



Российский институт
современного арбитража

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

1. О фирменном стиле	3
2. Об организации	5
2. Фирменный блок, правила и построение	7
5. Цветовая палитра	22
7. Фирменные шрифты и типографика	27
8. Иконки	31
8. Фотостиль	33
9. Элементы корпоративной идентификации	36
10. Контакты и исходники логотипа	40



О ФИРМЕННОМ СТИЛЕ

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Фирменный стиль — самый важный коммуникационный и маркетинговый инструмент компании. Это средство формирования имиджа организации и ее корпоративной идентичности, которая подразумевает под собой единство элементов стиля.

Фирменный стиль сегодня — это основа всей коммуникационной политики фирмы:

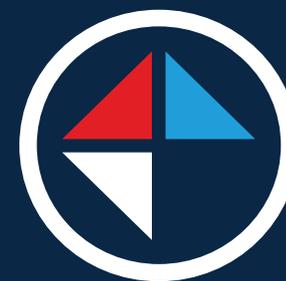
- обеспечивает визуальное и смысловое единство товаров, услуг и всей исходящей информации.
- повышает конкурентные преимущества и помогает эффективно донести корпоративные ценности организации.
- выстраивает корпоративную идентичность, что важно при взаимоотношениях со всеми контактными аудиториями: клиентами, подрядными организациями, средствами массовой информации, широкой общественностью.



Фирменный стиль относится к нематериальным активам любой организации, и нарушение нормативов его использования может негативно повлиять на имидж компании и привести к финансовым потерям.

ВАЖНО:

Все графические элементы фирменного блока должны быть использованы в едином стиле, в соответствии с прилагаемыми ниже описаниями его использования.



ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

О РОССИЙСКОМ ИНСТИТУТЕ СОВРЕМЕННОГО АРБИТРАЖА

Деятельность Российского института современного арбитража направлена на развитие и популяризацию арбитража в России, а также на повышение привлекательности российской юрисдикции как места ведения бизнеса и места разрешения гражданско-правовых споров.

Российский институт современного арбитража регулярно проводит конференции и образовательные мероприятия, посвященные проблемам развития арбитража.

При Российском институте современного арбитража создан Российский арбитражный центр, администрирующий арбитраж гражданско-правовых споров.

Наша цель – развитие и популяризация независимого профессионального арбитража в России.

Наша миссия – быть свободной и открытой площадкой, которая объединит российских и иностранных специалистов в сфере арбитража, представителей бизнеса и юридической науки, заинтересованных в развитии альтернативных способов разрешения споров в России и готовых создать в России собственную высококлассную школу арбитража, не уступающую лучшим мировым аналогам.

Наши принципы и ценности:

- Открытость для дискуссии;
- Интерес к различным точкам зрения;
- Вовлечение и объединение всех интересующихся;
- Уважение достоинства каждой личности;
- Баланс между наукой и практикой;
- Забота об экологии и партнерство с Campaign for Greener Arbitrations.



ФИРМЕННЫЙ БЛОК,
ПРАВИЛА И ПОСТРОЕНИЕ

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Символ – элемент идентификации организации.

Цветовое решение фирменного знака выполняется с помощью базовой цветовой гаммы, подробно описанной в главе «Фирменная цветовая гамма».

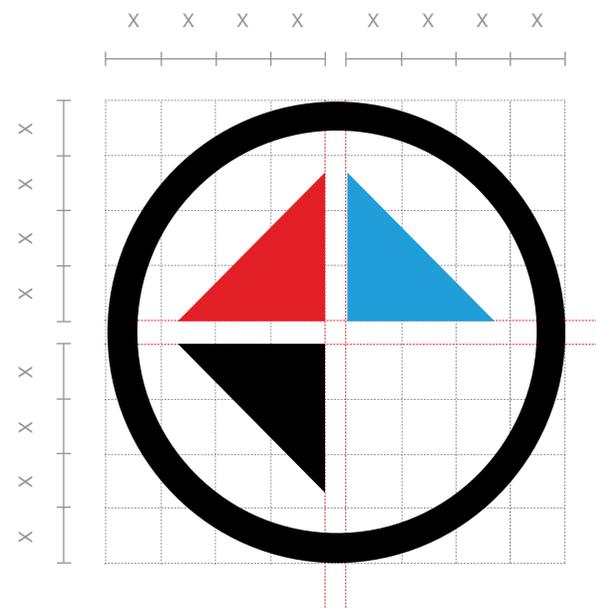
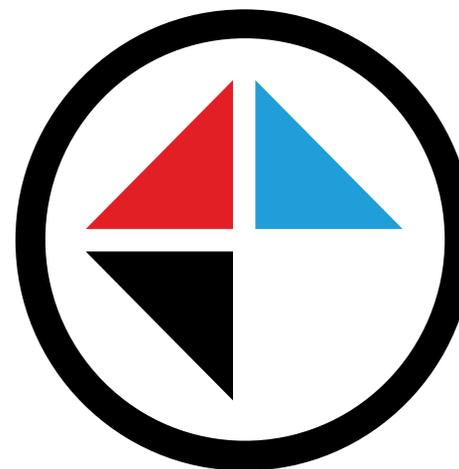
Составные части графического фирменного знака должны воспроизводиться сплошными однородными цветами / материалами без цветовых переходов, дополнительных граней или специальных эффектов.

Увеличение и уменьшение фирменного знака может осуществляться только при неизменном сохранении пропорций ширины и высоты всех геометрических элементов.

Фирменный знак может воспроизводиться самостоятельно, без фирменного начертания названия организации, только в рамках самой организации.

Использование фирменного знака клиентами, подрядными организациями и иными контактными аудиториями оговаривается и согласовывается отдельно.

Для воспроизведения фирменного знака используйте только оригинальную векторную версию.
Недопустимы какие-либо изменения цвета и пропорций.



ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Фирменный блок является одним из стратегических элементов фирменного стиля бренда, он представляет собой единое и неделимое сочетание отдельных базовых элементов системы идентификации бренда, традиционно используемых в едином композиционном решении и усиливающих эффективность брендинга. Традиционно в качестве фирменного блока используются такие сочетания, как фирменное начертание названия бренда и графический элемент / эмблема бренда.

Русская версия

Композиционно фирменный блок РИСА представлен в двух вариантах: горизонтальном и вертикальном.

Состоит из трех элементов: графического и текстового знаков, разделителя.

У фирменного блока РИСА 4 версии:

- 2 вертикальные
- 2 горизонтальные

Черная версия является основной.

В случае невозможности использования версии с черным цветом, использовать белую версию фирменного блока.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Английская версия

Композиционно фирменный блок РИСА представлен в двух вариантах: горизонтальном и вертикальном.

Состоит из трех элементов: графического и текстового знаков, разделителя.

У фирменного блока РИСА 4 версии:

- 2 вертикальные
- 2 горизонтальные

Черная версия является основной.

В случае невозможности использования версии с черным цветом, использовать белую версию фирменного блока.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



Russian Institute
of Modern Arbitration



Russian Institute
of Modern Arbitration



Russian Institute
of Modern Arbitration



Russian Institute
of Modern Arbitration

МОНОХРОМНЫЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Русская версия

В случаях, когда использование цвета невозможно, допустимо использовать однотонную версию фирменного блока.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**

МОНОХРОМНЫЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Английская версия

В случаях, когда использование цвета невозможно, допустимо использовать однотонную версию фирменного блока.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



Russian Institute
of Modern Arbitration



Russian Institute
of Modern Arbitration



Russian Institute
of Modern Arbitration



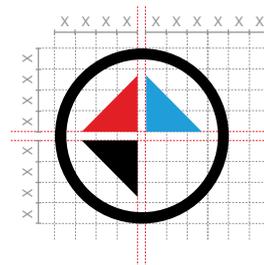
Russian Institute
of Modern Arbitration

ПОСТРОЕНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА

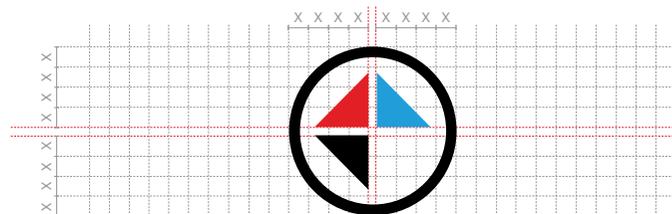
Русская версия

На данной странице изображена модульная сетка, которая иллюстрирует пропорции элементов фирменного блока.

Не перерисовывайте самостоятельно фирменный блок. Используйте только оригинальную векторную версию. Ссылку на исходники можно найти на последней странице данного руководства.



**Российский институт
современного арбитража**



**Российский институт
современного арбитража**

ПОСТРОЕНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Английская версия

На данной странице изображена модульная сетка, которая иллюстрирует пропорции элементов фирменного блока.

Не перерисовывайте самостоятельно фирменный блок. Используйте только оригинальную векторную версию. Ссылку на исходники можно найти на последней странице данного руководства.



СВОБОДНОЕ ПОЛЕ ВОКРУГ ФИРМЕННОГО БЛОКА

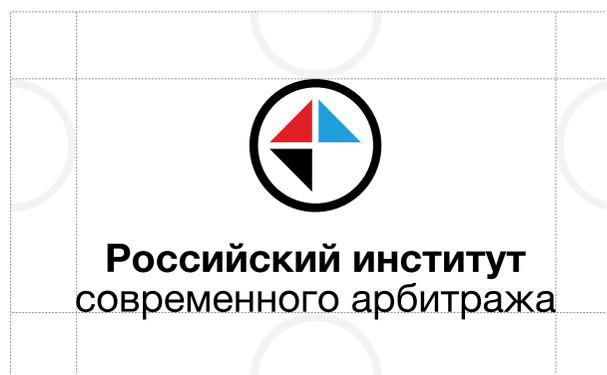
Русская версия

Для обеспечения максимальной читаемости фирменного блока и усиления идентификации бренда следует помнить о том, что существует минимальное охранное поле. На его площади запрещается располагать какие-либо графические элементы.

Также рекомендуется учитывать свободную зону при размещении фирменного блока возле физической (край страницы) либо условной (сгиб страницы) границы носителя.

Рекомендуется использовать свободное пространство больше охранного поля.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



Для удобства использования в программе **Adobe Illustrator** в режиме Outline охранное поле видимо.

В режим Outline можно перейти либо через меню **View · Outline**, либо с помощью горячих клавиш: **CTRL + Y** для PC или **CMD + Y** для Mac



СВОБОДНОЕ ПОЛЕ ВОКРУГ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Английская версия

Для обеспечения максимальной читаемости фирменного блока и усиления идентификации бренда следует помнить о том, что существует минимальное охранное поле. На его площади запрещается располагать какие-либо графические элементы.

Также рекомендуется учитывать свободную зону при размещении фирменного блока возле физической (край страницы) либо условной (сгиб страницы) границы носителя.

Рекомендуется использовать свободное пространство больше охранного поля.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



Для удобства использования в программе **Adobe Illustrator** в режиме Outline охранное поле видимо.

В режим Outline можно перейти либо через меню **View · Outline**, либо с помощью горячих клавиш: **CTRL + Y** для PC или **CMD + Y** для Mac



РАЗМЕРЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Русская версия

На схеме представлены минимально допустимые размеры для воспроизведения фирменного блока. Данные размеры выбраны из соображений удобочитаемости и являются теми минимальными размерами, при которых отдельные элементы являются различимыми.

В случае если понадобится использовать фирменный блок меньше минимальной печатной версии, то следует кастомизировать для улучшения его читаемости, путем проб на приладке. Следует помнить, что данный ход является экстремальным и может навредить узнаваемости бренда.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.

Электронная версия



Печатная версия



РАЗМЕРЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Английская версия

На схеме представлены минимально допустимые размеры для воспроизведения фирменного блока. Данные размеры выбраны из соображений удобочитаемости и являются теми минимальными размерами, при которых отдельные элементы являются различимыми.

В случае если понадобится использовать фирменный блок меньше минимальной печатной версии, то следует кастомизировать для улучшения его читаемости, путем проб на приладке. Следует помнить, что данный ход является экстремальным и может навредить узнаваемости бренда.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.

Электронная версия



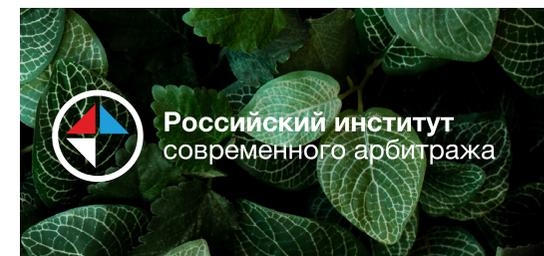
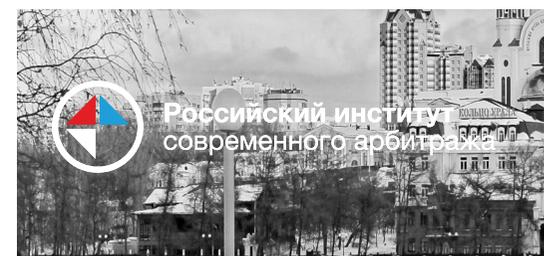
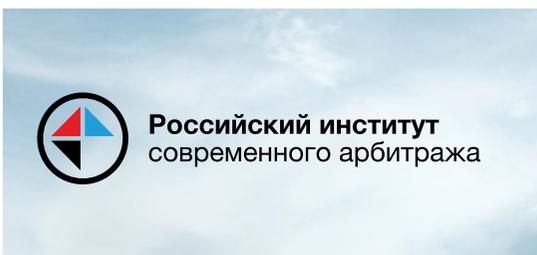
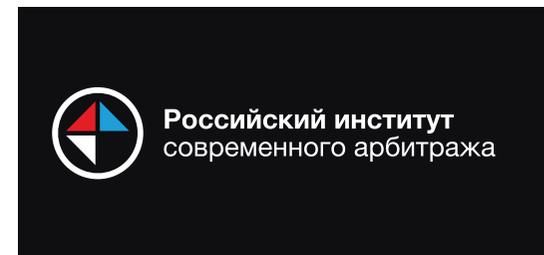
Печатная версия



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА НА ЦВЕТНОМ ФОНЕ

Основное требование к выбору варианта фирменного блока — это читаемость и контрастность всех элементов по отношению к используемому фону. В зависимости от контекста необходимо использовать фирменный блок на плашке или выбрать его монохромную версию.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Блок не должен деформироваться, к нему не должны применяться какие-либо эффекты.

Запрещено:

1. Произвольно менять пропорции фирменного блока.
2. Наклонять фирменный блок.
3. Применять к фирменному блоку какие-либо эффекты — тени, объем, текстуры.
4. Использовать другие шрифтовые гарнитуры.
5. Попадание элементов в охранное поле.
6. Менять взаиморасположение элементов фирменного блока.
7. Закрашивать весь фирменный блок в один цвет кроме черного или белого (в случае инверсии).

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.

1.



**Российский институт
современного арбитража**

2.



**Российский институт
современного арбитража**

3.



**Российский институт
современного арбитража**

4.



***Российский институт
современного арбитража***

5.



**Российский институт
современного арбитража**

ПРОГРАММА

6.



**Российский институт
современного арбитража**

7.



**Российский институт
современного арбитража**

КОБРЕНДИНГ

В кобрендинговых коммуникациях и коммуникациях, организуемых третьими лицами, мы меньше всего контролируем размещение фирменного блока.

Удвоенное охранное поле обеспечит достаточную удаленность фирменного блока от остальных графических элементов.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертаний.



Пример





ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основные

Цвет в фирменном стиле передает эмоции и определяет индивидуальность компании. Основные цвета в фирменном стиле используются в знаке и фирменном блоке.



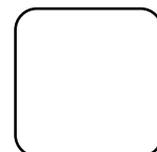
#e4191b
RGB 228 / 25 / 27
CMYK 4 / 100 / 100 / 0
Pantone 485 C / 2347 U



#0d9bdb
RGB 13 / 155 / 219
CMYK 75 / 24 / 0 / 0
Pantone 2171 C / 2191 U



#000000
RGB 0 / 0 / 0
CMYK 75 / 68 / 67 / 90
Pantone Black C / Black U



#FFFFFF
RGB 255 / 255 / 255
CMYK 0 / 0 / 0 / 0

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Дополнительные

Дополнительные цвета используются при разработке любых информационных носителей, для инфографики, а также для тонирования фотографий и графики.



#d28a89
RGB 210 / 138 / 137
CMYK 16 / 53 / 38 / 0
Pantone 7606 C



#becbda
RGB 190 / 203 / 218
CMYK 25 / 14 / 7 / 0
Pantone 537 C



#c86664
RGB 200 / 102 / 100
CMYK 18 / 71 / 56 / 2
Pantone 7607 C



#9eb5cf
RGB 158 / 181 / 207
CMYK 38 / 21 / 9 / 0
Pantone 651 C



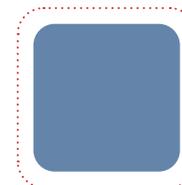
#c7383b
RGB 199 / 56 / 59
CMYK 16 / 92 / 81 / 5
Pantone 180 C



#809bba
RGB 128 / 155 / 186
CMYK 53 / 32 / 15 / 0
Pantone 652 C



#95292b
RGB 149 / 41 / 43
CMYK 27 / 94 / 86 / 25
Pantone 7623 C



#5c85ad
RGB 92 / 133 / 173
CMYK 68 / 41 / 16 / 0
Pantone 646 C



#5e211f
RGB 94 / 33 / 31
CMYK 37 / 86 / 78 / 54
Pantone 7622 C



#0A2745
RGB 10 / 39 / 69
CMYK 100 / 83 / 44 / 47
Pantone 432 C



«Основные» из дополнительных.
Используются для заголовков и выделения в тексте.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Дополнительные серые

Дополнительные серые используются при наборе текста, разработке сопровождающих текст элементов (таблицы / линии), а также для инфографики и фоновой графики.



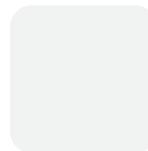
#404042
RGB 64 / 64 / 65
CMYK 0 / 0 / 0 / 90
Pantone 446 C

Цвет основного
текста тёмно-серый,
90 % Black



#bcbec0
RGB 188 / 190 / 192
CMYK 0 / 0 / 0 / 30
Pantone Cool Gray 4 C

Цвет дополнительных
элементов (линий / таблиц),
30 % Black



#f1f2f2
RGB 241 / 242 / 242
CMYK 0 / 0 / 0 / 5
Pantone ----

Цвет дополнительных
элементов / фоновой графики,
5 % Black

ЦВЕТ В ТИПОГРАФИКЕ

Цвета заголовков и подзаголовков



#c7383b
RGB 199 / 56 / 59
CMYK 16 / 92 / 81 / 5
Pantone 180 C



#5c85ad
RGB 92 / 133 / 173
CMYK 68 / 41 / 16 / 0
Pantone 646 C

Данные цвета используются
также для выделения
гиперссылок

Цвет основного текста



#404042
RGB 64 / 64 / 65
CMYK 0 / 0 / 0 / 90
Pantone 446 C

Цвет основного текста
тёмно-серый,
90 % Black



ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ И ТИПОГРАФИКА

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Гарнитура Helvetica Neue является стилеобразующей и используется в целях создания визуальной идентификации. Используется во всех носителях фирменного стиля, где есть текстовая составляющая – бланки документации, полиграфия, web, широкоформатная продукция.

HELVETICA NEUE

thin light **regular medium heavy black**

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !"#\$%&/()=?

The quick brown fox jumps over the lazy dog
The quick brown fox jumps over the lazy dog

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Helvetica Neue Thin

Используется для заголовков свыше 50 px.

Helvetica Neue Light

Используется как основной шрифт для заголовков всех уровней, инфографики и основного текста.

Helvetica Neue Regular

В зависимости от поставленных целей и размера текста, можно использовать начертание Regular.

Helvetica Neue Medium

Для выделения в тексте используются начертания Medium и Medium Italic.

Helvetica Neue Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0
123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?>
=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?>
<=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz0123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?
?>=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz0123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?
/?>=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Thin Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0
123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?>
=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz0
123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?>
=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
z0123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?
?>=<;:[\]{}~»№

Helvetica Neue Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz0123456789!«#\$\$%&'()*+,-,./@?
@/?>=<;:[\]{}~»№

ТИПОГРАФИКА

Заголовки и основной текст

Типографика является неотъемлемой частью фирменного стиля и имеет свод строгих правил, определяет использование шрифтов и их размеров при верстке документации и полиграфии.

← 35 →

RUSSIAN INSTITUTE OF MODERN ARBITRATION 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris sit amet tempus tellus. Donec vitae euismod est. Mauris facilisis lobortis risus at elementum. Aliquam feugiat elit turpis, quis euismod magna condimentum ut. Phasellus non hendrerit mi. 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris sit amet tempus tellus. Donec vitae euismod est. Mauris facilisis lobortis risus at elementum. Aliquam feugiat elit turpis, quis euismod magna condimentum ut. Phasellus non hendrerit mi. Curabitur vulputate diam libero, id lobortis est mattis viverra. Mauris nec purus id lacus rutrum porttitor ut sed ipsum. Duis vitae ex in dui ornare ultricies. Suspendisse placerat at mauris non tincidunt. Praesent eget erat sed ipsum rutrum lacinia. Cras porttitor et lectus nec dictum. Quisque ut molestie magna. Pellentesque dignissim magna ex, at imperdiet erat hendrerit id. Phasellus id posuere nisi. Mauris at massa euismod, accumsan est et, porta leo. Pellentesque et risus velit.

In at tincidunt lorem. Suspendisse potenti. Pellentesque vel magna et justo dapibus accumsan. Integer aliquam egestas eros non molestie. Mauris mi enim, dapibus non diam non, dictum dapibus dolor. Aliquam fringilla diam in elit feugiat semper. Sed ornare elementum purus, vel convallis nisl interdum ut. Aenean volutpat ultrices porta. Donec ullamcorper lobortis erat. Nulla facilisi. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Aenean pharetra felis sed ipsum feugiat, vel consectetur sem iaculis. Cras convallis dui quam, nec efficitur est maximus eu. 3

Заголовки набираются прописными буквами фирменным шрифтом с трекингом (межбуквенное расстояние) 35.

1 **Helvetica Neue Light**
Размер 40 pt
Интерлиньяж 48 pt
Трекинг 35

2 **Helvetica Neue Light**
Размер 12 pt
Интерлиньяж 16 pt
Трекинг 0

3 **Helvetica Neue Light**
Размер 9 pt
Интерлиньяж 11 pt
Трекинг 0



ИКОНКИ

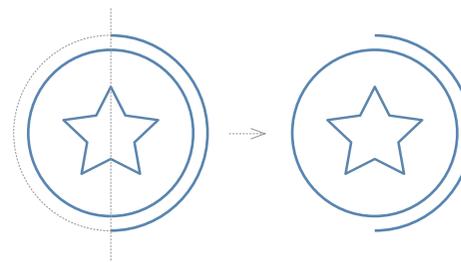
ИКОНКИ

Построение и цвет

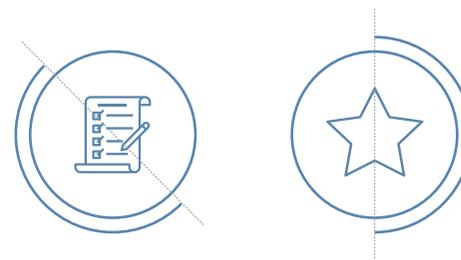
Иконки используются для всех типов маркетинговых коммуникаций.

Объединяющий элемент – круг + внешний полукруг, который может произвольно поворачиваться на 45° либо на 90°. Этот прием позволяет с легкостью вводить новые символы, сохраняя при этом визуальное единство всех иконок.

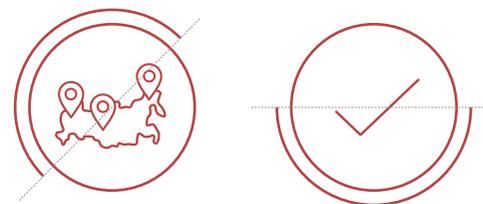
В рамках 1 информационного блока, страницы или разворота печатной продукции, у иконок следует использовать разный наклон внешней половины круга. Это делается для придания большей динамики в рамках одного дизайна.



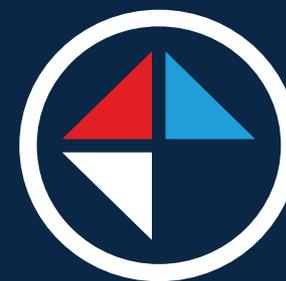
Все иконки имеют одинаковое оформление круг + половина круга



Половина круга может произвольно поворачиваться на 45° либо на 90°



Для иконок используются два «основных» из дополнительных цвета. Если нужно визуальное разделение на более чем 2 цвета, возможно использование других дополнительных цветов.

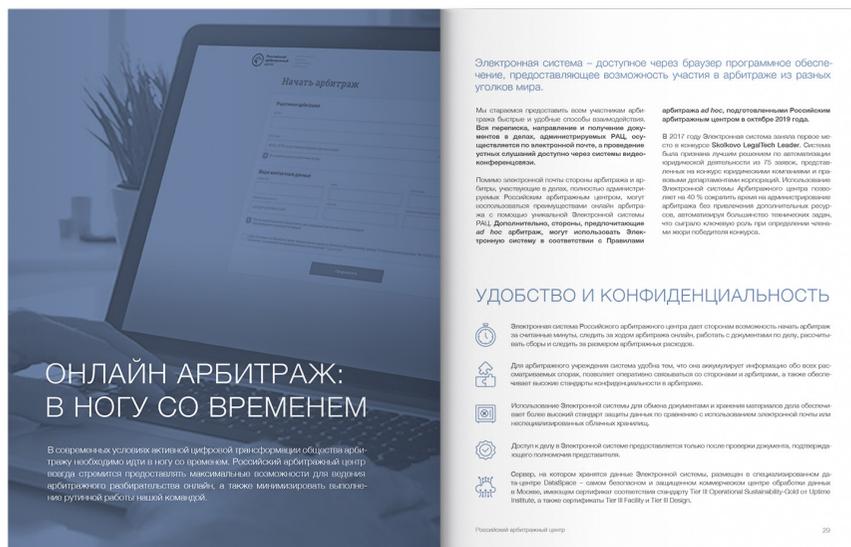


ФОТОСТИЛЬ

ФОТОСТИЛЬ

Тонированные фото

Тонированные фотографии используются в качестве отбивок, фоновых изображений элементов текста и являются одним из объединяющих элементов фирменного стиля. Данный эффект используется на всех носителях – полиграфия, веб-сайты, соц. сети и др.



Тонирование в красный:

Верхний слой:
RGB 199 / 56 / 59
CMYK 16 / 92 / 81 / 5*

Blending mode:
Normal
45 % opacity

Средний слой:
RGB 149 / 41 / 43
CMYK 37 / 86 / 78 / 54*

Blending mode:
Hard light
100 % opacity

Нижний слой:
ч/б фото

Тонирование в синий:

Верхний слой:
RGB 92 / 133 / 173
CMYK 68 / 41 / 16 / 0*

Blending mode:
Normal
48 % opacity

Средний слой:
RGB 10 / 39 / 69
CMYK 100 / 83 / 44 / 47*

Blending mode:
Hard light
100 % opacity

Нижний слой:
ч/б фото

*номера цветов из раздела «Цветовая палитра»

ФОТОСТИЛЬ

Черно-белые фото

Любые другие фотографии используются исключительно в черно-белом исполнении. Это касается портретов, репортажной съемки, а также фоновых подложек.

ПРЕЗИДИУМ РОССИЙСКОГО АРБИТРАЖНОГО ЦЕНТРА

Президиум РАЦ является комитетом по назначению и состоит из высококвалифицированных специалистов в области права и арбитража с безупречной профессиональной репутацией.

Первый состав Президиума был сформирован еще летом 2016 года и включал пять человек: Юрий Пилипенко, Роман Беззубов, Виктор Бываль, Елена Кучер и Дмитрий Степанов. В начале 2017 года к ним присоединились Анна Грищенко, Рустем Митрагаудинов, Александр Сергеев и Елена Усусова.

В 2019 году состоялась частичная ротация членов Президиума с увеличением количества членов до 14 человек и созданием двух подразделений – по арбитражу внутренних споров и по международному арбитражу.



Андрей Горленко
Председатель Президиума РАЦ



Анна Грищенко
Председатель подразделения по арбитражу внутренних споров



Франсис Квасиев, SC
Председатель подразделения по международному арбитражу

ПОДКОМИТЕТ ПО АРБИТРАЖУ ВНУТРЕННИХ СПОРОВ



Анна Грищенко
Партнер арбитражного бюро ЮРАТ, МЭББ



Андрей Горленко
Партнер арбитражного бюро «Иванов и партнеры»



Михаил Иванов
Партнер юридической фирмы «Оливейра»



Юрий Пилипенко
Партнер Федеральный палаты адвокатов РФ



Елена Усусова
Профессор МГУ им. С.Е. Киреевца (ВШЭ)



Антон Асосков
Профессор кафедры гражданского процессуального факультета МГУ им. М.В. Ломоносова



Андрей Панов
Совладелец юридической фирмы «Мин & Соу»



Дмитрий Степанов
Партнер арбитражного бюро «Фирсов, Тугицкий, Архангельский и партнеры»



Ирина Прусова
Участница Зимней академии 2021 года

Я бы хотела поблагодарить вас за создание Зимней академии. На первом уроке я не только узнала, что такое арбитраж, но и получила возможность пообщаться с коллегами. Прежде всего, я оценила выбор преподавателей. Они не только опытные и квалифицированные специалисты, но и профессионалы, действительно разбирающиеся в теме и в арбитражной практике. Это очень важно. Во второй раз лекции были интересны и полезны. Спасибо вам за организацию мероприятия. Надеюсь, что участники охотнее будут участвовать в подобных мероприятиях и обмене опытом.



Глеб Герасимов
Участник Летней академии 2019 года

Я занимаюсь разрешением споров в государственных судах и хочу сказать, что мне было очень интересно проследить путь, как международный арбитраж не является моей специализацией, а связан с ней «как вылитый». Там не только, для общего развития это было очень интересно. Спасибо коллегам, бы выделить лектору Анне Грищенко, она была для меня источником информации, профессионализма и грамотности преподавания. Спасибо большое за предоставленную возможность и за организацию такого мероприятия.

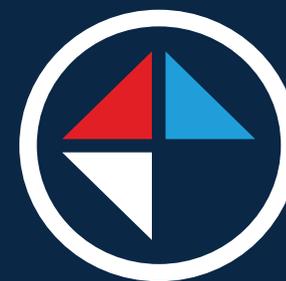


Арина Гуляева
Участница Летней академии 2019 года

Мне очень понравилось, как все было организовано. Даже если сравнить с обычными курсами, здесь было больше практики и более интенсивный обмен. У студентов очень большой опыт, ведь это не только теоретические курсы, но и практические занятия. Таким образом, слушатели приобретают более прикладные навыки. Предоставленные академические лекции очень помогли в пути по арбитражу, а в целом они отличались. И организаторы мне нравятся: очень комфортные условия, все необходимые материалы и кейсы предоставляются на ходу, все ситуации объяснены наглядно.

У Дмитрия Квасиева получилась довольно интересная сессия. Всем участникам было высказано спасибо за подготовку, но не только за содержание, но и за умение делиться интересными фактами, но это и запомнилось, ведь, когда ты общаешься с кем-то, это лучше запомнится.





ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

БЛАНКИ

Русская версия

Размер бланка: А4

Рекомендации по бумаге:

80 г/м² – 110 г/м²

Бумага должна иметь FSC сертификацию

Рекомендуемые настройки основного текста:

Шрифт: Helvetica Neue Regular

Размер: 10–12 pt (зависит от необходимости)

Интерлиньяж: Auto

Цвет: 90 % Black

Подвал:

Шрифт: Helvetica Neue Regular

Размер: 7,5 pt

Интерлиньяж: 11 pt

Цвет: 30 % Black

The diagram shows a blank document layout with the following dimensions and content placement:

- Top margin: 18 мм
- Left margin: 22 мм
- Right margin: 22 мм
- Bottom margin: 11 мм
- Header area: 81 мм wide, containing the logo and text "Российский институт современного арбитража".
- Footer area: 210 мм wide, containing contact information and organizational details.

Autonomous non-commercial organization "Russian Institute of Modern Arbitration"

+7 495 797-94-77 info@centerarbitr.ru www.centerarbitr.ru	119017, г. Москва, Кадашевская набережная, д. 14 к. 3	Банк: Банк ГПБ (АО) БИК: 044525823 ИНН: 7744001487 КПП: 775001001 К/с: 30101810200000000823	ОГРН: 116770062804 ИНН: 7707371500 КПП: 770601001 ОКПО: 04017546 Р/с: 40703810300000000014
---	---	---	--

БЛАНКИ

Английская версия

Размер бланка: A4

Рекомендации по бумаге:

80 г/м² – 110 г/м²

Бумага должна иметь FSC сертификацию

Рекомендуемые настройки основного текста:

Шрифт: Helvetica Neue Regular

Размер: 10–12 pt (зависит от необходимости)

Интерлиньяж: Auto

Цвет: 90 % Black

Подвал:

Шрифт: Helvetica Neue Regular

Размер: 7,5 pt

Интерлиньяж: 11 pt

Цвет: 30 % Black

 <p>18 mm</p> <p>22 mm</p> <p>Russian Institute of Modern Arbitration</p> <p>68 mm</p>		
22 mm		22 mm
297 mm		
Autonomous Non-Profit Organisation "Russian Institute of Modern Arbitration"		
floor 3, bldg 3, 14 Kadashenskaya embankment 119017, Russian Federation +7 495 797-94-77 info@centerarbitr.ru www.centerarbitr.ru	Primary State Registration Number (OGRN): 1167700062804 Taxpayer's Identification Number (INN): 7707371530 Tax Registration Reason Code (KPP): 770601001 All-Russian Classifier of Enterprises and Organizations (OKPO): 04017546	Settlement account: 40703810300000000014 Bank: Gazprombank JSC (Bank GPB JSC) Correspondent account: 301018102000000009823 Bank Identifier Code (BIC): 044525823 Taxpayer's Identification Number (INN): 7744001497 Tax Registration Reason Code (KPP): 775001001
11 mm		
210 mm		

ПРОЧИЕ МАТЕРИАЛЫ

Данное руководство не содержит указаний и примеров дизайнов маркетинговых материалов, презентаций, веб рассылок, открыток и прочей продукции, содержащей элементы фирменного стиля.

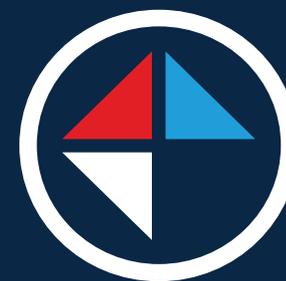
При необходимости получения дополнительной информации обращаться по адресам:

Регина Еникеева

Советник по развитию
renikeeva@centerarbitr.ru

Дарья Кравец

Арт-директор, графический дизайнер
daria.kravetz@gmail.com



КОНТАКТЫ
И ИСХОДНИКИ ЛОГОТИПА

КОНТАКТЫ

При необходимости получения дополнительной информации по использованию фирменного стиля и / или предоставлению макетов, обращаться:

Регина Еникеева
Советник по развитию
renikeeva@centerarbitr.ru

Дарья Кравец
Арт-директор, графический дизайнер
daria.kravetz@gmail.com



ССЫЛКИ НА ИСХОДНИКИ

Логотип Российского института современного арбитража

[Скачать архив](#)

