигуры с градиентами должны создавать эффект глубины. Они не должны сливаться, а наоборот, за счёт разницы в начальных и конечных точках градиента или обратного градиента (например, в модульной сетке) должны создавать ощущение наложения.



Графика и цвет

При оформлении графики в стиле «Рельеф» следует соблюдать следующие рекомендации:

- **Использование фирменных цветов.**
Для создания эффекта внутренней тени и аналогичных визуальных эффектов необходимо использовать только фирменные цвета, без подбора дополнительных оттенков;
- **Цвет тени и фон.**
Цвет оформления графики должен быть в тон фону макета. Например, на фирменном чёрном фоне графика будет темно-серой, а не белой;
- **Параметры эффекта.**
Важными для создания рельефа являются угол наклона и уровень размытия. Угол наклона тени рекомендуется делать нулевым (без наклона), чтобы сохранить чёткость эффекта. Уровень размытия определяется размером и общей композицией макета. Размытие должно быть заметным, чтобы создать ощущение вырубки фигуры из пространства, но точные параметры размытия не регламентируются;
- При наложении нескольких фигур в стиле «Рельеф» рекомендуется задавать одинаковый угол наклона и уровень размытия для всех фигур, чтобы сохранить визуальное единство.



Графика и цвет

При оформлении графики в комбинированном стиле следует учитывать следующие правила:

- **Цвет градиентной и рельефной части.**
Тёмный цвет в градиентной части должен быть аналогичен цвету, используемому для внутренней тени в рельефной части;
- **Степень размытия.**
Размытие эффекта внутренней тени не должно быть слишком сильным, чтобы сохранить визуальные различия и контраст между двумя частями фигуры;
- **Стык между частями фигуры.**
Градиент должен быть выстроен так, чтобы стык между двумя частями не был заметён.
Точка градиента, соответствующая середине фигуры, должна совпадать по цвету с фоном рельефной части.
В местах, где переход будет виден, рекомендуется «уводить» переход за край макета, масштабируя фигуру, чтобы скрыть стык.



Графика и цвет

На этом слайде представлены разрешённые варианты сочетания цветов графики с белым фоном макета.



Градиент, розовый



Градиент, белый



Рельеф, белый



Комбинация, белый

Графика и цвет

На этом слайде представлены разрешённые и рекомендуемые варианты цветового оформления макетов в различных стилях для розового фона.



Градиент, розовый



Рельеф, розовый



Комбинация, розовый

Графика и цвет

На этом слайде представлены разрешённые варианты сочетания цветов графики с чёрным фоном макета. Аналогичные цветовые схемы релевантны и для фирменного серого цвета.



Градиент, розовый



Градиент, черный



Градиент, серый



Рельеф, черный

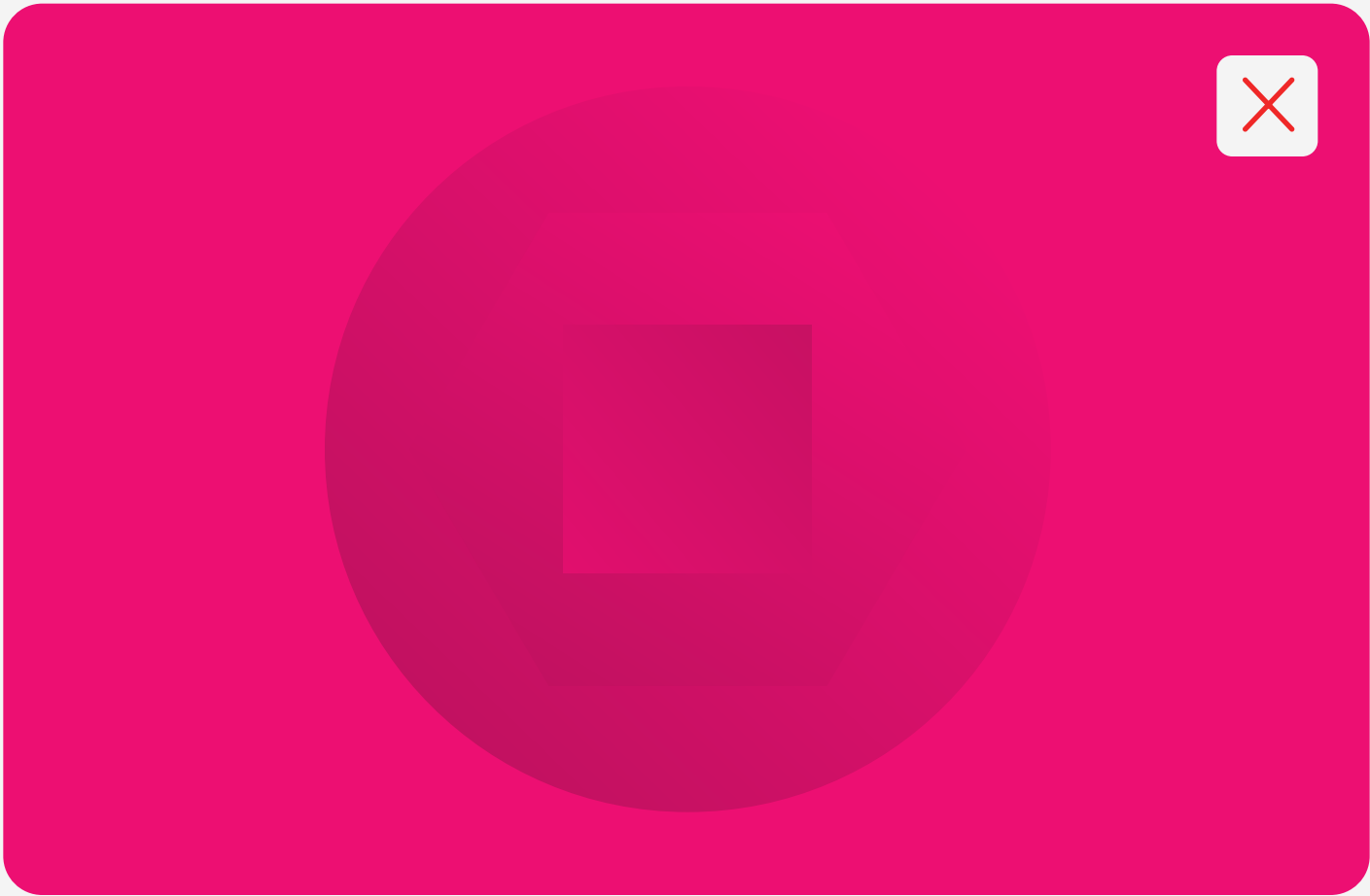
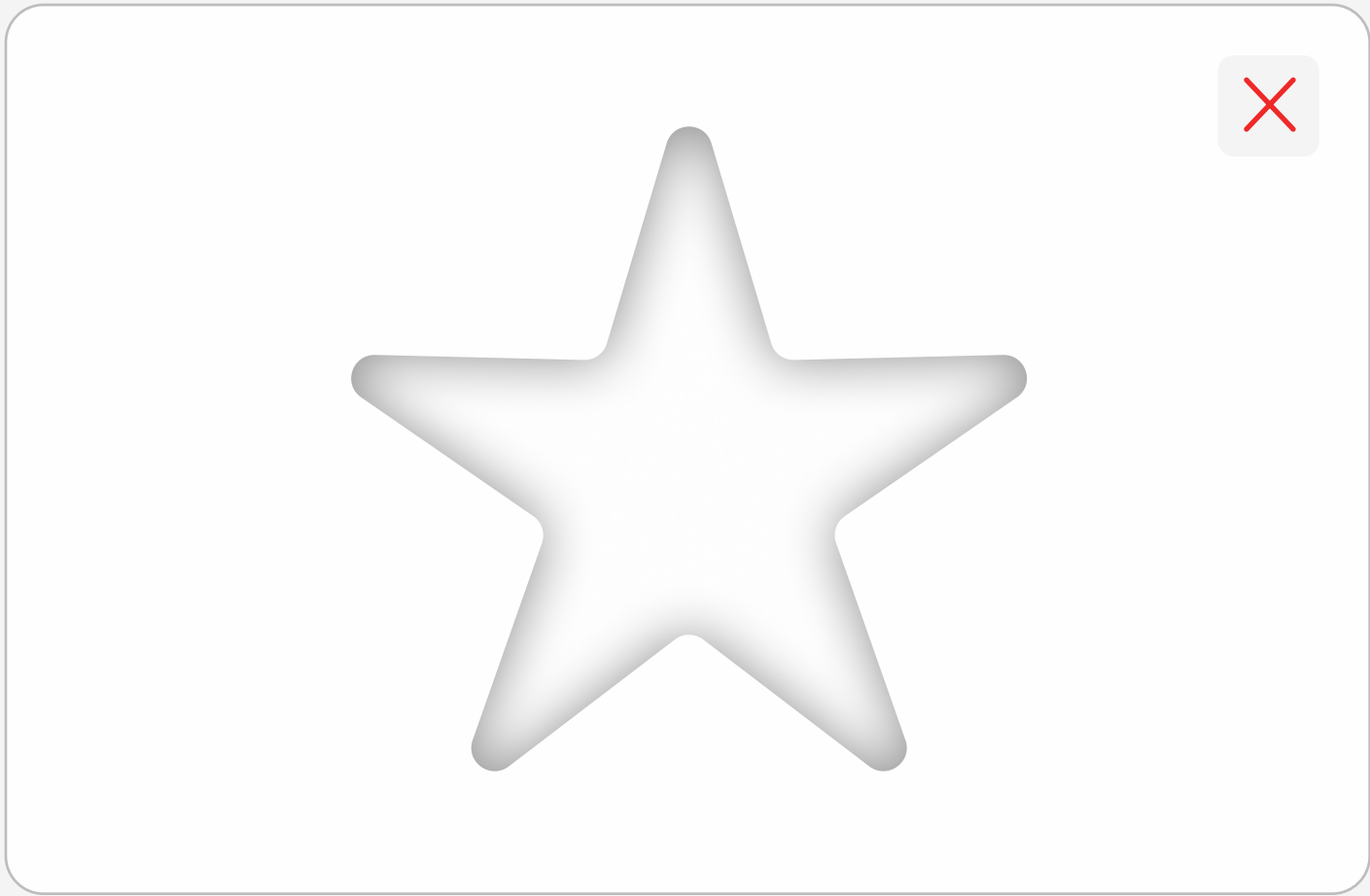
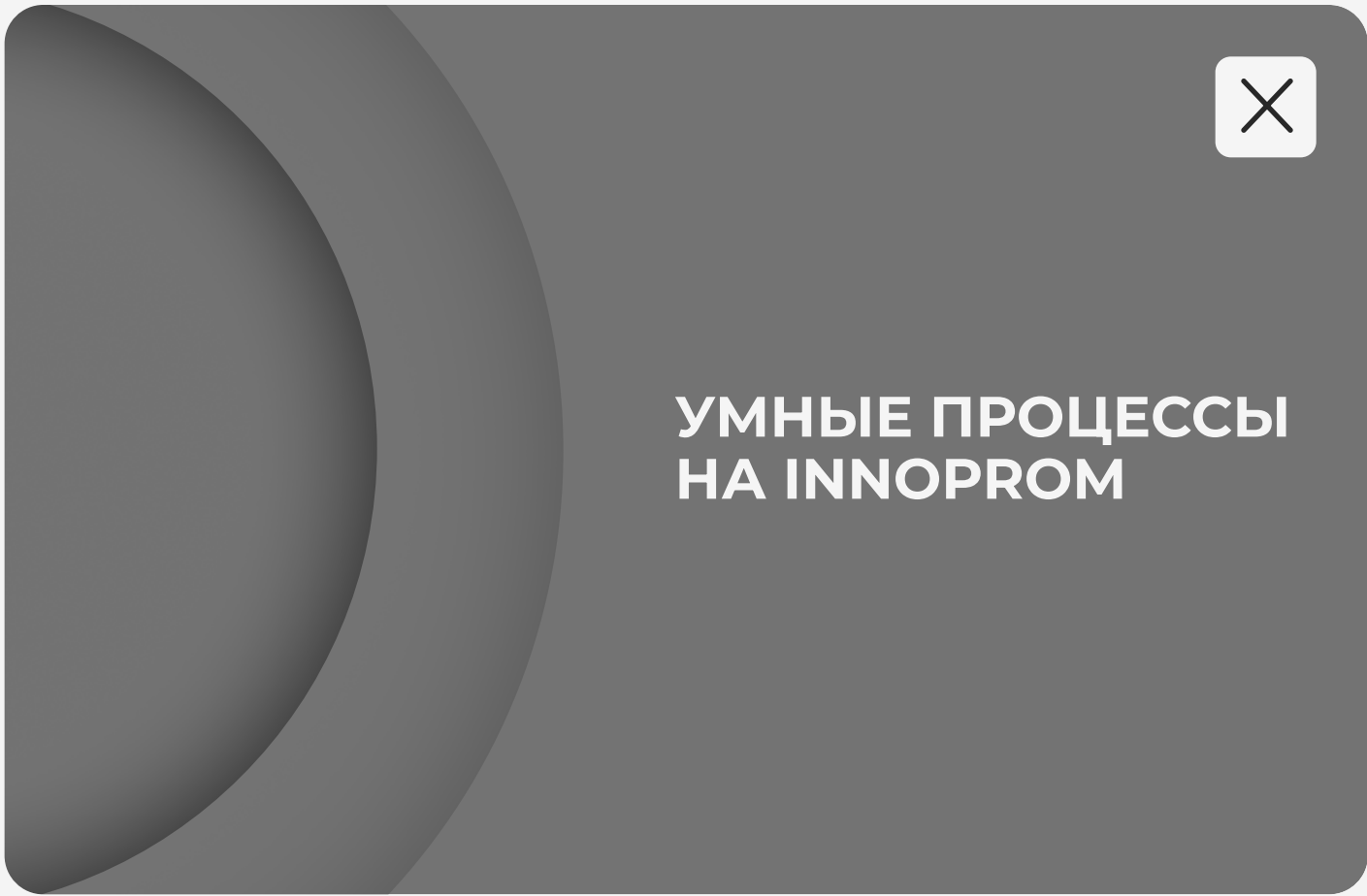


Комбинация, черный

Недопустимое использование

При работе с фирменной графикой запрещается:

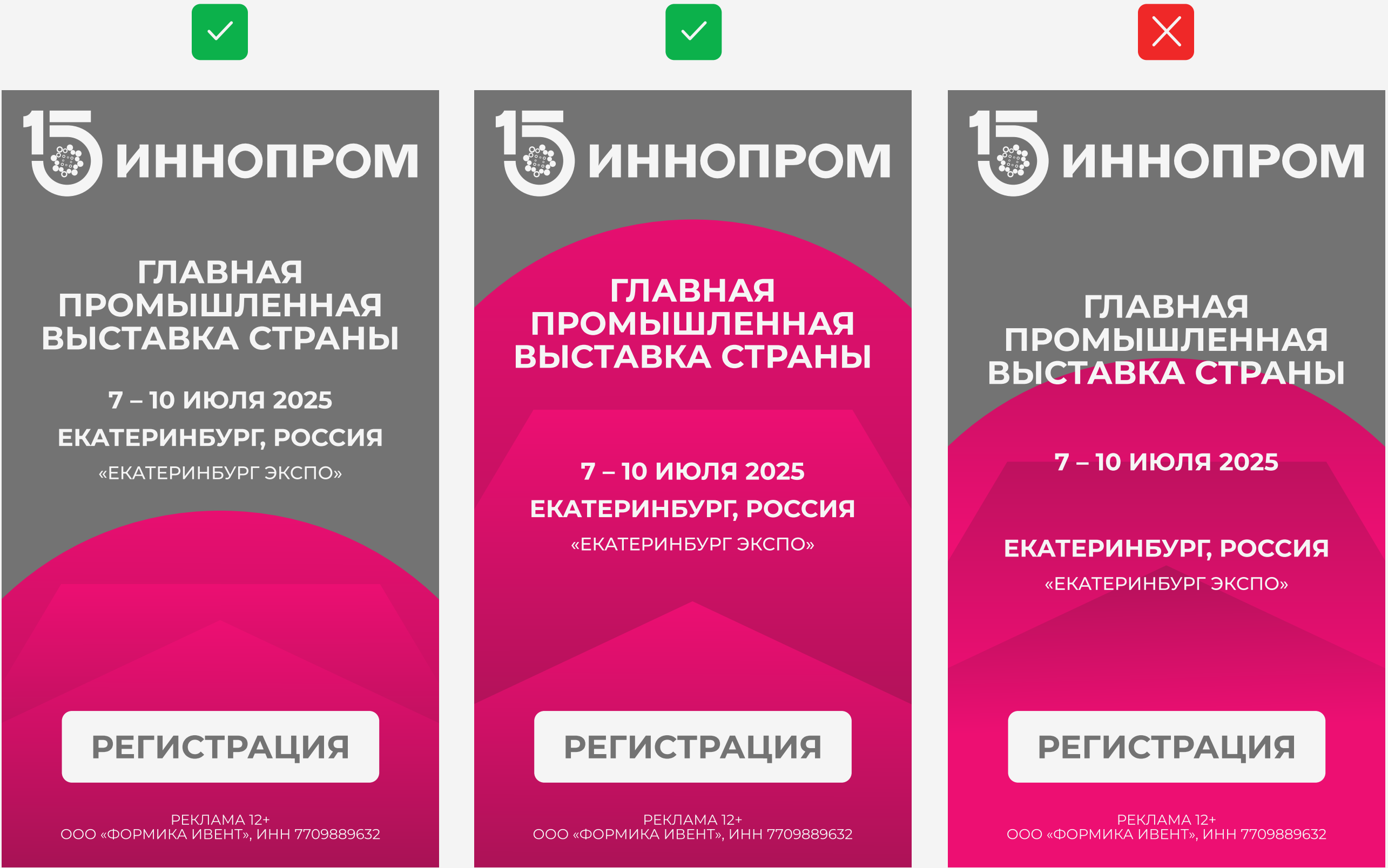
- Использовать фигуры, не соответствующие направлению макета. Например, для макета направления «Умные процессы» нельзя использовать круги или модульные композиции из объединённых фигур;
- Применять произвольные цвета или цветовые сочетания, не указанные в данном руководстве;
- Вводить новые фигуры, не входящие в одно из направлений и не являющиеся производными от базовых фигур (например, звезда);
- Использовать низкий контраст между элементами графики и фоном и применять брендовые градиенты так, чтобы фигуры сливались с фоном макета;
- Использовать более одного тона градиента для стилеобразующих фигур на одном макете;
- Применять дополнительные визуальные эффекты, такие как тени или прозрачности, если они нарушают целостность визуального восприятия или делают элементы нечитаемыми.



Общие правила верстки макетов

Правила вёрстки макетов с фирменной графикой и контентом:

- **Расположение текста.**
Текст не должен накладываться на фирменную графику. Рекомендуется размещать контент так, чтобы фирменная графика занимала отдельное место на макете. Логотип же может быть вписан в графику, но, при этом, важно соблюдать охрannое поле и обеспечить достаточную контрастность;
- **Текст поверх графики.**
Если на макете много контента, и невозможно расположить текст отдельно от графики, допускается размещение текста поверх графики, превращая её в фон. Однако, грани фирменных фигур не должны пересекаться с текстом. Фигуры следует масштабировать и размещать таким образом, чтобы текст находился на однотонном фоне, а фигуры располагались по бокам, не перекрывая текст;
- **Выключка текста.**
Рекомендуется использовать центральную или левостороннюю выключку текста. Выравнивание по правому краю запрещается;
- **Масштабирование фирменной графики.**
Если макет не позволяет использовать фирменную графику в крупном формате, её можно масштабировать и композиционно размещать в любой части макета.

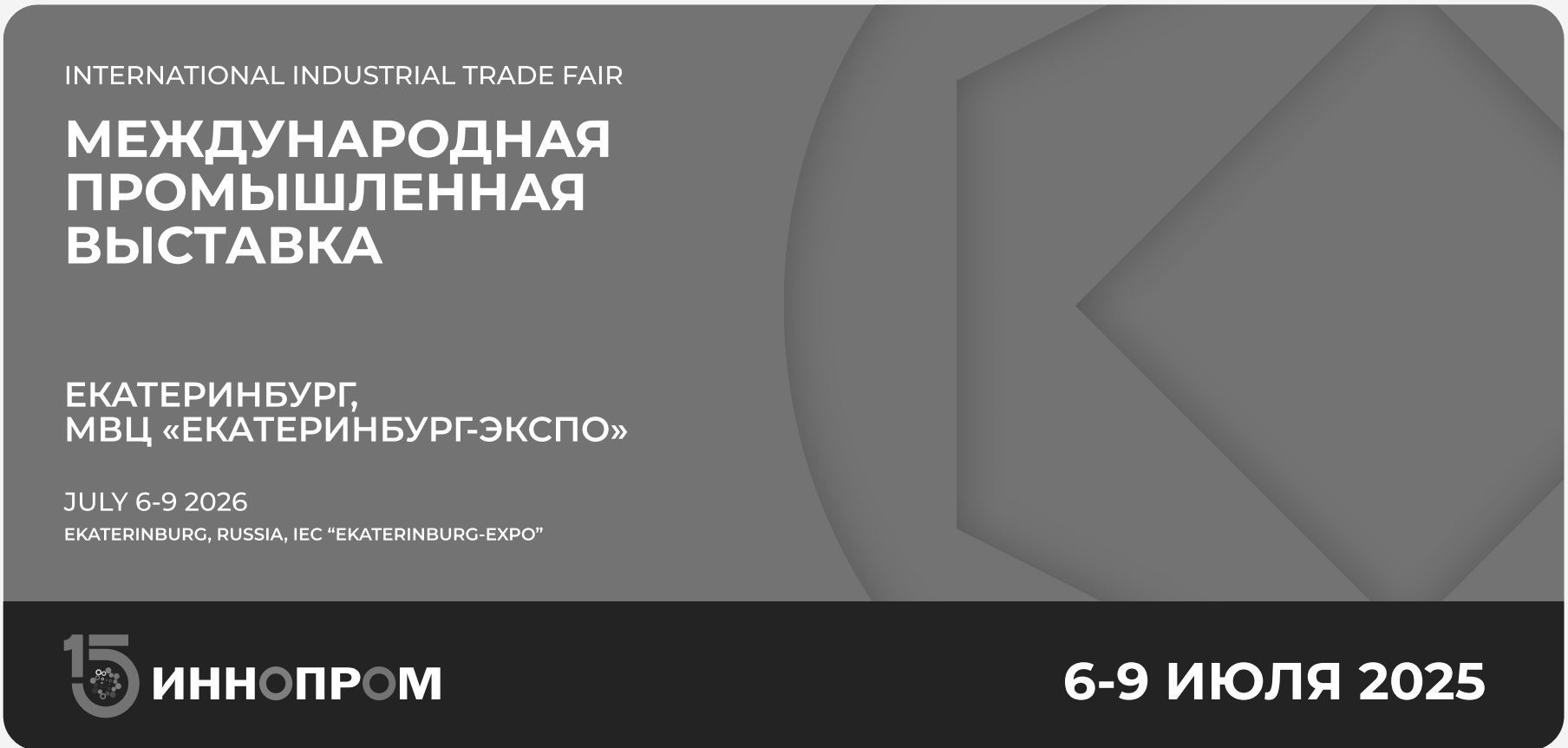


Общие правила верстки макетов

Использование логотипа на макетах.
На макетах рекомендуется использовать полноцветную версию логотипа. Монохромная версия логотипа разрешена, но приоритет всегда отдаётся полноцветной версии.

Для использования полноцветной версии логотипа на макете допускаются следующие варианты:

- **Использование логотипа на чёрной или белой подложке:**
Логотип может быть размещён на контрастной подложке в чёрном или белом цвете для улучшения читаемости;
- **Встраивание логотипа в фирменную графику:**
Логотип может быть интегрирован в фирменную графику, при этом часть (фигура) на макете, внутри которой располагается логотип, должна быть только чёрного или белого цвета;
- **Размещение логотипа на контрастном фото-фоне.**
Логотип может быть размещён на фоне фотографии, если фон является контрастным и не затрудняет восприятие логотипа.



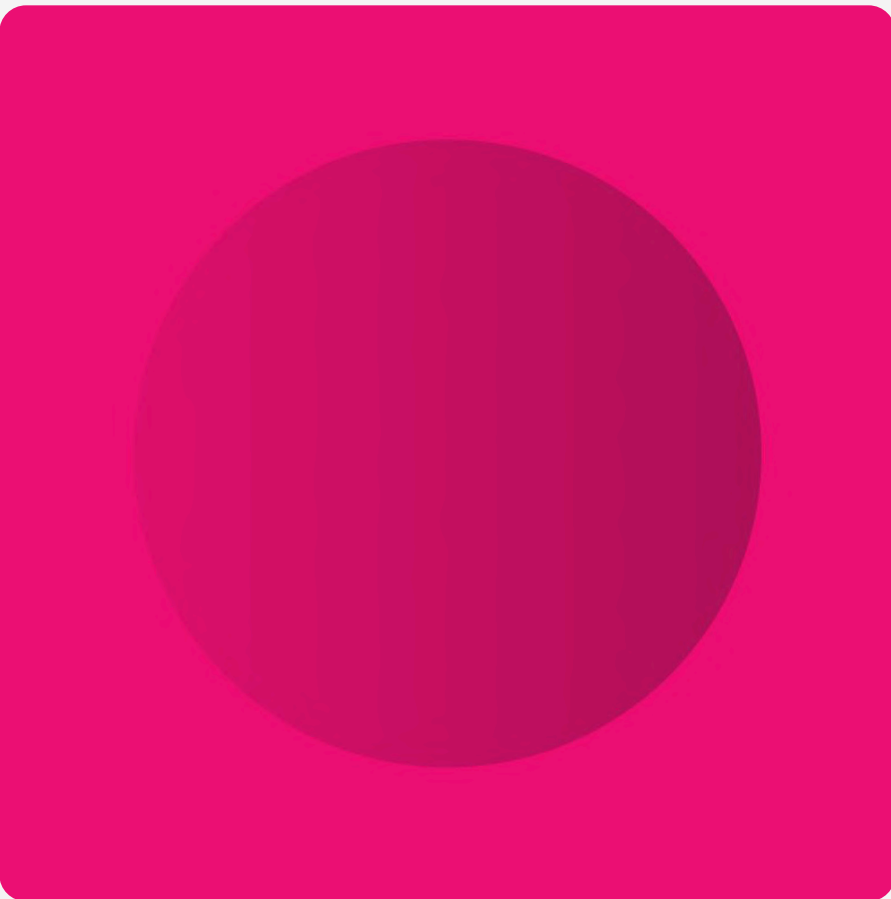
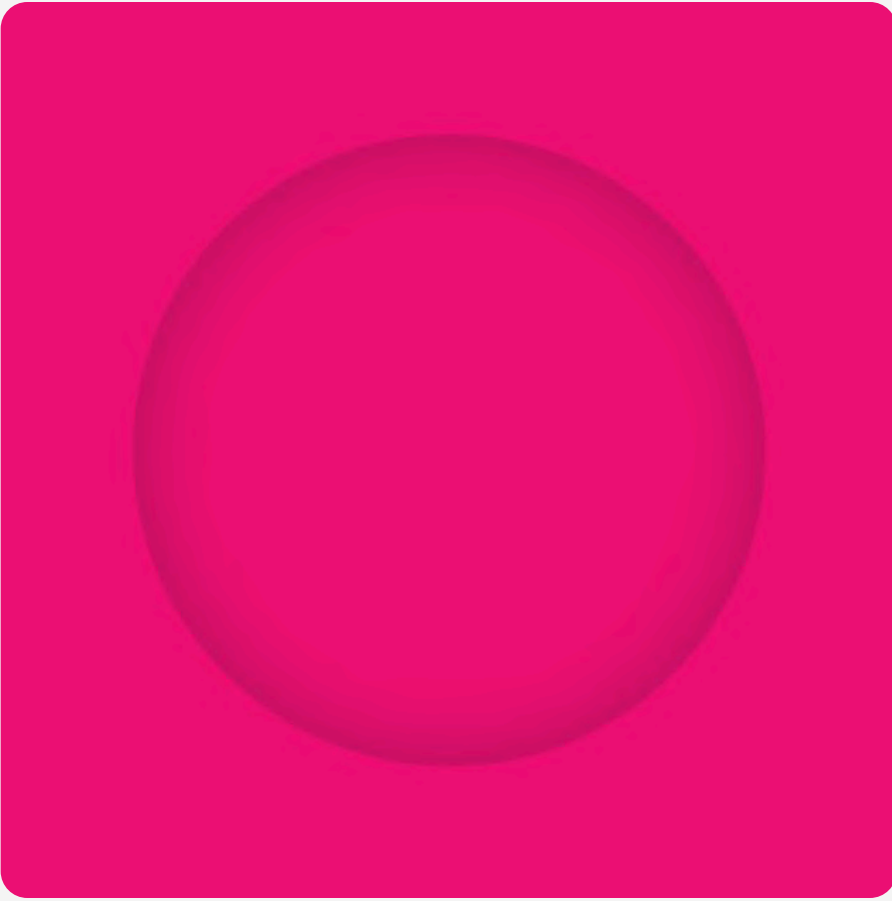
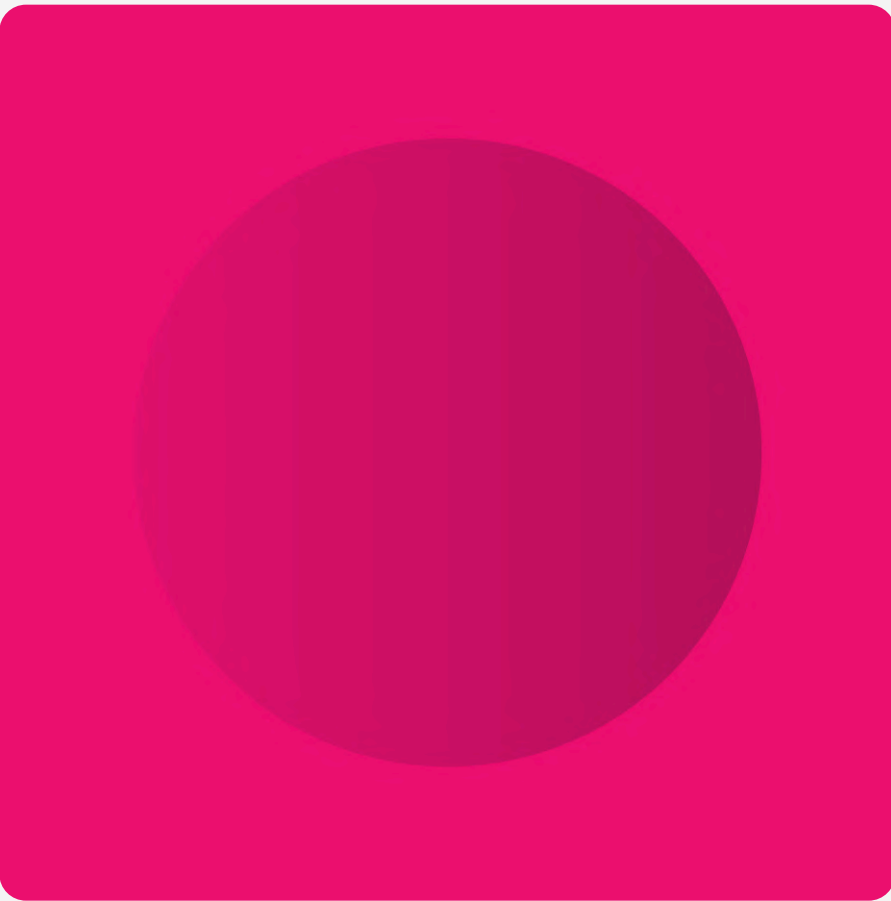
Создание графики

Фирменная графика в стилях «Рельеф» и «Градиент» создаётся в графических редакторах Adobe Illustrator и Figma. Также для создания графики может использоваться растровый редактор Adobe Photoshop.

Вне зависимости от того, в какой программе создаётся фирменная графика, она должна иметь единообразный вид и формироваться в единый стиль.

Для работы с digital рекомендуется использовать Figma для создания графики, а для работы с offline носителями рекомендуется Adobe Illustrator.

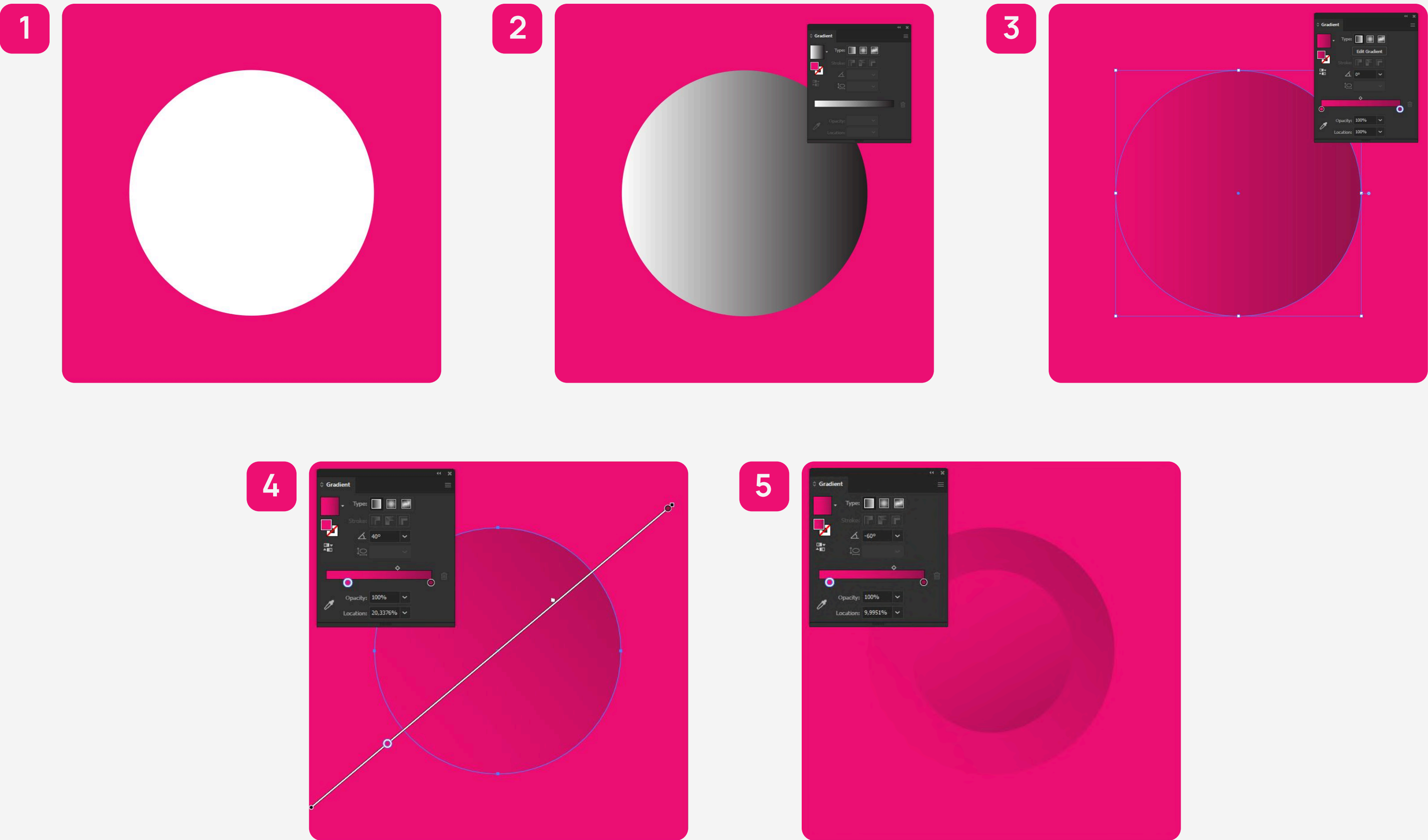
В этом разделе приведены практические рекомендации по созданию графики в различных программах.



Графика в стиле «Градиент»

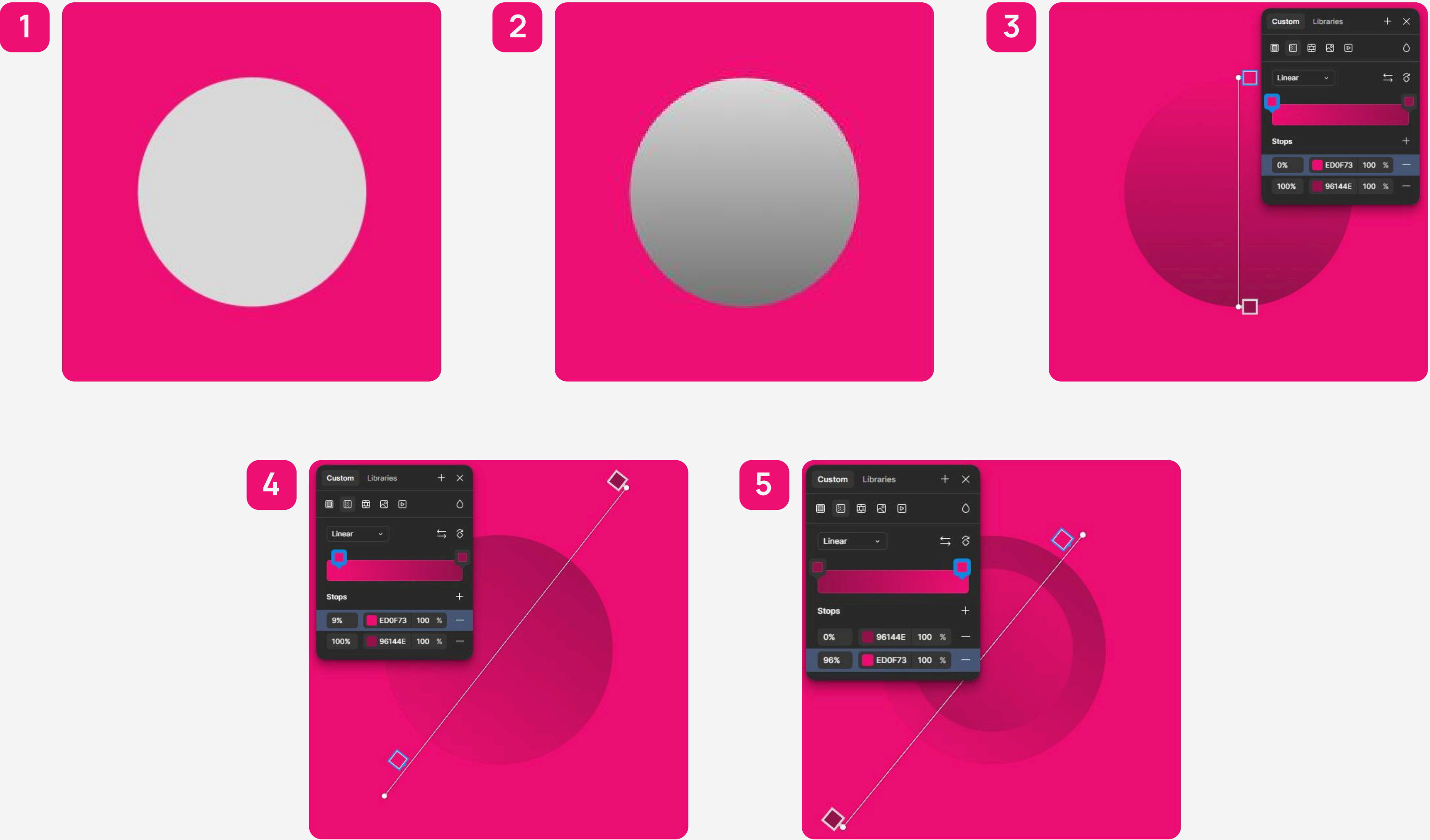
Создание фирменной графики в стиле «Градиент» в Adobe Illustrator

- 1 **Размещение фигуры:**
Разместите на фирменном фоне одну из базовых фигур или композицию из фигур, которые будут основой макета;
- 2 **Добавление градиента:**
Примените градиентную заливку к фигуре;
- 3 **Настройка цветов:**
Задайте корректные цвета для градиента, учитывая цвет фона и общую композицию;
- 4 **Настройка угла наклона:**
Установите необходимый угол наклона градиента и расположите начальную и конечную точки так, чтобы с одной стороны фигура не сливалась с фоном, а с другой стороны создавался плавный переход цвета;
- 5 **Повторение шагов:**
При необходимости повторите шаги для создания дополнительных форм и фигур.



Графика в стиле «Градиент»

Для создания фирменной графики в стиле «Градиент» в Figma воспользуйтесь путём, аналогичным с программой Adobe Illustrator.

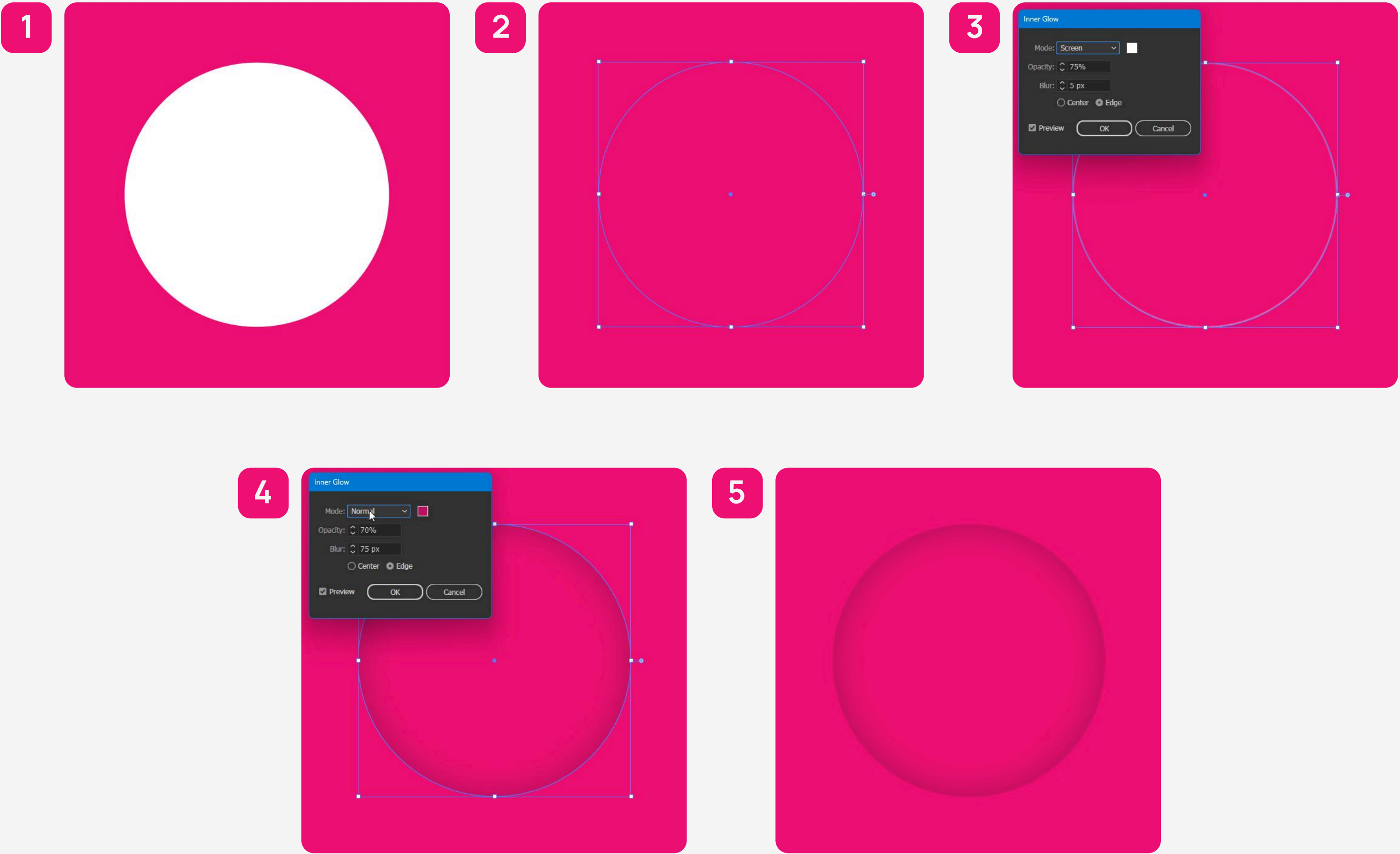


Графика в стиле «Рельеф»

Создать фирменную графику в стиле «Рельеф» в Adobe Illustrator можно используя эффект «Inner Glow / Внутреннее свечение» или инструмент «Blend / Переход».

Создание графики с помощью эффекта «Внутреннее свечение»:

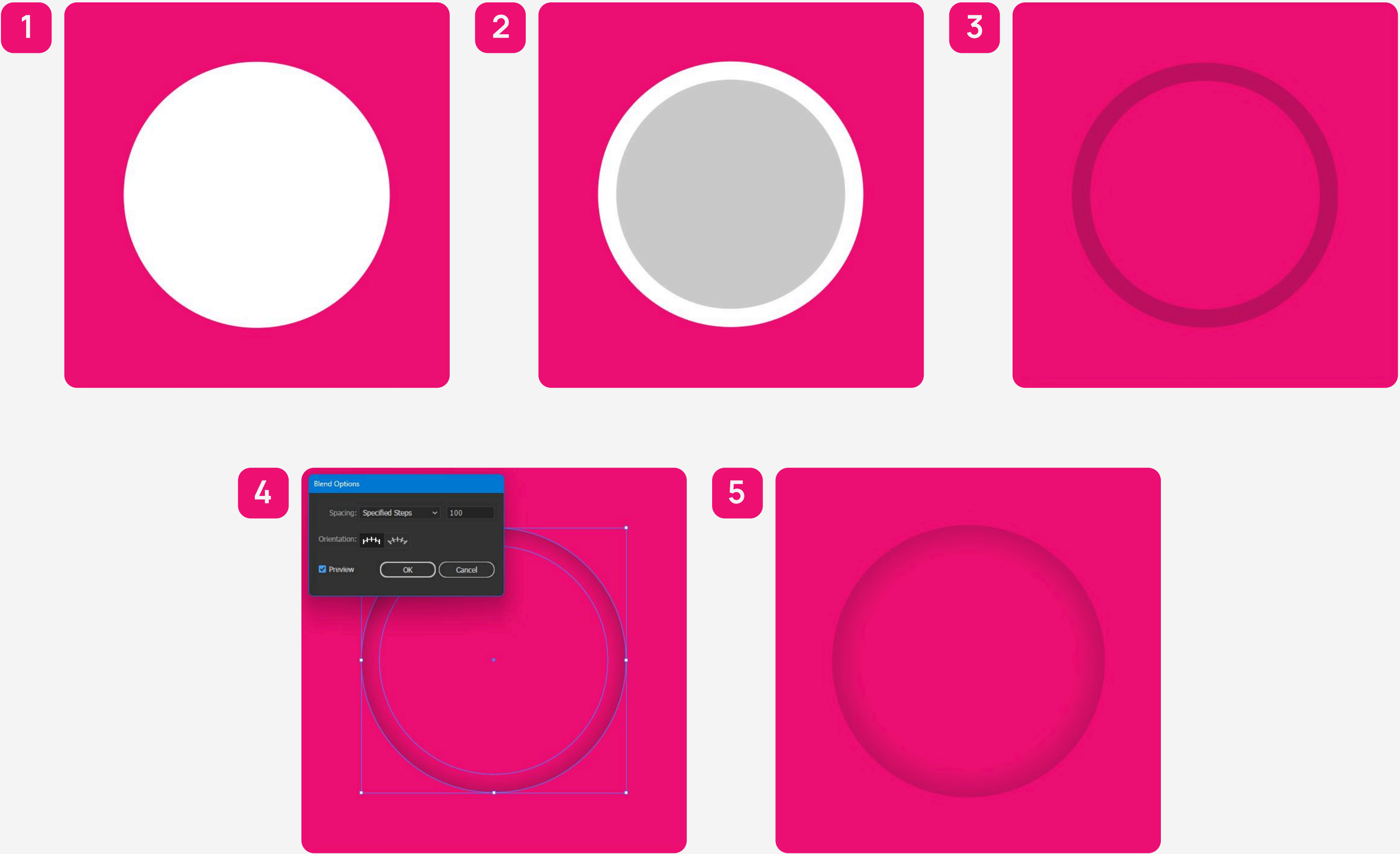
- 1 **Размещение фигуры:**
Разместите на фирменном фоне фигуры, которые будут основой макета;
- 2 **Добавление заливки:**
Примените к фигуре заливку, соответствующую цвету фона, на котором она расположена;
- 3 **Выбор эффекта:**
Перейдите в окно «Эффекты» и выберите эффект «Внутреннее свечение»: Effect → Stylize → Inner Glow;
- 4 **Настройка эффекта:**
Задайте параметры эффекта:
 - выберите один из фирменных цветов, подходящих по тону к цвету фигуры;
 - установите стандартный режим наложения (Normal);
 - установите непрозрачность (значение подбирается исходя из тона и цвета макета));
 - настройте необходимую степень размытия (Blur);
- 5 **Примените эффект к фигуре.**



Графика в стиле «Рельеф»

Создание графики с помощью инструмента «Переход»:

- 1 **Размещение фигуры:**
Разместите на фирменном фоне базовую фигуру;
- 2 **Добавление второй фигуры:**
Добавьте на макет вторую фигуру, аналогичную базовой. Она должна быть с теми же пропорциями, но пропорционально масштабируйте её так, чтобы между фигурами было достаточно пространства для эффекта рельефа. Выровняйте фигуры по центру;
- 3 **Заливка фигур:**
Примените заливку к фигурам: внешняя фигура должна быть в цвет будущей тени, внутренняя фигура должна быть по цвету аналогична цвету фона;
- 4 **Применение инструмента «Переход» (Blend):**
Выделите обе фигуры и примените инструмент «Blend / Переход»: Object → Blend → Make. Настройте параметры таким образом, чтобы создать плавный эффект внутренней тени. Значения параметров зависят от цветов и масштаба макета, конкретные значения эффекта не ограничиваются;
- 5 **Коррекция (при необходимости) :**
Масштабируйте внутреннюю фигуру или измените прозрачность цветов, чтобы добиться нужного эффекта.



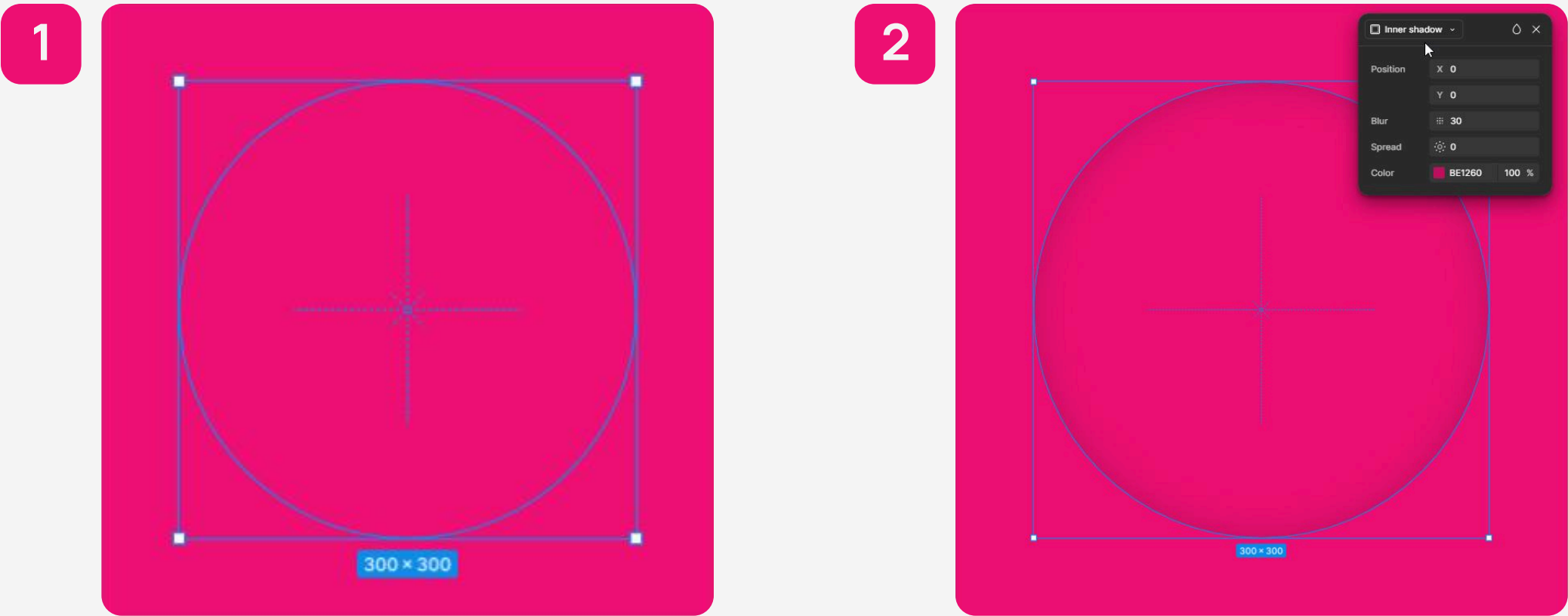
Графика в стиле «Рельеф»

Создание графики в стиле «Рельеф» в Figma:

- 1 Размещение базовой фигуры:
Разместите на фирменном фоне базовую фигуру и задайте ей цвет, аналогичный цвету фона;
- 2 Применение эффекта внутренней тени:
Примените к фигуре эффект «Inner Shadow» с цветом из фирменной палитры и 100% непрозрачности.

Настройка параметров тени. Рекомендуется установить позицию тени на 0;0 по осям X и Y. Если требуется наклон тени, можно произвольно изменять эти параметры.

Размытие тени. Параметр размытия тени настраивается в зависимости от композиции и размера макета. Чем больше размытие, тем сильнее эффект рельефа.

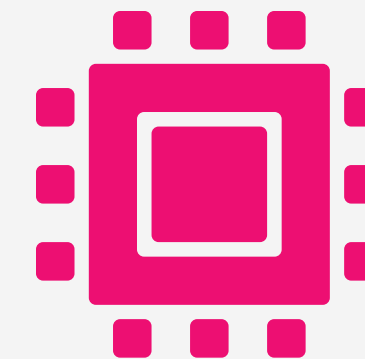
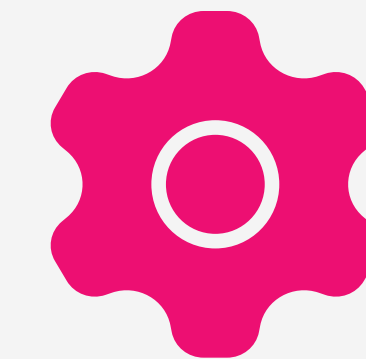
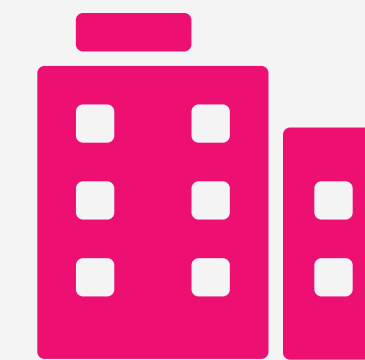


Общий подход

Для дополнительного пояснения текста или другого контента, а также в навигации и информационных материалах рекомендуется использовать иконки.

Общие рекомендации:

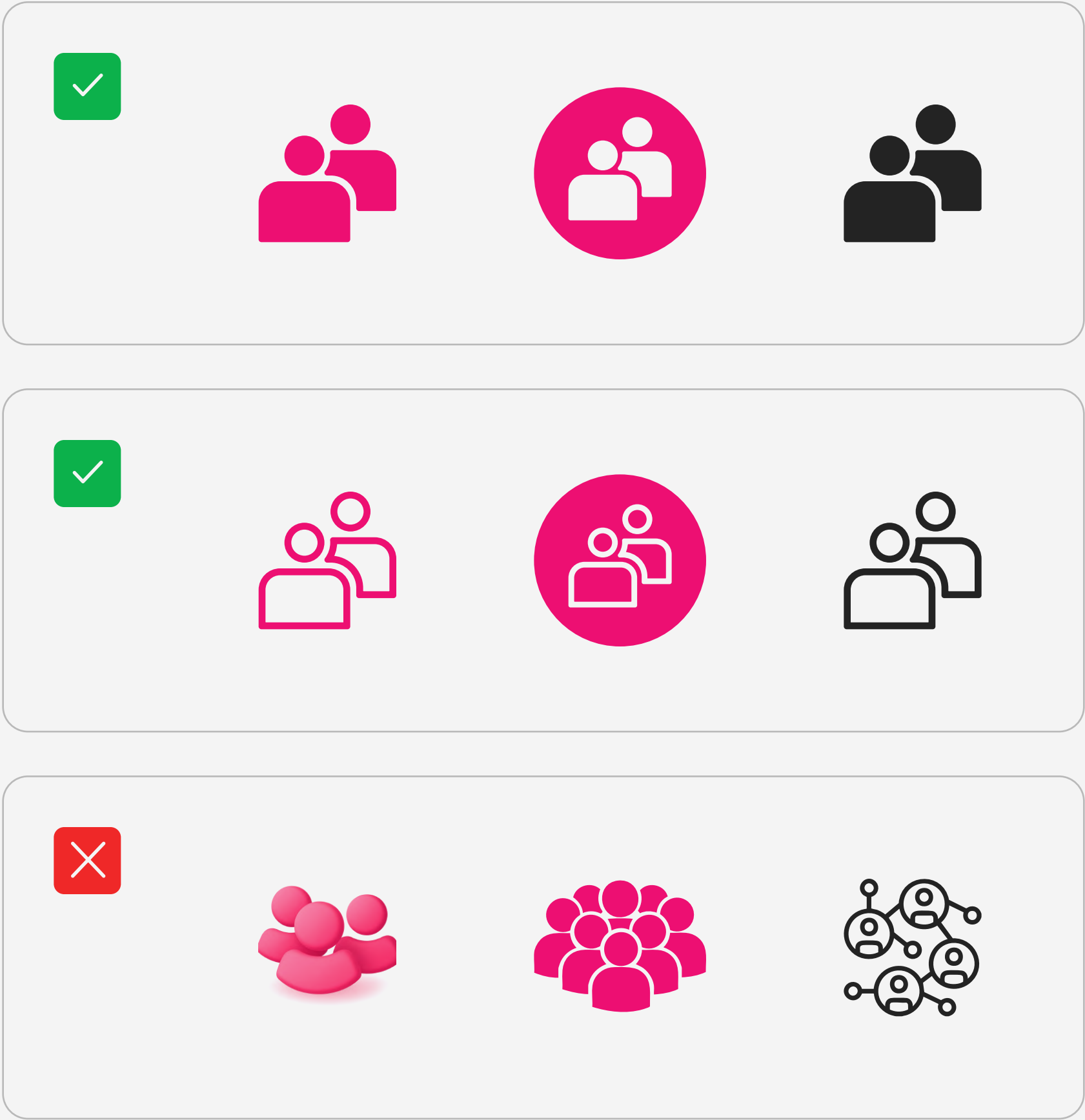
- Все иконки на бренд-макетах должны быть выполнены в едином стиле и иметь одинаковый уровень детализации;
- Иконки должны быть простыми, минималистичными и понятными. Важно избегать лишних деталей, которые могут затруднить восприятие и отвлекать от основного смысла;
- В рамках одного макета рекомендуется использовать иконки одинакового размера, пропорций и оформления;
- Для оформления иконок должны использоваться только основные фирменные цвета;
- Иконки могут быть оформлены с использованием фирменных графических элементов INNOPROM.



Стиль

Для всех материалов рекомендуется использовать иконки, стиль которых соответствует следующим принципам:

- **Минималистичность и низкий уровень детализации:**
Иконки должны быть простыми, не перегруженными деталями и графическими элементами;
- **Оформление:**
Во всех возможных случаях следует использовать классические 2D иконки с заливкой. В случае невозможности использования таких иконок, допускаются контурные иконки;
- **Стиль:**
Все иконки должны быть выполнены в 2D флэт векторном стиле. Использование 3D или изометрических иконок не рекомендуется, за исключением случаев, когда иконка является главным смысловым элементом макета;
- **Цвет:**
Для оформления иконок используются только основные фирменные цвета: чёрный, белый и розовый. На подложке может быть использовано два фирменных цвета. В остальных случаях иконка должна быть выполнена в один сплошной цвет.



Правила подбора графики

Рекомендации по выбору графики для макетов:

- **Единый стиль:**
В рамках одного макета должны использоваться иконки одного стиля. Размещение контурных и залитых иконок в одном макете запрещается;
- **Единый масштаб и пропорции:**
Все иконки в макете должны быть одного размера (масштаба). Если используются контурные иконки, толщина контура должна быть одинаковой на всех иконках;
- **Единое оформление:**
Если в макете иконки оформляются дополнительными элементами (плашками или фирменными формами), все иконки должны быть оформлены одинаково. Например, нельзя использовать иконки на подложке и без подложки в рамках одного макета;
- **Смысловое содержание:**
Иконки должны чётко и лаконично отражать суть контента, к которому они относятся. Избегайте неоднозначных изображений, предпочтение следует отдавать простым и понятным образам.

Производственные технологии Металлургия и производство материалов 	Производственные технологии Металлургия и производство материалов 
Производственные технологии Металлургия и производство материалов 	Производственные технологии Металлургия и производство материалов 
Производственные технологии Металлургия и производство материалов 	Производственные технологии Металлургия и производство материалов 

Фирменное оформление

Для бренд-макетов могут использоваться фирменные подложки для иконок, соответствующие следующим рекомендациям:

- **Направление «Умные процессы»:**
Иконки могут располагаться на подложке квадратной формы;
- **Направление «Индустриальный базис»:**
Иконки могут располагаться на подложке в форме шестиугольника;
- **Направление «Ресурсы индустрии»:**
Иконки могут располагаться на подложке круглой формы;
- **Направление «INNOPROM-стратегические»:**
Иконки могут располагаться на уникальной форме-подложке, созданной путём объединения трёх фирменных фигур.

Условия использования иконок на фирменных подложках:

- **Смысловое соответствие:**
Иконки должны быть размещены на подложке, соответствующей их направлению. Например, иконка направления «Умные процессы» не может располагаться на круглой подложке;
- **Единство размеров:**
В рамках одного макета все подложки и иконки внутри них должны быть одинакового размера;
- **Единство оформления:**
Если на макете используются иконки с фирменным оформлением (на подложках), обычные иконки без оформления использовать на этом макете запрещается.



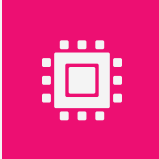
Машиностроение и компоненты



Металлургия и производство материалов



Производственные технологии



Цифровые технологии



Промышленная автоматизация



Услуги для промышленности



Технологии для городов



Кадры



Официальный бот выставки

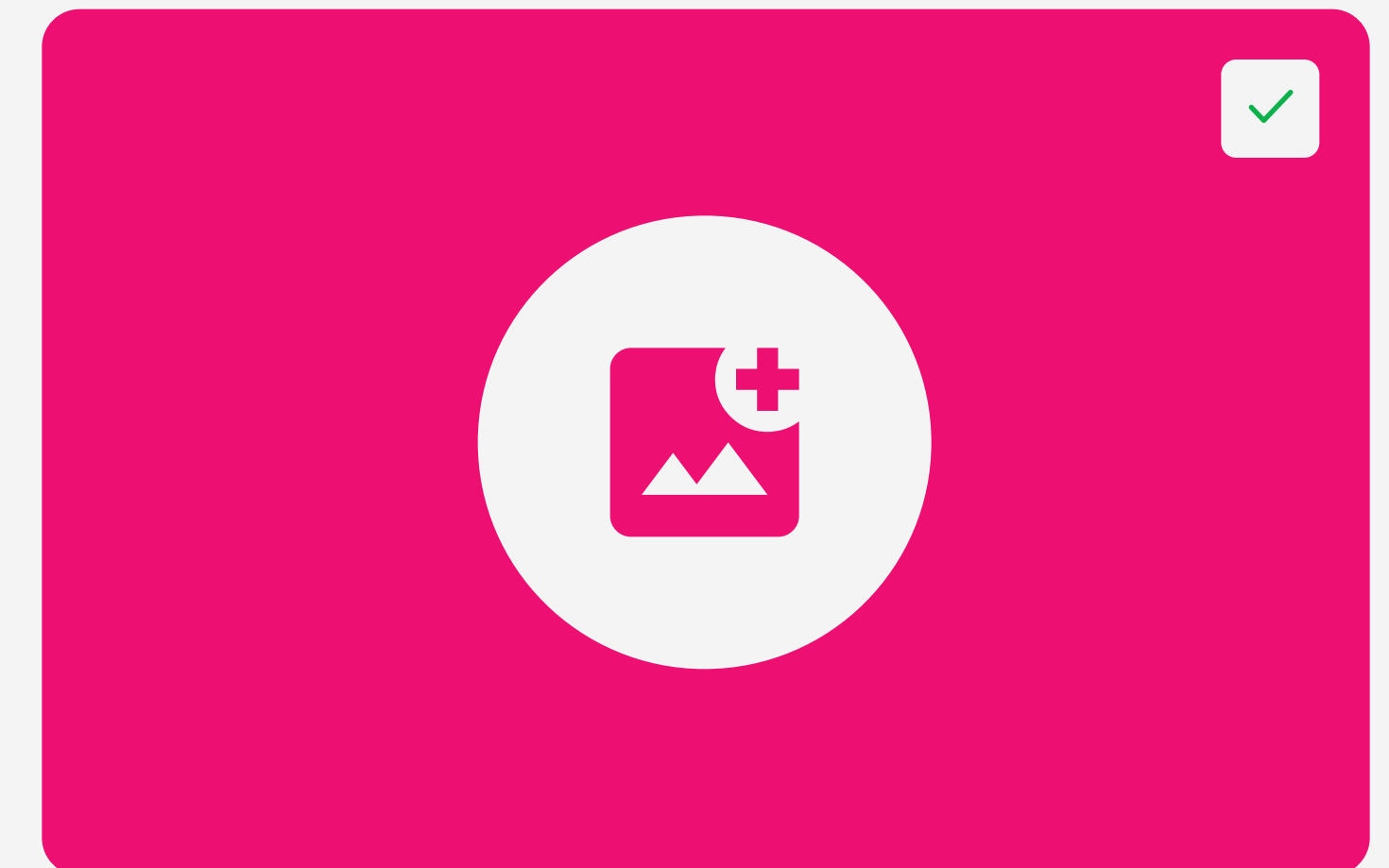
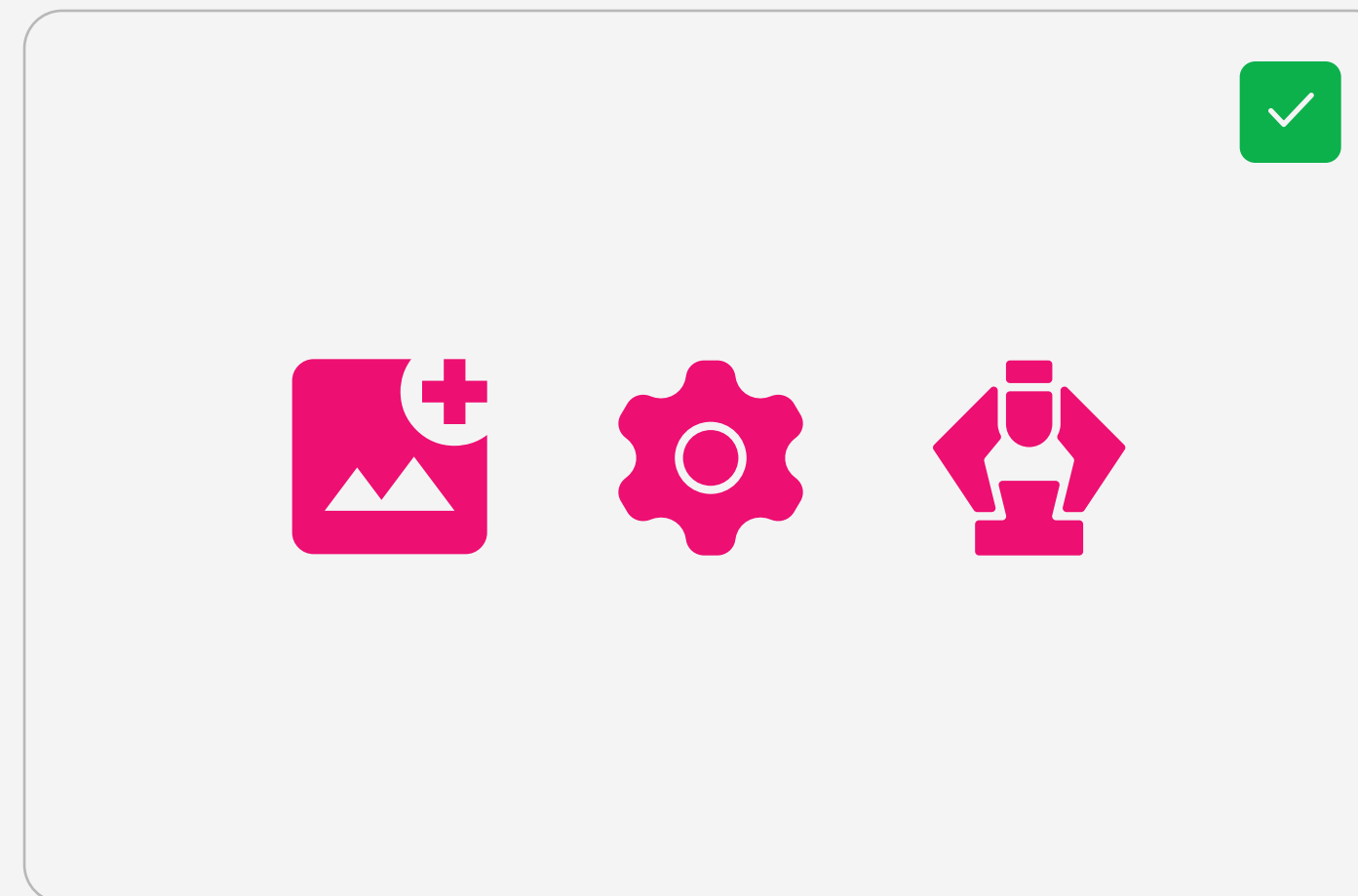
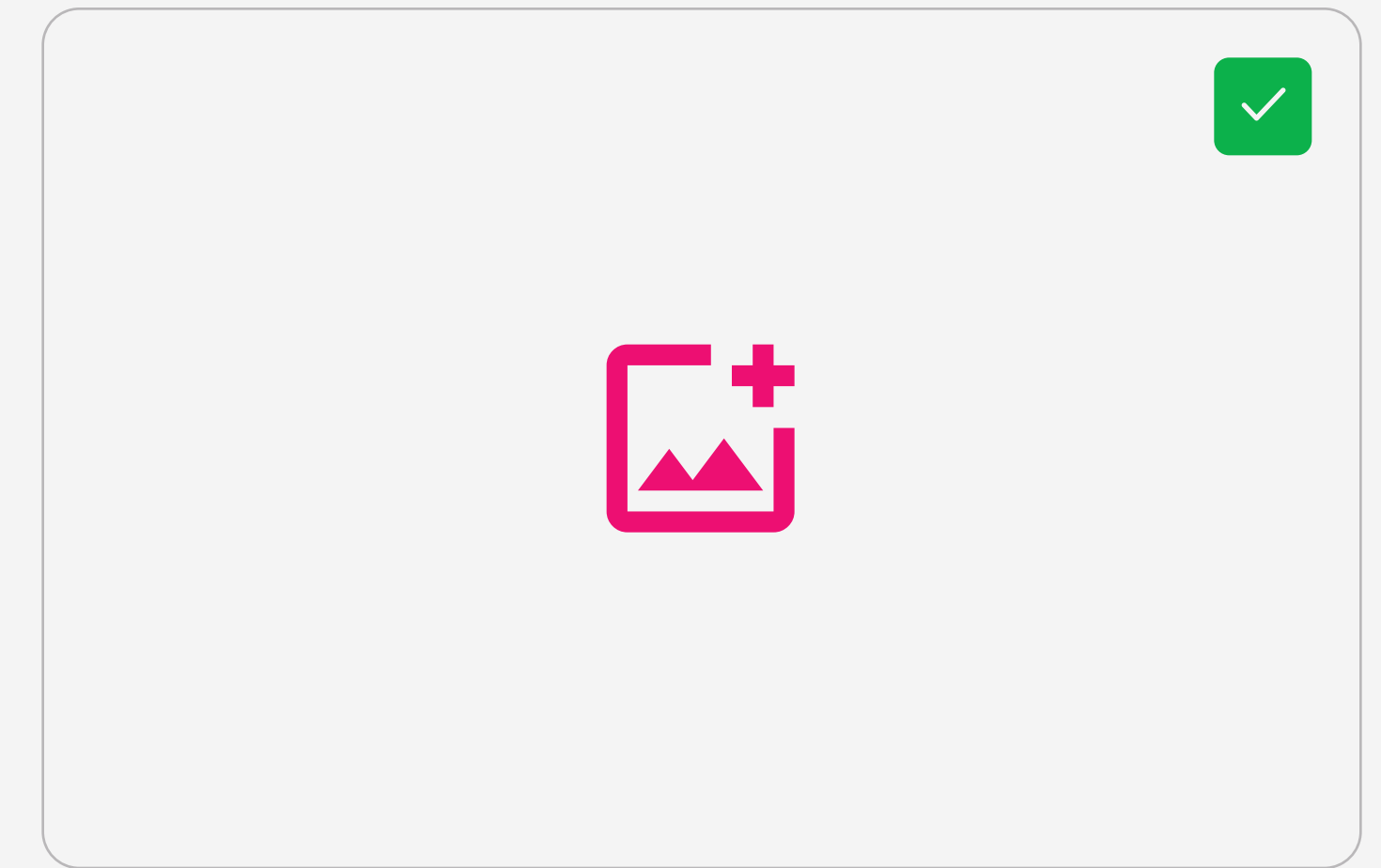
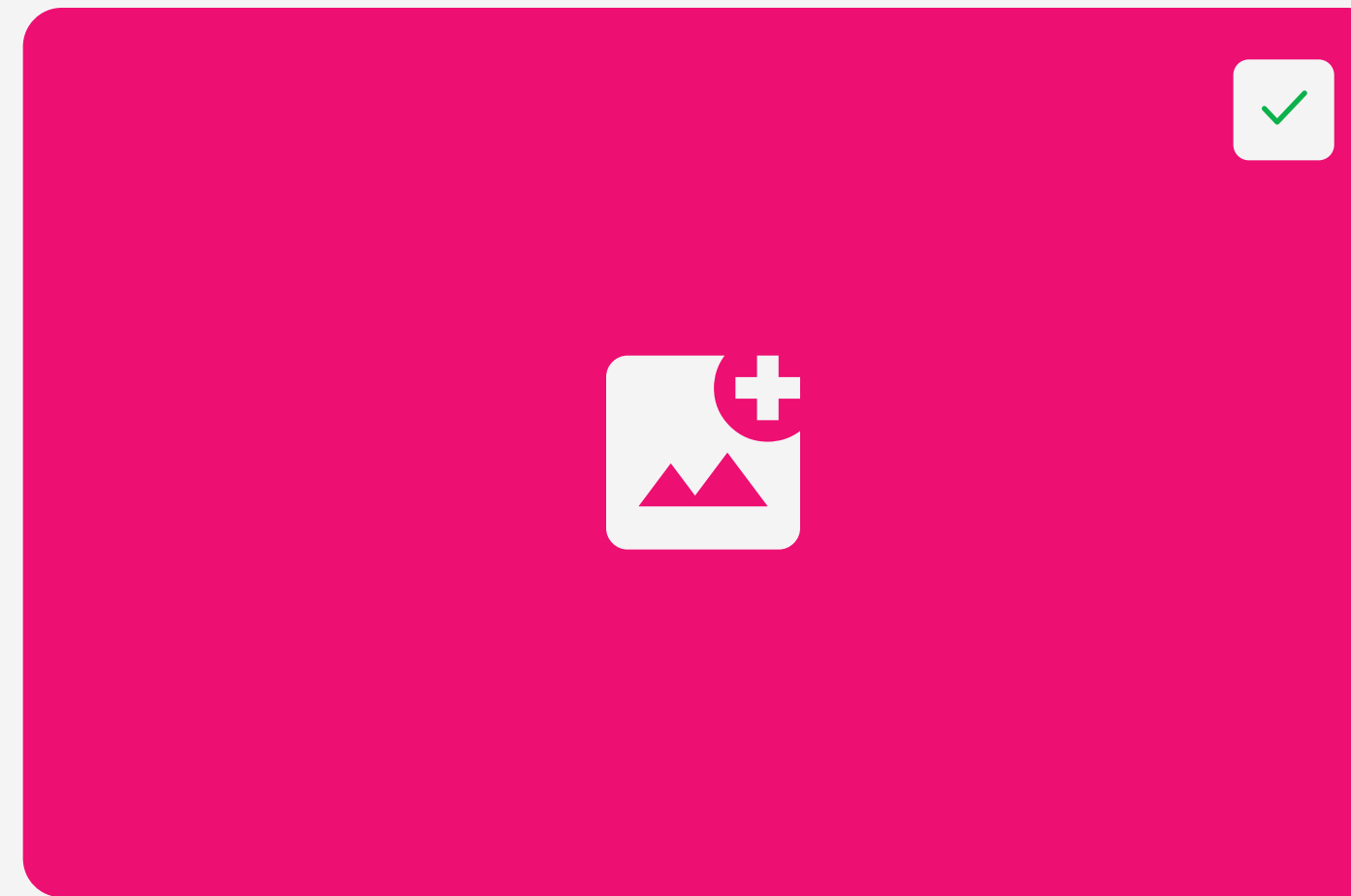


Екатеринбург, Россия, МВЦ “Екатеринбург-Экспо”

Допустимое использование

При работе с иконографикой допускается:

- Использование как классических залитых, так и контурных иконок. Однако приоритет всегда отдаётся залитым минималистичным иконкам;
- Использовать иконки как самостоятельные элементы или на фирменной графической подложке;
- Оформление иконок в одном из трёх основных фирменных цветов или их сочетаниях;
- Использование кастомных иконок или иконок из различных наборов, при условии, что они выполнены в едином стиле, соответствующем общему подходу.



Недопустимое использование

При работе с иконографикой запрещается:

- Использовать классические залитые и контурные иконки одновременно в рамках одного макета;
- Использовать иконки разного масштаба или различных пропорций контура в рамках одного макета;
- Использовать высоко-детализированные и информационно перегруженные иконки;
- Использовать 3D — и изометрические иконки, если они не являются основным графическим элементом макета;
- Использовать фирменное оформление иконок без учёта смыслов и состава направлений:
 - для «Умных процессов» только квадратные подложки;
 - для «Ресурсов индустрии» только круглые подложки;
 - для «Индустриального базиса» только шестиугольные подложки;
 - для «INNOPROM-стратегические» только объединённая графическая форма.

 7–10 июля

 Екатеринбург, Россия,
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

 expo.innoprom.com



 7–10 июля

 Екатеринбург, Россия,
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

 expo.innoprom.com



 Цифровые технологии

 Промышленная автоматизация





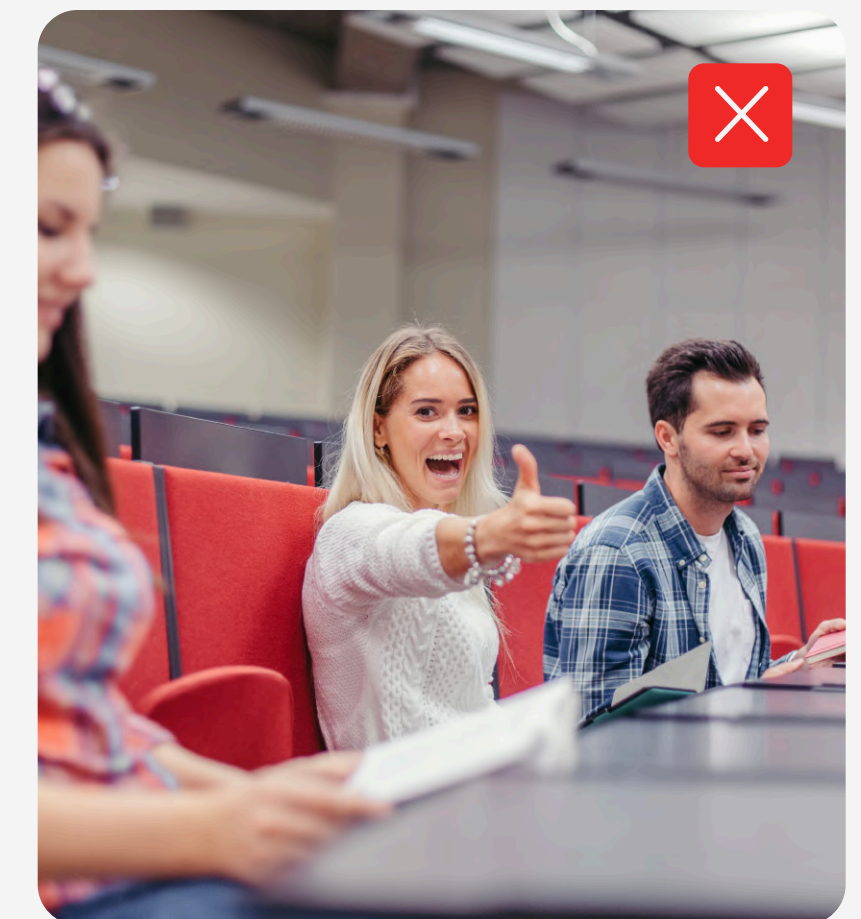
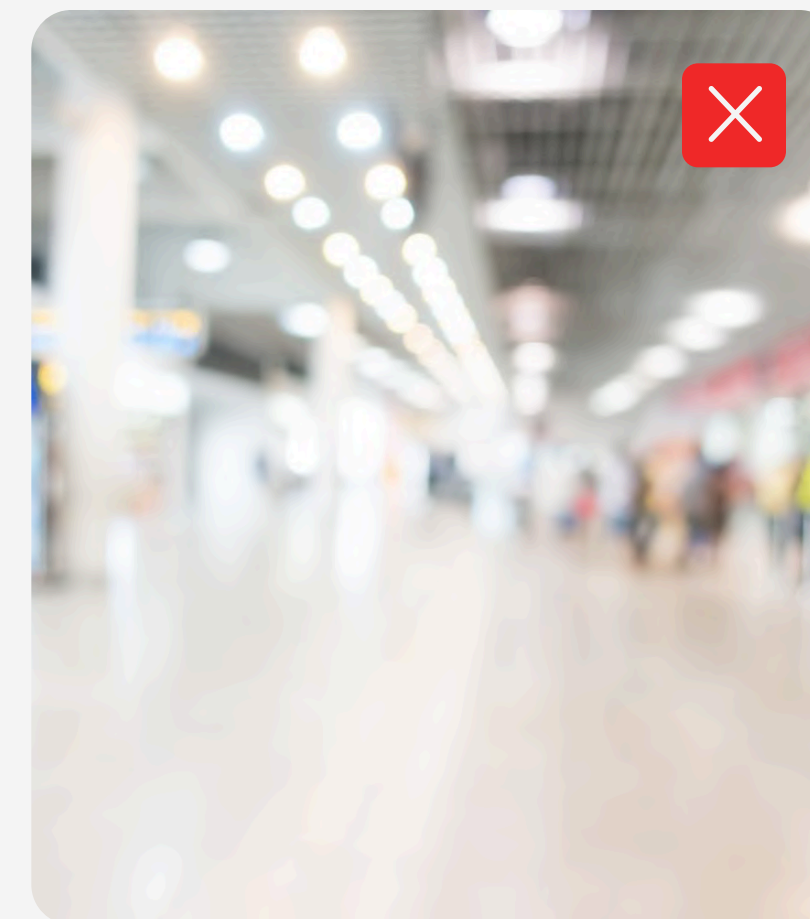
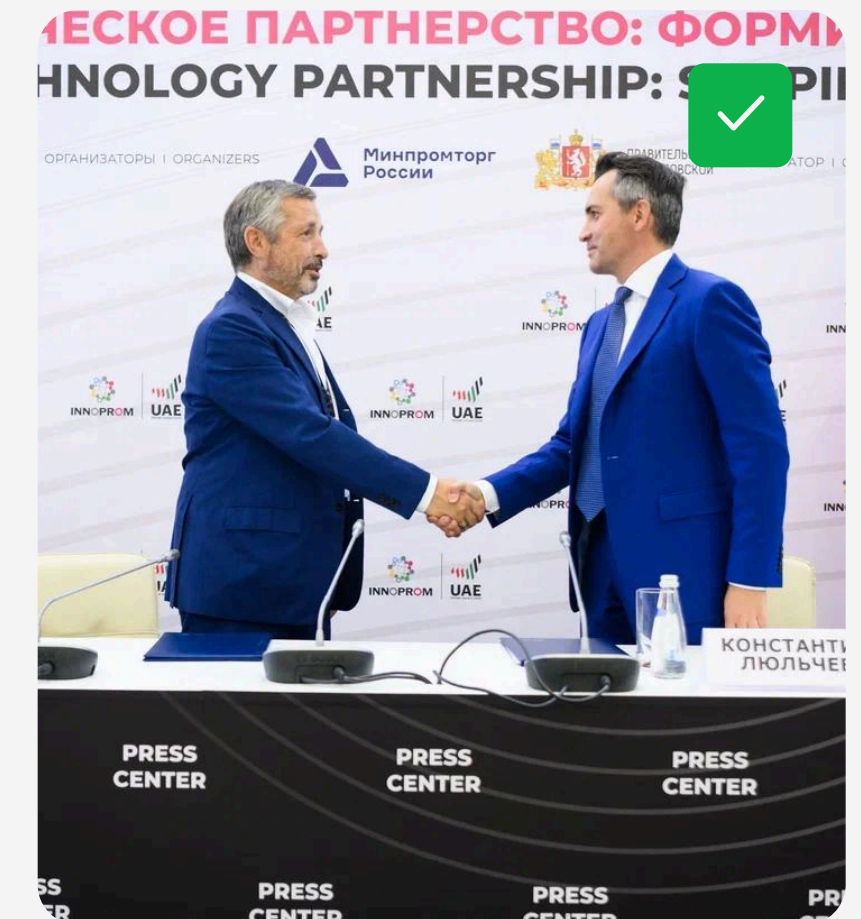
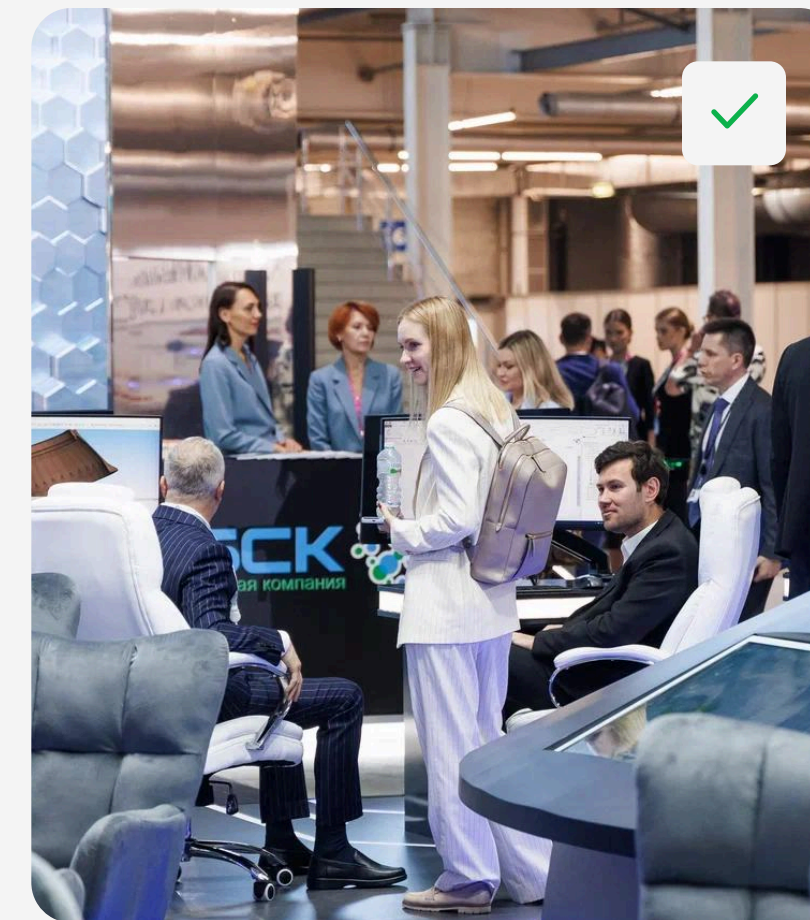
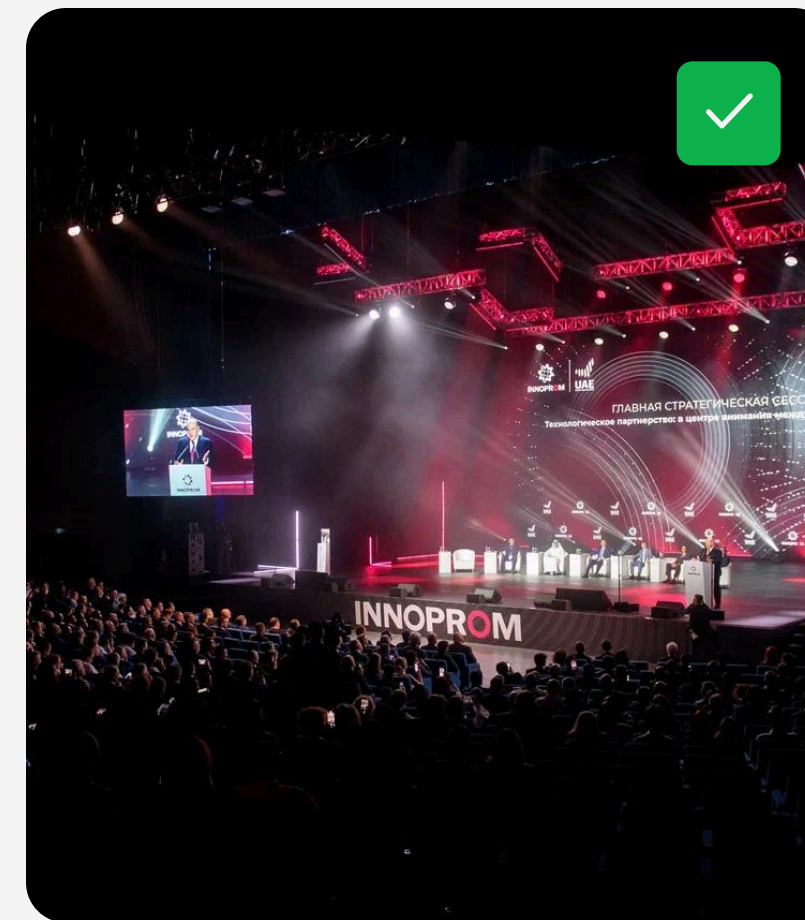


Правила подбора фотоизображений

Для создания рекламных материалов в digital и offline рекомендуется использование фотографий, отражающих процесс, настроение и уникальный характер мероприятий.

Фотоматериалы должны в обязательном порядке соответствовать следующим требованиям:

- **Реалистичность:**
Фотографии должны быть реалистичными, передавая атмосферу мероприятия, а не искусственно созданные или слишком стилизованные изображения;
- **Эмоциональность:**
Фотографии должны передавать настроение события, фокусируясь на взаимодействии участников, их эмоциях и вовлеченности в процесс;
- **Чёткость и качество:**
Фотографии должны быть высокого качества, чёткими и хорошо освещёнными. Размытие, пикселизация или неудачный фокус недопустимы;
- **Контекст:**
Фотографии должны передавать многослойность контекста, показывая как непосредственно само событие, так и его воздействие на участников и окружающую среду.



Использование фотоизображений

В макетах фотографии могут:

- Быть фоном всего макета и главным акцентным элементом;
- Сочетаться с фирменной графикой, размещаться на макете одновременно с графическими элементами;
- Использоваться с эффектом затемнения или без него, в зависимости от контекста и нужного визуального эффекта;

- Быть фоном части макета, выделяя отдельные элементы или создавая пространство для текста и других графических элементов.

При использовании фотографий в качестве фона важно убедиться, что текст остаётся читаемым и не сливается с изображением.

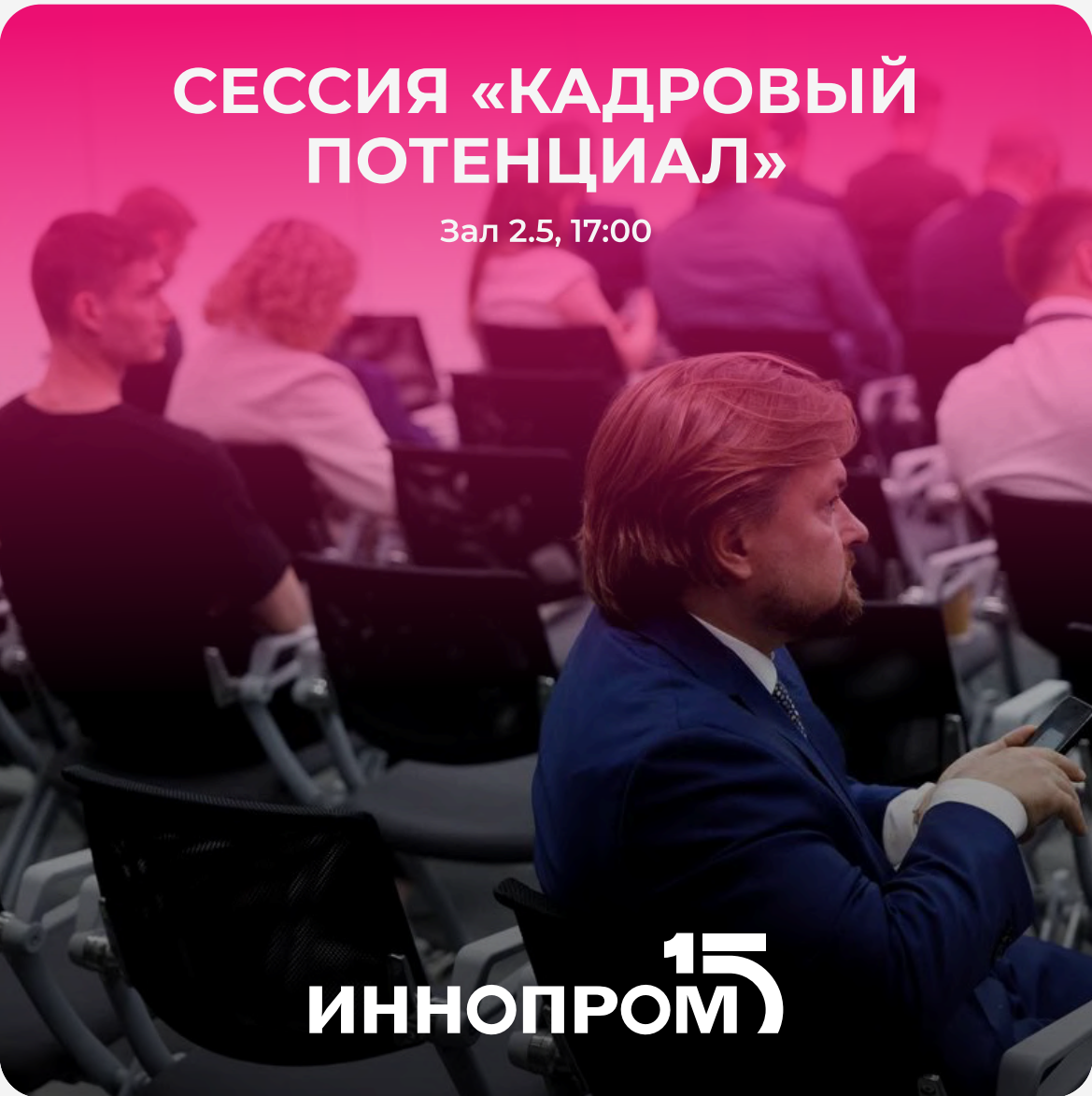
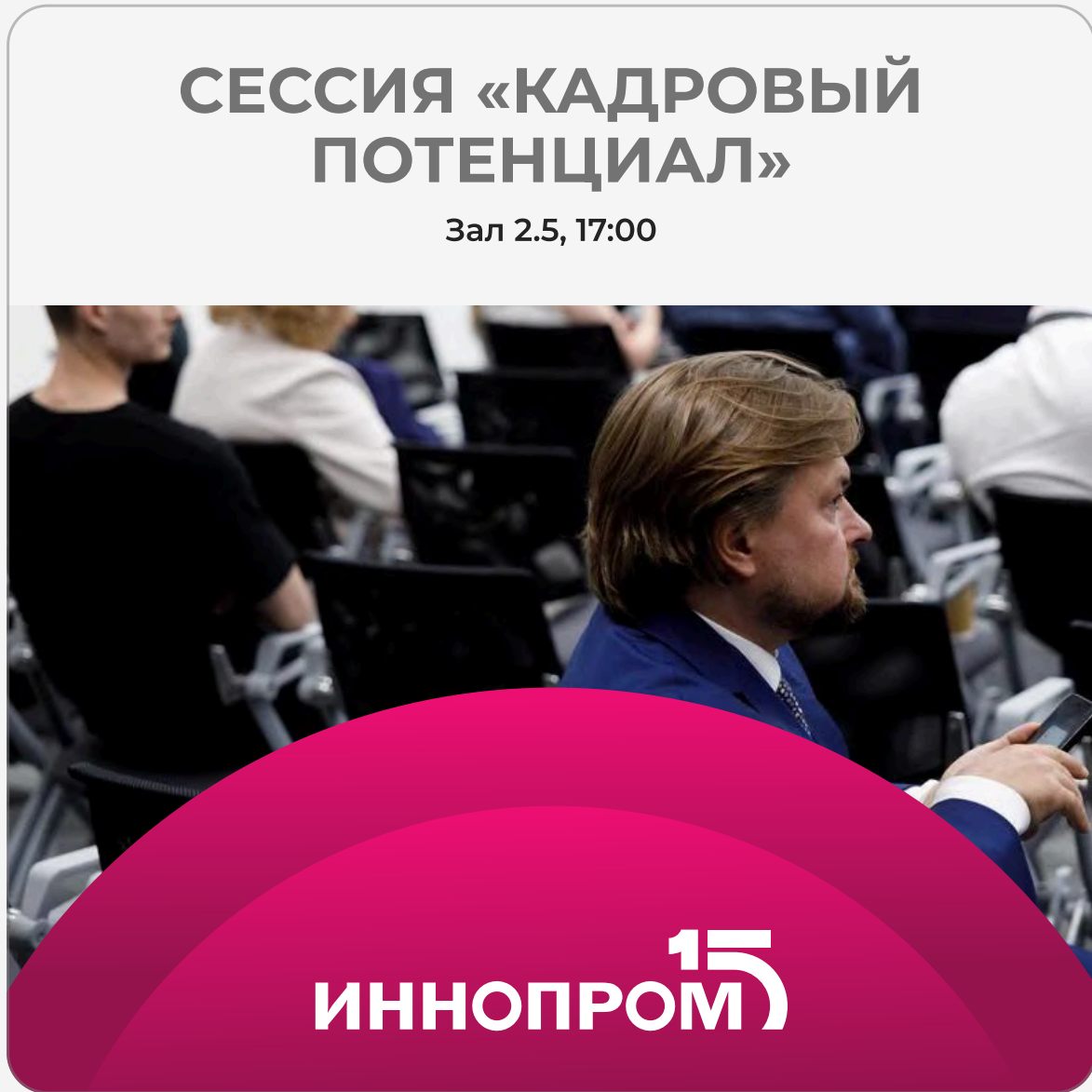


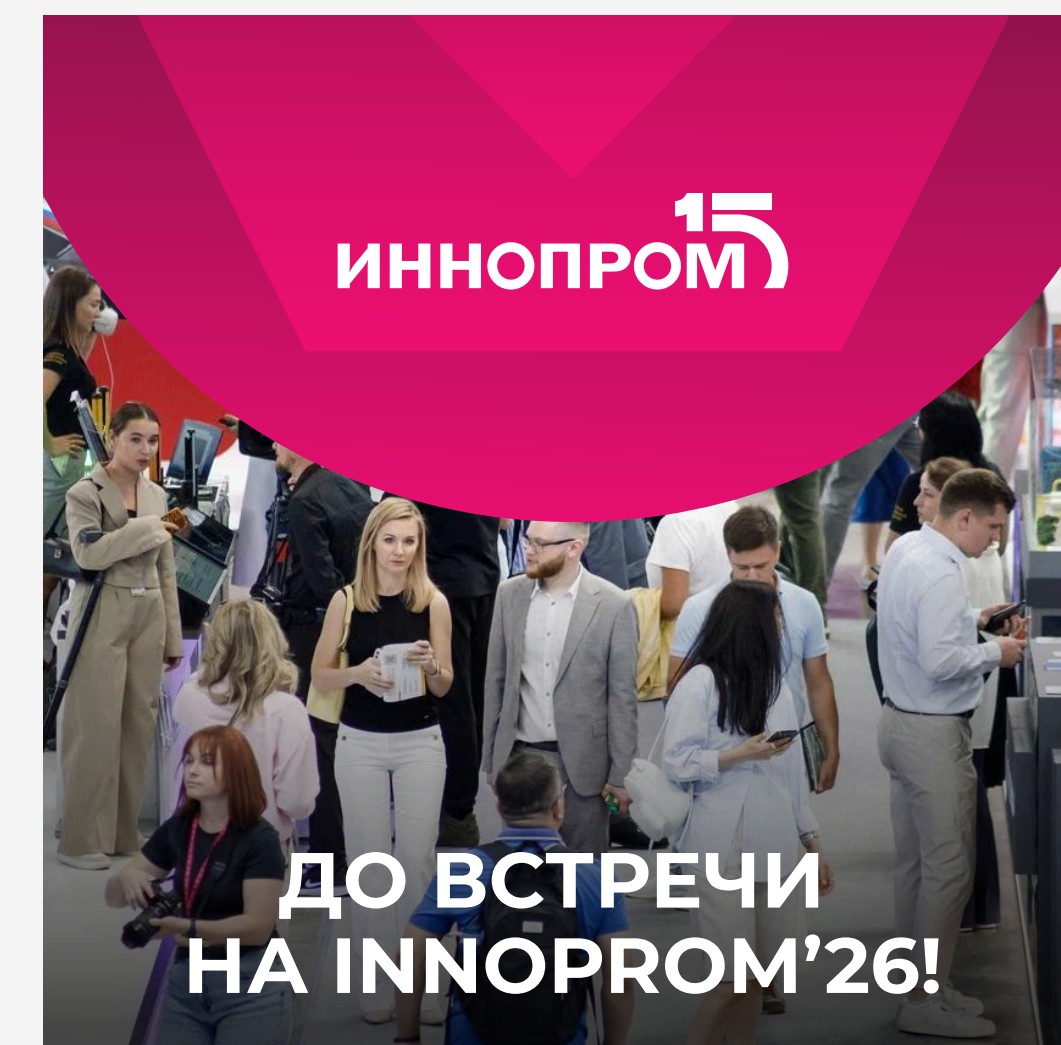
Фото и фирменная графика

Взаимодействие фотографий с фирменной графикой:

- Фирменная графика может быть размещена поверх фотографии;
- Фирменные графические элементы могут выступать в роли «контейнера» (обтравочной маски) для фотографии.

Основные рекомендации по работе с фото и фирменной графикой:

- Если фирменная графика накладывается на фото, рекомендуется оформлять её в стиле «Градиент»;
- Фирменная графика и фон макета могут быть выполнены в любом из основных цветов фирменной палитры;
- При использовании фирменной графики как обтравочной маски допускается использование любых фирменных приёмов оформления, но приоритет отдаётся стилю «Рельеф» для сохранения объёмности и глубины;
- Не рекомендуется использовать градиент с прозрачностью на фирменной графике поверх фотографии, особенно при оформлении модульной сетки из фигур, так как это может ухудшить восприятие и читаемость.



03

НОСИТЕЛИ СТИЛЯ

Этот раздел демонстрирует, как применять фирменный стиль на различных носителях айдентики и содержит основные рекомендации по работе с ними.

Навигация

Для оформления различных навигационных носителей используются все основные фирменные элементы, цвета и типографика.

При разработке навигационных носителей для выставочного пространства рекомендуется соблюдать следующие правила:

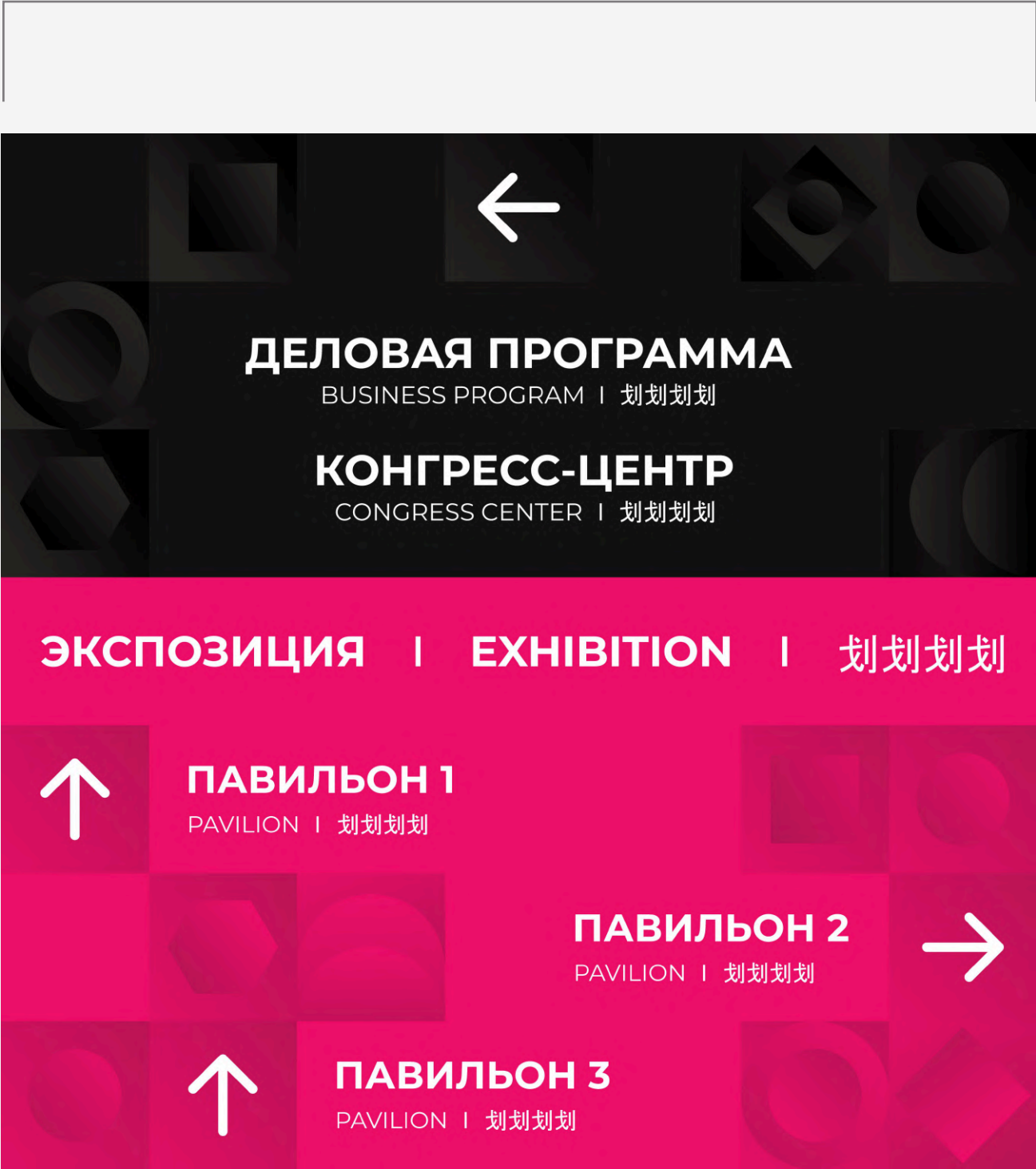
- **Использование фирменной графики направления «INNOPROM-стратегические».**
Визуальное исполнение и стиль оформления графики подбираются с учётом особенностей каждого конкретного макета.
- **Цветовая палитра.**
Используйте фирменные чёрный и розовый цвета в качестве основных, с белым цветом текста. Использование белого цвета в качестве фона не рекомендуется.
- **Модульная сетка и текст.**
При использовании графики направления «INNOPROM-стратегические» в виде модульной сетки, размещайте графику так, чтобы она не наезжала на текст. Это допустимо, если на макете большое количество текста, но тем не менее не рекомендуется. При размещении модульной сетки на макетах допустимо использование различных комбинаций и композиций из фигур.
- **Цветовое кодирование.**
При необходимости использования цветового кодирования отдельных зон площадки допускается использование нефирменных цветов. Во всех других случаях нефирменные цвета запрещены.



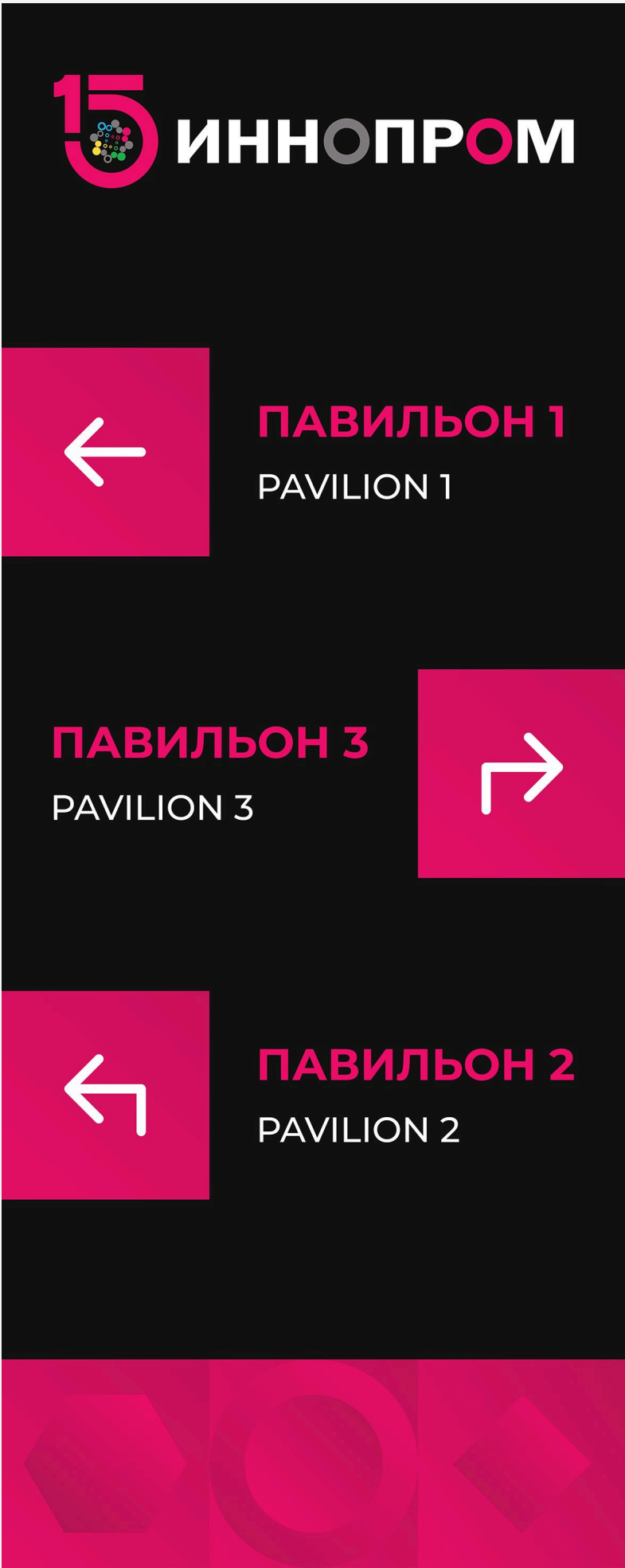
Навигация

На слайде показаны примеры оформления различных навигационных носителей.

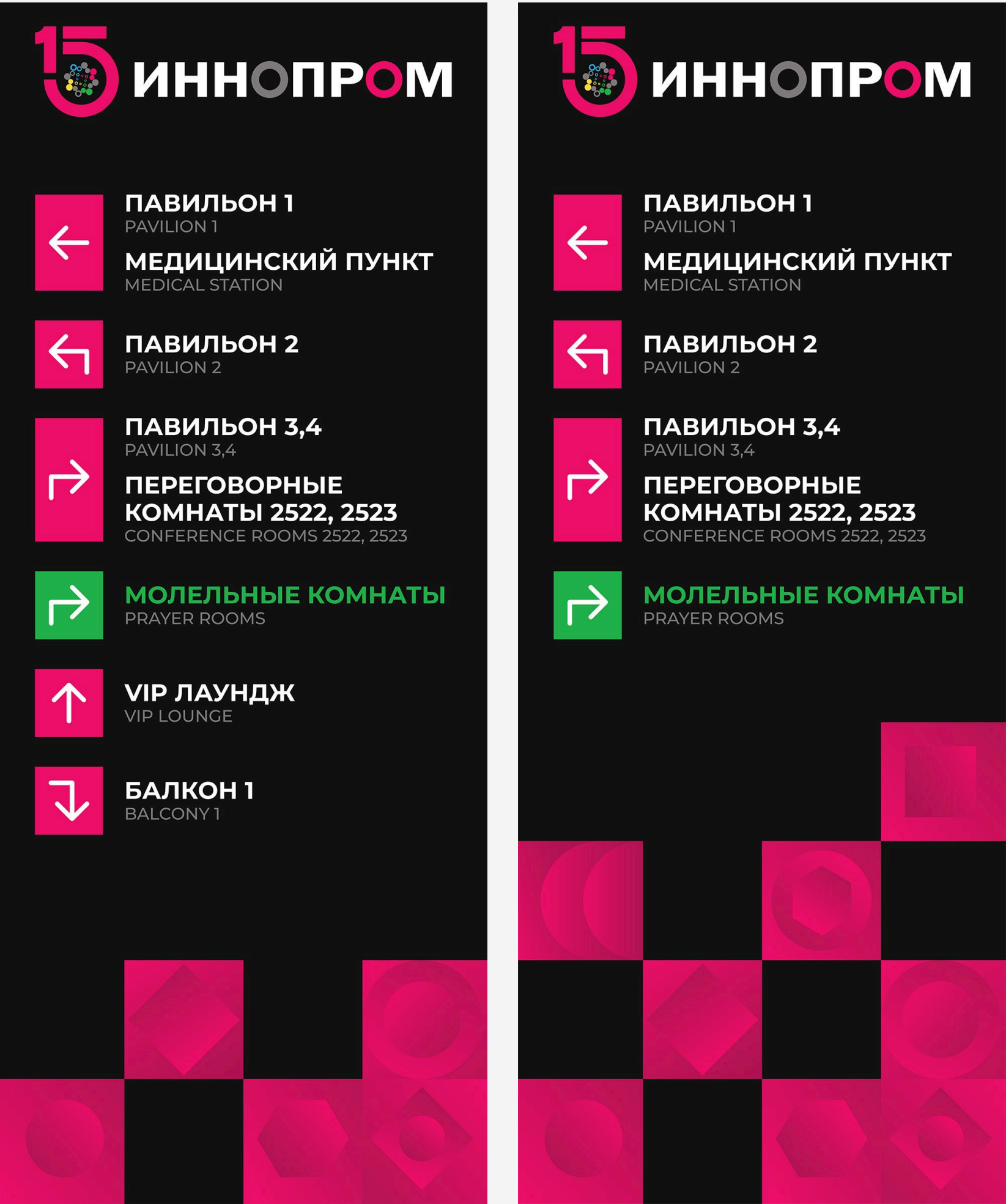
Баннер навигации в павильоне



Навигационный столб



Навигационные сэндвич-панели



Навигация

На слайде показаны примеры оформления различных навигационных носителей.

Информационные стойки



Сендвич-панели (цветовое кодирование)



Баннеры - задники

Для оформления баннеров данного типа рекомендуется использовать фирменную графику в качестве фона.

При размещении логотипов ИННОПРОМ или партнёров на фонах баннеров допускается использование белой, чёрной или розовой фирменной графики.

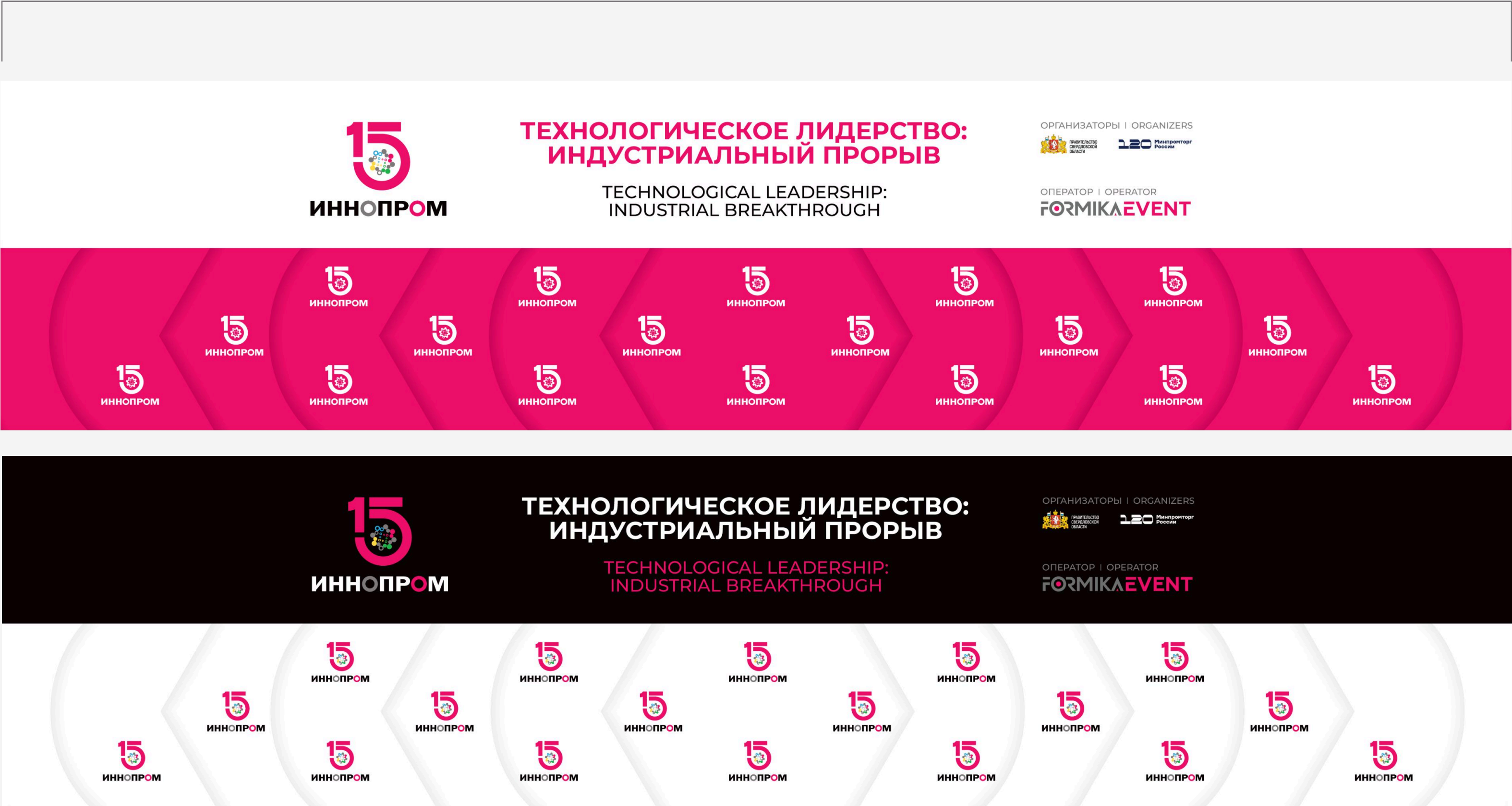
При применении фирменных паттернов в качестве фона важно соблюдать правила контрастности и читаемости. Фон не должен перегружать макет для обеспечения чёткого восприятия текста и графических элементов.



Баннеры-задники

На слайде показаны примеры оформления различных баннеров-задников.

Баннеры-задники в залы деловой программы



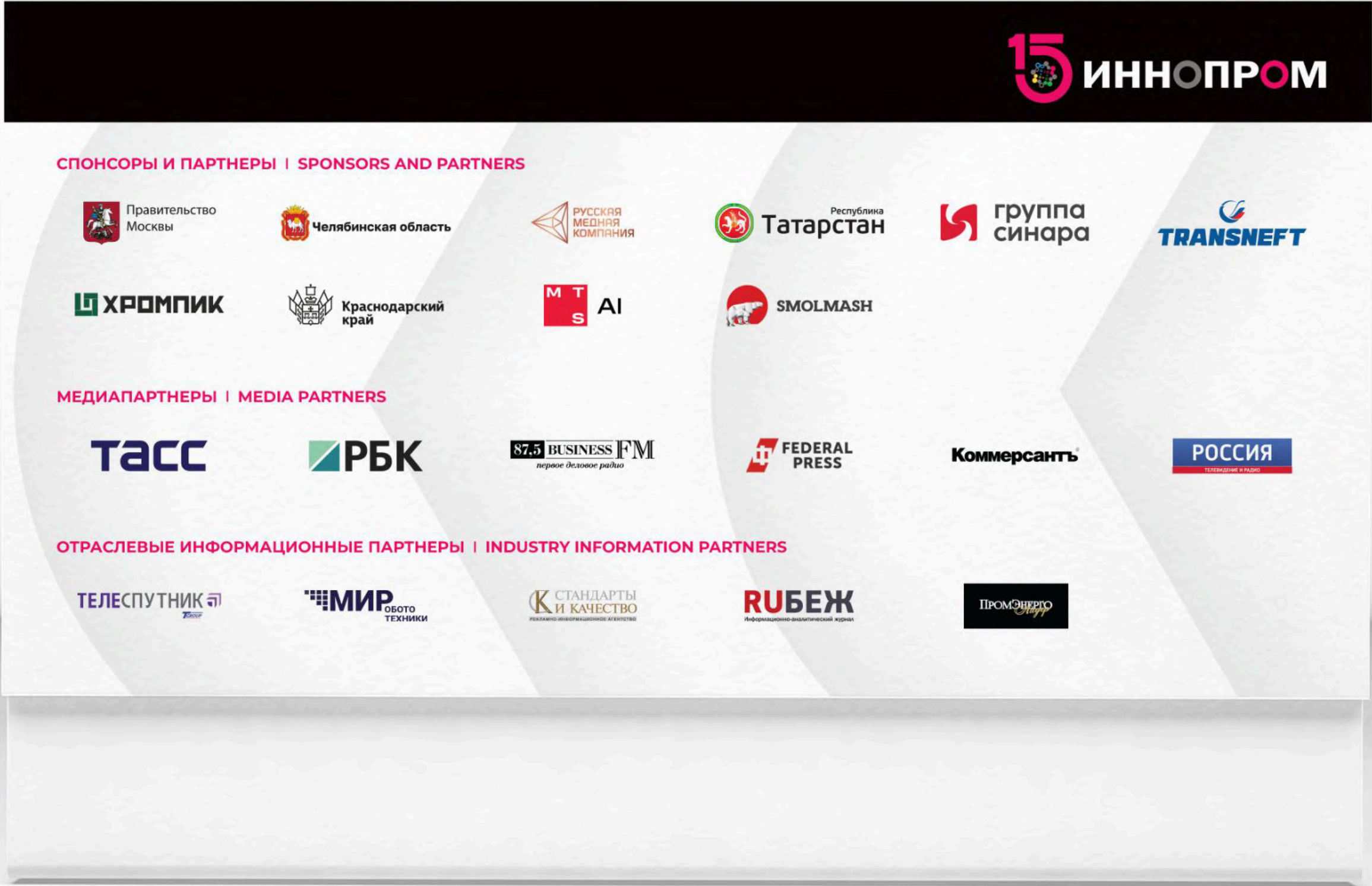
Баннеры-задники Экспо-туры



Спонсорский баннер

Для дизайна спонсорских баннеров различных форматов рекомендуется использовать фирменную графику в светлом исполнении в качестве фона.

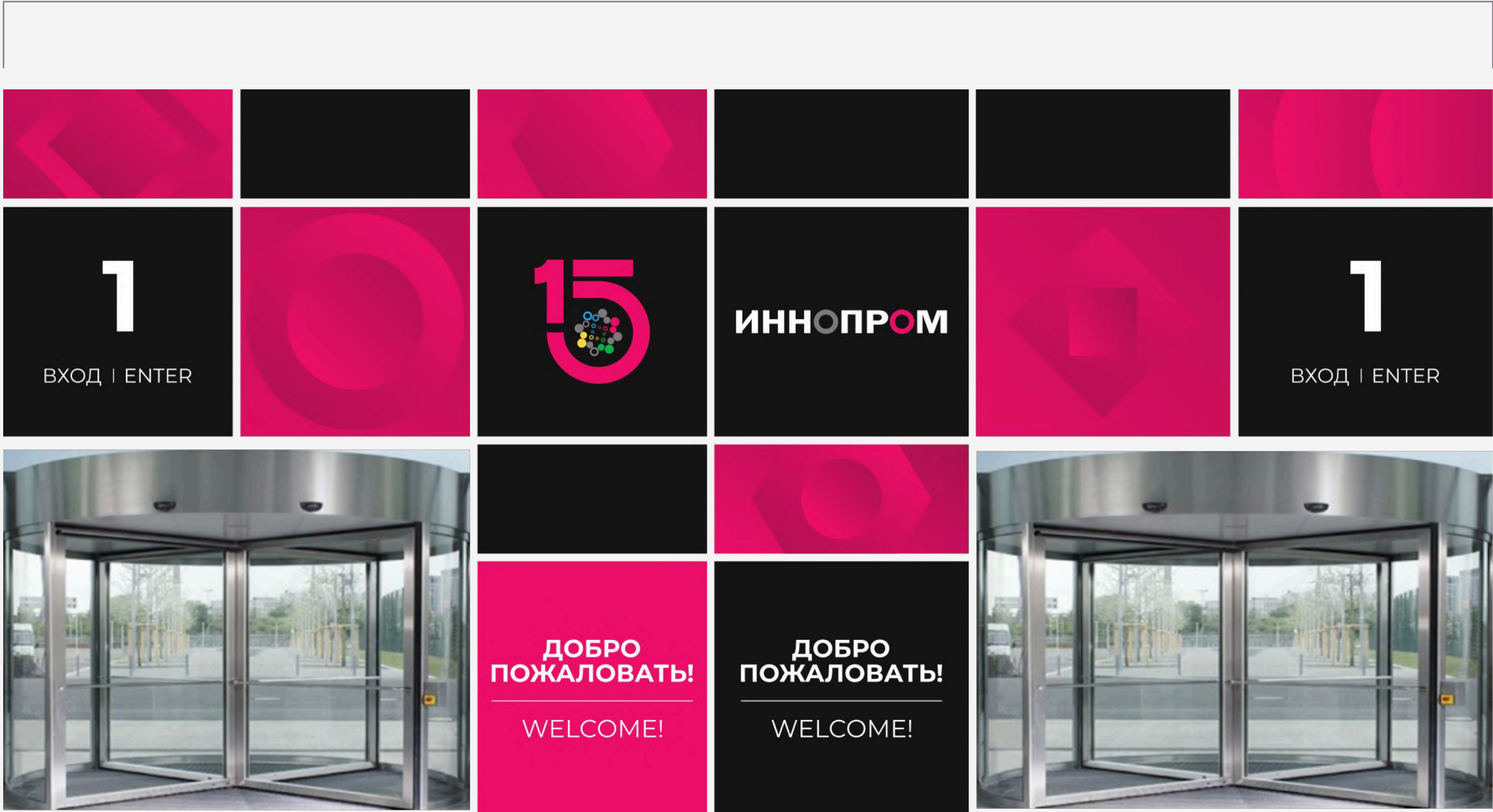
- При использовании фирменного белого цвета и соответствующих ему оттенков из фирменного градиента создаются различные фоновые паттерны в стилях «Градиент» или «Рельеф».
- Эти фоны должны служить графическим дополнением макета, при этом не перегружая его и не создавая лишней информационной нагрузки.



Оклейка входа

- **Оклейка основных входов:**
Для создания макетов оклейки основных входов рекомендуется использовать фирменную графику направления «INNOPROM-стратегические», а именно — фигуры, составляющие фирменную модульную сетку. Допускается использование фирменных чёрного и розового цветов для оформления графики. Белый цвет: Использование фирменного белого цвета не рекомендуется.
- **Оклейка внутренних входов:**
Для создания макетов оклейки внутренних входов разрешается также использование фирменных композиций из фигур.
- **Рекомендации по размещению:**
При составлении композиции рекомендуется размещать фигуры или паттерны отдельно от основного текста. В случае, если невозможно отделить текст от графики, следует размещать информационные элементы на свободных частях фона, формируемого фигурами.

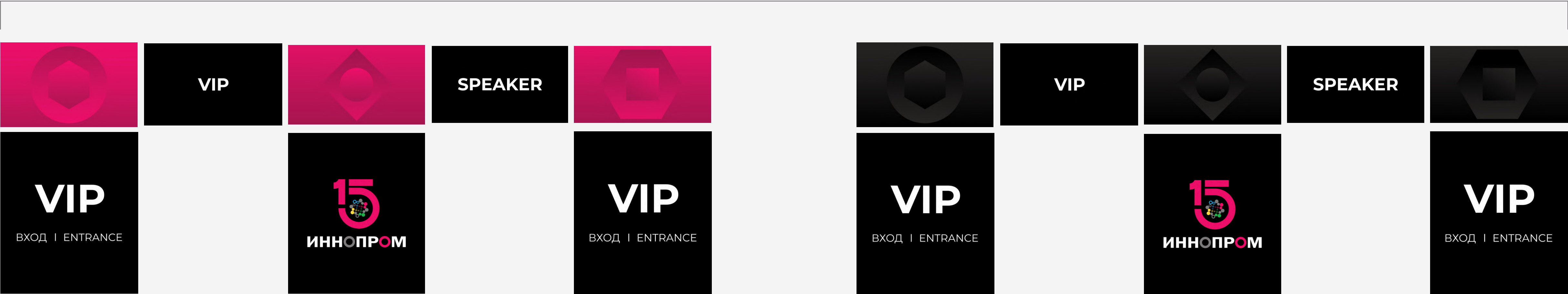
Оклейка главного входа



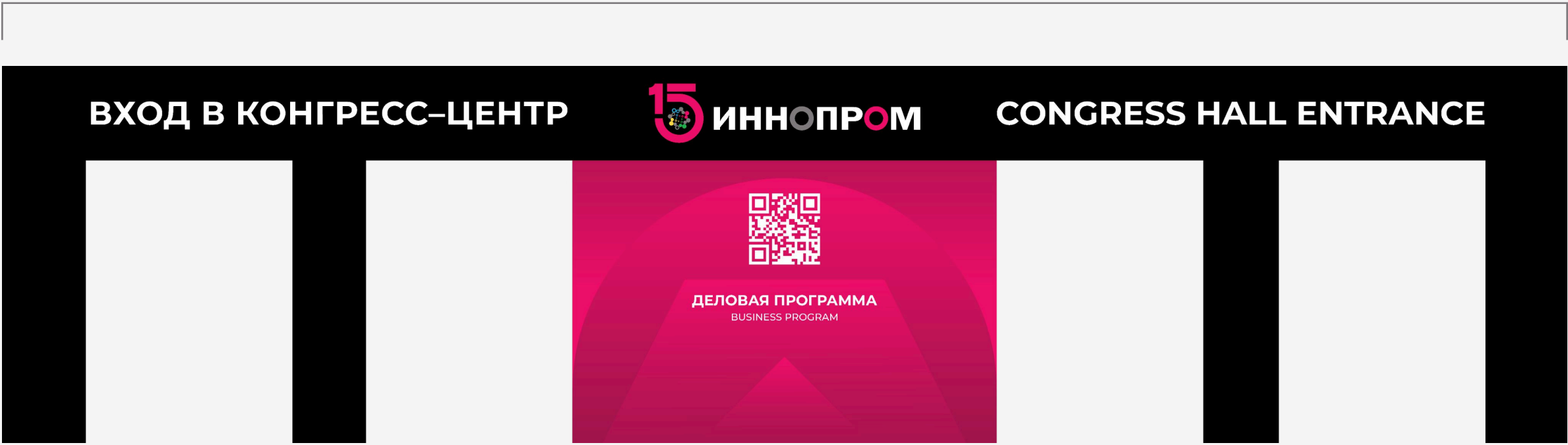
Оклейка входа

На слайде показаны примеры оформления внешних и внутренних входных зон.

Вариации оклейки ВИП-входа



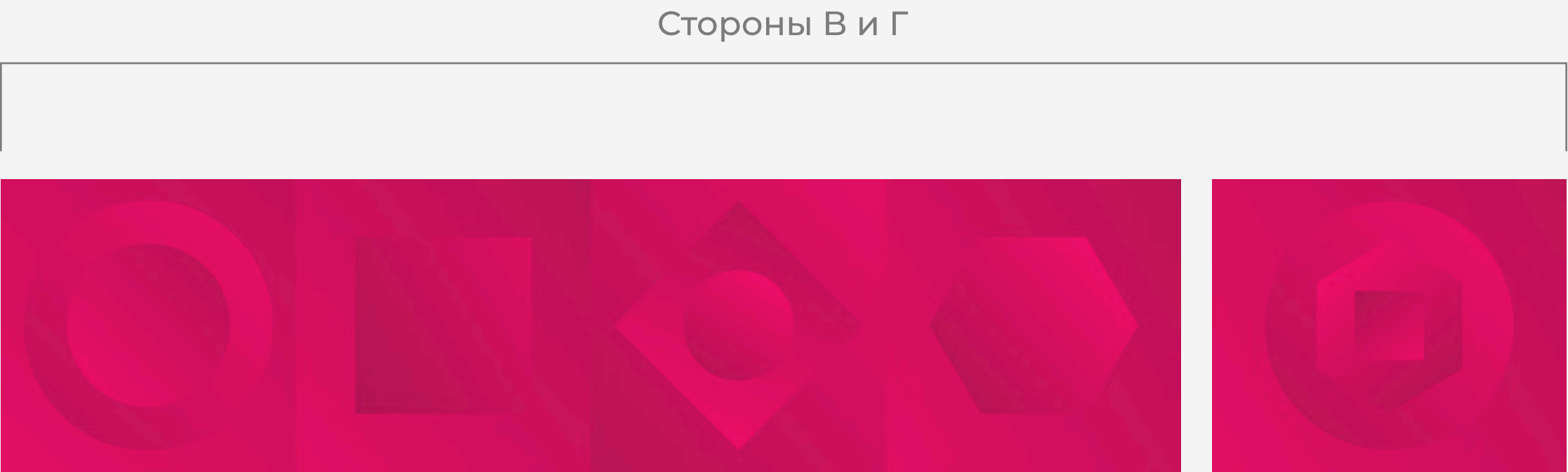
Оклейка входа в конгресс-центр



Выгородка регистрации

- **Использование фирменных паттернов:**
Для оформления зон регистрации рекомендуется использовать различные фирменные паттерны для разных областей зоны.
- **Комбинирование элементов:**
В рамках одной зоны могут комбинироваться модульная сетка из фирменной графики на разных сторонах макета и фирменные паттерны в стилях «Градиент» и «Рельеф».
- **Цветовое оформление:**
Для оформления зон рекомендуется использовать преимущественно оттенок розовой фуксии для создания акцентов и гармонии с общим фирменным стилем.

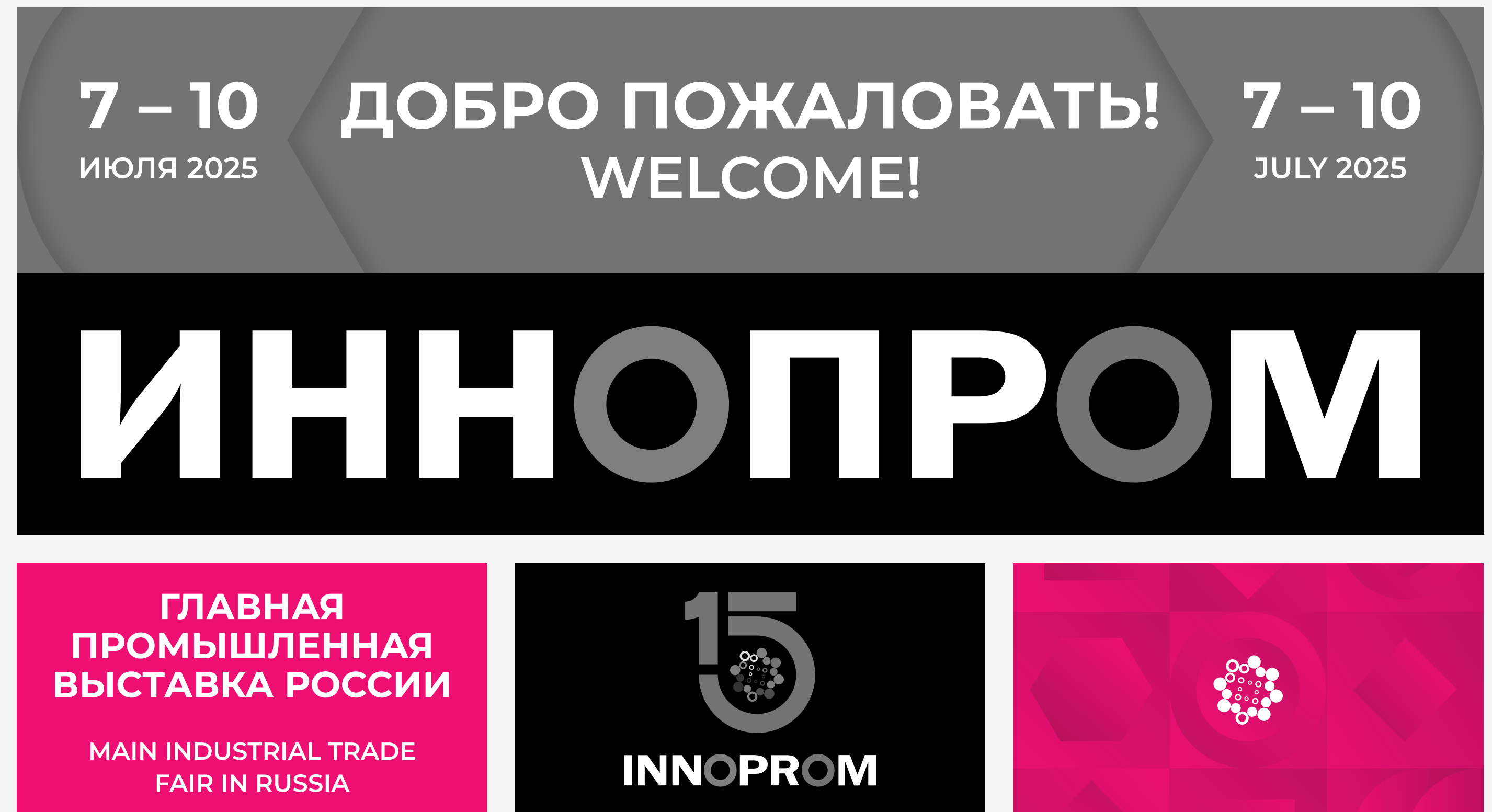
На слайде показаны примеры оформления различных сторон зоны регистрации.



Наружная реклама

- **Использование фирменной графики:**
Для оформления наружной рекламы допустимо использовать фирменную графику каждого из направлений в стилях «Градиент» или «Рельеф».
- **Цветовое оформление:**
При оформлении наружной рекламы рекомендуется преимущественно использовать фирменную графику в оттенке розовой фуксии.

На слайде представлен пример дизайна рекламных баннеров на стелле «Сима Ленд».



НОСИТЕЛИ СТИЛЯ

Блокнот

Деловая и сувенирная полиграфия оформляются с использованием фирменной графики направления «ИННОПРОМ-стратегические».

Для полиграфии рекомендуется преимущественно использовать фирменный розовый цвет.

На слайде показаны примеры оформления фирменного блокнота.



Визитная карта

На слайде показаны примеры оформления фирменных визиток.



Фирменный бланк

На слайде показан пример оформления фирменного бланка. Для бланка допустимо использовать фирменный шрифт Montserrat или альтернативный шрифт Arial.



ИННОПРОМ

15-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА

7–10 ИЮЛЯ 2025
Екатеринбург, Россия

ИННОПРОМ —
ГЛАВНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА В РОССИИ

«Иннопром» — международная промышленная выставка в России, проводится в Екатеринбурге ежегодно с 2010 года. Начиная с 2011 года проходит на базе выставочного комплекса «Екатеринбург-Экспо». В 2012 году Правительство России присвоило выставке «Иннопром» федеральный статус.

В выставке участвуют российские и зарубежные компании, представляющие свои инновационные разработки и проекты. Форум проходит в виде пленарных заседаний, круглых столов, деловых встреч и переговоров, дискуссий, презентационных сессий, мастер-классов, в которых принимают участие бизнесмены, эксперты, учёные и политические деятели не только из России, но и со всего мира. «Иннопром» является главным в России мероприятием, посвященным новейшим технологиям и разработкам в сфере промышленности, а также главной экспортной площадкой для российских промышленных компаний.

Организаторы — Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

Ключевые разделы выставки:

— Металлообработка,

— Автоматизация производства,

— Машиностроение и производство компонентов,

— Технологии для энергетики,

— Энергетика и энергоэффективность

2025

●expo.innoprom.com

1



INNOPROM

15TH INTERNATIONAL
INDUSTRIAL TRADE FAIR

7–10 JULY 2025
Ekaterinburg, Russia

ИННОПРОМ —
ГЛАВНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА В РОССИИ

«Иннопром» — международная промышленная выставка в России, проводится в Екатеринбурге ежегодно с 2010 года. Начиная с 2011 года проходит на базе выставочного комплекса «Екатеринбург-Экспо». В 2012 году Правительство России присвоило выставке «Иннопром» федеральный статус.

В выставке участвуют российские и зарубежные компании, представляющие свои инновационные разработки и проекты. Форум проходит в виде пленарных заседаний, круглых столов, деловых встреч и переговоров, дискуссий, презентационных сессий, мастер-классов, в которых принимают участие бизнесмены, эксперты, учёные и политические деятели не только из России, но и со всего мира. «Иннопром» является главным в России мероприятием, посвященным новейшим технологиям и разработкам в сфере промышленности, а также главной экспортной площадкой для российских промышленных компаний.

Организаторы — Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

Ключевые разделы выставки:

— Металлообработка,

— Автоматизация производства,

— Машиностроение и производство компонентов,

— Технологии для энергетики,

— Энергетика и энергоэффективность

2025

●expo.innoprom.com/en/

1

79

Буклет

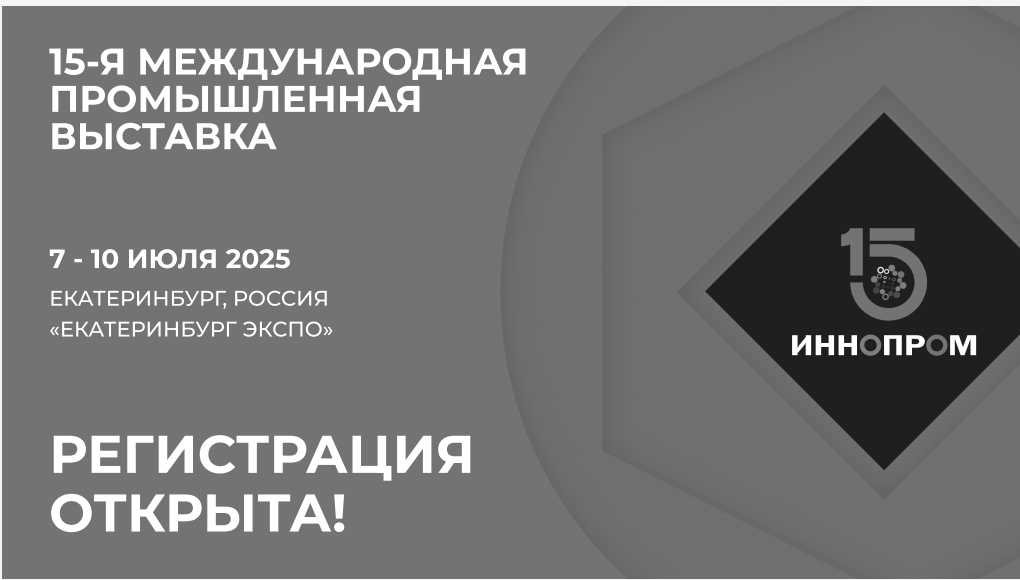
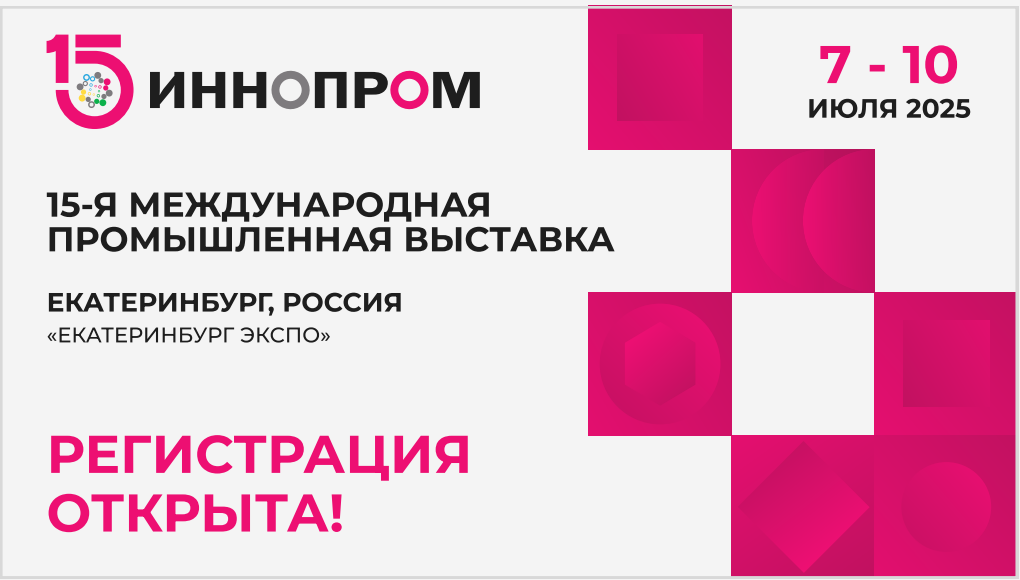
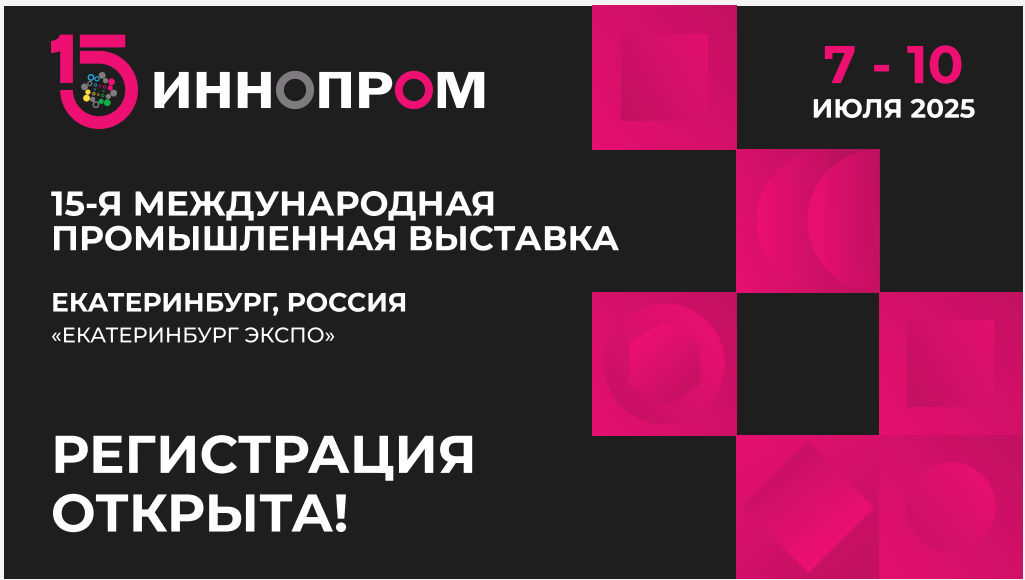
На слайде показаны примеры оформления фирменных буклетов формата А5.



Digital реклама

Digital реклама и носители оформляются по аналогии с offline-носителями, соблюдая те же принципы использования фирменной графики, цветов и типографики.

На слайде показан пример оформления digital-баннеров.



НОСИТЕЛИ СТИЛЯ

Социальные сети

На слайде показаны примеры оформления публикаций в социальных сетях.

7-10 июля 2025

**МЕНЬШЕ МЕСЯЦА
ДО ИННОПРОМ**

Россия,
г. Екатеринбург

15 иннопром

ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ — ЮГРА
KHANTY-MANSIYSK AUTONOMOUS OKRUG — UGRA

Фонд развития Ханты-Мансийского автономного округа — Югры на «ИННОПРОМ»

7-10 июля 2025

**МЕНЬШЕ МЕСЯЦА
ДО ИННОПРОМ**

Россия,
г. Екатеринбург

15 иннопром

13:00

**TED-сессии
и фортсайд-сессии
от ТОП-спикеров**

Зал «Ташкент»

15 иннопром

ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ — ЮГРА
KHANTY-MANSIYSK AUTONOMOUS OKRUG — UGRA

Фонд развития Ханты-Мансийского автономного округа — Югры на «ИННОПРОМ»

4 июля

**ВСЕМИРНЫЙ
ДЕНЬ ВЫСТАВОК**

Мы поздравляем
вас с праздником!

INNOPROM team

Рекламные опции
информационное
и PR-сопровождение

15

15 иннопром

Рекламные опции
информационное
и PR-сопровождение

Презентация

На слайде показаны примеры оформления слайдов презентации.

15

иннопром

15-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА

7-10 ИЮЛЯ 2025

Екатеринбург, Россия
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

expo.innoprom.com

ИТОГИ – 2024

Главная промышленная
выставка России

50 000 м²

Выставочная площадь

>900

Российских и международных
экспонентов

>47 000

Посетителей из 60+ стран

>100

Мероприятий деловой
программы

>11 000

Организаций и компаний

>23 000

Количество упоминаний
в СМИ

>350

Спикеров и экспертов,
включая CEO глобальных
и Российских компаний

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

15 иннопром

Машиностроение
и компоненты

Производственные
технологии

Цифровые
технологии

Технологии
для городов

Металлургия и производство
материалов

Промышленная
автоматизация

Услуги
для промышленности

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

03

ВЫГОДНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

На международном уровне

Участники ИННОПРОМ — это представители органов власти, отраслевых ассоциаций, союзов и компаний: от крупнейших предприятий до малого бизнеса.

В ИННОПРОМ участвуют российские и зарубежные делегации, заинтересованные в развитии торгово-промышленного сотрудничества.

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

04

АУДИТОРИЯ ИННОПРОМ

15 иннопром

Уровень должности

19,3%
Руководитель
компании / владелец

10%
Заместитель руководителя
компании

46,5%
Менеджер / специалист /
инженер

24,2%
Руководитель среднего
звена

Отраслевая принадлежность

Машиностроение

Услуги для промышленности

Химическая промышленность

Металлургия и производство материалов

Промышленная автоматизация и IT

Энергетика

Другое

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

05

СТРАНА-ПАРТНЕР ИННОПРОМ

15 иннопром

01 Масштабная экспозиция промышленных иностранных компаний - крупнейшая на ИННОПРОМ

02 Деловые мероприятия с участием руководителей бизнеса и органов власти

03 B2B-встречи с представителями делегаций

04 Яркая культурная программа

Страны-партнеры ИННОПРОМ 2015 – 2024

2015 2016 2017 2018 2019 2021 2022 2023 2024

Китай Индия Япония Корея Турция Италия Казахстан Беларусь ОАЭ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

08

Презентация

На слайде показаны примеры оформления слайдов презентации.

ТОП-спикеры



Алексей Фетисов
Генеральный директор, ТП



Абдулла Аль-Хамели
Вице-президент, AD Ports



Сергей Лесин
Генеральный директор, БЕЛАЗ



Еркебула Ильясов
Председатель совета директоров, Alageum Electric



Сергей Корогин
Генеральный директор, КАМАЗ



Кирилл Комаров
Первый заместитель генерального директора, Росатом



Раджа Аль Мазрузи
Генеральный директор, Etihad Credit Insurance



Эдуард Давыдов
Генеральный директор, Башкирская содовая компания



Алексей Райкевич
Генеральный директор, ГЛОНАСС



Павел Морозов
Генеральный директор, Акрон Холдинг



Федор Назаров
Генеральный директор, НАМИ



Максим Богданов
Генеральный директор, АСКОН

ИННОПРОМ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

11

ДИАЛОГ С ТОРГПРЕДОМ

**1800 деловых встреч за 4 дня**
провели российские компании с торговыми представителями Российской Федерации в 59 иностранных государствах

**Интерактивная зона**
для компаний, заинтересованных в выходе на экспортный рынок

**10-минутные сессии-встречи**
с обсуждением возможности выхода на рынок зарубежных стран и потенциальных запросах данного экспортного региона



ИННОПРОМ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

13

ИННОПРОМ В СМИ

Количество упоминаний

12 743

2021 год

17 158

2022 год

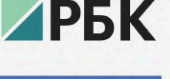
21 295

2023 год

23 000

2024 год

**ВГТРК**
ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

**РБК**

**1**

**Коммерсантъ**

**РОССИЯ**

**ИЗВЕСТИЯ**

**ТАСС**

**РИА НОВОСТИ**

**ФЕДЕРАЛ ПРЕСС**

**RGRU**

ИННОПРОМ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

16

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ИННОПРОМ

**Выставочный стенд**

**Партнерство и спонсорство**

**Партнерство деловой программы**

**VIP-участие**

**Специальные B2B-возможности**

**Рекламные и PR-опции**

ИННОПРОМ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

17

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ

Выставочный стенд



Уникальная возможность продемонстрировать собственную продукцию, рассказать о ее преимуществах выстроить прямой диалог со своей целевой аудиторией.

Преимущества

- Привлечение новых клиентов
- Получение качественных лидов
- Укрепление позиций в отрасли

По вопросам участия

Наталья Москвитцова
moskvitsova@innoprom.com

Елена Маркелова
markelova@innoprom.com

Валерия Бурская
burskaya@innoprom.com

Ирина Рогайлина
rogalina@innoprom.com

ИННОПРОМ

7-10 июля 2025 | Екатеринбург, Россия

EXPO.INNOPROM.COM

18

expo.innoprom.com

ДО ВСТРЕЧИ НА

ИННОПРОМ

Организаторы

**Минпромторг России**

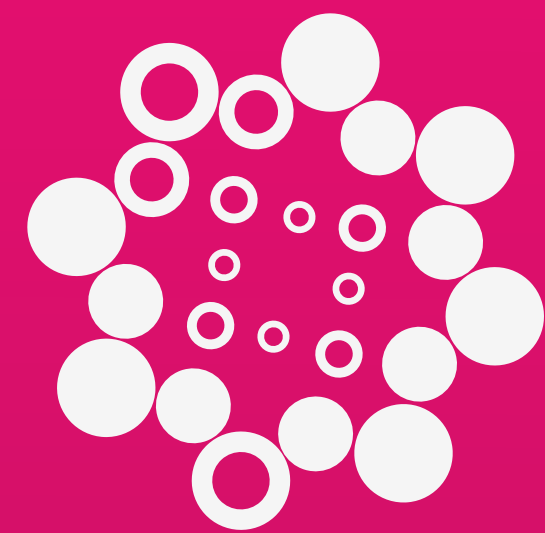
**ПРАВИТЕЛЬСТВО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Оператор

**FORMIKA EVENT**

Бренд-гайдлайн 2025

84



ИННОПРОМ