



BRAND GUIDELINES

Руководство по фирменному стилю

СТРУКТУРА БРЕНДБУКА

1. Вступление.

История Компании

Легенда о Бель-Алме

2. Кем мы хотим стать?

Видение. Миссия. Ценности

3. Бренд-пирамида

Коммуникационный стиль / Тон голоса

4. Логотип: описание, варианты, охранная зона

5. Цвета: основная палитра с кодами RGB/CMYK/Pantone

6. Шрифты и типографика

7. Паттерны и элементы стиля

8. Применение на носителях (документы, визитки, презентации)

9. Сувенирная продукция. Примеры сувенирной продукции и подарочной упаковки.

10. Пресс-стена

11. Корпоративный маскот

ВСТУПЛЕНИЕ

Каждая компания — это больше, чем бизнес.

Она растёт, учится, принимает вызовы и строит будущее.

Так же живёт и бренд. Он не просто логотип или слоган.

Он — ориентир для каждого, кто носит каску на карьере или сидит за переговорным столом.

Он — ответ на вопрос: кто мы такие?

При создании бренда “Беш Арча” мы искали не яркие слова.

Нам важно было найти то общее, что объединяет всех: от погрузчика на месторождении до менеджера в офисе.

Беш Арча — это не только уголь.

Это земля, которой мы служим.

Это люди, за которых мы в ответе.

Это энергия, которой мы делимся.

Бренд нужен не для внешнего фасада.

Он нужен внутри — чтобы каждый сотрудник мог с гордостью сказать:

«Моя компания — это часть меня. Я в ней — не случайный человек».

Как когда-то одно упавшее яблоко указало путь к глубинной энергии гор, так и бренд «Беш Арча» стал компасом для всей компании.

Создавать ценность для людей.

Развивать регион.

Быть опорой страны.

The background image shows a majestic mountain range with sharp peaks and ridges. The mountains are partially covered in snow, particularly on the upper slopes and ridges. The sky is a clear, vibrant blue, suggesting a sunny day. In the foreground, the rocky textures of the mountain faces are visible.

ИСТОРИЯ КОМПАНИИ



История добычи угля на территории Кыргызстана начинается в XIX веке с Кызыл-Кийского угольного месторождения (Баткенская область). Местное население кустарным способом добывали обнаруженный пастухами «горячий камень» на выходах пластов, размытых горными потоками, и использовали его в качестве топлива. В Сулюкте уголь был обнаружен ещё в 1868 году — задолго до появления первых электровозов. В 1898 г. окружной инженер Михайлов с помощью местных пастухов произвел первые геологические изыскания в местности Ишма-Булак (ныне Кызыл-Кия). Этот год стал официальным годом открытия Кызыл-Кийского месторождения и сразу же в этот край устремились горнопромышленники.

С 1930-х годов и вплоть до конца XX века советские геологи вели планомерную и масштабную разведку полезных ископаемых на территории Кыргызской ССР. Основное внимание уделялось:

- угольным бассейнам (Сулукта, Таш-Кумыр, Кызыл-Кия, Кара-Кече),
- залежам руд (свинец, цинк, сурьма, золото, уран),
- строительным и химическим минералам.

Эти работы проводились в рамках геологоразведочных программ и стали основой для промышленного освоения территорий, формирования новых рабочих посёлков и развития инфраструктуры: дорог, электросетей, школ и культурных объектов. Угольная отрасль Кыргызстана прошла путь от ручной добычи к механизированным шахтам, от первых геологических открытий — к созданию целых производственно-управленческих комплексов. Это стало возможным благодаря научному потенциалу геологов, смелости инженеров и самоотверженному труду шахтёров, чьи усилия и по сей день остаются частью промышленного наследия республики.



Легенда о Бель-Алме: где яблоко указало путь к чёрному солнцу



В далёкие времена юный пастух Жоомарт, следуя за скатившимся яблоком, открыл в недрах гор загадочный чёрный камень. Он был тяжёлым, гладким, будто живым, и пульсировал тёплой силой. Вечером у костра, когда камень попал в пламя, он вспыхнул изнутри багровым светом, как сердце, наполненное жизнью.





Жоомарт понял: это не просто камень — это дар гор. Он поделился своей находкой с Айгуль, девушкой чистого сердца и ясного ума. Айгуль увидела в камне не только силу, но и ответственность. Она помогла Жоомарту осознать, что это богатство принадлежит не только им, а всему народу. Вместе они обратились к старейшинам, и вскоре на месте их открытия начали добывать особый уголь — тёплый, яркий, словно несущий в себе дыхание самой земли.



Так родилась Бель-Алма — место, где любовь, отвага и мудрость открыли путь к свету. Легенда гласит, что в каждом уголеке горит частичка тепла Жоомарта и Айгуль. Пока этот огонь жив — будет жить и душа народа, согретая светом своей земли.



БЕШ АРЧА

С 2010 года компания не просто добывает уголь — она создаёт рабочие места, платит налоги, поддерживает местные семьи и развивает экономику юга Кыргызстана. Компания стала неотъемлемой частью жизни Кадамжайского района и всей Баткенской области, внося вклад в устойчивое будущее региона. Со временем компания расширяется и становится известной на всю страну. Она обеспечивает качественным углём частные дома, школы, предприятия — и делаем это честно, стабильно и с уважением к природе и людям.





“Беш Арча” — это не только уголь. Это тепло в домах, стабильность в семьях и движение страны вперёд.

Мы вкладываем силы и средства в развитие инфраструктуры, обеспечиваем стабильную занятость и поддерживаем локальные инициативы.

Мы — добросовестный налогоплательщик. Средства от нашей деятельности идут на дороги, школы и больницы.

Мы — надёжный партнёр. С нами легко работать, выгодно сотрудничать и безопасно строить долгосрочные планы.





КЕМ МЫ ХОТИМ СТАТЬ
Наше Видение, Миссия,
Ценности

НАША МИССИЯ

Мы стабильно поставляем надежный источник энергии премиум класса, внося вклад в экономику страны, обеспечивая социальную ответственность перед обществом



НАШЕ ВИДЕНИЕ

Беш Арча - это лидер и новатор в горнодобывающей
отрасли.

Мы производим продукцию премиум класса,
Мы смотрим в будущее с уверенностью

*Нам не нужна команда звезд,
но нужна звездная команда*

НАШИ ЦЕННОСТИ

- Безопасность
- Ответственность
- Командный дух
- Профессионализм/Компетентность
- Готовность к изменениям

БРЕНД-ПИРАМИДА



БРЕНД-ПИРАМИДА

Идея бренда

Беш Арча - надёжный источник тепла и устойчивого развития

Позиционирование

Беш Арча — лидер горнодобывающей отрасли, поставщик энергии премиум-класса с социально ответственным подходом, поддерживающий экономику и развитие Кыргызстана.

Ценность бренда

Безопасность, ответственность, профессионализм, командный дух и развитие — основа доверия к бренду “Беш Арча”.

Характер бренда

Устойчивый бренд, который объединяет качество, заботу о людях и вклад в развитие страны.

БРЕНД-ПИРАМИДА

Функциональные преимущества:

- Высокое качество угля — отличная теплоотдача, стабильное горение
- Надёжная доставка — вовремя, удобно, по региону
- Доступные цены — конкурентные условия, оптовые скидки
- Контроль и прозрачность — гарантия качества на всех этапах
- Работа с бизнесом и госструктурами — опыт и гибкость
- Ответственный бизнес — рабочие места, налоги, забота об экологии

Эмоциональные преимущества:

- Надёжность и уверенность — партнёр, которому доверяют
- Связь с родной землёй — бренд с историей и душой
- Гордость и уважение — к труду, людям, традициям
- Забота и безопасность — стабильность для семей и предприятий
- Вклад в развитие региона — каждый клиент — часть перемен к лучшему

логотип:

описание, варианты, охранная зона

Наш логотип — это не просто знак. Это символ. Имидж. Обещание.

Логотип компании “Беш Арча” – ключевой элемент визуальной идентификации бренда. Это основное графическое выражение, представляющее бренд во всей визуальной коммуникации компании по всему миру.

Правильное использование логотипа компании обязательно для достижения визуального единства бренда во всех местах присутствия.



Графический элемент: ГОРЫ

Форма гор - основная визуальная доминанта логотипа. Горы символизируют лидерство, надёжность и устойчивость. Восходящие линии символизируют развитие и стремление к вершинам, что также перекликается с амбициями компании расти и достигать успеха. Многослойность линий может символизировать многогранность и комплексный подход к работе, умение видеть ситуацию с разных сторон.

Центральный орнамент: Кыргызский узор

Ромб и перекрещенные линии - символы гармонии и устойчивости. Они напоминают национальные узоры, указывая на связь с культурным наследием и духом родной земли. Перекрестье в центре символизирует объединение традиций и современных технологий.



Определение «воздуха» – свободного пространства вокруг логотипа

Для точного и узнаваемого позиционирования бренда логотип должен размещаться по центру отведенного пространства, которое должно быть максимально свободным от прочих элементов.



Пропорции логотипа



- вертикальная версия – 100% длина и 50% высота от размера длины логотипа
- горизонтальная версия – 100% длина и 50% высота от размера длины логотипа.

Свободное пространство со всех сторон логотипа определяется в зависимости от высоты букв логотипа. Оно задает область, в которой не могут быть расположены никакие другие графические элементы или текст. Это пространство также определяет минимальное расстояние до границ печатного листа или общих отступов.

Шрифт логотипа



BESH ARCHA

Шрифт: Montserrat Bold / SemiBold

Размер (в логотипе): от 20 pt

Трекинг (межбуквенное расстояние): +50 (расширенный,
для ощущения устойчивости и простора)

Регистр: ВЕРХНИЙ

Характер: прямолинейный, уверенный, современный

Цвет логотипа



Фирменный 1

- HEX: #40567e
- RGB: 64, 86, 126
- CMYK: 49%, 32%, 0%, 51%
- HSV: 219°, 49%, 49%
- HSL: 219°, 33%, 37%

Цветовая гамма логотипа Besh Archa — сдержанная, уверенная и современная. Она визуально символизирует надёжность, природное начало и деловую прозрачность. Ниже — расшифровка по основным параметрам:

Цветовые варианты использования логотипа



Цветной логотип
на светлом фоне



Цветной логотип
на темном фоне



Монохромное изображение логотипа



Монохромное
изображение логотипа

Недопустимые варианты использования логотипа



Искажение пропорций

Нельзя растягивать или сжимать логотип по горизонтали или вертикали.

✖ Пример: вытянутый или «сплюснутый» логотип.



Изменение цвета

Логотип должен использоваться только в утверждённых цветах (голубой, белый, золотой).

✖ Пример: зелёный, розовый, градиенты, небрендовые тона.



Наложение на пёстрый фон

Логотип должен быть читаемым. Не размещайте его на фото с низким контрастом или ярким рисунком.



Изменение шрифта

Нельзя заменять оригинальный шрифт Montserrat/Open Sans в логотипе.

✖ Пример: «BESH ARCHA» написано другим шрифтом.

Недопустимые варианты использования логотипа



Удаление или перестановка элементов
Нельзя убирать часть логотипа, менять местами элементы или вставлять другие знаки.
✖ Пример: изменить положение орнамента.



Добавление несанкционированных элементов
Нельзя добавлять иконки, рамки, эмодзи или декоративные детали.
✖ Пример: логотип в рамке или с добавленным огнём.



Добавление эффектов
Не допускаются тени, обводки, свечения, 3D-эффекты или текстуры.
✖ Пример: логотип с тенью или «внутренним свечением»

ПАТТЕРНЫ И ЭЛЕМЕНТЫ СТИЛЯ

Фирменный паттерн

Фирменный паттерн Besh Archa основан на кыргызских орнаментах и сочетает традиции с современным стилем.

Ключевые элементы:

- Основная форма — вертикальный геометрический узор из ромбов с центральным квадратом, символизирующих защиту, стабильность и родовую силу.
- Зеркальные боковые линии напоминают горные хребты и придают ритм, отражая идею связи прошлого и будущего.
- Синие линии, соединяясь в треугольники, добавляют динамику и технологичность, подчеркивая развитие и точность.

Цвет и стиль:

Цвета из фирменной палитры. Минимализм сохраняет этнический дух, но выглядит современно.

Применение:

Используется как вертикальный бордюр на бланках, упаковке, обложках, а также в интерьерах и аксессуарах бренда.



ШРИФТЫ И ТИПОГРАФИКА

Корпоративные шрифты и типографика

Основным фирменным шрифтом бренда является Montserrat. Он используется повсеместно на всех рекламных макетах для набора заголовков, подзаголовков и других сообщений. Montserrat может использоваться как в печатной продукции (например, рекламные материалы, сувениры, презентации), так и на цифровых носителях (презентации, социальные сети).

Montserrat

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦЧШЩЬЫЮЯ

ABCDEFIGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыюя

abcdefghijklmнопqrstuvwxyz

0123456789#"/()=+-!/?&%

допустимые начертания: Regular, Medium, SemiBold

Корпоративные шрифты и типографика

Шрифт Open Sans является дополнительным и используется в материалах, где невозможно использовать шрифт Montserrat. Шрифт может быть использован для заголовков, подзаголовков, основного текста, подписей, веб-сайтах, приложениях, социальных сетях, рекламных носителях.

Open Sans

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОРСТУФХЦЧШЩЬЫЭЮЯ

ABCDEFIGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыэюя

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789#"/()=+-!/?&%

допустимые начертания: Regular, Medium, SemiBold

Корпоративные шрифты и типографика

Для набора текста в различной текущей документации рекомендуется
[Arial](#)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

[Times New Roman](#)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ЦВЕТА: ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА С КОДАМИ

RGB/CMYK/PANTONE

Фирменные цвета



Фирменный 1

- HEX: #40567e
- RGB: 64, 86, 126
- CMYK: 49%, 32%, 0%, 51%



Глубокий-синий

- HEX: #3d4160
- RGB: 61, 65, 96
- CMYK: 36%, 32%, 0%, 62%



Серо-синий

- HEX: #5687a8
- RGB: 86, 135, 168
- CMYK: 49%, 20%, 0%, 34%



Фирменный 2

- HEX: #6782B3
- RGB: 103, 130, 179
- CMYK: 42%, 27%, 0%, 30%



Светло-серый/Фоновый

- HEX: #b5b5b5
- RGB: 181, 181, 181
- CMYK: 0%, 0%, 0%, 29%



Серый/Вспомогательный

- HEX: #a5a4a5
- RGB: 165, 164, 165
- CMYK: 0%, 1%, 0%, 35%

CMYK – цветовая модель, используемая при полноцветной печати (как правило, офсетной и флексографической).

RGB – цветовая модель, используемая для обозначения цветов на электронных носителях информации (например, на веб-сайте или в презентации).

ПРИМЕНЕНИЕ НА НОСИТЕЛЯХ

(документы, визитки, презентации)

Первое впечатление о компании будет формироваться через офисную полиграфию, письма или визитные карточки.



Визитка 1

Визитные карточки

- Тип бумаги: с покрытием (атласное или шелковое)
- Плотность: 300–350 г/м²
- Цвет: белый или ярко-белый
- Примечание: поверхность должна быть гладкой, выдерживать высокую детализацию логотипа и типографики.



Визитка 2

Размещение:

- Логотип размещается в левом верхнем углу.
- Используется полноцветная или инвертированная версия, в зависимости от фона.
- На тёмном фоне — светлая версия логотипа.

Шрифты:

- Montserrat — для имени и должности.
- Open Sans — для адреса и контактов.

Отступы:

- Вокруг логотипа соблюдайте свободную зону, равную его высоте.
- Не искажайте и не обрезайте логотип.

Используйте фирменные цвета.



Фирменный бланк

Размещение:

- Логотип размещается в верхней части листа, по центру или слева, в зависимости от выбранного шаблона.
- Используется только официальная версия логотипа — в фирменных цветах или монохроме (чёрно-белый).

Цвет и фон:

- Бланк печатается на белой или ярко-белой бумаге.
- Фон должен быть однотонным — без текстур, градиентов и изображений.

Шрифты:

- Основные — Open Sans либо Arial.
- Размер и цвет шрифта должны обеспечивать читаемость и соответствовать фирменному стилю.

Отступы:

- Вокруг логотипа сохраняется свободная зона (не менее его высоты).
- Контактная информация и текст документа располагаются строго ниже основной линии логотипа, без наложения.

Бумага:

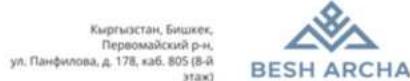
- Без покрытия, плотностью 90–110 г/м².
- Подходит для печати на лазерном принтере.

Фирменный бланк

Для обеспечения целостности визуального стиля и высокого качества коммуникации, пожалуйста, придерживайтесь следующих стандартов при выборе бумаги для фирменной печатной продукции:



Фирменный бланк



Кыргызстан, Бишкек,
Первомайский р-н,
ул. Панфилова, д. 178, каб. 805 (8-й
этаж)

Кыргызстан, Бишкек шаары,
Биринчи Май району, Панфилов
качесу, 178-үй, 805-кабине (8-
кабат).

20 июня 2025 года

ООО "АТ Групп"
Бульвар Гагарина 258, строение 2
+123-456-7890
atgroup@reallygreatsite.com

Настоящим письмом выражаем искреннюю благодарность компании ООО ТПК «Стелла» за профессионально выполненную работу.

На всех этапах сотрудничества компания зарекомендовала себя - как надежный партнер.

Были соблюдены сроки поставки, несмотря на большой объем закупки.

Хотим отметить профессионализм сотрудников проектно-конструкторского бюро ТПК «Стелла». Наша проблема была решена максимально эффективно в предельно короткие сроки.

Искренне желаем Вашей компании процветания и дальнейших успехов в реализации новых проектов!

Фарит АЗИРОВ
Генеральный директор

Registration No. 1234567890

- Логотип размещается в верхней части листа, по центру или слева, в зависимости от выбранного шаблона.
- Используется только официальная версия логотипа — в фирменных цветах или монохроме (чёрно-белый).

Цвет и фон:

- Бланк печатается на белой или ярко-белой бумаге.
- Фон должен быть однотонным — без текстур, градиентов и изображений.

Шрифты:

- Основные — Open Sans либо Arial.
- Размер и цвет шрифта должны обеспечивать читаемость и соответствовать фирменному стилю.

Отступы:

- Вокруг логотипа сохраняется свободная зона (не менее его высоты).
- Контактная информация и текст документа располагаются строго ниже основной линии логотипа, без наложения.

Бумага:

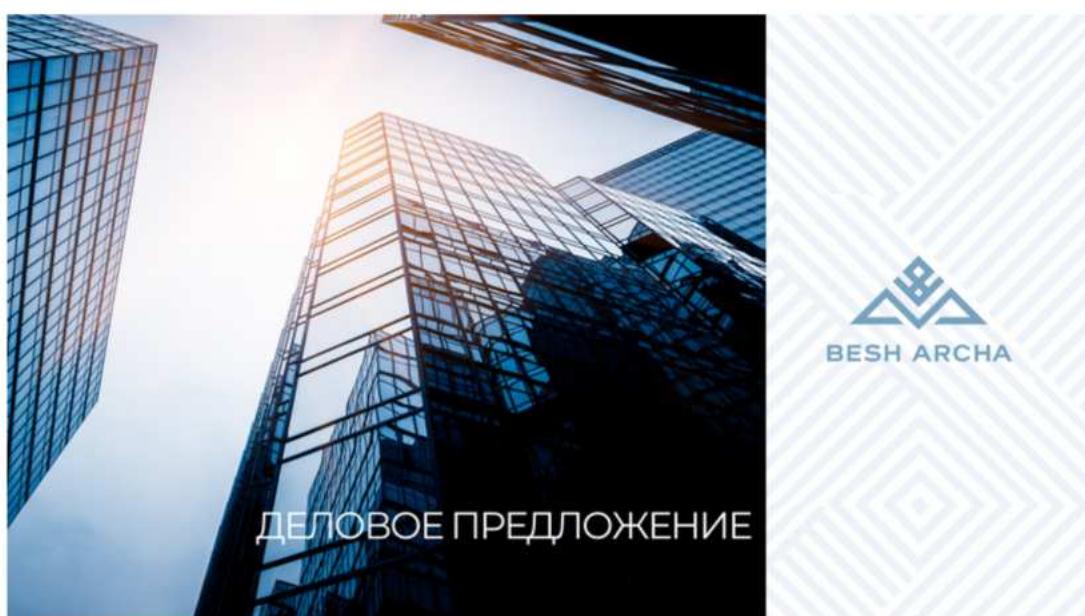
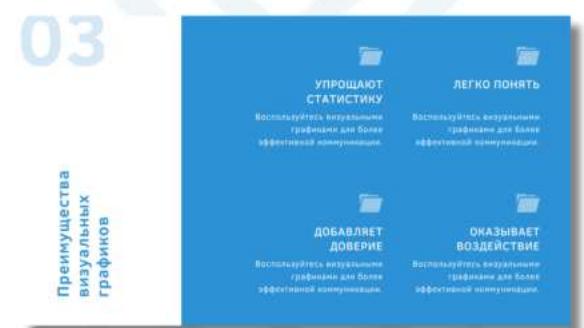
- Без покрытия, плотностью 90–110 г/м².
- Подходит для печати на лазерном принтере.

Корпоративная папка

- Цвет: лазурный
- Формат: А4, двухкольцевой механизм
- Материал: плотный картон с матовым ламинацией
- Лицевая сторона: логотип BESH ARCHA (в белом цвете или тиснением)
- Назначение: хранение презентационных материалов, договоров, брендбуков и отчетных документов
- Стиль: минимализм, акцент на надежность и идентичность бренда



Презентация



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ.

Примеры сувенирной продукции и подарочной упаковки.

Презентационная продукция

Презентационные материалы и аксессуары — это лицо компании на переговорах, форумах, выставках и внутрикорпоративных мероприятиях.

Они формируют первое впечатление, транслируют ценности бренда и визуально укрепляют идентичность Besh Archa.

Цели презентационной продукции

- Повысить узнаваемость бренда в профессиональной среде
- Подчеркнуть статус, внимание к качеству и стиль компании
- Создать единый визуальный стандарт при коммуникациях



Канцелярские принадлежности



Ручка



Форма: классическая сдержанная форма с лёгкой утолщённой зоной захвата для эргономичности.

Цвета:

- Основной корпус — матовый тёмно-синий (в фирменной гамме логотипа), белый, лазурный
- Детали — металлизированное серебро или тёплое золото (в зависимости от модели).
- Материал: металл или премиум-пластик soft-touch, устойчивый к царапинам.

Логотип:

- Тонкая гравировка или шелкография.
- Расположен горизонтально.
- Особенности дизайна:
- Лазерная гравировка логотипа для металлических ручек.
- Тиснение с лаком или УФ-печать — для пластиковых.

Корпоративный ежедневник



- Формат: А5 / А6 (в зависимости от серии)
- Обложка: мягкая или твёрдая, выполнена в фирменном голубом цвете с тиснением логотипа (белым или серебром)
- Внутренний блок: 160–200 страниц, недатированный / датированный
- Бумага: высококачественная, плотность 80–100 г/м²
- Логотип в верхнем углу либо нижнем, паттерн
- Макет страниц:
- разметка под задачи, заметки и встречи
- мотивационные цитаты и фирменные элементы
- дополнительные разделы: «Цели месяца», «Итоги недели», «Идеи и вдохновение»
- Особенности: эластичная резинка, закладка-лента, внутренний карман

Сувенирная продукция



Кепки

Размещение логотипа:

- Спереди — основной логотип, вышивка или термопечать.
- Возможна декоративная прострочка или паттерн на козырьке, сбоку или сзади.

Рекомендации:

- Изображения должны быть чёткими и контрастными.
- Не использовать слишком мелкие детали логотипа, чтобы сохранить читаемость.
- Все элементы строго в рамках гайдлайна по цветам и формам.

Применение:

- Корпоративные мероприятия
- Подарки партнёрам и клиентам
- Продажа как мерч
 - Повседневная носка сотрудниками и амбассадорами бренда



Футболка

Базовые требования:

- Цвет: предпочтительно белый, чёрный или фирменные цвета бренда.
- Материал: хлопок или премиум-хлопок с добавлением эластана (для комфорта и износостойкости).
- Крой: унисекс, свободный или полуприлегающий.
- Размерный ряд: S-XXL (по потребности).

Размещение логотипа:

- На груди (слева) — основной логотип.
- Возможны варианты: логотип по центру, на спине или рукаве.
 - Дополнительно можно использовать фирменный паттерн в виде фона или декоративных вставок.



Подарочные пакеты



Часы



Каска



Офис



Пресс-стена

Форматы:

- Рекомендуемый размер: 2×3 м или 2,5×4 м (в зависимости от масштабов мероприятия).
- Материал: баннерная ткань или вспененный пластик с матовой поверхностью, чтобы избежать бликов на фото.



Маскот-талисман для чат-бота Компании

Маскот компании: Арчи— хранитель силы гор

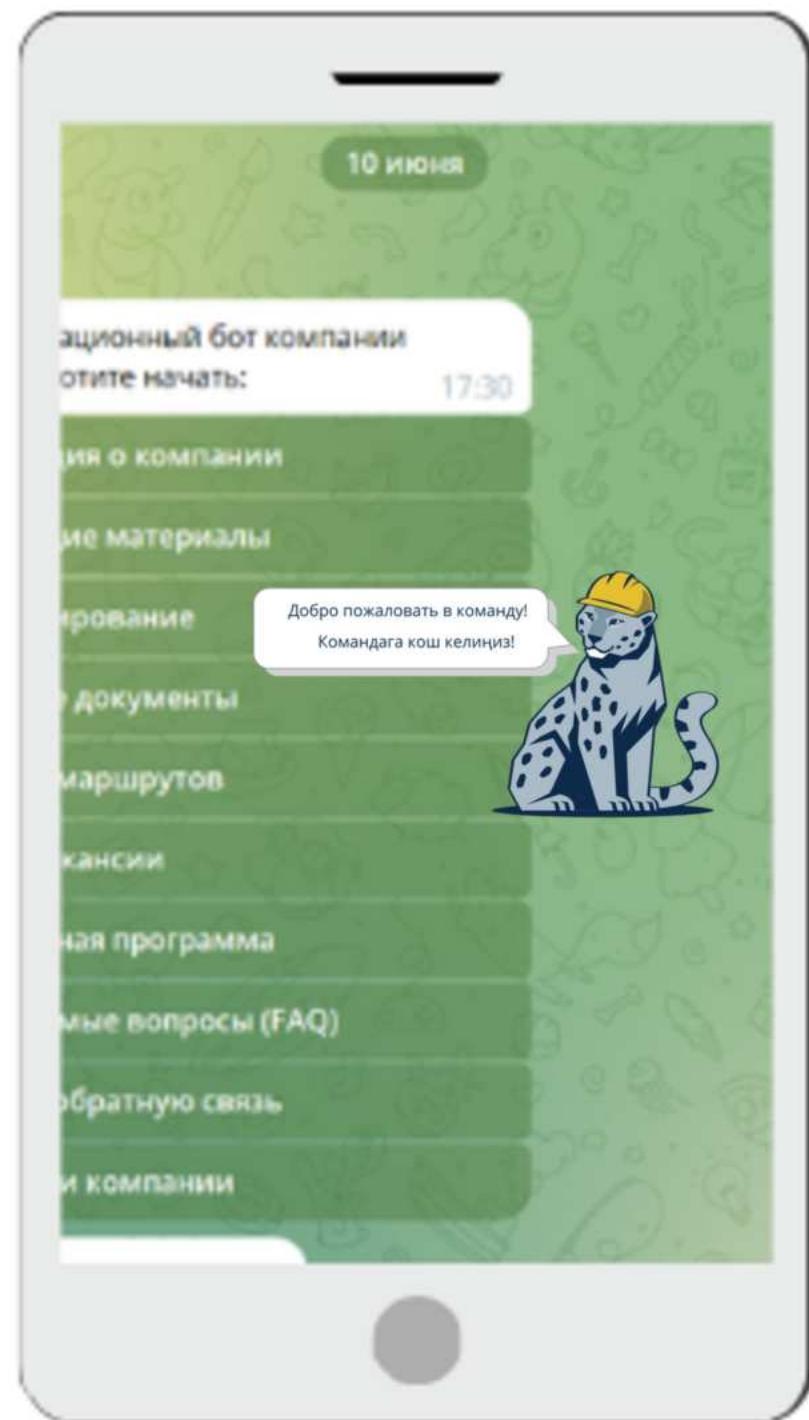
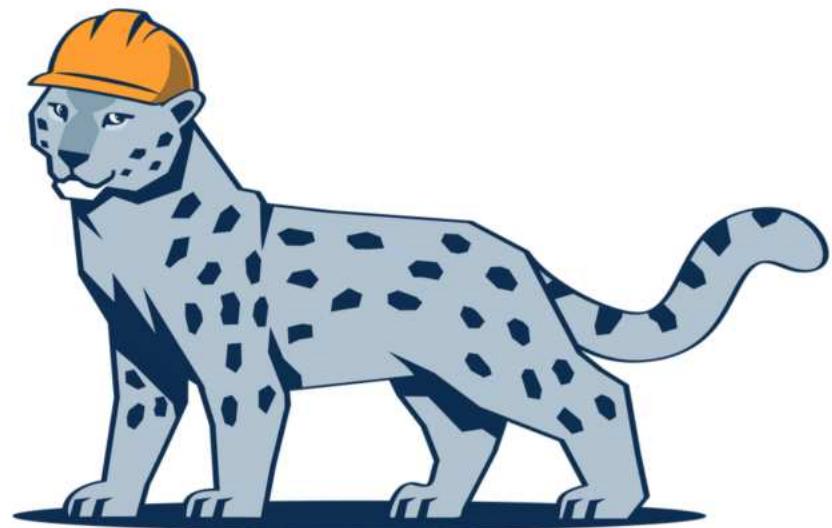
Общая концепция:

Арчи — символ силы, выносливости, защиты и гордости. Этот маскот отражает идентичность Besh Archa, его корни в национальной культуре и стремление к устойчивому будущему.

Арчи объединяет мифологию, природу и современность, воплощая дух ответственного добытчика и надёжного партнёра.

Визуальный образ

- Вид: дружелюбный антропоморфный снежный барс с уверенной улыбкой.
- Экипировка: спецодежда с логотипом компании, каска - символ безопасности и профессионализма.
- Цвета: сдержанная гамма (голубо-серый мех, акценты фирменного синего и белого цвета).
- Позы: уверенная стойка, жест руки как приглашение к сотрудничеству, иногда - в каске с фонариком или с углём в лапах.



Маскот-талисман для чат-бота Компании

Цели и задачи маскота:

1. Эмоциональная связь. Помогает формировать тёплое восприятие бренда, вызывая доверие и симпатию у аудитории всех возрастов.
2. Образ наставника. Он выступает как проводник для новых сотрудников в корпоративной культуре, участвует в адаптационных материалах, чат-ботах и инструктажах.
3. Представитель компании. Используется на мероприятиях, в инфографике, социальных сетях и внутрикорпоративных продуктах.
4. Визуальный якорь бренда. Обеспечивает запоминаемость и узнаваемость, особенно в образовательных, рекламных и HR-материалах.

Примеры использования

- Инструктажи по технике безопасности
- Корпоративные видеоролики
- Мерч: значки, блокноты, термокружки, футболки
- Учебные материалы для детей (на тему экологии и труда)
- Внутренние платформы (адаптация, welcome-боты)



Ограничения

- Маскот должен использоваться строго в фирменной палитре.
- Не допускается ироничное или искажающее отображение в официальных документах.
- Применение — только с утвержденной визуальной библиотекой поз и выражений.



Besh Archa - это не просто компания.

Это история, выросшая из глубин земли и вдохновлённая легендой.

Это символ устойчивости, ответственности и стремления к лучшему будущему.

Наш бренд объединяет национальную идентичность, природную силу и современные амбиции.

Каждый элемент - от логотипа до униформы, от маскота до слогана - создаёт живой образ компании, которой можно гордиться.

Этот брендбук - наш ориентир. Он помогает говорить единым голосом, действовать в едином ритме и нести миру ценности, которые делают нас сильнее.

Легенда продолжается.

Будущее создаётся здесь и сейчас.

Вместе.

Легенда продолжается

