

---

# BRAND GUIDELINES



---

# CONTENT

## РАЗДЕЛ 1

### ЛОГОТИП

ЛОГОТИП: ВВЕДЕНИЕ

ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

ЛОГОТИП: КОНСТРУКЦИИ / ПОЛЯ / ПРОПОРЦИИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА ФОНЕ

МИНИМАЛЬНО ДОПУСТИМЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА И КОРПОРАТИВНОЙ ТЕКСТУРЫ

ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ФОНА / ТЕКСТУРЫ

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ФОНА

## РАЗДЕЛ 2

### КОРПОРАТИВНАЯ ТИПОГРАФИКА

КОРПОРАТИВНЫЕ ШРИФТЫ И ТИПОГРАФИКА

ОСНОВНОЙ ШРИФТ

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

ТИПОГРАФИКА И ШРИФТОВАЯ ИЕРАРХИЯ

## РАЗДЕЛ 3

### КОРПОРАТИВНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

ЦВЕТОВАЯ СХЕМА И ЦВЕТОВЫЕ КОДЫ

ОСНОВНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

ОСНОВНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ТЕКСТУРА

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТУРЫ

---

## РАЗДЕЛ 1

# ЛОГОТИП



---

# ЛОГИП: ВВЕДЕНИЕ

ЛОГОТИП СОСТОИТ ИЗ ДВУХ ЭЛЕМЕНТОВ: ЛОГОТИП И БАЙЛАЙН.

**ЛОГОТИП** ЯВЛЯЕТСЯ САМЫМ ВИДИМЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ - УНИВЕРСАЛЬНОЙ ПОДПИСЬЮ.

**БАЙЛАЙН** - ЭТО КОРОТКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ КОТОРОЕ ОПИСЫВАЕТ ЧЕМ ЯВЛЯЕТСЯ БРЕНД И ТО ЧТО ЭТОТ БРЕНД СИМВОЛИЗИРУЕТ. БАЙЛАЙН ИДЕНТИФИЦИРУЕТ БРЕНД. БАЙЛАЙН - ПОМОГАЕТ ПОНЯТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ КЛИЕНТАМ ВАШУ МИССИЮ, ПОМОГАЯ ЗАПОМНИТЬ ЕЕ В КРАТКО ИСЛОЖЕННОМ ВИДЕ.

THE LOGO IS MADE UP OF TWO ELEMENTS: THE LOGO-TYPE AND THE LOGO BYLINE.

**LOGOTYPE** IS THE MOST VISIBLE ELEMENT OF OUR IDENTITY—A UNIVERSAL SIGNATURE.

**BYLINE** IS A SHORT SENTENCE THAT DESCRIBES WHO YOU ARE OR WHAT YOU STAND FOR. IT INDICATES THIS COMPANY. BYLINE TELLS YOUR CUSTOMERS WHAT YOUR MISSION IS IN ONE EASILY REMEMBERED CONCISE STATEMENT.

---

## ЛОГОТИП

ГЛАВНЫЙ ЛОГОТИП - ТЕМНО СЕРАЯ НАДПИСЬ НА БЕЛОМ ФОНЕ.

R E E F ] ЛОГОТИП

S E A · F O O D · C O M M U N I T Y ] БАЙЛАЙН

---

## ТЕМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КОГДА ФОН СВЕТЛЫЙ.

---

## СВЕТЛАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КОГДА ФОН ТЕМНЫЙ.



# ЛОГОТИП: КОНСТРУКЦИЯ / ПОЛЯ / ПРОПОРЦИИ

ЧТОБ УБЕДИТЬСЯ ЧТО ЛОГОТИП ОТЧЕТЛИВО ВИДЕН ВО ВСЕХ ПРИЛОЖЕНИЯХ, ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ ОКРУЖЕН ДОСТАТОЧНЫМ СВОБОДНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ - СВОБОДНЫМ ОТ ТЕКСТА, ГРАФИКИ И ДРУГИХ ЭЛЕМЕНТОВ КОТОРЫЕ МОГУТ ВЫЗВАТЬ ВИЗУАЛЬНЫЙ БЕСПОРЯДОК, С ЦЕЛЬЮ МАКСИМАЛЬНОГО ЗАПОМИНАНИЕ И ВЛИЯНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.



## ПОЛЯ / ЛОГОТИП

### ОПИСАНИЕ

- КАК БЫ ВЫ НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИ ЛОГОТИП, ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ ОКРУЖЕН СВОБОДНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ (ПОЛЯМИ), ЧТОБ УБЕДИТЬСЯ В ЕГО КОРРЕКТНОМ ОТОБРАЖЕНИИ. НИКАКИЕ ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ НЕ ДОЛЖНЫ ВТОГРАТЬСЯ В ЭТУ ОБЛАСТЬ.

### ПРОПОРЦИИ

- СВОБОДНОЕ ПРОСТРАНСТВО - ПОЛОВИНА ВЫСОТЫ ЛОГОТИПА,



# ЛОГОТИП: КОНСТРУКЦИЯ / ПОЛЯ / ПРОПОРЦИИ

## ПОЛЯ / ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ ЛОГОТИПА

### ОПИСАНИЕ

- КАК БЫ ВЫ НЕ ИСПОЛЬЗОВАЛИ ЛОГОТИП, ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ ОКРУЖЕН СВОБОДНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ (ПОЛЯМИ), ЧТОБ УБЕДИТЬСЯ В ЕГО КОРРЕКТНОМ ОТОБРАЖЕНИИ. НИКАКИЕ ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ НЕ ДОЛЖНЫ ВТОГРАТЬСЯ В ЭТУ ОБЛАСТЬ

### ПРОПОРЦИИ

- СВОБОДНОЕ ПРОСТРАНСТВО - ПОЛОВИНА ВЫСОТЫ ЛОГОТИПА,



---

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИП НА ФОНЕ

ЛОГО ВЕРСИЯ А

---



ЛОГО ВЕРСИЯ Б

---



---

## МИНИМАЛЬНО ДОПУСТИМЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

---

МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР : 30 мм x 8.7 мм

REEF  
SEA · FOOD · COMMUNITY



40 мм

REEF  
SEA · FOOD · COMMUNITY



30 мм

# НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

R E E F

SEA · FOOD · COMMUNITY



1. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ПРОПОРЦИИ МЕЖДУ ЛОГОТИПОМ И БАЙЛАЙНОМ

R E E F

SEA · FOOD · COMMUNITY



2. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ПРОПОРЦИИ МЕЖДУ ЛОГОТИПОМ И БАЙЛАЙНОМ

R E E F

SEA · FOOD · COMMUNITY



3. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ/ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА

R E E F

SEA · FOOD · COMMUNITY



4. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ/ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА

R E E F

SEA · FOOD · COMMUNITY



5. НЕДОПУСТИМО ПЕРЕНОСИТЬ ИЛИ ИЗМЕНЯТЬ ПОЗИЦИЮ БАЙЛАНА ОТНОСИТЕЛЬНО ЛОГОТИПА,

R E E F

SEA ·  
FOOD ·  
COMMUNITY



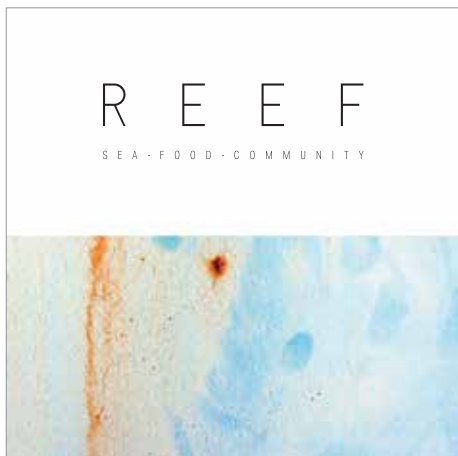
6. НЕДОПУСТИМО ПЕРЕНОСИТЬ ИЛИ ИЗМЕНЯТЬ ПОЗИЦИЮ БАЙЛАНА ОТНОСИТЕЛЬНО ЛОГОТИПА,



# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА И КОРПОРАТИВНОЙ ТЕКСТУРЫ

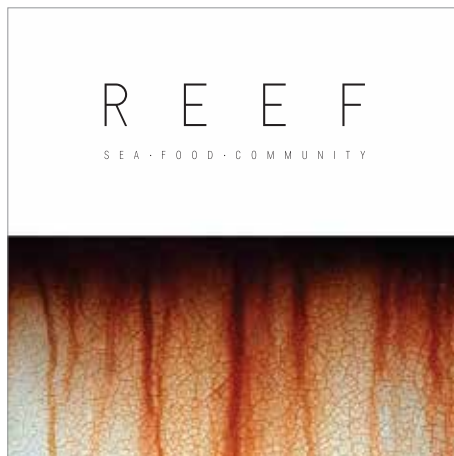
## ЛОГО ВЕРСИЯ А

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВЕЛОЙ ТЕКСТУРЫ



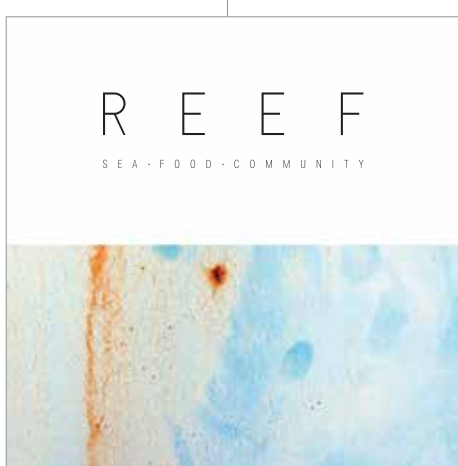
## ЛОГО ВЕРСИЯ Б

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕМНОЙ ТЕКСТУРЫ



## ПРОПОРЦИИ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ФОНА / ТЕКСТУРЫ

ГОРИЗОНТАЛЬНОЕ ВЫРАВНИВАНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО ЦЕНТРА



1/2 X ——— ВЕРТИКАЛЬНОЕ ВЫРАВНИВАНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО 1/2 ЦЕНТРА

1/2 X

X

## НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ФОНА



1. НЕДОПУСТИМО ВЫРАВНИВАНИЕ ПО ЛЕВОМУ КРАЮ



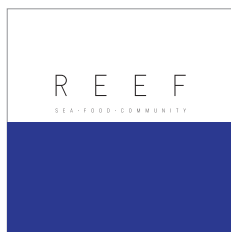
2. НЕДОПУСТИМО ВЫРАВНИВАНИЕ ПО ПРАВОМУ КРАЮ



3. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ВЕРТИКАЛЬНОЕ ВЫРАВНИВАНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНО 1/2 ЦЕНТРА



4. НЕДОПУСТИМО ИЗМЕНЯТЬ ПОЗИЦИЮ ЛОГОТИПА ОТНОСИТЕЛЬНО ТЕКСТУРЫ



5. НЕДОПУСТИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДРУГОЙ ФОН / ЦВЕТ КРОМЕ КОРПОРАТИВНОГО

---

## РАЗДЕЛ 2

# КОРПОРАТИВНАЯ ТИПОГРАФИКА



---

# КОРПОРАТИВНЫЕ ШРИФТЫ И ТИПОГРАФИКА

ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ АСПЕКТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ТИПОГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ СПОСОБСТВУЕТ ОТЛИЧИТЕЛЬНОЙ ЭСТЕТИКЕ. СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ШРИФТОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ НА СЛЕДУЮЩИХ СТРАНИЦАХ ДОЛЖНЫ БЫТЬ СОБЛЮДЕНЫ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВСЕХ КОММУНИКАТИВНЫХ УСЛОВИЙ.

---

## ОСНОВНОЙ ШРИФТ: ITC AVANT GARDE GOTHIC

---

### BOLD

---

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### DEMI

---

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### BOOK

---

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### FIGURES

---

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### CHARACTERS

---

! @ # \$ % ^ & \* ( . , ; : )

---

# КОРПОРАТИВНЫЕ ШРИФТЫ И ТИПОГРАФИКА

**ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ** ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ АСПЕКТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ. ТИПОГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ СПОСОБСТВУЕТ ОТЛИЧИТЕЛЬНОЙ ЭСТЕТИКЕ. СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ШРИФТОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ НА СЛЕДУЮЩИХ СТРАНИЦАХ ДОЛЖНЫ БЫТЬ СОБЛЮДЕНЫ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВСЕХ КОММУНИКАТИВНЫХ УСЛОВИЙ.

---

## ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ: HELIOS COND C

---

### REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### LIGHT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### BLACK

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

### FIGURES

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### CHARACTERS

! @ # \$ % ^ & \* ( . , ; : )

---

# ТИПОГРАФИКА И ШРИФТОВАЯ ИЕРАРХИЯ

**ТИПОГРАФИЧЕСКАЯ ИЕРАРХИЯ** ЯВЛЯЕТСЯ ФОРМОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ ИЕРАРХИИ. ОНА ПРЕДСТАВЛЯЕТ ТЕКСТ, ПОЭТОМУ САМЫЕ ВАЖНЫЕ СЛОВА ОТОБРАЖАЮТСЯ С НАИБОЛЬШЕЙ УЗНАВАЕМОСТЬЮ, ТАКИМ ОБРАЗОМ ПОЗВОЛЯЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ ПРОСМАТРИВАТЬ КЛЮЧЕВУЮ ИНФОРМАЦИЮ. ТИПОГРАФИЧЕСКАЯ ИЕРАРХИЯ СОЗДАЕТ КОНТРАСТ МЕЖДУ ТЕКСТОВЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ.

---

## КОНТЕКСТНЫЙ ТЕКСТ И ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ

---

### ПОДПИСЬ

SEA • FOOD • COMMUNITY  
-  
HELIOS COND LIGHT C  
7PT / 9PT LEADING / TRACKING 500

### ОСНОВНОЙ ТЕКСТ

SEA • FOOD • COMMUNITY  
-  
ITC AVANT GARDE GOTHIC BOOK  
8PT / 9PT LEADING / TRACKING 100

### ЗАГОЛОВОК

SEA • FOOD • COMMUNITY  
-  
ITC AVANT GARDE GOTHIC DEMI  
9PT / 11PT LEADING / TRACKING 100

### ЗАГОЛОВОК

SEA • FOOD • COMMUNITY  
-  
ITC AVANT GARDE GOTHIC BOLD  
12PT / 16PT LEADING / TRACKING 100

### ЗАГЛАВИЕ

SEA • FOOD • COMMUNITY  
-  
ITC AVANT GARDE GOTHIC BOLD  
18PT / 24PT LEADING / TRACKING 200

---

## РАЗДЕЛ 3

# КОРПОРАТИВНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА



# ЦВЕТОВАЯ СХЕМА И ЦВЕТОВЫЕ КОДЫ

**ЦВЕТ** ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ. ЦВЕТА НИЖЕ ЯВЛЯЮТСЯ РЕКОМЕНДАЦИЯМИ ДЛЯ РАЗНЫХ МЕДИА. СТРОГОЕ СОБЛЮДЕНИЕ ЭТИХ ЦВЕТОВ СПОСОБСТВУЕТ АУТЕНТИЧНОМУ ВИДУ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ R E E F.

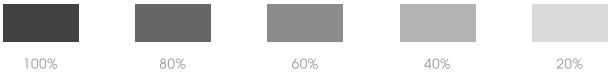
## ОСНОВНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

### ОПИСАНИЕ

- ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ R E E F СОСТОИТ ИЗ 3 ОСНОВНЫХ ЦВЕТОВ: БЕЛЫЙ, СВЕТЛО СЕРЫЙ, ТЕМНО СЕРЫЙ И ОРИГИНАЛЬНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ТЕКСТУРА. ЭТИ ЦВЕТА ЯВЛЯЮТСЯ УЗНАВАЕМОМ СТИЛЕМ БРЕНДА.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

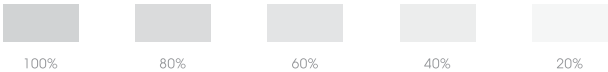
- ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЭТИ ЦВЕТА В КАЧЕСТВЕ ДОМИНИРУЮЩЕЙ ЦВЕТОВОЙ ПАЛИТРЫ ДЛЯ ВСЕХ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ВИЗУАЛЬНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ БРЕНДА.



### ОСНОВНОЙ ТЕМНО СЕРЫЙ

#### - COLOR CODES

CMYK	:	C000 M000 Y000 K090
PANTONE	:	BLACK 3 C
RGB	:	R065 G064 B066
WEB	:	#404041



### ОСНОВНОЙ СВЕТЛО СЕРЫЙ

#### - COLOR CODES

CMYK	:	C000 M000 Y000 K020
PANTONE	:	427 C
RGB	:	R209 G211 B212
WEB	:	#D1D2D4



# ЦВЕТОВАЯ СХЕМА И ЦВЕТОВЫЕ КОДЫ

ЦВЕТ ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ. ЦВЕТА НИЖЕ ЯВЛЯЮТСЯ РЕКОМЕНДАЦИЯМИ ДЛЯ РАЗНЫХ МЕДИА. СТРОГОЕ СОБЛЮДЕНИЕ ЭТИХ ЦВЕТОВ СПОСОБСТВУЕТ АУТЕНТИЧНОМУ ВИДУ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ R E E F.

## ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

### ОПИСАНИЕ

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА ЯВЛЯЮТСЯ ДОБАВОЧНЫМИ ЦВЕТАМИ К ОСНОВНОЙ ЦВЕТОВОЙ СХЕМЕ, НО ОНИ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ УЗНАВАЕМЫМИ ИДЕНТИФИКАТОРАМИ ДЛЯ БРЕНДА R E E F. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ МЕНЕЕ ЧЕМ В 10% ОТ ОСНОВНОЙ ЦВЕТОВОЙ ПАЛИТРЫ В ОДНОМ БЛОКЕ.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИХ В КАЧЕСТВЕ АКЦЕНТА ИЛИ ПОДДЕРЖКИ ОСНОВНОЙ ЦВЕТОВОЙ ПАЛИТРЫ.



#### COLOR CODES

CMYK : C051 M004 Y002 K090  
PANTONE : 297 C  
RGB : R112 G198 B234  
WEB : #6FC6EA



#### COLOR CODES

CMYK : C000 M071 Y100 K000  
PANTONE : 1505 C  
RGB : R243 G108 B033  
WEB : #F26C21



#### COLOR CODES

CMYK : C000 M000 Y000 K000  
PANTONE : 4625 C  
RGB : R000 G000 B000  
WEB : #512C1D



#### COLOR CODES

CMYK : C000 M000 Y000 K000  
PANTONE : 1505 C  
RGB : R000 G000 B000  
WEB : #FD6CA9E



#### COLOR CODES

CMYK : C000 M000 Y000 K000  
PANTONE : 1505 C  
RGB : R000 G000 B000  
WEB : #B9CBEA

---

# ОСНОВНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ТЕКСТУРА

**КОРПОРАТИВНАЯ ТЕКСТУРА** ИГРАЕТ ВАЖНУЮ РОЛЬ В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ. ТЕКСТУРА НИЖЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕКОМЕНДАЦИЕЙ ДЛЯ РАЗНЫХ ВИДОВ МЕДИА. СТРОГОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭТИХ ТЕКСТУР ПОДЧЕРКИВАЕТ ВНЕШНИЙ ВИД ФИРЕННОГО СТИЛЯ R E E F.

**CORPORATE TEXTURE** PLAYS AN IMPORTANT ROLE IN IDENTITY. TEXTURE BELOW ARE RECOMMENDATIONS FOR VARIOUS MEDIA. CONSISTENT USE OF THESE TEXTURES WILL CONTRIBUTE LOOK OF THE R E E F BRAND IDENTITY.

---

## ОСНОВНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ ТЕКСТУРА

### ОПИСАНИЕ

- ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ R E E F ИМЕЕТ ОФИЦИАЛЬНУЮ ТЕКСТУРУ. ЭТА ТЕКСТУРА ЯВЛЯЕТСЯ УЗНАВАЕМОМ ИДЕНТИФИКАТОРОМ БРЕНДА.

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

- ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КАК ОСНОВНАЯ ТЕКСТУРА ДЛЯ ВСЕХ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ВИЗУАЛЬНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ БРЕНДА. ВЫ МОЖЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЛЮБУЮ ЧАСТЬ / ДЕТАЛЬ / ОТРЕЗОК ЭТОЙ ТЕКСТУРЫ.

### ФАЙЛ

- REEF\_TEXTURE.JPG



---

# НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТУРЫ



1. НЕДОПУСТИМО ВРАЩАТЬ ТЕКСТУРУ НА 90° ПО ЧАСОВОЙ СТРЕЛКЕ.



2. НЕДОПУСТИМО ВРАЩАТЬ ТЕКСТУРУ НА 90° ПРОТИВ ЧАСОВОЙ СТРЕЛКИ.



3. НЕДОПУСТИМО ВРАЩАТЬ ТЕКСТУРУ ПОД ЛЮБЫМ УГЛОМ.

---

## РАЗДЕЛ 4

# В ПРОЦЕССЕ...

