

- 1.1 ИСТОРИЯ БРЕНДА
- 1.2 БРЕНД СЕГОДНЯ
- 1.3 ВИДЕНИЕ БРЕНДА
- 1.4 НАША МИССИЯ, ЦЕЛИ
- 1.5 НАШИ ЦЕННОСТИ

1.0 О БРЕНДЕ

1.1 История бренда

Наш путь начался с идеи и амбиций — в лаборатории машинного обучения на факультете информационных технологий Университета ИТМО. Именно здесь, среди победителей мировой олимпиады по программированию ACM/ICPC, зародилась команда, для которой наука, технологии и инженерная точность — не просто профессия, а стиль мышления.

С тех пор мы выросли в технологического партнёра национального масштаба. Совместно с лидерами отрасли — Газпром нефть, Яндекс, Сбербанк, Mail.ru Group, Insilico Medicine, Ростелеком, Норильский никель, ВКонтакте и другими — мы реализовали более 400 проектов, меняющих подход к данным, бизнесу и будущему.



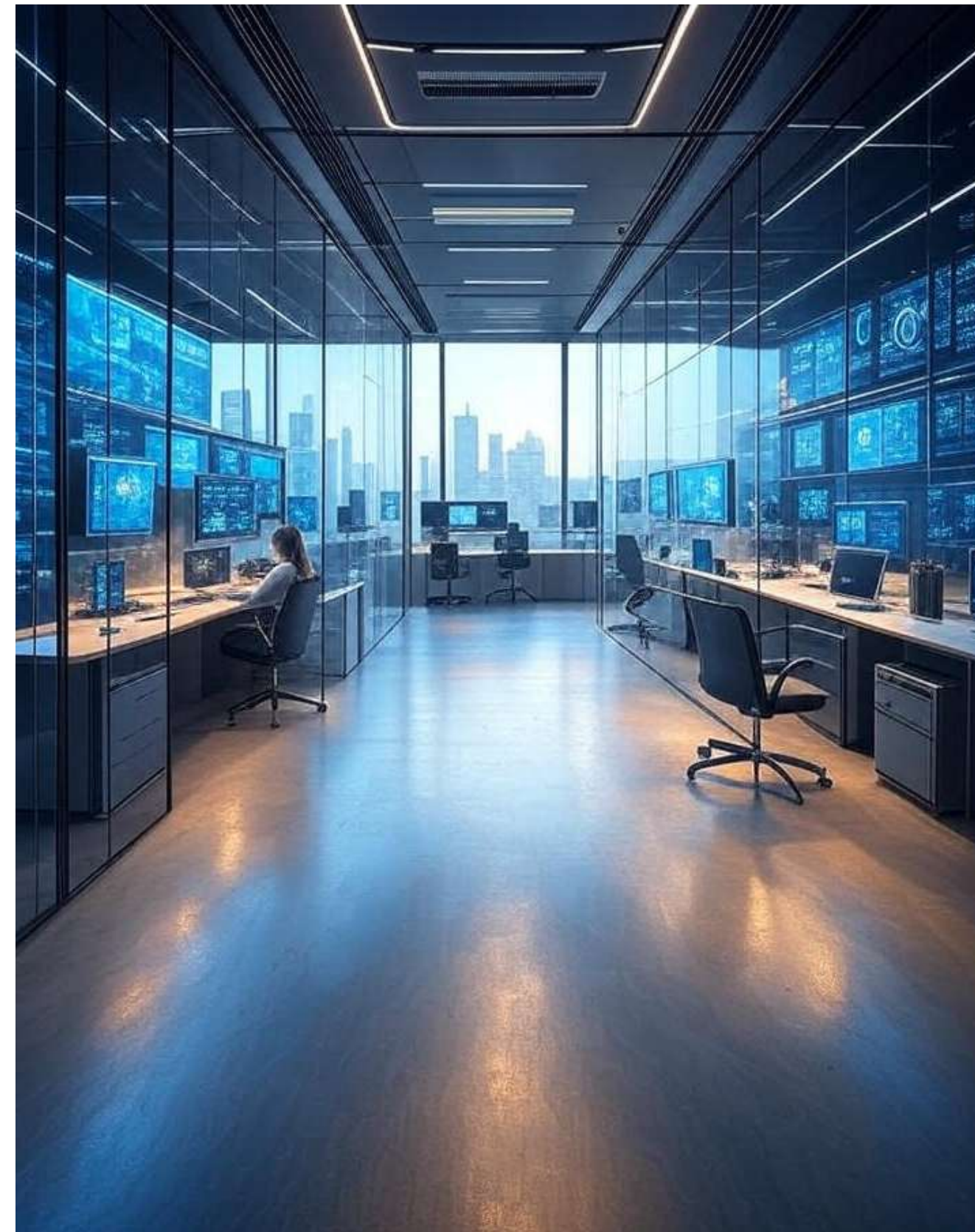
1.2 Бренд сегодня

Сегодня Statanly Technologies — это сообщество молодых и амбициозных умов: инженеров, программистов, исследователей, экспертов в машинном обучении, аналитике данных и архитектуре высоконагруженных систем. Нас объединяет не просто интерес к технологиям — мы строим будущее, опираясь на научную точность, скорость реализации и глубокую экспертизу.

В нашей команде — шесть кандидатов наук, три лауреата Yandex ML Prize и десятки талантливых специалистов, которые не боятся идти на шаг впереди. Мы гордимся тем, что стоим у передовой границы науки и технологий — и стремимся не только соответствовать, но и задавать темп всей отрасли.

Благодаря тесному сотрудничеству с Международной лабораторией компьютерных технологий Университета ИТМО, мы непрерывно усиливаем команду новыми талантами — и тем самым сохраняем ту интеллектуальную планку, которая выделяет нас среди других.

Мы — это точка притяжения для тех, кто хочет менять мир через данные и интеллект.



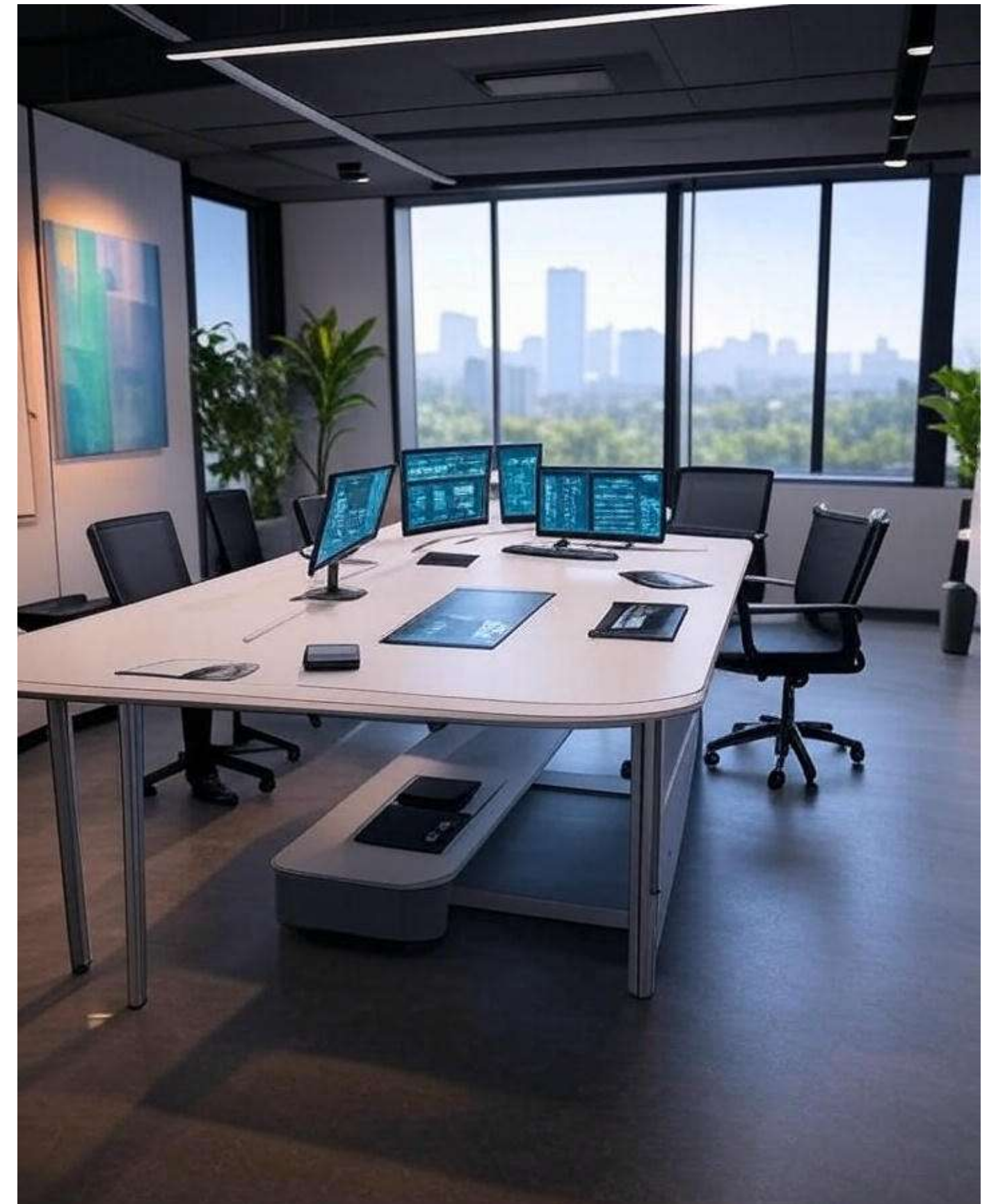
1.3 Видение бренда

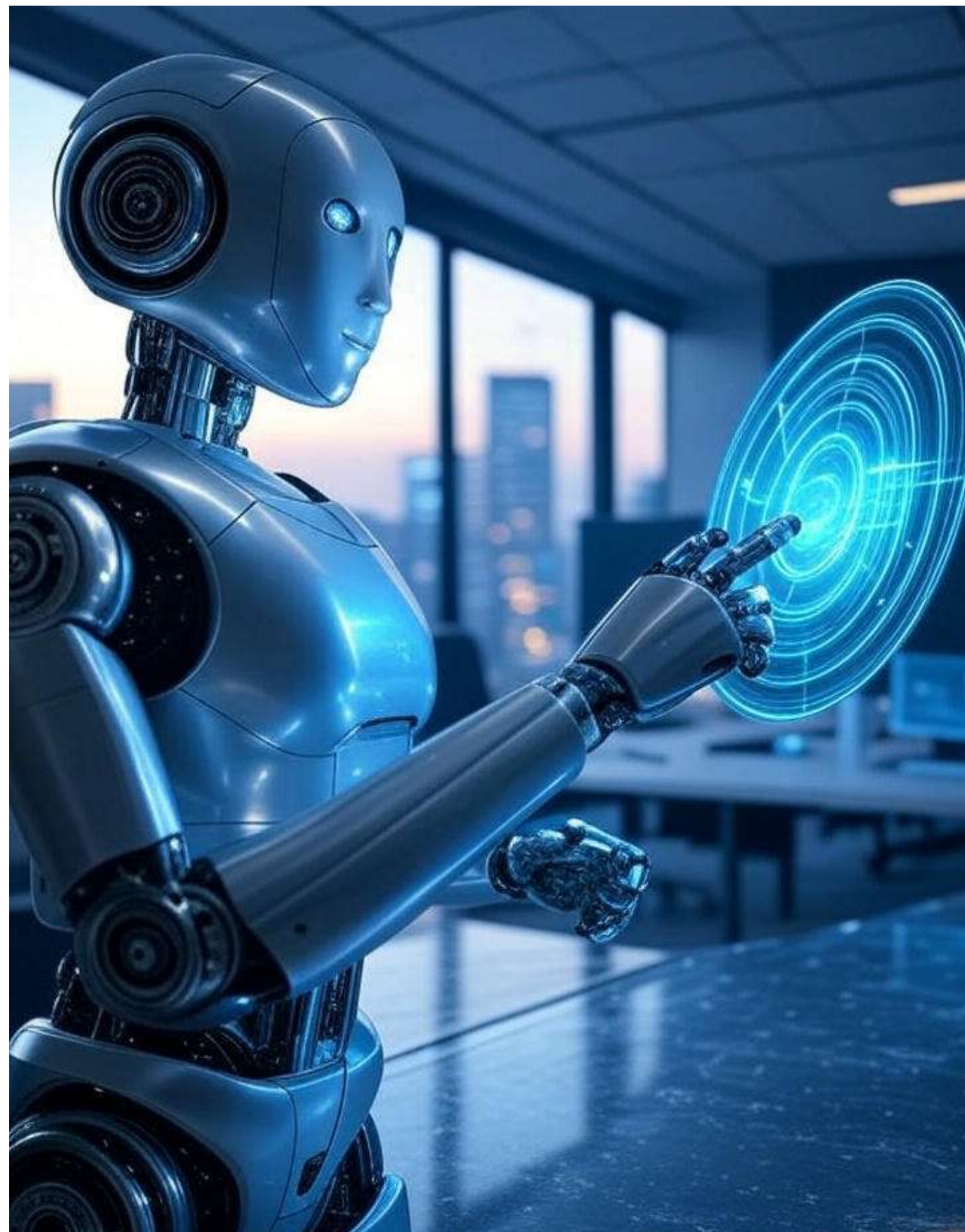
Мы верим в мир, где интеллектуальные технологии доступны каждому бизнесу — вне зависимости от его масштаба и отрасли. Statanly Technologies стремится стать двигателем цифровой трансформации, делая машинное обучение и анализ данных не привилегией крупных корпораций, а повседневным инструментом для роста, эффективности и осознанных решений.

Наша цель — быть флагманом в области искусственного интеллекта и научных разработок, объединяя глубокие знания, практическую экспертизу и инженерную культуру. Мы видим будущее, в котором данные не просто хранятся — они говорят, направляют и создают ценность.

Мы строим экосистему, в которой наука, бизнес и технологии работают синхронно. Где инновации рождаются не в лабораториях ради экспериментов, а на стыке задач реального мира и передовой мысли.

Мы создаём технологии, которые меняют правила. Мы — интеллект будущего.





Наша МИССИЯ

Создавать интеллектуальные решения на основе машинного обучения, которые автоматизируют рутинные процессы, делают технологии анализа данных доступными для компаний любого масштаба и способствуют цифровой трансформации всех сфер человеческой деятельности.

1.4

Наши ЦЕЛИ

- 1.Разработать удобные и универсальные инструменты для анализа и визуализации данных.
- 2.Снизить барьеры входа для малого и среднего бизнеса в сферу искусственного интеллекта.
- 3.Повысить эффективность бизнес-процессов за счёт внедрения алгоритмов машинного обучения.
- 4.Способствовать развитию науки и технологий путём активного участия в исследовательских проектах и публикациях.
- 5.Расширять сферы применения Big Data и ИИ — от медицины до государственного управления.

1.5 Наши ценности



- **Доступность технологий**

Мы стремимся сделать машинное обучение понятным и доступным даже для тех компаний, у которых нет собственного IT-отдела.

- **Инновации и научная основа**

Все решения базируются на современных научных подходах и поддерживаются ведущими специалистами в области анализа данных и ИИ.

- **Прозрачность и доверие**

Мы соблюдаем стандарты защиты информации и делаем акцент на этическое использование данных.

- **Командная работа и экспертиза**

В компании работают специалисты из топовых вузов, включая ИТМО и СПбГУ, объединённые желанием внедрять прорывные идеи.

- **Ориентированность на результат**

Мы не просто предоставляем инструменты — мы решаем реальные задачи клиентов, повышая их конкурентоспособность.

2.1 БИЗНЕС-КЛИЕНТЫ
2.2 ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И
МУНИЦИПАЛЬНЫЕ
ОРГАНИЗАЦИИ
2.3 СЕКТОРЫ,
СВЯЗАННЫЕ С
БЕЗОПАСНОСТЬЮ

2.0 ЦА



2.1 Бизнес- клиенты



Компании и организации, которые могут использовать технологии компьютерного зрения и ИИ для оптимизации своих бизнес-процессов.

2.1

Бизнес-клиенты



Statanly Technologies в основном занимается компьютерным зрением и внедрением искусственного интеллекта (ИИ) в бизнес, поэтому целевая аудитория более специализированная и сфокусированная на отраслях, которые могут извлечь пользу от технологий ИИ и компьютерного зрения для улучшения процессов и создания инновационных решений.



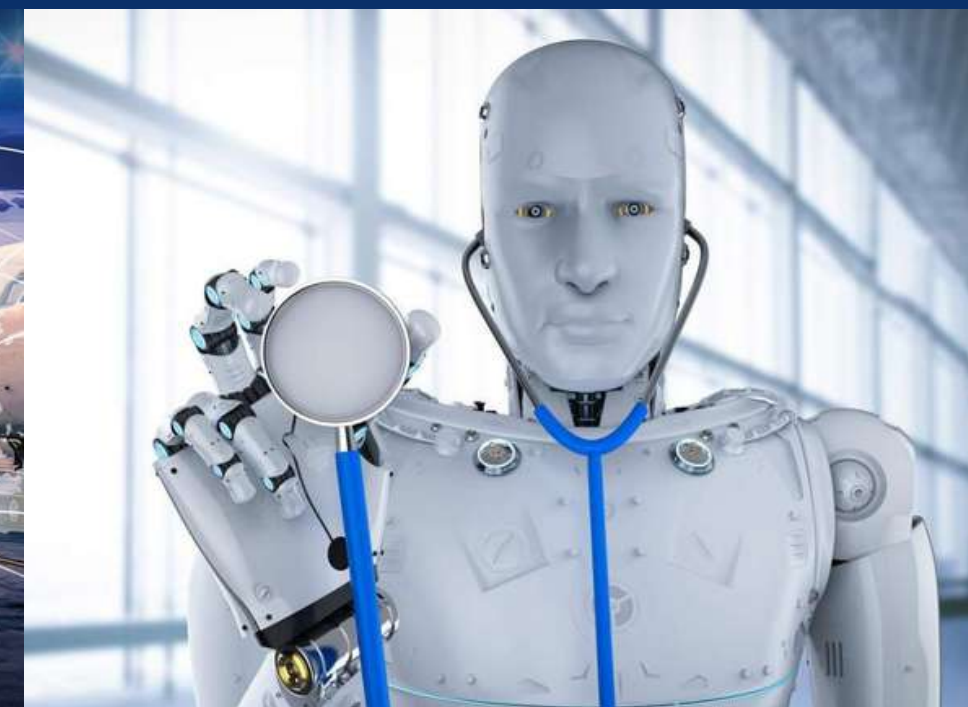
**РОЗНИЧНАЯ
ТОРГОВЛЯ**



**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ**



**ЛОГИСТИКА И
ТРАНСПОРТ**



ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

2.1 Бизнес клиенты

ПОТРЕБНОСТИ

- Внедрение передовых технологий ИИ и компьютерного зрения для повышения точности, скорости и эффективности процессов.
- Решения для автоматизации процессов контроля качества и безопасности.
- Улучшение аналитики данных с использованием ИИ для принятия более обоснованных бизнес-решений.



**СЕЛЬСКОЕ
ХОЗЯЙСТВО**

**ФИНАНСОВЫЕ
УСЛУГИ**

НOREСА

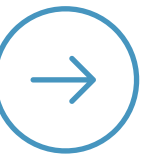
**ПИЩЕВАЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ**

2.2 Государственные и муниципальные организации

Органы власти и муниципалитеты, использующие технологии компьютерного зрения и ИИ для улучшения городской инфраструктуры, транспортной системы и обеспечения безопасности.

Потребности:

- Разработка умных городских решений, таких как системы видеонаблюдения и аналитики для повышения безопасности и эффективности работы городского транспорта.
- Применение ИИ для улучшения мониторинга и управления городской инфраструктурой.





2.3 Секторы безопасности

- Компании и организации, работающие в сфере безопасности, включая системы видеонаблюдения, контроля доступа, а также защита от мошенничества.
- **Потребности:**
 - Внедрение технологий компьютерного зрения для автоматического распознавания лиц, объектов и ситуаций.
 - Улучшение систем видеонаблюдения с помощью ИИ для анализа ситуаций в реальном времени.

TOV

"Мы не просто внедряем машинное обучение — мы строим экосистему, в которой бизнес получает реальную ценность от данных. Наши алгоритмы помогают компаниям расти быстрее, ошибаться меньше и принимать решения на основе фактов. Без догадок. Без барьеров."



Тональность	Дружелюбно-профессиональный
Степень формальности	Умеренно формальный (на «вы», но легко и понятно)
Лексика	Научно-технологичная, но доступная. Минимум жаргона, максимум смысла.
Ценности в тоне	Честность, интеллект, амбиции, научная строгость
Цель TOV	Установить доверие, показать экспертизу, вдохновить на сотрудничество

3.0

АИДЕНТИКА

3.1 ЛОГОТИП

3.2 ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

3.3 ШРИФТЫ

3.4 ИКОНКИ

3.5 КОРПОРАТИВНЫЕ

МАТЕРИАЛЫ

3.6 СУВЕНИРНАЯ

ПРОДУКЦИЯ

3.1 Логотип

- **Основной логотип:** Логотип с иконкой и надписью «STATANLY technologies» в две строки.
- **Иконка (символ) отдельно:** Используется в качестве favicon, иконки приложений или в ограниченных пространствах, где нет возможности использовать полный логотип.



STATANLY
technologies



3.1 Логотип

Разрешено использовать только
следующие вариации цветов логотипа:

#000000

#0A3069

#FFFFFF

ОХРАННОЕ ПОЛЕ



- Минимальное пространство вокруг логотипа должно быть равно высоте буквы "S" из слова "STATANLY".
- Нельзя размещать другие элементы (текст, графику) ближе, чем на это расстояние.
- В упрощенной версии логотипа - охранное поле 20% от ширины логотипа

3.1 Логотип



МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ:

- **Основной логотип:** не менее 120px по ширине для цифровых носителей.
- **Иконка:** не менее 32x32px

ДОПУСТИМЫЕ РАЗМЕЩЕНИЯ:

- В шапке сайта
- На визитках
- В социальных сетях и мессенджерах
- В подписях к email
- На корпоративных слайдах, документах, мерче и упаковке

ЗАПРЕЩЕННЫЕ МОДИФИКАЦИИ:

- ✗ Не изменяйте цвет логотипа вне установленной палитры
- ✗ Не искажайте пропорции логотипа
- ✗ Не добавляйте тени, градиенты или другие эффекты
- ✗ Не размещайте логотип на фонах, которые мешают восприятию
- ✗ Не изменяйте порядок и стиль написания текста

3.2 ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

ТИПОГРАФИКА БРЕНДА НАПРАВЛЕНА НА ПОДДЕРЖАНИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ЧИСТОТЫ, СОВРЕМЕННОСТИ И ЧИТАЕМОСТИ ВО ВСЕХ ЦИФРОВЫХ И ПЕЧАТНЫХ МАТЕРИАЛАХ. ОСНОВНОЙ АКЦЕНТ — НА УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ И СОВМЕСТИМОСТЬ С ПОПУЛЯРНЫМИ ОФИСНЫМИ ПРОГРАММАМИ, ВКЛЮЧАЯ POWERPOINT.

01

Темно-синий
(основной фон и акценты)

- RGB: 10, 48, 105
- HEX: #0A3069
- CMYK: 90% C, 54% M, 0% Y, 59% K
- Pantone: 295 C

02

Светло-серый
(фоновые элементы)

- RGB: 240, 240, 240
- HEX: #F0F0F0
- CMYK: 0% C, 0% M, 0% Y, 6% K
- Pantone: Cool Gray 1 C

03

Ярко-синий
(кнопки и ссылки)

- RGB: 0, 123, 255
- HEX: #007BFF
- CMYK: 100% C, 52% M, 0% Y, 0% K
- Pantone: 285 C

04

Оранжевый
(предупреждения и акценты)

- RGB: 255, 193, 7
- HEX: #FFC107
- CMYK: 0% C, 24% M, 97% Y, 0% K
- Pantone: 123 C

3.3 Шрифты

ОСНОВНОЙ ШРИФТ: MONTSERRAT

Роль: основной шрифт для текста, интерфейсов и подзаголовков

Начертания: Regular, Medium, SemiBold

Доступность: Google Fonts (бесплатно), поддерживается PowerPoint

Применение: основной текст, списки, подписи

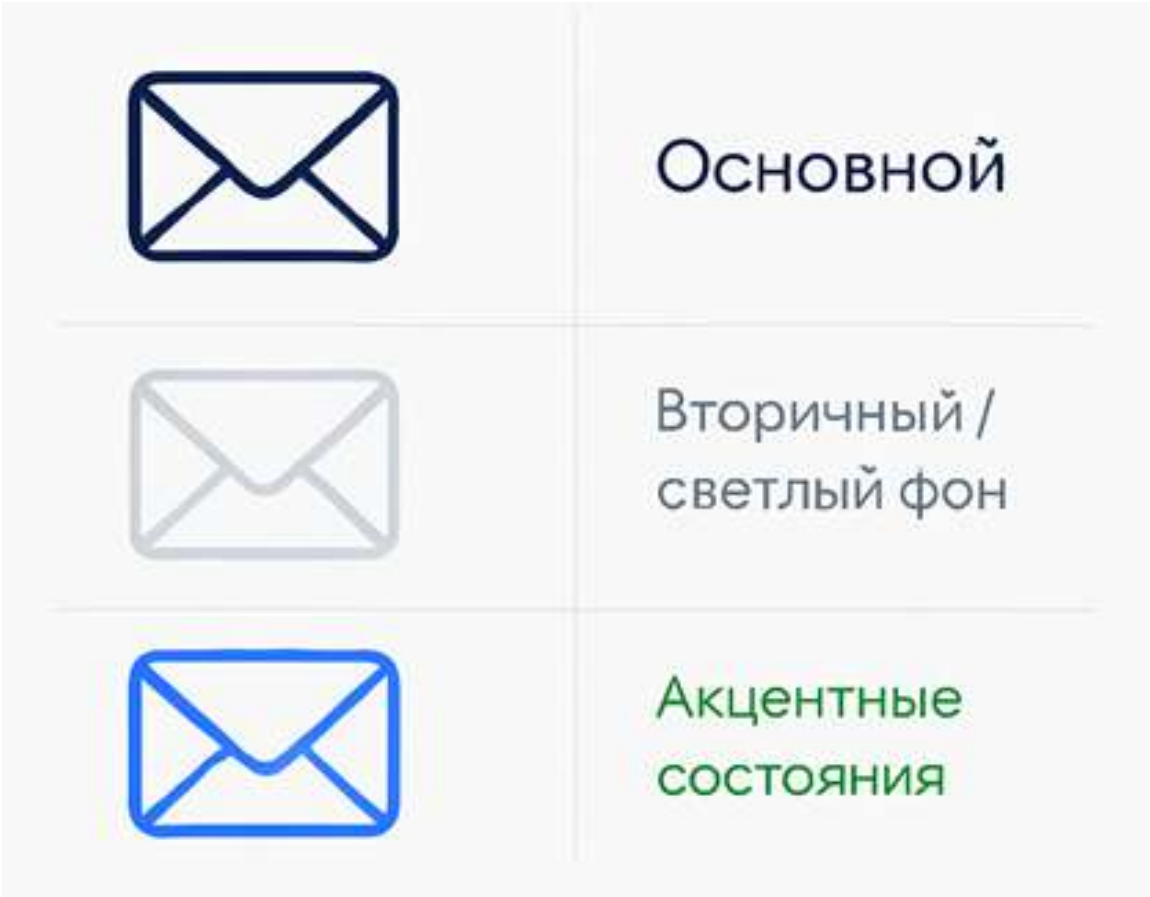
АКЦЕНТНЫЙ ШРИФТ: CALIBRI

Роль: дополнительный шрифт для основного текста, подписей, аннотаций и второстепенной информации

Начертания: Regular, Italic, Bold, Bold Italic

Доступность: встроен в Microsoft Office, доступен по умолчанию в PowerPoint, не требует загрузки

Применение: Идеально дополняет выразительный основной шрифт



Преимущества:

- + Унифицированный стиль для всех иконок
- + Простота встраивания в любые документы, презентации и веб-интерфейсы
- + Возможность кастомизации цвета и веса

**все иконки, используемые в брендовых и цифровых материалах, должны быть взяты исключительно из указанной библиотеки для поддержания визуальной целостности бренда.*

3.4 Иконки

Для всех коммуникационных и цифровых материалов бренда используются иконки из библиотеки **Google Material Symbols**.

Ссылка на библиотеку иконок:
fonts.google.com/icons

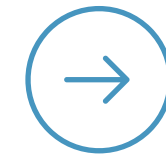
Рекомендации по использованию:

- Источник: [Google Material Icons](https://fonts.google.com/icons) *
- Формат: SVG / PNG
- Размер: 24×24 px (по умолчанию), масштабируется при сохранении пропорций
- Цвет:

Основной: #222D41

- Вторичный / светлый фон: #E3E3E3
- Акцентные состояния (hover, active): #007BFF или #28A745

3.5 Корпоративные материалы



⚡ Использование единых шаблонов помогает сохранить целостность бренда, повысить узнаваемость и упростить рабочие процессы.

Все шаблоны доступны по ссылке:

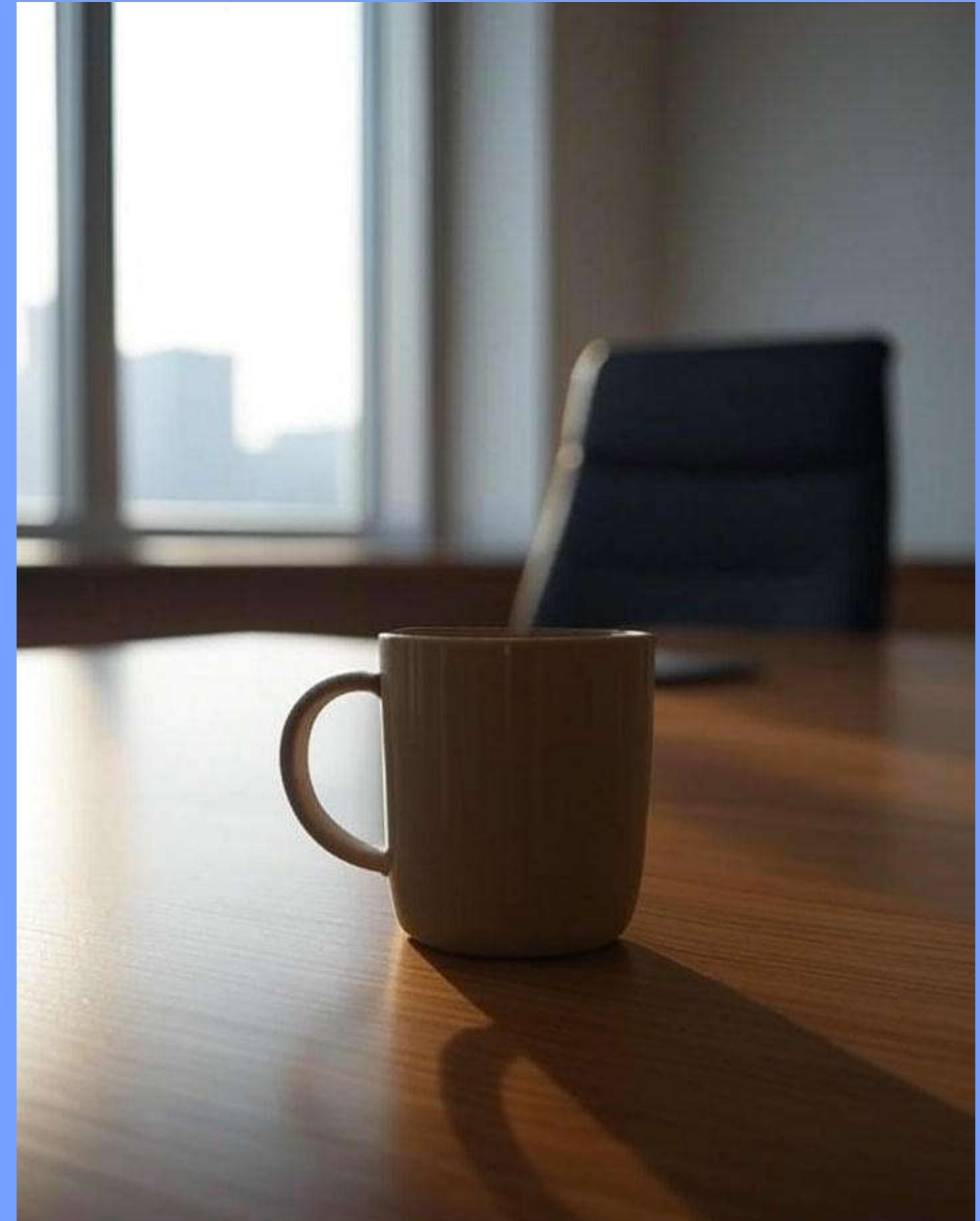
[БРЕНД ЭЛЕМЕНТЫ](#)



3.6

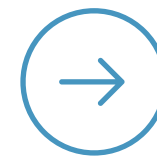
Сувенирная продукция

Сувенирная продукция Statanly Technologies находится на стадии разработки. Мы подготовили макеты, отражающие фирменный стиль бренда, и планируем выпуск качественных и узнаваемых сувениров, подчеркивающих нашу идентичность.



3.6

Сувенирная продукция



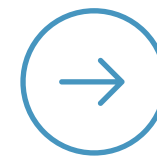
Power Bank

- Материал: Пластик, алюминий или силикон. Разные материалы требуют различных подходов к нанесению.
- Размер и форма: Обычные Power Bank-ы имеют ограниченную поверхность для печати. Нужно учитывать форму устройства (плоское или с выпуклыми частями).
- Метод нанесения: УФ-печать, лазерная гравировка или тампопечать. Логотип может быть нанесен только на плоские или большие поверхности.
- Термостойкость: Важно учитывать температурные ограничения, так как зарядные устройства могут перегреваться.



3.6

Сувенирная продукция



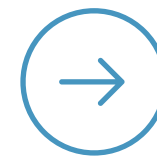
Эргономичные подставки для телефона

- Материал: Обычно пластиковые или силиконовые подставки. Метод нанесения зависит от материала.
- Размер и форма: Мелкие и сложные поверхности требуют точности при нанесении.
- Метод нанесения: УФ-печать, лазерная гравировка для пластиковых поверхностей, возможно использование стикеров для силиконовых моделей.
- Износостойкость: Подставки могут быть подвержены механическому воздействию, поэтому печать должна быть стойкой.



3.6

Сувенирная продукция



Ручки

- Материал: Пластик, металл, резина.
- Размер и форма: Обычно логотип наносится на корпус ручки, но пространство для печати ограничено. Формат и шрифт логотипа должны быть подходящими для маленькой площади.
- Метод нанесения: Тампопечать, лазерная гравировка (для металлических частей), УФ-печать.
- Механическое воздействие: Нужно учитывать, что ручка будет часто использоваться, и метод нанесения должен быть стойким к истиранию.



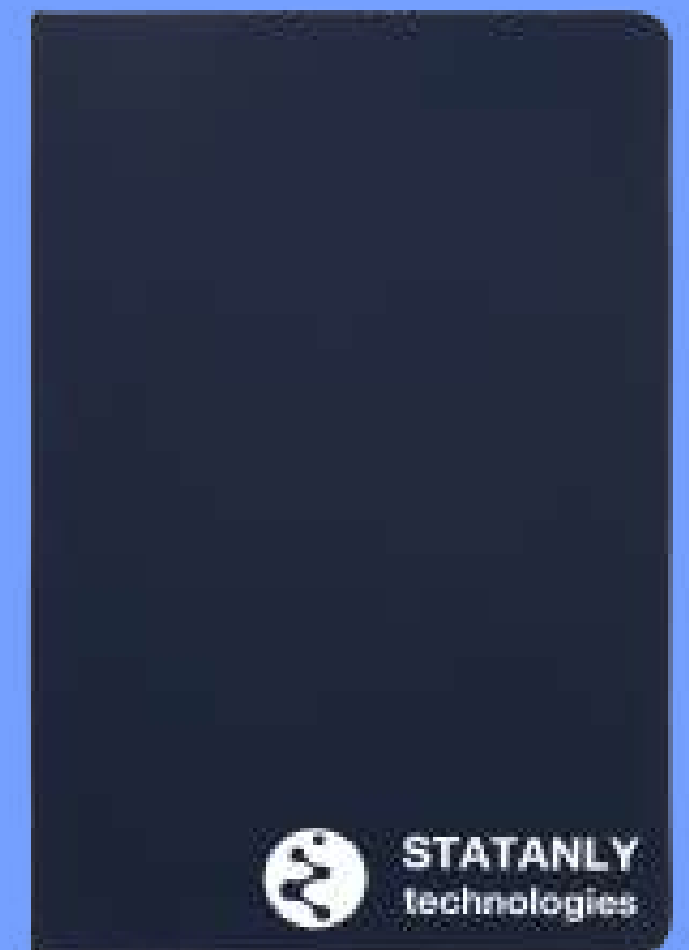
3.6

Сувенирная продукция

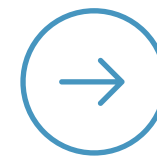


Записные книжки

- Материал: Картон, искусственная или натуральная кожа, ткань.
- Размер и форма: Логотип обычно наносится на обложку, которая может иметь разную текстуру.
- Метод нанесения: Тиснение, УФ-печать, термопечать, вышивка (для тканевых обложек).
- Износостойкость: Обложки могут подвергаться физическому износу, поэтому метод должен быть долговечным.



3.6 Сувенирная продукция



Кружки

- Материал: Керамика, стекло, металл, пластик.
- Размер и форма: Площадь для печати ограничена размером поверхности кружки, особенно если кружка имеет нестандартную форму.
- Метод нанесения: Сублимационная печать, УФ-печать, тампопечать, лазерная гравировка (для металлических кружек).
- Термостойкость: Для кружек важно, чтобы печать выдерживала воздействие горячих жидкостей и мытья.



3.6

Сувенирная продукция



Фирменные пакеты

- Материал: Бумага, пластик, ткань.
- Размер и форма: Для пакетов важно выбрать подходящий размер логотипа, чтобы он был хорошо виден. Формат пакета (плоский или объемный) также влияет на способы нанесения.
- Метод нанесения: Шелкография, УФ-печать, термопечать, флексопечать.
- Износостойкость: Так как пакеты могут подвергаться механическому воздействию, печать должна быть стойкой к внешним факторам (влага, износ).



3.6 Сувенирная продукция



Флешки

- Материал корпуса: Пластик, металл или алюминий — каждый материал имеет свои особенности, и выбор метода печати зависит от него.

- Метод печати: тампопечать: используется для печати на пластиковых и металлических корпусах флешек, позволяет наносить мелкие элементы.

Лазерная гравировка: подходит для металлических корпусов флешек, создавая долговечный и стойкий рисунок. UV-печать: для печати на пластиковых и стеклянных поверхностях, позволяет наносить полноцветные изображения.

- Размер и расположение логотипа: Обычно логотип размещается на верхней части флешки, площадь для печати ограничена размером устройства. Обычно размер логотипа составляет не более 2–3 см.

Логотип должен быть видимым, но не слишком большим, чтобы не нарушать общий стиль устройства.



Для чего используется брендбук?

Брендбук — это стратегический документ, в котором собраны основные принципы визуальной и вербальной идентичности Statanly Technologies. Он представляет собой руководство по использованию фирменного стиля во всех каналах коммуникации — от маркетинговых материалов и сайта до мерча и внутренней документации.

Главная цель брендбука — сохранить целостность и узнаваемость бренда, обеспечить визуальное и смысловое единство при любом взаимодействии с аудиторией. Он помогает команде, партнёрам и подрядчикам говорить на одном визуальном языке, повышая эффективность коммуникации и доверие к бренду. Брендбук описывает ключевые элементы фирменного стиля: логотип и правила его использования, корпоративные цвета и шрифты, визуальные акценты, графику, а также рекомендации по созданию рекламных и цифровых материалов. Он также задаёт тон коммуникации, формируя единый голос бренда.

Правила использования

- **Соблюдение стандарта**

Все визуальные и текстовые элементы должны использоваться строго в соответствии с рекомендациями, приведёнными в брендбуке. Это касается размеров, пропорций, отступов, сочетания цветов и шрифтов, а также позиции логотипа и графических элементов.

- **Единый стиль во всех материалах**

Независимо от носителя (презентации, сайт, упаковка, соцсети и т.д.), фирменный стиль должен сохранять своё визуальное единство. Это помогает аудитории легко распознавать бренд в любом контексте.

- **Никаких вольных интерпретаций**

Изменение или вольное трактование элементов фирменного стиля (например, замена цвета, «украшение» логотипа, использование других шрифтов) недопустимы. Если необходима адаптация под особые условия, следует проконсультироваться с бренд-менеджером.

- **Актуальность версий**

В работе всегда следует использовать актуальную версию брендбука. В случае обновлений необходимо немедленно заменить устаревшие файлы на новые.

- **Обратная связь и контроль качества**

При возникновении вопросов или спорных ситуаций ответственность за финальное утверждение носит маркетинговая ответственное лицо по бренду. Лучше уточнить, чем нарушить целостность бренда.