



**ГОСУДАРСТВЕННАЯ КОРПОРАЦИЯ  
ПО КОСМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «РОСКОСМОС»**

**(Госкорпорация «Роскосмос»)**

**ПРИКАЗ**

4 декабря 2020 г.

№ 347

Москва

**Об утверждении Отраслевого регламента  
по управлению портфелем средств корпоративной идентификации  
Госкорпорации «Роскосмос» и ее организаций**

В целях повышения эффективности управления правами на средства индивидуализации в Госкорпорации «Роскосмос» и ее организациях

**П Р И К А З Ы В А Ю:**

1. Утвердить прилагаемый Отраслевой регламент по управлению портфелем средств корпоративной идентификации Госкорпорации «Роскосмос» и ее организаций (далее – Регламент).

2. Руководителям акционерных обществ Госкорпорации «Роскосмос», подписавшим регламенты по взаимодействию с Госкорпорацией «Роскосмос», руководителям предприятий Госкорпорации «Роскосмос» в течение двух месяцев со дня подписания настоящего приказа путем издания соответствующих распорядительных актов обеспечить:

выполнение работниками соответственно акционерного общества и организаций в контуре его управления, предприятия требований, установленных Регламентом;

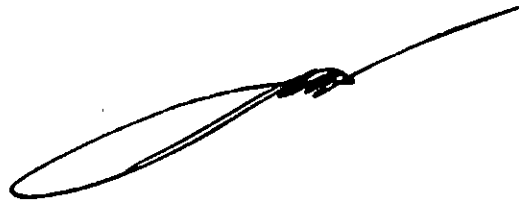
отмену действующих распорядительных актов акционерного общества, предприятия, противоречащих Регламенту.

3. Рекомендовать руководителям организаций Госкорпорации «Роскосмос», не указанным в пункте 2 настоящего приказа, обеспечить выполнение мероприятий, указанных в пункте 2 настоящего приказа.

0008496

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на исполнительного директора по контрактно-договорной работе Госкорпорации «Роскосмос».

Генеральный директор



Д.О.Рогозин

УТВЕРЖДЕН  
приказом  
Государственной корпорации  
по космической деятельности  
«Роскосмос»  
от 4 декабря 2020 г. № 347

**ОТРАСЛЕВОЙ РЕГЛАМЕНТ**  
**по управлению портфелем средств корпоративной идентификации**  
**Госкорпорации «Роскосмос» и ее организаций**

**Содержание**

1. Общие положения .....	3
2. Термины, определения и сокращения.....	3
3. Формирование и состав портфеля средств корпоративной идентификации .....	5
4. Средства индивидуализации и корпоративные обозначения.....	7
5. Корпоративный (фирменный) стиль .....	17
6. Корпоративный интернет-сайт организаций.....	18
7. Корпоративные группы и сообщества в социальных сетях .....	22
8. Выявление фактов имитации, копирования, иных форм незаконного использования средств корпоративной идентификации и недобросовестной конкуренции .....	23
9. Порядок внесения изменений .....	24

## 1. Общие положения

Отраслевой регламент по управлению портфелем средств корпоративной идентификации Госкорпорации «Роскосмос» и ее организаций регулирует процедуры создания средств корпоративной идентификации в Госкорпорации «Роскосмос» и ее организациях, их согласование, оформление и использование.

Целью настоящего Регламента является установление в Госкорпорации «Роскосмос» и ее организациях общей последовательности действий для обеспечения формирования единообразного подхода к порядку обращения со средствами корпоративной идентификации.

Положения настоящего Регламента не распространяются на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, содержащие сведения, составляющие государственную тайну.

Соответствующие сроки рассмотрения материалов, принятия решений и иных действий, описанных в настоящем Регламенте, касающиеся Организации, определяются Организацией для ее структурных подразделений самостоятельно, если отраслевыми документами Госкорпорации «Роскосмос» не предусмотрено иное.

## 2. Термины, определения и сокращения

Основные термины, определения и сокращения, используемые в настоящем Регламенте:

Корпоративный интернет-сайт	– одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц, представляющих Организацию пользователям информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)
Корпоративное обозначение	– средство индивидуализации, для которого не осуществлена государственная регистрация, в том числе коммерческое обозначение
Корпорация	– Государственная корпорация по космической деятельности «Роскосмос»

Организация	– предприятие Корпорации, учреждение Корпорации, акционерное общество Корпорации и его дочернее хозяйственное общество
Портфель средств корпоративной идентификации	– совокупность средств корпоративной идентификации, в отношении которых имеются документы, подтверждающие закрепление исключительных прав за Корпорацией (Организацией), а также устанавливающие порядок их использования в деятельности Корпорации (Организации)
РИД	– результат интеллектуальной деятельности, созданный по заказу или являющийся служебным, которому в соответствии с частью IV Гражданского кодекса Российской Федерации предоставляется (может быть предоставлена) правовая охрана
Средства индивидуализации	– фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения, однако для целей настоящего Регламента преимущественно товарные знаки, коммерческие обозначения
Средства корпоративной идентификации	– визуальные и физические средства коммуникации, с помощью которых Корпорация и Организации идентифицируются и представляют себя обществу
Структурное подразделение	– любое структурное подразделение Организации
Структурное подразделение по коммуникациям	– структурное подразделение Организации, ответственное за реализацию коммуникационной стратегии по

ключевым направлениям деятельности Организации, взаимодействие со средствами массовой информации, инициирование мероприятий, доносящих информацию о работе Организации как до бизнес-сообщества и поставщиков, так и до широких слоев населения

Структурное подразделение по управлению ИС

- структурное подразделение Организации, осуществляющее управление интеллектуальной собственностью; в случае отсутствия в Организации структурного подразделения по управлению интеллектуальной собственностью его функции выполняет подразделение или должностное лицо, которому переданы соответствующие функции; в случае отсутствия такого подразделения или должностного лица его функции выполняет руководитель Организации

ЦУАРНТД

- Центр учета и анализа результатов научно-технической деятельности Корпорации.

### **3. Формирование и состав портфеля средств корпоративной идентификации**

3.1. К средствам корпоративной идентификации относятся: средства индивидуализации (фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения);

корпоративные обозначения (основные и вспомогательные);

корпоративный (фирменный) стиль;

корпоративный интернет-сайт;

корпоративные группы и сообщества в социальных сетях.

3.2. Средства корпоративной идентификации подразделяются на:

корпоративные – предназначены для внутренних и внешних коммуникаций и направлены на идентификацию Корпорации (Организации) и ее деятельности;

продуктовые – предназначены для идентификации продуктов, товаров и услуг, предлагаемых Корпорацией (Организацией).

3.3. Ко всем средствам корпоративной идентификации применяется единый порядок их утверждения, обеспечения правовой охраны и дальнейшего использования.

3.4. Все средства корпоративной идентификации должны быть выполнены в соответствии с корпоративным стилем Корпорации, либо корпоративным (фирменным) стилем бизнес-блока (при дивизиональной (интегрированной) структуре), либо стилем Организации.

3.5. Все материалы, внешняя и внутренняя коммуникация, решения о разработке новых или изменении существующих продуктов, товаров и услуг, для которых предполагается маркировка товарным знаком, должны проверяться на соответствие требованиям к корпоративному (фирменному) стилю.

3.6. Корпорация определяет единые базовые требования для всего портфеля средств индивидуализации Корпорации и Организаций.

3.7. Структурное подразделение по управлению ИС и Структурное подразделение по коммуникациям совместно обеспечивают выявление используемых в Организации средств корпоративной идентификации и фиксацию таких средств корпоративной идентификации в едином документе (информационной системе) Организации с его актуализацией по мере выявления (создания, утверждения и др.) соответствующих средств корпоративной идентификации.

3.8. Документ<sup>1</sup>, указанный в пункте 3.7, подлежит актуализации Структурным подразделением по управлению ИС. Разработка необходимых атрибутов указанного документа осуществляется Организацией самостоятельно.

При этом рекомендуется указание в документе реквизитов документов, в соответствии с которыми права на РИД или средство индивидуализации (в зависимости от статуса регистрации) возникли у

---

<sup>1</sup> При наличии в Организации системы учета РИД учет такой информации может осуществляться в соответствующей системе с указанием на принадлежность объекта к средствам корпоративной идентификации.



Организации, предполагаемые классы МКТУ<sup>2</sup>, по которым предлагается обеспечение правовой охраны, фактическая информация об использовании, Структурное подразделение, инициировавшее создание (использование и др.) такого обозначения, в случае если обозначение содержит изобразительные или иные нестандартные элементы, гиперссылку на место хранения таких объектов, предполагаемый масштаб и цели использования.

#### **4. Средства индивидуализации и корпоративные обозначения**

4.1. Создание и согласование средств индивидуализации и корпоративных обозначений.

4.1.1. Рекомендуется, чтобы средства индивидуализации и корпоративные обозначения, разрабатываемые Организациями или по их заказу, отвечали следующим требованиям:

быть легко запоминающимися;  
легко произносимыми;  
ориентированными на привлечение и удержание внимания;  
ориентированными на повышения эффективности коммуникации и вовлеченности работников Организации, Организаций ракетно-космической промышленности и третьих лиц, взаимодействующих с соответствующим обозначением.

Основная стратегия, применяемая Организациями при создании средств индивидуализации и корпоративных обозначений, должна быть выстроена на применении единого корпоративного (фирменного) стиля.

4.1.2. Структурное подразделение, осуществляющее заключение договора от лица заказчика на создание средств корпоративной идентификации, должно обеспечить контроль наличия в договоре, по которому такой объект корпоративной идентификации может быть создан, условия о том, что исключительные права на РИД, созданные по договору, принадлежат заказчику, а также условия об обязательстве исполнителя договора уведомить заказчика о каждом РИД, созданном в рамках исполнения договора.

4.1.3. При создании средств корпоративной идентификации могут быть получены объекты, которые обладают самостоятельной правовой охраной, например, такие как изображения, дизайн, программы для ЭВМ, брендбуки (руководства по фирменному стилю), объемные обозначения,

---

<sup>2</sup> Международная классификация товаров и услуг в соответствии с Ницким соглашением о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15 июня 1957 г. (ратифицировано СССР 26 июля 1971 г.).

изобразительные обозначения, комбинированные обозначения, слоганы и т.д., в отношении которых (объектов) должно быть подготовлено в том числе уведомление автора о получении РИД с последующей его передачей в Структурное подразделение по управлению ИС.

Структурное подразделение по управлению ИС рассматривает комплект документов в отношении результатов интеллектуальной деятельности для оценки возможности обеспечения их правовой охраны и установления правообладателя. Для осуществления соответствующих действий рекомендуется, насколько это применимо для целей Организации, руководствоваться Отраслевым регламентом идентификации результатов интеллектуальной деятельности гражданского, военного, специального и двойного назначения, утвержденным приказом Госкорпорации «Роскосмос» от 02.03.2020 № 60.

4.1.4. Структурным подразделениям рекомендуется использовать в средствах корпоративной идентификации РИД, права на которые принадлежат третьим лицам, только в тех случаях, когда такие права предоставлены на основании открытой лицензии (согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации), не возлагающей на Организацию дополнительных обременений по дальнейшему использованию и изменению средств корпоративной идентификации, либо когда права предоставлены на условиях простой неисключительной лицензии на безвозмездной основе.

4.1.5. Использование РИД, права на которые принадлежат третьим лицам, без договора не допускается.

4.1.6. При необходимости инициирования создания средства корпоративной идентификации Структурное подразделение должно в обязательном порядке согласовать заключение договора или иную форму заказа средства корпоративной идентификации со Структурным подразделением по коммуникациям и Структурным подразделением по ИС. В результате создания средства корпоративной идентификации Структурное подразделение, по заказу которого оно было создано, обеспечивает направление уведомления о создании РИД в Структурное подразделение по управлению ИС.

4.1.7. Структурное подразделение по управлению ИС после получения указанного в подпункте 4.1.6 уведомления обеспечивает осуществление действий, предусмотренных Отраслевым регламентом идентификации результатов интеллектуальной деятельности гражданского, военного, специального и двойного назначения, утвержденным приказом Госкорпорации «Роскосмос» от 02.03.2020 № 60 (в той мере, в которой он

может быть применен), и направление информации о созданном РИД в Структурное подразделение по коммуникациям для определения целесообразности дальнейшего использования.

4.1.8. Структурное подразделение по коммуникациям рассматривает поступившую информацию и проверяет ее на соответствие внутренним регламентам в отношении средств корпоративной идентификации, в том числе иным правовым актам Корпорации и Организации в указанной сфере. В случае положительного результата и отсутствия необходимости доработки созданного РИД указанное Структурное подразделение подтверждает возможность использования соответствующего РИД в качестве средства корпоративной идентификации и направляет информацию об этом в Структурное подразделение по управлению ИС.

4.1.9. В случае необходимости доработки РИД Структурное подразделение по коммуникациям связывается со Структурным подразделением, по заказу которого РИД был создан, и доводит до такого подразделения требования по доработке РИД или по согласованию со Структурным подразделением, по заказу которого РИД был создан, самостоятельно обеспечивает доработку РИД в соответствии с предъявляемыми требованиями. В последнем случае Структурное подразделение по коммуникациям представляет в Структурное подразделение по управлению ИС доработанный РИД.

4.1.10. В отношении конечного РИД (обозначения), если он будет оформляться в качестве средства индивидуализации, в частности товарного знака, Структурное подразделение по управлению ИС обеспечивает проведение предварительного поиска по зарегистрированным и/или известным обозначениям (товарным знакам) на территории Российской Федерации.

4.1.11. В случае если по результатам предварительного поиска представленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака частично или полностью, то Структурное подразделение по управлению ИС уведомляет об этом Структурное подразделение, по заказу которого РИД был создан.

В случае если по результатам предварительного поиска обозначение может быть зарегистрировано, то Структурное подразделение по управлению ИС уведомляет об этом Структурное подразделение, по заказу которого РИД был создан.

4.1.12. На основе информации, полученной от Структурного подразделения по управлению ИС, а также в зависимости от целей и масштабов планируемого использования РИД Структурное подразделение,

по заказу которого РИД был создан, или руководитель Организации принимает решение о необходимости регистрации соответствующего обозначения в качестве товарного знака. В указанном случае Структурное подразделение по управлению ИС подготавливает комплект документов, включая заключение Структурного подразделения по коммуникациям, результаты поиска, проведенного Структурным подразделением по управлению ИС, и направляет материалы в ЦУАРНТД.

4.1.13. ЦУАРНТД в течение 10 (десяти) рабочих дней организует совместное с Пресс-службой Корпорации рассмотрение материалов, указанных в подпункте 4.1.12 настоящего Регламента, и принимает решение о соответствии обозначения требованиям правовых актов Корпорации и возможности регистрации на имя Организации. По результатам указанного рассмотрения ЦУАРНТД в течение 2 (двух) рабочих дней обеспечивает направление в Организацию информации о результатах рассмотрения.

В случае принятия указанными структурными подразделениями Корпорации решения о возможности регистрации обозначения в качестве товарного знака на имя Организации, Структурное подразделение по управлению ИС обеспечивает подготовку и направление в Роспатент соответствующего комплекта заявочных материалов по средствам системы электронной подачи Роспатента. В случае несоответствия обозначения требованиям материалы возвращаются на доработку в Организацию, либо в сопроводительном письме указывается на нецелесообразность регистрации соответствующего обозначения в качестве товарного знака.

В случае если Организация, несмотря на рекомендации структурных подразделений Корпорации не регистрировать соответствующее обозначение в качестве товарного знака, считает целесообразным осуществить такую регистрацию, то она уведомляет об этом ЦУАРНТД с указанием причин, по которым регистрация должна быть осуществлена, и обеспечивает подготовку и направление в Роспатент соответствующего комплекта заявочных материалов посредством системы электронной подачи Роспатента.

Если материалы были возвращены на доработку, то Структурное подразделение, по заказу которого РИД был создан, обеспечивает доработку материалов в соответствии с представленными замечаниями и направляет их в адрес ЦУАРНТД и Пресс-службы Корпорации на повторное рассмотрение.

4.1.14. В случае если обозначение имеет отраслевую значимость, то ЦУАРНТД и Пресс-службой Корпорации может быть принято решение о регистрации обозначения в качестве товарного знака на имя Корпорации. В

указанном случае отношения с Организацией урегулируются в соответствии с законодательством Российской Федерации, Организации предоставляется право использования такого товарного знака на основе лицензионного договора, заключаемого между Корпорацией и Организацией. Регистрация в таком случае осуществляется ЦУАРНТД.

4.2. Регистрация обозначения в качестве товарного знака в других странах.

Решение о необходимости регистрации обозначения Организации в качестве товарного знака в других странах принимается в результате комиссионного рассмотрения возможности регистрации соответствующего обозначения Организации в других странах. В состав комиссии в обязательном порядке входят Структурное подразделение по управлению ИС, Структурное подразделение по коммуникациям, иные Структурные подразделения или должностные лица Организации, в зону ответственности которых входят вопросы, связанные с осуществлением внешнеэкономической деятельности.

Комиссия в ходе рассмотрения определяет перечень зарубежных стран, в которых рекомендуется обеспечить правовую охрану соответствующего обозначения.

На основании решения, принятого руководителем Организации, Структурное подразделение по управлению ИС обеспечивает проведение предварительного поиска в целях выявления оснований для отказа в регистрации товарного знака в той или иной зарубежной стране.

В случае выявления по результатам предварительного поиска обозначений, которые могут быть противопоставлены обозначению Организации, Структурное подразделение по управлению ИС подготавливает информацию о способах минимизации указанных рисков и в случае отсутствия способов их минимизации указывает на возможность или отсутствие возможности регистрации обозначения в качестве товарного знака в соответствующей стране.

На основании подготовленного Структурным подразделением по управлению ИС заключения по результатам предварительного поиска руководитель Организации принимает решение о регистрации обозначения в качестве товарного знака в соответствующих странах.

Рекомендуемым способом обеспечения правовой охраны обозначений в качестве товарных знаков в других странах является их

регистрация по международной процедуре, определенной Мадридским соглашением и Мадридским протоколом<sup>3</sup>.

Подача заявки на регистрацию в других странах в отсутствие заявки или зарегистрированного товарного знака на территории Российской Федерации не допускается.

В случае подачи заявки на регистрацию обозначения в качестве товарного знака в других странах рекомендуется также провести дополнительную проверку на наличие оснований для отказа в регистрации обозначения в качестве товарного знака на территории Российской Федерации (если обозначение еще не зарегистрировано в Российской Федерации в качестве товарного знака), досрочного прекращения регистрации товарного знака на территории Российской Федерации или оспаривания регистрации товарного знака в зависимости от даты подачи международной заявки применительно к статусу регистрации соответствующего обозначения в Российской Федерации.

#### 4.3. Порядок проверки и присвоения наименований в Организациях.

4.3.1. В случае если в Организации проводится разовое внутреннее мероприятие, то корпоративные обозначения таких мероприятий подлежат согласованию только со Структурным подразделением по коммуникациям на предмет их корректности и соответствия актам Организации и правовым актам Корпорации в области средств корпоративной идентификации, а также особенностям истории Организации, специфике ее деятельности, целевым аудиториям и их мотивации.

4.3.2. В случае если в Организации мероприятие проводится на постоянной основе или предполагается таковым к проведению, а также в случае если в соответствии с подпунктом 4.3.1 оно было рассмотрено как разовое внутреннее, но было проведено повторно, то корпоративное обозначение, относящееся к указанному мероприятию, подлежит рассмотрению Структурным подразделением по коммуникациям и Структурным подразделением по управлению ИС.

4.3.3. В случае если в Организации присваивается наименование общественным мероприятиям, социальным проектам и т.п., такие корпоративные обозначения также подлежат рассмотрению Структурным

---

<sup>3</sup> Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. (ратифицировано СССР 1 июля 1976 г.) и Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков от 1989 г. (ратифицирован Российской Федерацией 19 декабря 1996 г.)

подразделением по коммуникациям и Структурным подразделением по управлению ИС.

4.3.4. Во все договоры оказания услуг на проведение различных конференций и иных маркетинговых мероприятий в интересах Организации (Корпорации) в обязательном порядке включаются условия о закреплении исключительных прав на РИД или средства индивидуализации за Организацией, которые могут быть созданы по договору, даже если их создание прямо не предусмотрено договором.

4.4. Использование нескольких средств индивидуализации и/или корпоративных обозначений.

4.4.1. В случае совместного использования средств индивидуализации и/или корпоративных обозначений со средствами индивидуализации Корпорации, такое использование осуществляется в строгом соответствии с Положением о корпоративном стиле Государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос», утвержденным приказом Корпорации от 22.03.2019 № 83 (далее соответственно – Положение о корпоративном стиле, приказ Корпорации от 22.03.2019 № 83). В случае указания нескольких товарных знаков в виде вертикальной структуры выше указывается товарный знак Корпорации. Не должна создаваться внутренняя конкуренция между товарными знаками Организации и Корпорации за счет некорректного размещения товарных знаков.

4.4.2. При совместном использовании средств индивидуализации и/или корпоративных обозначений со средствами индивидуализации третьих лиц в деятельности Организации (Корпорации) не допускается использование средств индивидуализации третьих лиц, деятельность которых не соответствует или противоречит действующему законодательству Российской Федерации либо может способствовать негативному восприятию Организации, Корпорации или отрасли в целом.

Оценка возможности совместного использования средств индивидуализации и/или корпоративных обозначений Организации (Корпорации) со средствами индивидуализации третьих лиц обеспечивается:

структурным подразделением, на которое возложено обеспечение экономической безопасности, для Организации или Департаментом экономической безопасности для Корпорации, в том числе путем проверки деятельности таких третьих лиц;

структурными подразделениями по управлению ИС для Организации или ЦУАРНТД для Корпорации в отношении соответствия средств

индивидуализации действующему законодательству Российской Федерации, в том числе на предмет создания угроз его нарушения;

структурными подразделениями по коммуникациям для Организации или Пресс-службой для Корпорации по вопросам негативного восприятия Организации, Корпорации или отрасли в целом общественностью и средствами массовой информации.

Проверка со стороны Департамента экономической безопасности Корпорации соответствующей организации, со стороны ЦУАРНТД и Пресс-службы в соответствии с целями, установленными выше, обеспечивается в течение 10 (десяти) рабочих дней с даты поступления соответствующего запроса Структурного подразделения Корпорации, инициировавшего такое использование, либо в сроки, установленные для согласования договоров с включением Пресс-службы и ЦУАРНТД в число согласующих (при заключении лицензионного или иного договора, предполагающего совместное использование средств индивидуализации Корпорации и третьих лиц).

4.4.3. Совместное использование средств индивидуализации не должно приводить к размытию корпоративного обозначения и/или средства индивидуализации Корпорации (Организации), с которым оно используется.

4.5. Использование средств индивидуализации на выставках и иных мероприятиях.

4.5.1. Использование средств индивидуализации на выставках и иных мероприятиях на территории Российской Федерации.

На выставках и иных мероприятиях на территории Российской Федерации Организация использует в качестве основных средства индивидуализации и корпоративный (фирменный) стиль Организации с размещением на материалах и в оформлении товарного знака Корпорации в соответствии Положением о корпоративном стиле.

Оформление стендов и иной маркетинговой продукции на территории Российской Федерации производится по согласованию со следующими структурными подразделениями Корпорации: Пресс-службой Корпорации и Департаментом развития персонала и сопровождения проектов Корпорации либо Центром обеспечения международной деятельности Корпорации по выставкам и иным мероприятиям на территории Российской Федерации, находящимся в зоне ответственности Центра обеспечения международной деятельности Корпорации.

В зависимости от категории мероприятия Организация направляет запрос о согласовании стендов и маркетинговой продукции (далее – запрос)



либо в адрес Пресс-службы и Департамента развития персонала и сопровождения проектов Корпорации, либо в адрес Пресс-службы и Центра обеспечения международной деятельности Корпорации.

В случае некорректного определения в запросе адресата структурное подразделение Корпорации, получившее такой запрос, передает его по подведомственности.

Структурные подразделения Корпорации, указанные в настоящем пункте, рассматривают запрос в течение 10 (десяти) рабочих дней и по результатам рассмотрения уведомляют Организацию либо о необходимости доработки соответствующих стендов и иной маркетинговой продукции, либо об их согласовании в представленном варианте.

По результатам доработки Организация представляет запрос на повторное согласование соответствующим структурным подразделениям Корпорации.

4.5.2. В целях формирования единого подхода к восприятию Организаций при организации Корпорацией совместного участия Корпорации и Организаций в выставках и иных мероприятиях в соответствии с планом конгрессно-выставочной деятельности Корпорации на соответствующий год, такие Организации не вправе принимать самостоятельное участие в указанных в плане мероприятиях, если на это не было получено согласие Корпорации.

При совместном участии Корпорации и Организаций, помимо объединенных экспозиций, Корпорация также организует выставочные объекты по типу единого выставочного пространства, в котором проводится деловая программа, встречи и переговоры всех участников.

4.5.3. Использование средств индивидуализации на выставках и иных мероприятиях за пределами территории Российской Федерации.

Организация использует в качестве основных средства индивидуализации и корпоративный (фирменный) стиль Корпорации, если ее деятельность за пределами территории Российской Федерации направлена на представление ракетно-космической промышленности, ее достижений, продуктов, привлечение инвесторов и иной деятельности. Организация (при самостоятельном участии вне плана конгрессно-выставочной деятельности Корпорации) вправе по согласованию с Центром обеспечения международной деятельности Корпорации выступать на выставках и иных мероприятиях за пределами территории Российской Федерации с использованием собственного корпоративного (фирменного) стиля либо корпоративного (фирменного) стиля бизнес-блока (при дивизиональной (интегрированной) структуре) с указанием на

принадлежность к Корпорации посредством использования на стенде товарного знака Корпорации в соответствии с приказом Корпорации от 22.03.2019 № 83. Соответствующие стенды и иные маркетинговые материалы в данном случае также будут подлежать согласованию с Корпорацией в порядке, предусмотренном настоящим Регламентом.

Оформление стендов и иной маркетинговой продукции, используемой на выставках и иных мероприятиях за пределами территории Российской Федерации, производится по согласованию с Пресс-службой и Центром обеспечения международной деятельности Корпорации в порядке, определенном в подпункте 4.5.1 настоящего Регламента.

4.6. Порядок распоряжения правами на средства индивидуализации и корпоративные обозначения.

4.6.1. В случае если Организация вступает с другими хозяйствующими субъектами в отношения, связанные с предоставлением права использования товарного знака или товарного знака и иных объектов, то предоставление такого права должно производиться на основании лицензионного договора или договора коммерческой концессии, а также регистрации предоставления права использования на основании указанных договоров. Договоры могут носить как возмездный, так и безвозмездный характер.

При этом в случае предоставления права использования товарного знака для товаров и услуг, которые не относятся к основному виду деятельности Организации и для которых ценность товарного знака ниже, чем для основных товаров и услуг Организации, в связи с которой товарный знак приобрел различительную способность, рекомендуется обеспечить рассмотрение порядка ценообразования по таким договорам с привлечением Структурных подразделений Организации, ответственных за налогообложение, экономику и финансы.

В случае если использование товарного знака Организации осуществляется для информирования заинтересованных лиц о деятельности третьих лиц и Организация действительно являлась клиентом такого третьего лица, то размещение в маркетинговых материалах, включая интернет-сайт такого третьего лица, товарного знака Организации допускается без заключения лицензионного договора. В данном случае использование может быть осуществлено на основании письменного согласия Организации на основании официального запроса, направленного в адрес Организации. В отсутствие письменного согласия использование считается незаконным. Структурное подразделение по управлению ИС обеспечивает хранение письменных согласий.

При этом такое третье лицо должно обеспечить указание товарного знака Организации в соответствии с брендбуком (руководством по фирменному стилю) Организации или иными документами Организации, устанавливающими требования к товарному знаку Организации, не допускать искажения товарного знака Организации. Также такие маркетинговые материалы, кроме товарного знака Организации, должны включать товарные знаки иных организаций, с которыми третье лицо вело работу, оказывало услуги и т.д.

Залог исключительных прав на товарный знак Организации или его отчуждение на основании договора допускается только по согласованию с ЦУАРНТД и Пресс-службой Корпорации.

## **5. Корпоративный (фирменный) стиль**

5.1. Корпоративный (фирменный) стиль представляет собой комплексную систему словесных, графических, цветовых элементов, способствующих идентификации Корпорации (Организации) и обеспечивающих единство ее восприятия.

Указанная система элементов применяется на носителях корпоративного (фирменного) стиля, (деловая документация, упаковка, коммуникационные материалы, сувенирная продукция, оформление зданий, помещений и т.д.).

Частью корпоративного (фирменного) стиля могут выступать не только визуальные элементы, но и, например, звуковые элементы (звук взлетающей ракеты и т.д.).

Правила применения корпоративного стиля Корпорации утверждены приказом Корпорации от 22.03.2019 № 83.

5.2. Каждая Организация обеспечивает разработку и утверждение собственного корпоративного (фирменного) стиля либо использует корпоративный (фирменный) стиль бизнес-блока (при дивизиональной (интегрированной) структуре) по согласованию с Организацией, формирующей соответствующий бизнес-блок Корпорации.

5.3. Полное воспроизведение положений приказов о корпоративном (фирменном) стиле или информации брендбука (руководства по фирменному стилю) на корпоративных интернет-сайтах не допускается. При публикации на корпоративных интернет-сайтах правил применения корпоративного (фирменного) стиля подлежит изъятию информация о шрифтах и воспроизведение лигатур.

5.4. Рекомендуется применение единого способа оформления носителей корпоративного (фирменного) стиля, а также расположения элементов корпоративного (фирменного) стиля для всех Организаций.

5.5. Материалы, предназначенные для внешних коммуникаций, должны быть оформлены работниками Корпорации (Организаций) в соответствии с требованиями корпоративного (фирменного) стиля для презентаций, статей и иных документов.

5.6. Не допускается использование изображений, статей и других материалов, права на которые принадлежат третьим лицам, без их письменного согласия или заключения лицензионного договора.

## **6. Корпоративный интернет-сайт организаций**

6.1. Корпоративный интернет-сайт предназначен для выстраивания коммуникации со СМИ, действующими и потенциальными партнерами, поставщиками, инвесторами, а также широким кругом пользователей сети «Интернет», интересующихся деятельностью Организации, Корпорации.

6.2. Корпоративный интернет-сайт также предназначен для информирования о преимуществах продуктов и услуг Организации и/или Корпорации.

6.3. Корпоративные интернет-сайты могут быть подразделены на внешние, внутренние, внутренние отраслевые.

6.4. Размещение внутренних материалов, предназначенных для работников, на внешнем корпоративном интернет-сайте не допускается.

6.5. Корпоративный интернет-сайт представляет собой составное произведение. Функциональным заказчиком корпоративного интернет-сайта является Структурное подразделение по коммуникациям. Иные подразделения Организации оказывают поддержку в управлении корпоративным интернет-сайтом и предоставлении информации по запросу Структурного подразделения по коммуникациям.

6.6. Доменное имя.

6.6.1. Доменное имя Организации должно основываться на зарегистрированном товарном знаке, либо коммерческом обозначении, либо ином обозначении, под которым Организация выступает в гражданском обороте.

6.6.2. Регистратором доменного имени в сети «Интернет» может выступать любой российский регистратор доменных имен, имеющий

полномочия создавать (регистрировать) новые доменные имена и продлевать срок действия уже существующих доменных имен.

6.6.3. При организации регистрации доменного имени в сети «Интернет» необходимо руководствоваться Технической политикой в области информационных технологий Государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос», утвержденной приказом Корпорации от 21.08.2017 № 294, и в том числе следующими основными правилами и принципами:

доменное имя регистрируется как домен второго уровня в доменных зонах .ru, .com, .space или .рф;

не допускается регистрация доменного имени на частное лицо (в том числе на работников Организации);

не допускается использование доменных имен 3-го уровня и выше размещенных в существующих доменах 2-го уровня, которые не принадлежат Корпорации и ее Организациям (например, organization.com.ru, organization.spb.ru и т.п.);

название доменного имени необходимо транслитерировать<sup>4</sup>;

не допускается использование в доменном имени указания на организационно-правовую форму предприятия (Корпорация, ФГУП, НПО, АО, ООО и т.д.). Если доменное имя зарегистрировано до даты вступления в силу настоящего Регламента, Организация вправе сохранить и использовать доменное имя в имеющемся формате;

не допускается использование в именовании доменного имени аббревиатур и названий других организаций (сокращенное или полное) или зарегистрированных товарных знаков;

необходимо стремиться к использованию коротких, простых, легко произносимых и хорошо запоминаемых обозначений;

не допускается использование в качестве зарегистрированного доменного имени слов, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали (в частности, слов непристойного содержания, призывов антигуманного характера и т.д.).

---

<sup>4</sup> В соответствии с ГОСТ 7.79-2000 (ИСО 9-95). Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

## 6.7. Требования к корпоративным интернет-сайтам Организаций.

6.7.1. Корпоративный интернет-сайт проверяется на соответствие патентной чистоте:

программное обеспечение и алгоритмы, разработанные в соответствии с условиями данных требований, не должны нарушать патентные права третьих лиц, также не допускается использование в составе программного обеспечения корпоративного интернет-сайта программного обеспечения, которое может привести к ограничению распоряжения корпоративным интернет-сайтом;

программные и технические средства, приобретаемые у сторонних фирм и предприятий, должны сопровождаться документацией, подтверждающей правомочность этих организаций поставлять данную продукцию и сопровождаться лицензионным соглашением;

исключительные права на материалы, размещаемые на корпоративном интернет-сайте, должны принадлежать Организации, или Организации должно быть предоставлено на указанные материалы право использования посредством заключения лицензионного договора на весь срок действия исключительных прав.

6.7.2. Функционирование корпоративного интернет-сайта должно быть обеспечено в круглосуточном режиме.

6.7.3. Корпоративные интернет-сайты всех Организаций должны отвечать требованиям к информационной безопасности и требованиям действующего законодательства Российской Федерации.

Также рекомендуется, чтобы интернет-сайты Организаций отвечали требованиям:

расширяемости и масштабируемости;

открытости;

единого стиля (допускается сохранение текущего оформления по результатам согласования с ЦУАРНТД и Пресс-службой Корпорации);

доступности для лиц с ограниченными возможностями (слабовидящих, слепых).

6.7.4. Рекомендуемые технические требования к корпоративным интернет-сайтам.

6.7.4.1. Требования к дизайну:

для создания и верстки дизайна корпоративного интернет-сайта необходимо использовать отраслевой макет, разработанный в рамках корпоративного (фирменного) стиля;

общая цветовая гамма, включая цветовую гамму контента, шрифты, используемые для оформления текстовых материалов сайта, не должны противоречить разработанному корпоративному (фирменному) стилю;

на первой странице корпоративного интернет-сайта не должно быть большого объема текстовой и графической информации;

на всех страницах корпоративного интернет-сайта должны отсутствовать: мелькающие баннеры; сливающийся текст; тёмные, агрессивные цветовые сочетания и графические решения.

#### 6.7.4.2. Требования к отображению:

элементы управления должны быть сгруппированы однотипно – горизонтально либо вертикально – на всех страницах. На каждой странице должны отображаться товарный знак Организации и контактная информация;

корпоративный интернет-сайт должен корректно открываться во всех основных современных браузерах, поддерживающих Web Kit (Google Chrome, Яндекс.Браузер, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer 11 версии и выше), и быть доступным к просмотру с помощью разных устройств (ПК, ноутбук, планшет, смартфон и т. д.);

главная страница (переход на главную страницу реализуется через кликабельность товарного знака Организации владельца корпоративного интернет-сайта) должна содержать последнюю информацию об Организации и отрасли;

товарный знак Корпорации должен быть размещен на сайтах всех Организаций и должен быть кликабельным с возможностью перехода на корпоративный интернет-сайт Корпорации. Кроме указания на корпоративном интернет-сайте Организации товарного знака Корпорации, также допускается указание «Организация Госкорпорации «Роскосмос».

#### 6.7.4.3. Требования к структуре:

Корпоративный интернет-сайт обязательно должен содержать разделы:

о компании;

направления деятельности (деятельность, бизнес, противодействие коррупции);

пресс-центр;

карьера;

продукция и услуги (может быть включен в раздел направления деятельности);

опционально может быть выделен раздел «ответственность»;

контакты (контактная информация) приводятся в разделе об Организации, а также на каждой странице корпоративного интернет-сайта.

Вся информация об организации, ее деятельности и т.д. группируется по указанным разделам. Число разделов с подразделами не должно превышать шести.

#### 6.7.4.4. Требования к контенту:

обязательная верификация информации;

информация должна быть интересной, лаконичной и полезной для посетителя;

корректное заполнение метатегов (title, description и другие);

соблюдение требований к разделению доступа по изменению контента;

обязательное тегирование каждого видео-, фото- и новостного материала при наличии функциональной возможности;

реализация возможности репоста новостных материалов в социальные сети;

реализация возможности подписки на материал.

#### 6.7.4.5. Требования к производительности:

среднее время отклика страниц должно составлять не более 3 секунд; для операций навигации по страницам корпоративного интернет-сайта – не более 3 секунд;

для операций навигации по представлениям списков объектов корпоративного интернет-сайта – не более 10 секунд;

для операций формирования отчетов для печати, формирования файлов Excel/Word при экспорте отчетов – не более 10 секунд.

## **7. Корпоративные группы и сообщества в социальных сетях**

Все корпоративные группы, сообщества, аккаунты Организации оформляются с применением корпоративного (фирменного) стиля.

Не допускается размещение в корпоративных группах, сообществах, аккаунтах Организации материалов, исключительные права на которые не принадлежат Организации или право использования которых не предоставлено на основании лицензионного договора.

Не допускается размещение в корпоративных группах, сообществах, аккаунтах Организации информации, материалов или высказывание мнений, которые могут негативно сказаться на репутации Организации, Организаций Корпорации, Корпорации.



При использовании фото-, видеоматериалов, исключительные права на которые принадлежат третьим лицам, использование которых не требует заключения отдельного лицензионного договора (правообладателем сделано прямое указание на это в сети «Интернет» и др.), такое использование осуществляется с указанием знака «©», автора или правообладателя.

## **8. Выявление фактов имитации, копирования, иных форм незаконного использования средств корпоративной идентификации и недобросовестной конкуренции**

8.1. В целях обеспечения своевременной и эффективной защиты прав и интересов Корпорации и Организаций в случае выявления физическими лицами, юридическими лицами или Структурными подразделениями Организации или Корпорации фактов нарушения прав на средства корпоративной идентификации, указанные лица либо Структурные подразделения в возможно короткие сроки направляют такую информацию и документы, подтверждающие нарушение прав на РИД, в ЦУАРНТД о нарушениях, затрагивающих права и интересы Корпорации, либо в Структурное подразделение по ИС о нарушениях, затрагивающих интересы Организации.

При этом фиксация нарушений прав производится:

для сети «Интернет» – посредством указания информационного ресурса, а также использования wayback machine или иного сервиса для фиксации размещения на странице ресурса товара (услуги) с использованием средств индивидуализации Корпорации;

для торговых сетей – посредством размещения фотографии объекта, фотографии информации о предполагаемом нарушителе, фиксации информации о наименовании торговой точки, ее адресе;

для наружной рекламы – посредством размещения фотографии объекта, на которой размещена соответствующая реклама, нарушающая права и интересы Корпорации в области интеллектуальной собственности, адреса размещения рекламного носителя.

По выявленным Структурными подразделениями Корпорации нарушениям прав Корпорации Пресс-служба Корпорации совместно с ЦУАРНТД проводит проверку, и в случае, если факт нарушения подтвержден, ЦУАРНТД обеспечивает правовую охрану средства корпоративной идентификации с учетом положений правовых актов Корпорации или инициирует порядок уведомительного и досудебного

урегулирования в соответствии с временным порядком взаимодействия структурных подразделений Корпорации при осуществлении защиты прав на средства индивидуализации Корпорации.

8.2. В случае если факт не подтвержден, ЦУАРНТД направляет соответствующее уведомление Структурному подразделению Корпорации, от которого была получена информация о нарушении.

8.3. ЦУАРНТД и Пресс-служба Корпорации совместно проводят мероприятия, направленные на выявление копирования, имитации и иных действий, которые могут негативно сказаться на репутации Корпорации.

8.4. ЦУАРНТД и Пресс-служба Корпорации проводят разъяснительную и иную работу, направленную на выявление работниками Корпорации и Организаций фактов нарушения, их предупреждение, пресечение.

8.5. Структурные подразделения по коммуникациям и управлению ИС проводят работу в соответствии с пунктами 8,2, 8.3 и 8.4 настоящего Регламента в своих Организациях.

## **9. Порядок внесения изменений**

9.1. Ответственным за актуализацию настоящего Регламента является ЦУАРНТД.

9.2. В случае если инициатором внесения изменений выступает лицо, не относящееся к ЦУАРНТД, Пресс-службе, Центру обеспечения международной деятельности или Департаменту развития персонала и сопровождения проектов Корпорации, то инициатор внесения изменений должен представить ЦУАРНТД обоснование практической целесообразности таких изменений.

9.3. Решение о внесении изменений в настоящий Регламент принимает исполнительный директор по контрактно-договорной работе Корпорации.

9.4. Изменения в настоящий Регламент после оценки целесообразности их внесения проходят процедуру согласования в соответствии с правовыми актами Корпорации.