

PROFПНТЗ
КОМ

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

ППО АО «ПНТЗ»
ГМПР

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВА	ОПИСАНИЕ	СТР
1	ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ	
01.01	Платформа бренда: ВИДЕНИЕ, МИССИЯ	8
01.02	Платформа бренда: ЦЕННОСТИ	9
01.03	Корпоративный знак	10
01.04	Вариативность корпоративного знака.....	11
01.05	Этимология знака	12
01.06	Расшифровка логотипа	13
01.07	Логотип	14
01.08	Корпоративный знак. Компановка	15
01.09	Дополнительный символ	16
01.10	Корпоративные цвета	17
01.11	Варианты использования корпоративного знака	18
01.12	Варианты использования логотипа.....	19
01.13	Основная палитра фирменных цветов.....	20
01.14	Недопустимые варианты использования корпоративной символики и цветов.....	21
2	ТИПОГРАФИКА	
02.01	Основные фирменные шрифты	24
02.02	Дополнительные фирменные шрифты.....	25
02.03	Акцидентные фирменные шрифты	27
02.04	Маюскульные и минускульные цифры.....	28
3	СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ	
03.01	Типы стилеобразующих элементов	32
03.02	Фирменный паттерн	33
03.03	Пример использования фирменного паттерна.	34
4	ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ	
04.01	Визитка. Обзор. Сетка верстки	38
04.02	Фирменный бланк. Обзор. Сетка верстки	39
04.03	Имиджевый бланк. Обзор. Сетка верстки	40
04.04	Конверт. Обзор. Сетка верстки	41
04.05	Папка для бумаги. Обзор. Сетка верстки	42
04.06	Почетная грамота. Благодарственное письмо. Поздравление	43
5	КОММУНИКАЦИЯ. МАТЕРИАЛЫ	
05.01	Обложка брошюры. Обзор	46
05.02	Блокнот. Обложка и разворот	47
05.03	Презентация. Слайды	48
05.04	Наклейки. Декорирование объектов	52
05.05	Фирменные стикеры	53
05.06	Примеры нанесения корпоративной символики на поверхности и сувениры	55

1

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ВИДЕНИЕ

Первый этап построения стратегии – это формирование ВИДЕНИЯ. Кто и какие мы сейчас, кем и какими хотим быть.

Мы, первичная профсоюзная организация, представляющая индивидуальные и коллективные интересы человека труда, выступающая социальным партнёром для работодателей горно-металлургической отрасли и иных отраслей, осуществляющих свою деятельность на территории городского округа Первоуральск. Мы строим социальный диалог на основе ответственного отношения к окружающей среде (environment), высокой социальной ответственности (social); высокого качества корпоративного управления и взаимодействия (governance). Мы активные участники реализации повестки ESG.

МИССИЯ

ОБЪЕДИНЯЯ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ, ОПЫТ, МЫ СЛОВОМ И ДЕЛОМ ПОМОГАЕМ КАЖДОМУ.

Для того, чтобы стать организацией согласно видению, необходимо, чтобы каждый профактивист (от штатных работников до профгрупп) осознавал миссию организации, а также её ценности. Миссия отвечает на вопрос – зачем мы существуем. А ценности – это то, что для нас важно.

Когда каждый профактивист знает миссию наизусть, помнит ценности и в своей работе следует их значению, профсоюзная работа наполняется особым смыслом, и каждое действие становится осознанным и уверенным.

ЦЕННОСТИ

- ① ЧЕЛОВЕК ТРУДА
- ② ДОВЕРИЕ
- ③ ПАРТНЕРСТВО
- ④ РАЗВИТИЕ
- ⑤ КОМАНДА

Каждую из ценностей, как матрёшку, можно разложить на:

Короткое определение. Это важно, так как в одно и то же слово (ценность) разные люди могут вкладывать разные смыслы.

Расшифровку на основе примеров поведения, действий, отношений, принципов. Это важно для того, чтобы член профсоюза или будущий член профсоюза понимал, на что он может рассчитывать, а профактивист знал, что от него ждут и как он должен поступать.

01.03

КОРПОРАТИВНЫЙ ЗНАК

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Корпоративный знак состоит из комбинированной текстовой части и логотипа (графически стилизованный символ, соответствующий этимологии бренда).

корпоративный
знак

ЛОГОТИП



ЛОГОТИП



корпоративный
знак

Допускается использование корпоративного знака в горизонтальной и вертикальной версии (с поворотом под прямым углом в 90 градусов)



корпоративный
знак

Позволяется применение корпоративного знака или логотипа (автономно) в однотонном варианте, используя цвета из корпоративной цветовой гаммы.



корпоративный
знак



РАСШИФРОВКА ЛОГОТИПА

Логотип представляет собой звено цепи.

Этот образ символизирует связь многих отдельных частиц (членов профсоюза) в единое целое. Причем это соединение последовательное, крепкое и создающее новые возможности.

ЦЕПЬ

Ц «цы» - энергия, пробуждающая жизнь: проникай, думай, делай, твори, создавай.

Е «есть» - земная жизнь, то, что существует и находится В развитии.

П «покой» - основа Мироздания, состояние душевного равновесия.

Б «ерь» - раскрытие возможностей, развитие, выход на новую ступень творчества.

Цепь - есть последовательное устойчивое соединение подвижных звеньев, количество которых безгранично. Данная метафора показывает: участники профсоюза, объединяясь в общих делах, поднимаются на новую качественную ступень своего развития. Каждый!

Получается - цепь достижений, цепь отношений, цепь побед, цепь знаний, цепь идей...

В логотипе зашифрованы глубинные образы двух русских букв О и А:

О «онъ» - целостное, единое, общее, наше.

А «азъ» - Я, Человек, живущий и творящий на Земле, вместилище разума, сеятель жизни, достойный, цельный.

Это объясняет, что в процессе объединения людей, их совместного действия, личное, уникальное в каждом не теряется, а наоборот - сохраняется и преобразуется, открывая новые грани таланта и способностей. Во взаимодействии с окружающими человек меняется к лучшему!

ЦВЕТОВАЯ РАСШИФРОВКА ЛОГОТИПА

Оранжевый - цвет творчества, радости, цельности, ярких свежих впечатлений и надежд. Цвет настроя на успех, осознания своей цели и предназначения, связи времен и событий. Цвет альтруизма, жизнелюбия, командной работы и настроя на хорошие, добрые перемены.

Оранжевый цвет возбуждает организм для активных позитивных действий, пробуждая центры запоминания и воспроизведения информации.

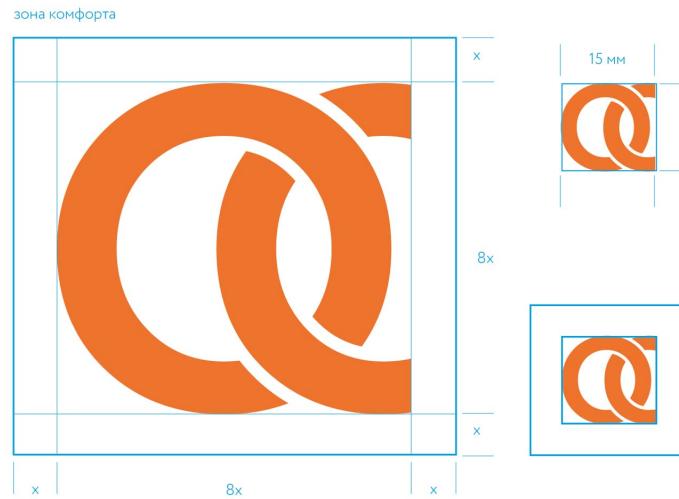
Зона комфорта - это минимально допустимое расстояние от корпоративного символа до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов.

Оранжевый цвет возбуждает организм для активных позитивных действий, пробуждая центры запоминания и воспроизведения информации. Допускается использование символа в других корпоративных цветах.

Самостоятельное использование корпоративного символа (без логотипа) является дополнительным вариантом обозначения принадлежности к бренду. Это возможно в тех случаях, когда зритель уже понимает, в контексте какого бренда он находится.

Схема построения зоны комфорта корпоративного символа.

Минимальный размер по ширине - 15мм

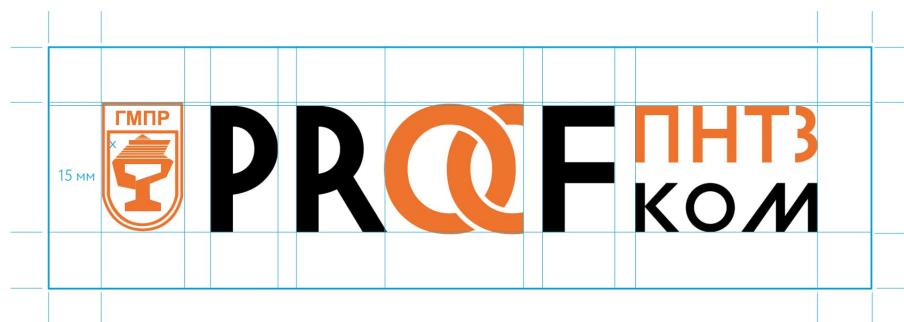
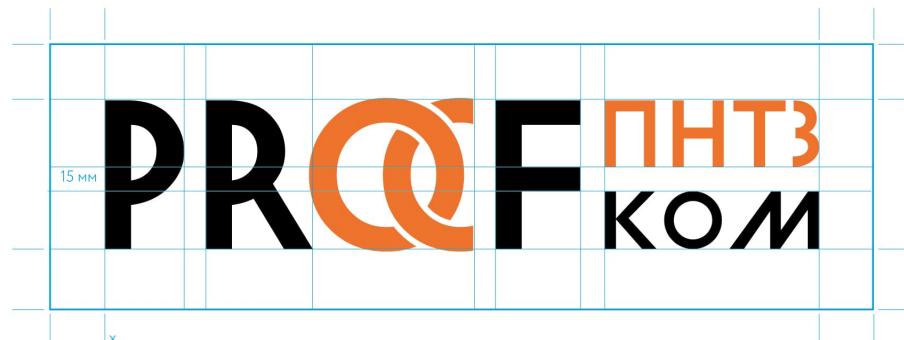


ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Зона комфорта - это минимально допустимое расстояние от корпоративного символа до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов.

Схема построения зоны комфорта корпоративного знака.

Минимальный размер по ширине - 15мм



Допускается использование корпоративного знака в однотонном варианте корпоративных цветов.

01.09

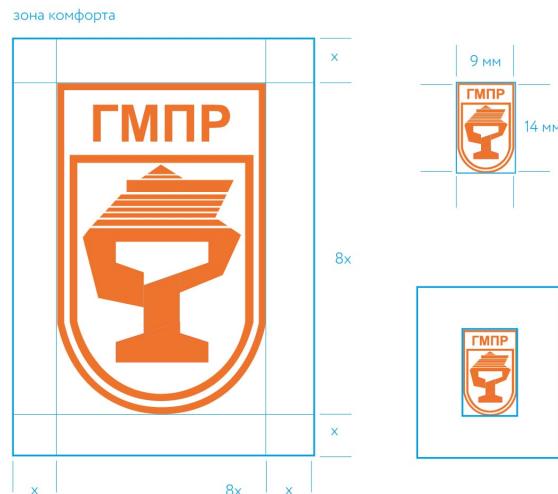
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СИМВОЛ

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Зона комфорта - это минимально допустимое расстояние от корпоративного символа до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов.

Схема построения зоны комфорта дополнительного символа.

Минимальный размер по ширине - 15мм



Допускается использование дополнительного символа в однотонном варианте из корпоративных цветов.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



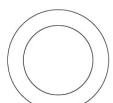
Pantone	165 CVU
CMYK	C. 0 M. 65 Y. 87 K. 0
RGB	R. 236 G. 102 B. 8
RAL	2004
ORACAL	036

Pantone	Process Black C
CMYK	C. 50 M. 25 Y. 25 K. 100
RGB	R. 39 G. 37 B. 31
RAL	9005
ORACAL	070



Pantone	Cool Gray 3 C
CMYK	C. 8 M. 5 Y. 7 K. 16
RGB	R. 200 G. 201 B. 199
RAL	7042
ORACAL	074

Pantone	Cool Gray 2 C
CMYK	C.64 M.47 Y.40 K.27
RGB	R.92 G.102 B.112
RAL	7040
ORACAL	072



Pantone	11-0601 TCX
CMYK	C. 0 M. 0 Y. 0 K. 0
RGB	R. 244 G. 245 B. 240
RAL	9003
ORACAL	010

01.11

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОГО ЗНАКА



01.12

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

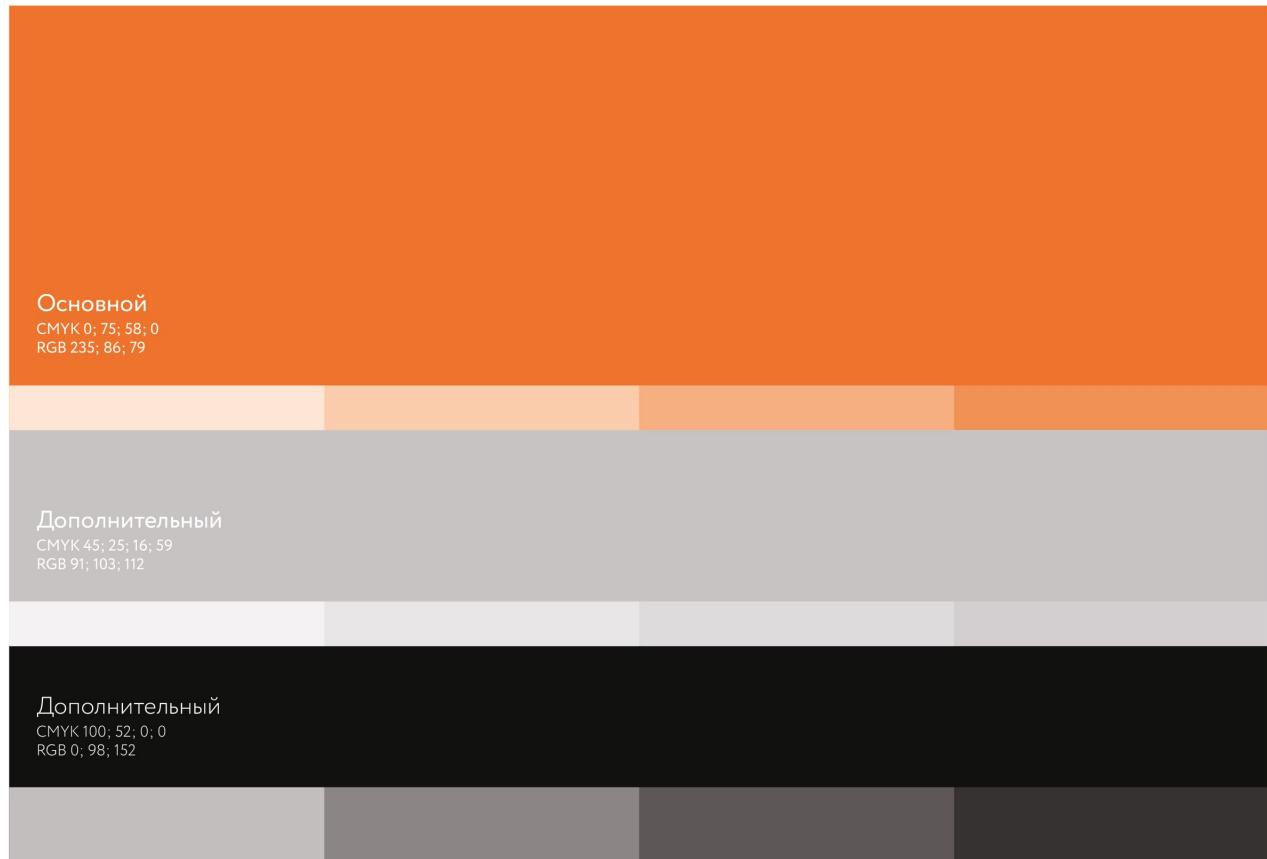
ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА



01.13

ОСНОВНАЯ ПАЛИТРА ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



01.14

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СИМВОЛИКИ И ЦВЕТОВ

Принципы
относятся
ко всем вариантам
компоновок
корпоративных
символов



Искажение
пропорций



Изменение
пропорций
элементов



Замена цветов



Нарушение
зоны комфорта



Изменение шрифта



Расположение
на пестром фоне

2

ТИПОГРАФИКА

ОСНОВНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

CIRCE
AaBbCcDdEeFf

Circe, 16pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. JACK DAWS LOVE MY BIG SPHINX OF QUARTZ.

Circe, 16pt
light

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. JACK DAWS LOVE MY BIG SPHINX OF QUARTZ.

Circe, 12pt
light

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. JACK DAWS LOVE MY BIG SPHINX OF QUARTZ.

Circe, 7pt
light

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю. JACK DAWS LOVE MY BIG SPHINX OF QUARTZ.

Фирменные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Они используются в деловой документации, рекламной и другой фирменной продукции.

Основными фирменными шрифтами являются группа шрифтов Circe в начертаниях Thin, Extra, Light, Regular, Bold, Extra Bold.

Если невозможно применение основных фирменных шрифтов, следует использовать дополнительные.

Arial
AaBbCcDdEeFf

Arial, 16pt
Bold

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Arial, 16pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Arial, 12pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Arial, 7pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Дополнительные фирменные шрифты используются в делопроизводстве и в тех случаях, когда невозможно применение основных фирменных шрифтов. Дополнительные фирменные шрифты относятся к группе системных шрифтов и не требуют лицензирования. Дополнительными фирменными шрифтами являются группа шрифтов Arial в начертаниях Bold, Regular, Italic.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Montserrat
AaBbCcDdEeFf

Montserrat, 16pt
Bold

Съешь [же] еще этих мягких французских
булок, да выпей чаю.

Montserrat, 16pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Montserrat, 12pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Montserrat, 7pt
Regular

Съешь [же] еще этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Дополнительные фирменные шрифты используются в делопроизводстве и в тех случаях, когда невозможно применение основных фирменных шрифтов. Дополнительные фирменные шрифты относятся к группе системных шрифтов и не требуют лицензирования. Дополнительными фирменными шрифтами являются группа шрифтов Montserrat в начертаниях Bold, Regular, Light, Thin.

АКЦИДЕНТНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Circe_PNTZ

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗз

АаВвСсDdЕeFfGgHhIiJjKkLlMm

Circe_PNTZ, 16pt
numb_regular

СЬЕШЬ [ЖЕ] ЕЩЕ ЭТИХ МЯГКИХ ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК,
ДА ВЫПЕЙ ЧАЮ.

Circe_PNTZ, 12pt
numb_regular

СЬЕШЬ [ЖЕ] ЕЩЕ ЭТИХ МЯГКИХ ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК, ДА ВЫПЕЙ ЧАЮ.

Circe_PNTZ, 7pt
numb_regular

СЬЕШЬ [ЖЕ] ЕЩЕ ЭТИХ МЯГКИХ ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК, ДА ВЫПЕЙ ЧАЮ.

Акцидентные фирменные шрифты используются в делопроизводстве и в тех случаях, когда невозможно применение основных фирменных шрифтов. Акцидентными фирменными шрифтами являются группа шрифтов Circe_PNTZ_numb_regular в начертаниях Regular.

Буквы
акцидентного
шрифта,
подлежащие
замене

Буквы в кириллице

А Б В Д З Л М Р С У Ф Э Я Ъ Ъ

Буквы в латинице

А В С Д Г Ј М Р Р С В У

МАЮСКУЛЬНЫЕ И МИНУСКУЛЬНЫЕ ЦИФРЫ

Маюскульные
цифры

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

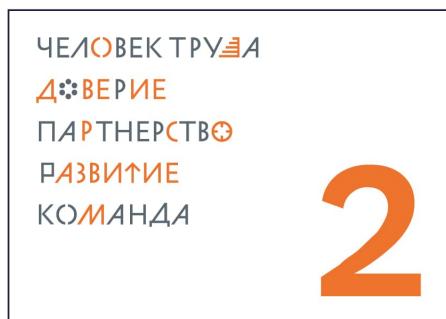
Минускульные
цифры

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Маюскульные цифры применяются для мелкого текста, когда нужна хорошая читабельность текста или в деловой фирменной документации.

Минускульные цифры применяются в декоративных целях, в текстах среднего и крупного кегля.

Пример
использования
акцидентных
цифр



Разработаны для оформления шмунтитулов, навигационных элементов. Они имеют ярко выраженный геометрический характер и хорошо сочетаются с иконками. Нельзя использовать акцидентные цифры в мелком кегле.

3

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

03.01

ТИПЫ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИХ ЭЛЕМЕНТОВ

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Важные для бренда понятия иллюстрируются иконками, заменяющими буквами.

Пример
использования
стилеобразующих
элементов



Набор иконок



Дополнительная иконка
не на основе глифов



Стилеобразующие элементы основаны на двух приемах:

Иконки

Первый - иконки, иллюстрирующие важные для бренда понятия. Они могут использоваться как вместо букв в слоганах, так и самостоятельно или вместе с фотоизображениями.

Акцидентный набор

Второй прием - типографика, основанная на замене стандартных глифов шрифта Circe на акцидентные. Использование этих глифов придает набору динамичный и авангардный характер.

03.02

ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

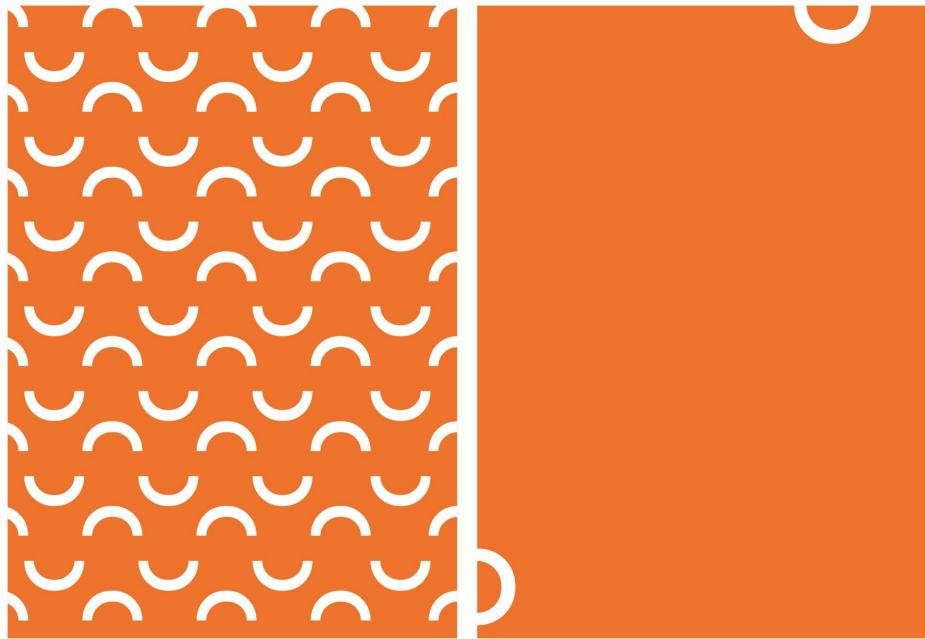
СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ
ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменный паттерн



Паттерн намерено создан не из краткой версии логотипа, а из простого знака полукруга. Данный знак - основа стилистики бренда, вторит элементу из логотипа и вносит разнобразие в общий фирменный стиль компании.

Пример
использования
фирменного
паттерна на
полноцветной
заливке



03.03

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО ПАТТЕРНА

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ
ЭЛЕМЕНТЫ



03.03

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО ПАТТЕРНА

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ
ЭЛЕМЕНТЫ



4

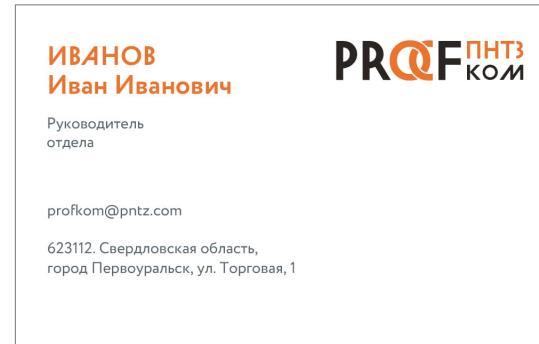
ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

04.01

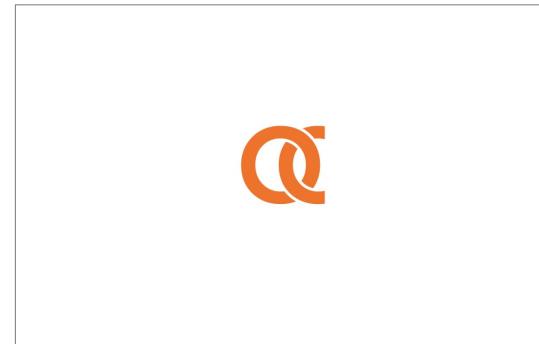
ВИЗИТКА. ОБЗОР. СЕТКА ВЕРСТКИ

ДЕЛОВАЯ
ДОКУМЕНТАЦИЯ

Лицевая (основная)
сторона

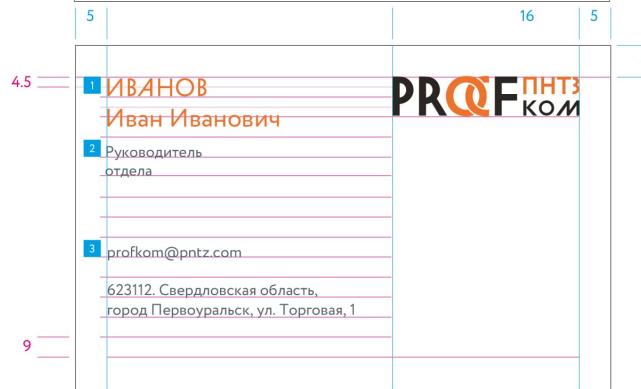


Тыльная (оборотная)
сторона



Модульная сетка.
Шаг базовых
линий – 4.5 pt.

— размеры в миллиметрах (mm).
— размеры в пунктах (pt).



04.02

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Модульная сетка.
Шаг базовых
линий – 14 pt.

1
Реквизиты, адрес
Circe, 11-14 pt. Left

2
Заголовок
Circe, 14-16 pt. Left

3
Основной текст
Circe, 11-14 pt. Left

— размеры в миллиметрах (мм).
— размеры в пунктах (pt).

ФИРМЕННЫЙ БЛАНК. ОБЗОР. СЕТКА ВЕРСТКИ

1	ПАО АО «ПНТЗ» ГМПР 623110, Свердловская область, г. город Таврово, ул. Торговая, 1 ОГРЮЛ 00186654, ОГРН 1027402694186, ИНН/КПП 7449006730/097530001 +7(343) 26-20-07 (65250) profline@pntz.com www.profkomptz.com	PR QF ПНТЗ ком	
	Nº _____ на № _____ от _____		
2	ПЕРВЫЙ ЭТАП ПОСТРОЕНИЯ СТРАТЕГИИ		
3	<p>Мы, первичная профсоюзная организация, представляющая индивидуальные и колективные интересы человека труда, выступающая социальным партнёром для работодателей горно-металлургической отрасли и иных отраслей, осуществляющих свою деятельность на территории городского округа Первоуральск. Мы строим социальный диалог на основе ответственного отношения к окружающей среде (environment), высокого социальной ответственности (social); высокого качества корпоративного управления и взаимодействия (governance). Мы активные участники реализации повестки ESG.</p> <p>Для того, чтобы стать организацией согласно видению, необходимо, чтобы каждый профактивист (от штатных работников до профрукторов) осознавал миссию организации, а также её ценности. Миссия отвечает на вопрос – зачем мы существуем. А ценности – это то, что для нас важно.</p> <p>Когда каждый профактивист знает миссию напоказ, помнит ценности и в своей работе следует их значению, профсоюзная работа наполняется особым смыслом, и каждое действие становится осознанным и уверененным.</p> <p>Должность _____ Подпись _____ Фамилия, И.О. _____</p>		
3			
12			

Формат
210x297

Материал
оффсетная бумага
90-120 г/м2

Способ печати
оффсетная (допускается использование без цветопробы, минуя pantone палитру) или цифровая

Красочность
4+0

**ДЕЛОВАЯ
ДОКУМЕНТАЦИЯ**

Модульная сетка.
Шаг базовых
линий – 14 pt.

1
Адресат
Circe, 11-14 pt. Left

2
Заголовок
Circe_PNTZ, 14-16 pt.
Left

3
Основной текст
Circe, 11-14 pt. Left

— размеры в миллиметрах (mm).
— размеры в пунктах (pt).

П	1	Иванову Ивану Ивановичу 620000, Екатеринбург ул. Блюхера 11/2., д. 2,	20	15	Формат 210x297
	2	МИССИЯ Для того, чтобы стать организацией согласно видению, необходимо, чтобы каждый профактивист (от штатных работников до профгруппов) осознавал миссию организации, а также её ценности. Миссия отвечает на вопрос – зачем мы существуем. А ценности – это то, что для нас важно.	15	90	Материал оффсетная бумага 90-120 г/м2
	3	Когда каждый профактивист знает миссию наизусть, помнит ценности и в своей работе следует их значению, профсоюзная работа наполняется особым смыслом, и каждое действие становится осознанным и уверенным. Первый этап построения стратегии – это формирование ВИДЕНИЯ. Кто и какие мы сейчас, кем и какими хотим быть. Мы, первичная профсоюзная организация, представляющая индивидуальные и колективные интересы человека труда, выступающая социальным партнёром для работодателей горно-металлургической отрасли и иных отраслей, осуществляющих свою деятельность на территории городского округа Первоуральск. Мы строим социальный диалог на основе ответственного отношения к окружающей среде (environment), высокой социальной ответственности (social); высокого качества корпоративного управления и	170	20	Способ печати оффсетная (допускается использование без цветопробы, минуя pantone палитру) или цифровая
	7	170			Красочность 4+0

КОНВЕРТ. ОБЗОР. СЕТКА ВЕРСТКИ

**Формат**

220x110

Модульная сетка

Шаг базовых линий – 11pt.

Материалоффсетная бумага 90-120 г/м²

1 Адресат Circe, 11-14 pt. Left

Способ печати

оффсетная (допускается использование без цветопробы, минуя pantone палитру) или цифровая

2 Заголовок Circe_PNTZ, 14-16 pt. Left

3 Основной текст Circe, 11-14 pt. Left

Красочность

4+0

04.05

ПАПКА ДЛЯ БУМАГ. ОБЗОР. СЕТКА ВЕРСТКИ

ДЕЛОВАЯ
ДОКУМЕНТАЦИЯ

Формат

220x310

Материал

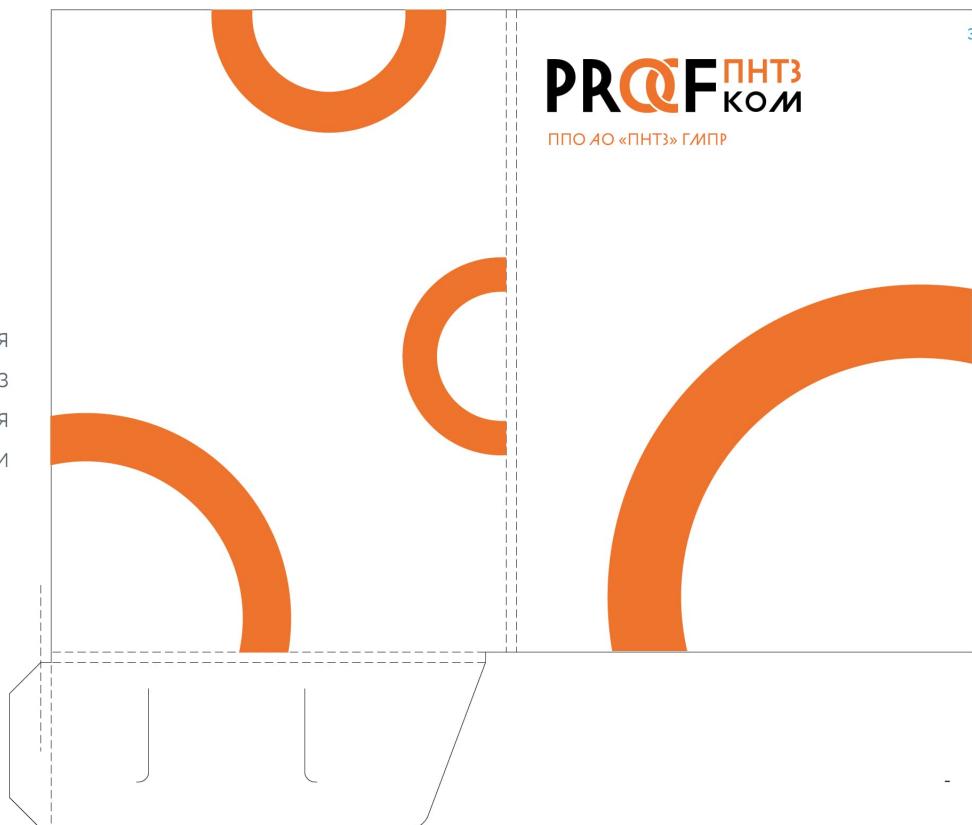
мелованный картон
250-330 г/м²

Способ печати

оффсетная (допускается
использование без
цветопробы, минуя
pantone палитру) или
цифровая

Красочность

4+0



04.06

ДЕЛОВАЯ
ДОКУМЕНТАЦИЯ

**ПОЧЕТНАЯ ГРАМОТА
БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО
ПОЗДРАВЛЕНИЕ**

Формат

210x297

Материал

оффсетный картон
300-350 г/м²

Способ печати

оффсетная (допускает-
ся использование без
цветопробы, минуя
pantone палитру) или
цифровая

Красочность

4+0



5

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

05.01

ОБЛОЖКА БРОШЮРЫ. ОВЗОР

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

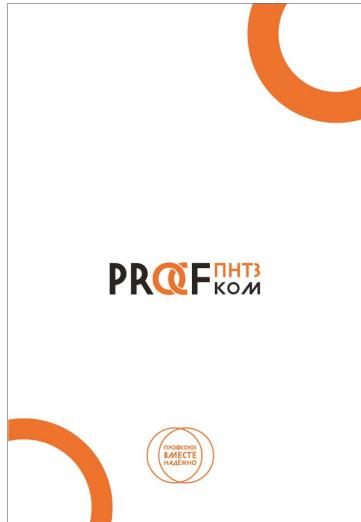


05.02

БЛОКНОТ. ОБЛОЖКА И РАЗВОРОТ

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Обложка
блокнота



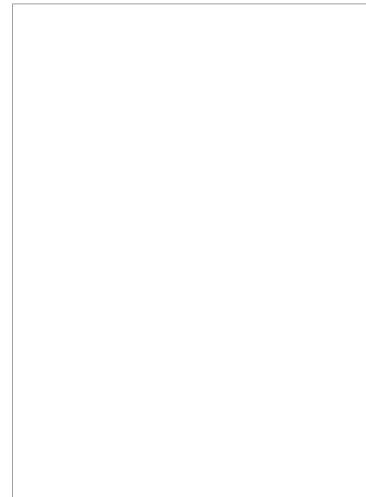
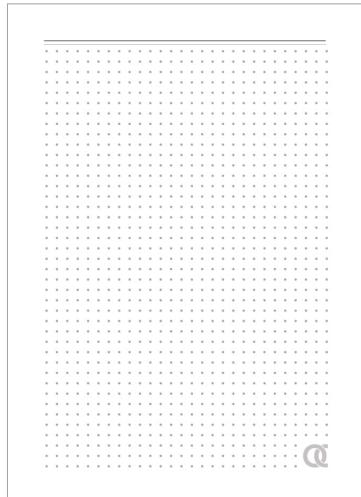
Формат
148,5x210

Материал
мелованый картон 250-330 г/м²

Способ печати
оффсетная (допускается использование
без цветопробы, минуя pantone палитру)
или цифровая

Красочность
4+0

Внутрянка
блокнота
с разлиновкой
в точку



Внутрянка блокнота
пустая

05.03

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Слайд
с фотографиями

ПРЕЗЕНТАЦИЯ. СЛАЙДЫ

ПРИНЦИПЫ ESG: ЧТО ЭТО?

В последние годы тренд на ответственность и экологичность распространился и на сферу инвестиций. В результате возникло понятие ESG. ESG (англ. environmental, social, governance – «окружающая среда», «социальная сфера», «корпоративное управление») – усилия компании по каждому из этих направлений ради устойчивого развития. Эти критерии учитывают инвесторы и финансовые институты при принятии решений об инвестициях и кредитовании, а также контрагенты и поставщики в рамках коммерческой деятельности.



МАРТ 2022

ВИДЕНИЕ

Первый этап построения стратегии – это формирование ВИДЕНИЯ. Кто и какие мы сейчас, кем и какими хотим быть.

Мы, первичная профсоюзная организация, представляющая индивидуальные и коллективные интересы человека труда, выступающая социальным партнёром для работодателей горно-металлургической отрасли и иных отраслей, осуществляющих свою деятельность на территории городского округа Первоуральск. Мы строим социальный диалог на основе ответственного отношения к окружающей среде (environment), высокой социальной ответственности (social); высокого качества корпоративного управления и взаимодействия (governance). Мы активные участники реализации повестки ESG.

• • 3 • • • • •

Слайд
с фотографией
и иконкой

МИССИЯ

Для того, чтобы стать организацией согласно видению, необходимо, чтобы каждый профактивист (от штатных работников до профгруппиров) осознавал миссию организации, а также её ценности. Миссия отвечает на вопрос – зачем мы существуем. А ценности – это то, что для нас важно.

Когда каждый профактивист знает миссию наизусть, помнит ценности и в своей работе следует их значению, профсоюзная работа наполняется особым смыслом, и каждое действие становится осознанным и уверененным.



МАРТ 2022

• • 3 • • • • •

05.03

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Слайд
с фотографиями,
текстом
и иконкой

ПРЕЗЕНТАЦИЯ. СЛАЙДЫ

ПРИНЦИПЫ ESG: ЧТО ЭТО?



МАРТ 2022

E Экологические критерии (E – environmental)
влияние на окружающую среду

- оптимизация использования природных ресурсов
- сокращение выбросов парниковых газов
- управление отходами
- соблюдение экологических требований и т.п.

S Социальные критерии (S – social)
отношение к работникам, клиентам, партнёрам, обществу в целом

- охрана труда
- профессиональное развитие работников
- ответственность перед клиентами
- безопасность продукции
- борьба с бедностью и социальными неравенствами и т.п.

G Управленческие критерии (G – governance)
система корпоративного управления

- руководство компанией
- оплата труда руководителей
- аудит
- внутренний контроль
- права акционеров
- антикоррупционная деятельность

• • 3 • • • • •

Слайд
с иконкой

ЦЕННОСТИ



Каждую из ценностей, как матрёшку, можно разложить на: короткое определение. Это важно, так как в одно и то же слово (ценность). Расшифровку на основе примеров поведения, действий, отношений, принципов. Это важно, чтобы член профсоюза или будущий член профсоюза, понимал, на что он может рассчитывать, а профактивист знал, что от него ждут и как он должен поступать.



- ① ЧЕЛОВЕК ТРУДА
- ② ДОВЕРИЕ
- ③ ПАРТНЕРСТВО
- ④ РАЗВИТИЕ
- ⑤ КОМАНДА

ЧЕЛОВЕК ТРУДА

ЭТО ЛИЧНОСТЬ, КОТОРАЯ ОБЛАДАЕТ УНИКАЛЬНОСТЬЮ И ТАЛАНТАМИ, РЕАЛИЗУЮЩАЯ СВОЙ ПОТЕНЦИАЛ. ЧЕЛОВЕК ТРУДА УВЕРЕН В ТОМ, ЧТО ОН ВСЕГДА НУЖЕН, ЗАЩИЩЕН И УСЛЫШАН.

• • 3 • • • • •



Слайд
с текстом

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ППО, РЕАЛИЗУЕМОЕ НА ПРИНЦИПАХ ESG



СОДЕРЖАНИЕ

- Стратегия: что это и зачем?
- Зачем стратегия профсоюзу?
- Принципы ESG
- Видение, миссия
- Ценности
- Направления деятельности
- Цели

СТРАТЕГИЯ: ЧТО ЭТО И ЗАЧЕМ?

Зачем вообще нужна стратегия, и может ли организация успешно функционировать без неё?

Стратегия как бизнес-термин означает совокупность тактических действий и определённое направление развития организации для достижения бизнес-целей.

Стратегия определяется через (1) видение организации, (2) миссию, (3) ценности и (4) цели. Некоторые профессиональные лидеры разного уровня считают, что стратегии профсоюзов, миссии, цели и задачи - всё прописано в Уставе профсоюза и ничего изобретать не нужно.

Но в чём тогда развитие профсоюзов, если из года в год ничего не должно меняться? Получается, что можно не ставить цели на год и на более длительные сроки, и просто двигаться по инерции ...

Мы выступаем за осознанное развитие, а не за инертное движение, которое рано или поздно (по законам физики) прекращается.

МАРТ 2022

• • 3 • • • • • •

Слайд
с чек-листом

ПОВЕДЕНИЕ: В СООТВЕТСТВИИ С ЦЕННОСТЬЮ



ЧЕК-ЛИСТ

ДАМО	НЕ ДАМО
<input type="checkbox"/> Знаю членов профсоюза своего структурного подразделения и обращаюсь к ним по именам	<input type="checkbox"/> Не говорю, пока не выяснил(а) всю информацию
<input type="checkbox"/> Я интересуюсь делами, настроением работников	<input type="checkbox"/> Не доказываю, не призываю
<input type="checkbox"/> Я всегда приветлив(а) и доброжелателен(льна)	<input type="checkbox"/> Не считаю свою позицию единственной правильной
<input type="checkbox"/> Больше слушаю и задаю вопросы, чем говорю и убеждаю	<input type="checkbox"/> Не вступаю в конфликт
<input type="checkbox"/> Знаю интересы работников, чтобы предлагать актуальные для них проекты профсоюза	<input type="checkbox"/> Не говорю на повышенных тонах
<input type="checkbox"/> После общения со мной собеседник уходит спокойный/обнадеженный/довольный/благодарный/ информированный	<input type="checkbox"/> Не позволяю незадачливое поведение
	<input type="checkbox"/> Не отзываюсь недостойно, не оскорбляю
	<input type="checkbox"/> Не демонстрирую безразличие

МАРТ 2022

• • 3 • • • • • •

ПРЕЗЕНТАЦИЯ. СЛАЙДЫ

Слайд
с пунктами
или таблицей

СТРАТЕГИЯ ПЕРВИЧНОЙ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ АО «ПНТЗ» ГИПР



ЗАЧЕМ СТРАТЕГИЯ ПРОФСОЮЗУ?

- Стратегия – это не уставные цели и задачи, она их не подменяет. Стратегия расставляет приоритеты в развитии и функционировании профсоюзной организации, что делает её (организацию) гибкой и даёт возможности быстрого реагирования на изменения внешней и внутренней среды.
- Стратегия позволяет сформировать понимание профактивом общего вектора движения организаций.
- Стратегия помогает отвечать на вопросы профактивиста: а правильно ли я поступаю? А тем ли я занимаюсь? Соответствует ли мое поведение и мои действия стратегии профсоюза?
- Стратегия определяет направления деятельности, которые нужно развивать и те, от которых нужно отказываться.
- Стратегия является основой для создания необходимых процедур в организации и внедрения бизнес-процессов, что влияет на повышение эффективности.

• • 3 • • • • •

Заключительный
слайд

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!



КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Материал

пленка для
интерьерной
печати
80-200 г/м²

Способ печати
интерьерная,
1440 dpi



ЧЕЛОВЕК ТРУДА

ДОВЕРИЕ

ПАРТНЕРСТВО

РАЗВИТИЕ

КОМАНДА

05.05

ФИРМЕННЫЕ СТИКЕРЫ

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Фигурные формы
стикеров
Высота - 25 мм



Материал
пленка для
интерьерной
печати
80-200 г/м²

Способ печати
интерьерная,
1440 dpi

Квадратные формы
(со скруглением)
Размер - 50x50

— размеры в миллиметрах (мм).
— размеры в пунктах (pt).



05.05

ФИРМЕННЫЕ СТИКЕРЫ

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

Круглая форма

Высота - 25/50 мм

Материал

пленка для
интерьерной
печати

80-200 г/м²

Способ печати

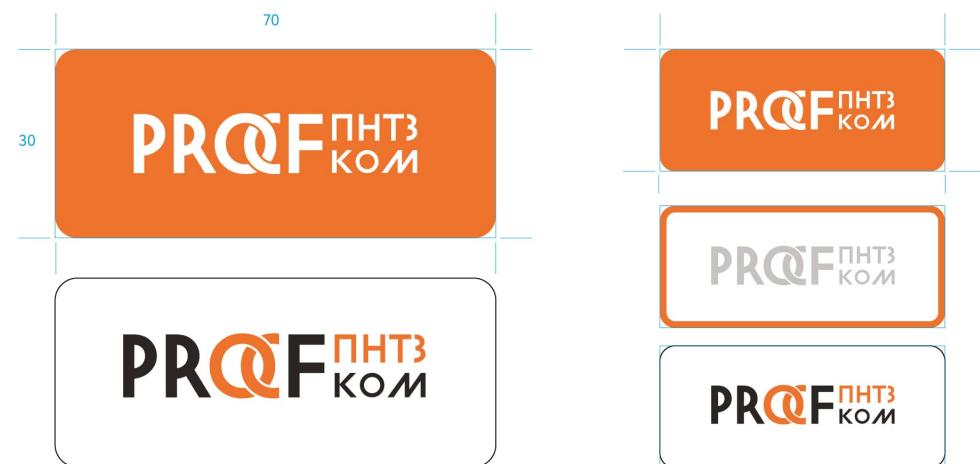
интерьерная,
1440 dpi



Прямоугольная
форма
(со круглением)

Высота - 70x30 мм

размеры в миллиметрах (mm).
размеры в пунктах (pt).



05.06

КОММУНИКАЦИЯ.
МАТЕРИАЛЫ

ПРИМЕРЫ НАНЕСЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СИМВОЛИКИ НА ПОВЕРХНОСТИ И СУВЕНИРЫ



