

НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ  
ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАКАЗЧИКОВ

# РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



## 1. ЛОГОТИП. ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Построение.....	3
Корректные варианты использования.....	4
Некорректные варианты использования.....	5

## 2. КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА

Цветовая схема .....	6
----------------------	---

## 3. ТИПОГРАФИКА

Основной шрифт.....	7
Системный шрифт.....	8

## 4. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменная графика.....	9
Иконки.....	10
Фотостиль.....	11
Некорректные варианты использования фотостиля.....	12

## 5. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

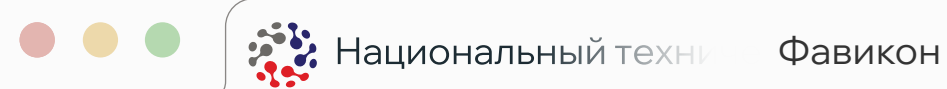
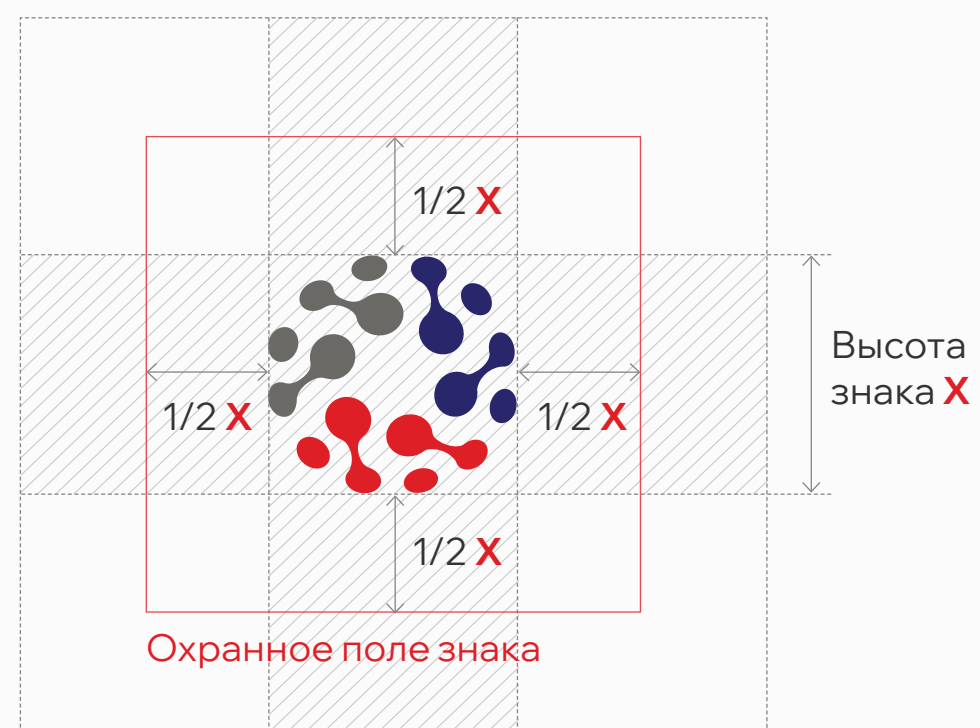
Визитка.....	13
Фирменный бланк.....	14
Фирменная папка.....	15
Слайды презентации 16:9.....	16-17
Электронная подпись .....	18



# Логотип. Построение

Фирменный знак может использоваться отдельно от логотипа, в качестве аватара в социальных сетях, иконки и фавикона.

Знак рекомендуется применять с учетом минимального охранного поля, равному  $1/2X$ , где  $X$  — высота фирменного знака.



Фирменный блок **NOTEX** и дескриптор являются ключевой частью идентичности бренда. Все составляющие блока находятся в строгом гармоничном соответствии друг другу и взаимосвязаны между собой.



Минимальный размер определяется считываемостью дескриптера

Логотип рекомендуется применять с учетом минимального охранного поля, равному  $1/2X$ , где  $X$  — высота фирменного знака. Логотип в пределах охранного поля не должен пересекаться с иными элементами.



# Корректные варианты использования

## Цветное изображение

Логотип рекомендуется располагать на светлом фоне или светлых фото, не мешающих его считыванию.

## Расположение на подложке

В случаях, когда цветной логотип необходимо расположить на паттерне или «неудобном» фоне, рекомендуется использовать белую плашку, размер которой равен охранному полю логотипа.

## Монохромное изображение

В тех случаях, когда нет возможности передать основное цветовое решение, используется монохромное изображение логотипа.

1. Черная заливка логотипа используется в тех случаях, когда цветная печать невозможна.

2. Когда нет возможности воспроизвести логотип на белом фоне, применяется выворотка. В этом случае все элементы логотипа окрашиваются в единый белый цвет и помещаются на поверхность, окрашенную в фирменные цвета\* или черный цвет. Однако же расположение логотипа на красном фоне вывороткой не рекомендуется.

3. Логотип может размещаться в белом монохромном варианте на фото, если оно имеет низкий уровень контраста и не мешает считыванию логотипа.

\*утвержденные в данном BrandBook

Эталонным считается размещение цветного логотипа на белом и светлом фоне/фото. Размещение белого логотипа на темном фоне с низким уровнем контраста является акцентным дизай-

нерским решением, применяемым для брошюр, презентаций, страниц сайта, социальных сетей. В меньшем приоритете находится использование логотипа на подложке.



Цветное изображение на белом фоне



Расположение логотипа на паттерне



Монохромное изображение



Цветное изображение на светлом фоне



Расположение логотипа на «неудобном» фоне



Выворотка



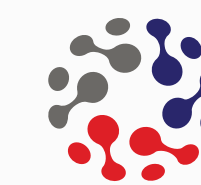
Цветное изображение на светлом фото не мешающего считыванию



Монохромное изображение на темном фото с низким уровнем контраста



Монохромное изображение на цветном фирменном фоне





# Некорректные варианты использования

Блок, состоящий из логотипа и дескриптора, нельзя:

1. Встраивать в макет, нарушая охранное поле;
2. Деформировать;
3. Наклонять, переворачивать;
4. Перекрашивать в другие цвета;
5. Произвольно комбинировать;
6. Набирать другой шрифтовой гарнитурой;
7. Размещать на неутвержденном контрастном фоне/паттерне без белой подложки;
8. Заменять существующие знаки на какие-либо другие элементы, а также вносить различные графические модификации;
9. Отображать элементы в контурном виде;
10. Встраивать, не соблюдая минимальный размер логотипа.

Эти примеры не являются полным перечнем неправильных вариантов использования, но они дают представление о том, как нельзя использо-

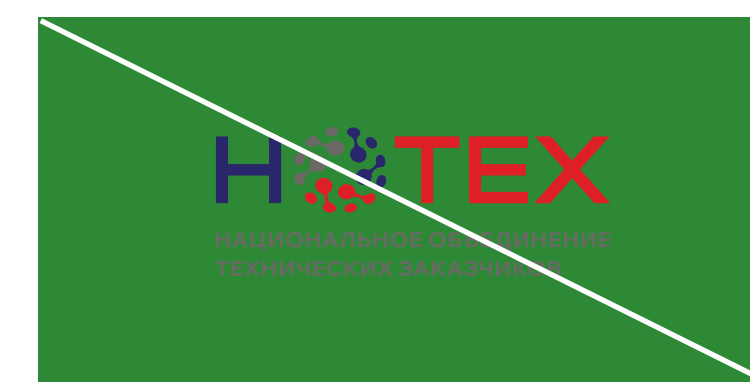
вать логотип. Приведенные примеры иллюстрируют проблемные ситуации, которые необходимо избегать при использовании логотипа.



Нарушение охранного поля



Изменение в цвете



Отсутствие белой подложки



Изменение в пропорциях



Изменение в цвете



Отсутствие белой подложки



Изменение наклона



Изменение в шрифте



Нарушение минимального размера логотипа



# Корпоративные цвета

Цветовая палитра бренда состоит из основных и дополнительных цветов. Все материалы под брендом **НОТЕХ** должны создаваться только с использованием этих цветовых решений. На этой странице показаны правильные цифровые значения корпоративных цветов.

Основными цветами являются 3 цвета, используемые в логотипе. В дополнительные же включены производные от этих цветов (их можно использовать для цветовой градации в графиках) и два необходимых цвета (фоновый и шрифтовой).

Набор текста осуществляется не черным, а специальным более светлым шрифтом (CMYK 0/0/0/80).




Красный цвет является акцентным и используется для выделения важных элементов, сообщений, но не является цветом. Данным цветом не заливаются полосы целиком, цветовое соотношение к остальным цветам на странице не может быть больше 15%.

Наиболее корректная цветопередача достигается при печати материалов отдельными красками Pantone.

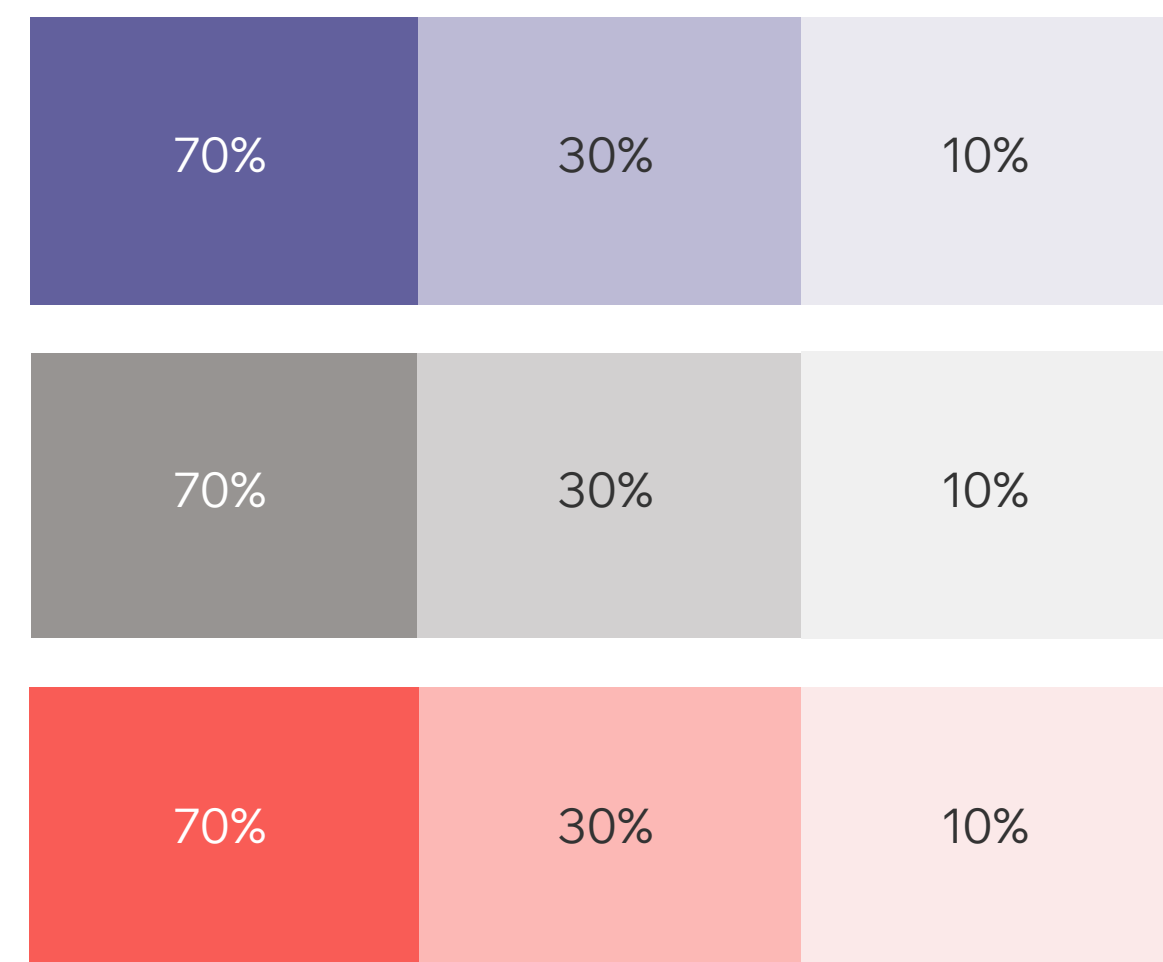
При невозможности использовать печать красками Pantone, используйте четырехкрасочную печать (CMYK). Не используйте значения цветов (RGB) и (HEX) для печати, они предназначены ис-

ключительно для онлайн-воспроизведения. И, соответственно, не используйте значения цветов (CMYK) для онлайн-макетов.


## Основные цвета

	Pantone HEX RGB CMYK	273 C #2a276b 42/39/107 100/100/23/17
	Pantone HEX RGB CMYK	Cool Gray 10 C #666666 108/105/102 0/0/0/60
	Pantone HEX RGB CMYK	485 C #df1f26 223/31/38 14/100/100/1

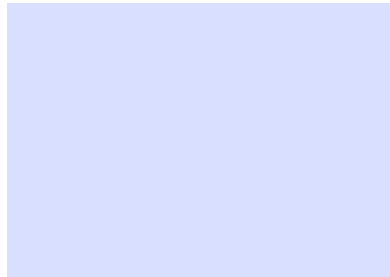
## Дополнительные цвета



Рекомендуемый цвет шрифта

	Pantone HEX RGB CMYK	Black C #333333 51/51/51 0/0/0/80
---------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------------

Цвет фона

	Pantone HEX RGB CMYK	2706 C #d9e0ff 217/224/255 13/8/0/0
---------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	----------------------------------------------



# Основной шрифт

Корпоративные шрифты являются важной составляющей фирменного стиля. Основным шрифтом является семейство Wix Madefor Display. Он используется повсеместно на всех рекламных макетах для набора заголовков, подзаголовков и других сообщений.

## В деловой документации

В заголовках используется начертание Wix Madefor Display Bold, для набора основного текста — начертание Regular.

## В плакатах и стендах

Используются крупные заголовки с начертанием Regular, а начертание Bold, наоборот, применяется к самым мелким элементам плаката.

Wix Madefor Display

Поскольку фирменный стиль — это совокупность элементов, работающих вместе, важно проследить, чтобы в макетах использовались только корпоративные шрифты.

При кобрендинге с другими компаниями важно не использовать шрифты сторонних компаний на своей части макета.

# Wix Madefor Display

Regular АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЭЮЯ  
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъэюя  
123457890@#\$%^&\*\*<>

Bold АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЭЮЯ  
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъэюя  
123457890@#\$%^&\*\*<>



# Системный шрифт

Шрифт Verdana является дополнительным и используется в материалах, когда использование основных шрифтов ограничено технически для создания документов в программах Microsoft Office, PowerPoint, в почте, корпоративных рассылках.

Использовать шрифт Verdana для создания рекламных макетов строго запрещено.

## Примечание

Не допускается использование других шрифтов в макетах, кроме основного или системного. Имена собственные, отдельные слова или предложения всегда должны набираться с заглавной буквы.

Verdana

Системный шрифт может сочетаться с основным на носителях, где воспроизведение основного шрифта возможно только в растровом виде. На-

пример, на баннерах при создании корпоративных рассылок. При кобрендинге с другими компаниями системный шрифт использовать нельзя.

# Verdana

Regular АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЭЮЯ  
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъэюя  
123457890@#\$%^&\*\*<>

Bold АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЭЮЯ  
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъэюя  
123457890@#\$%^&\*\*<>





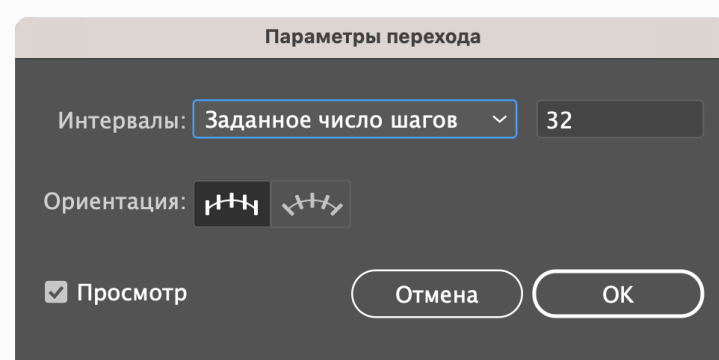
# Фирменная графика

Фирменная графика представлена в виде плавных абстрактных линий, олицетворяя собой множество,двигающееся в едином направлении.

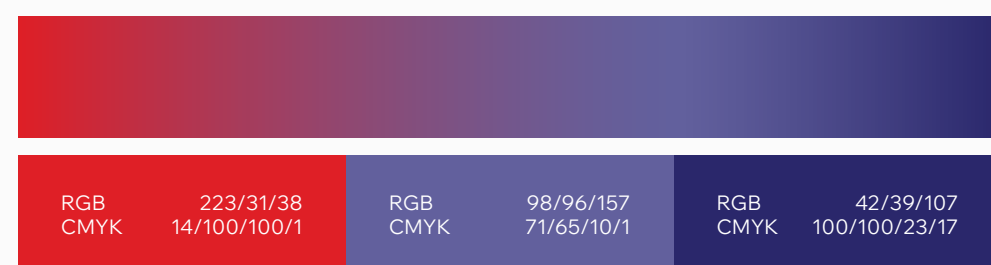
Графика создается в **Adobe Illustrator** инструментами Blend (Переход) и Gradient (Градиент).

Для создания эффекта плавного перехода формирующие боковые линии должны иметь округлые формы. Линии должны сохранять общность и их нельзя разносить в разные части макета.

Параметры перехода — 32 шага



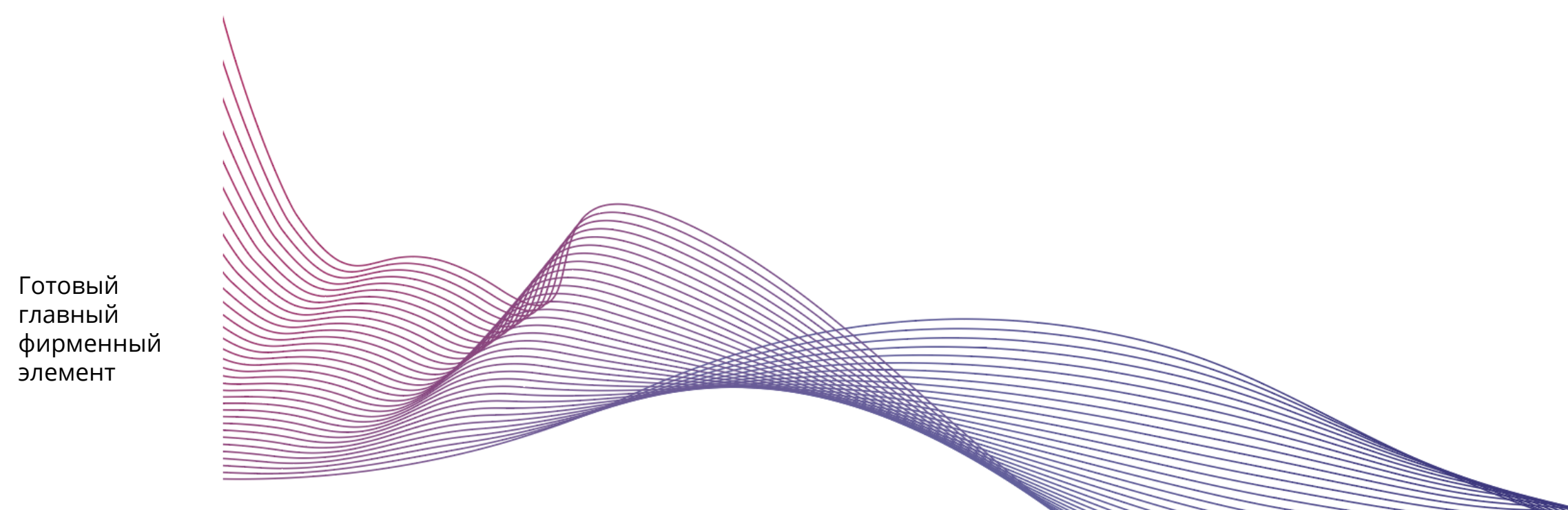
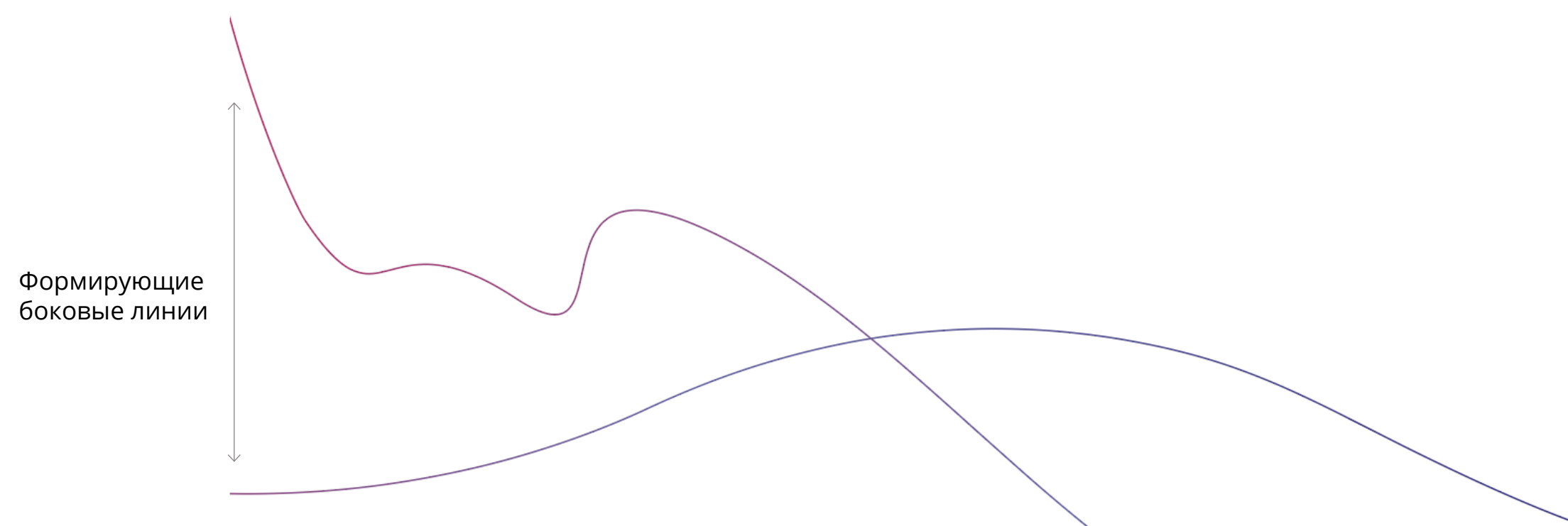
Параметры градиента — переход в 3 цвета



Главный фирменный элемент используется на визитках, титульных страницах презентаций, бланке и т.д.

Его производные могут использоваться для дополнения фирменного стиля. При необходимости разместить элемент на цветном фоне используется белый цвет линий.

## Основной элемент



# Иконки

## Цветовое решение для иконок

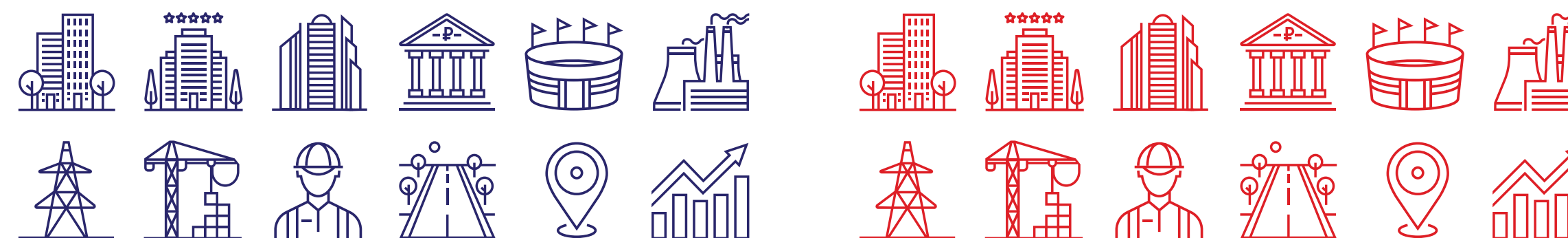
Для иконок применяются фирменные цвета, утвержденные брендбуком. Красный цвет является акцентным.

## Расположение на подложке

В случаях, когда нет возможности изобразить иконки на белой подложке, используется выворотка.



Основное цветовое решение для иконок



Вспомогательное цветовое решение для иконок

Акцентное цветовое решение для иконок



Выворотка





# ФОТОСТИЛЬ

Ниже приведены примеры правильно подобранных фото. Основной посыл фотостилля — строгость, качество и естественность.

В фотостиле присутствуют два типа фотографий, разбивочные (с применением наложения) и базовые.

## Основные



В фотостиле присутствуют два типа фотографий — базовые и разбивочные.

### Базовые

Фотографии, применяемые повсеместно в макетах, — это фотографии строительной/офисной тематики с соблюдением законов композиции, непостановочные, хорошего качества.

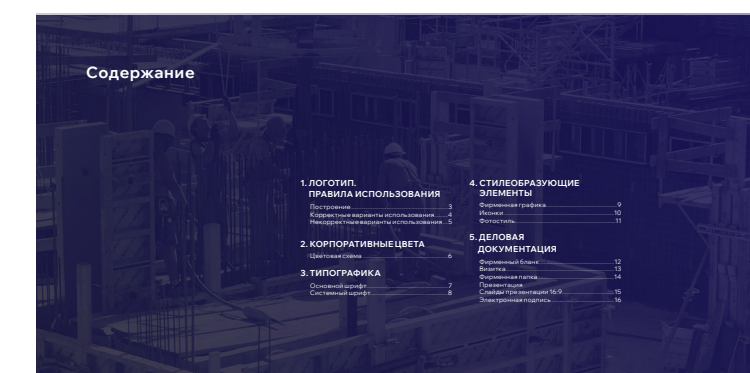
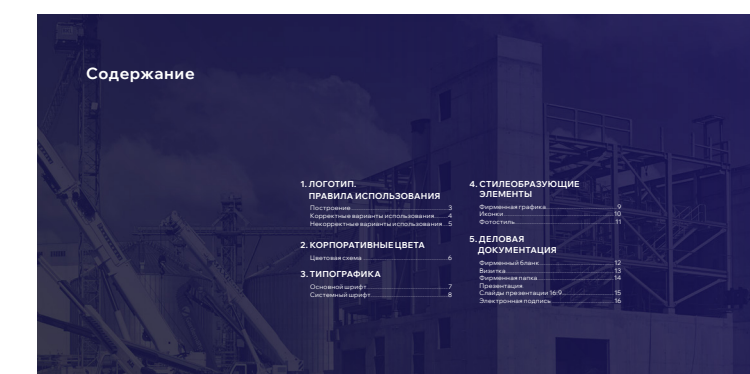
### Разбивочные

Фотографии, используемые для разбивки страниц в презентациях, на них можно помещать текст и графику. К фотографиям применяется фильтр.

Не применяются для фотографий:

1. Сотрудники организации.
2. Люди, смотрящие в кадр.
3. Изображения с большим количеством мелких элементов.

## Разбивочные





# Некорректные варианты использования фотостила

## В фотостиле нельзя:

1. Использовать фотографии плохого качества;
2. Использовать стоковые коллажи и коллажи с применением нефирменной графики;
3. Использовать фотографии с отсутствием композиции;
4. Использовать явно постановочные фото;
5. Деформировать/сжимать/растягивать фото до появления искажений;
6. Использовать некорректный фильтр для разбивочных фотографий.

Эти примеры не являются полным перечнем неправильных вариантов использования фотостила, но они дают представление о том, каких фотографий лучше избегать в макетах.

Приведенные примеры иллюстрируют проблемные ситуации, которые необходимо избегать при использовании фотостила.



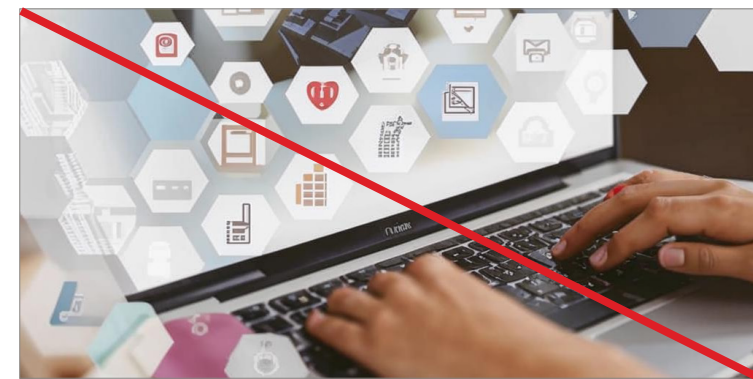
Стоковые коллажи



Слияние фотографии и нефирменной графики



Слияние двух фотографий



Использование нефирменных иконок



Фотографии с отсутствием композиции



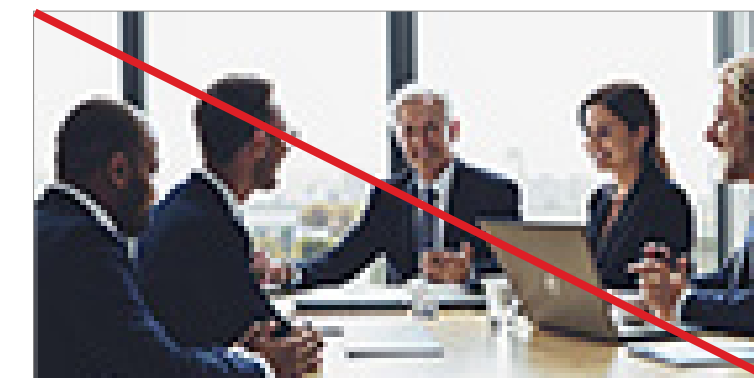
Явно постановочные фото



Сжатие, наклон фотографий



Использование некорректного фильтра



Фотографии плохого качества



# Визитка

Формат — **90x50 мм**

Весь текст визитки выполнен фирменным шрифтом **Wix Madefor Display**, меняется только начертание шрифта.

**Расшифровка названия:**  
regular 4,5 pt

**Имя/фамилия:**  
bold 10 pt

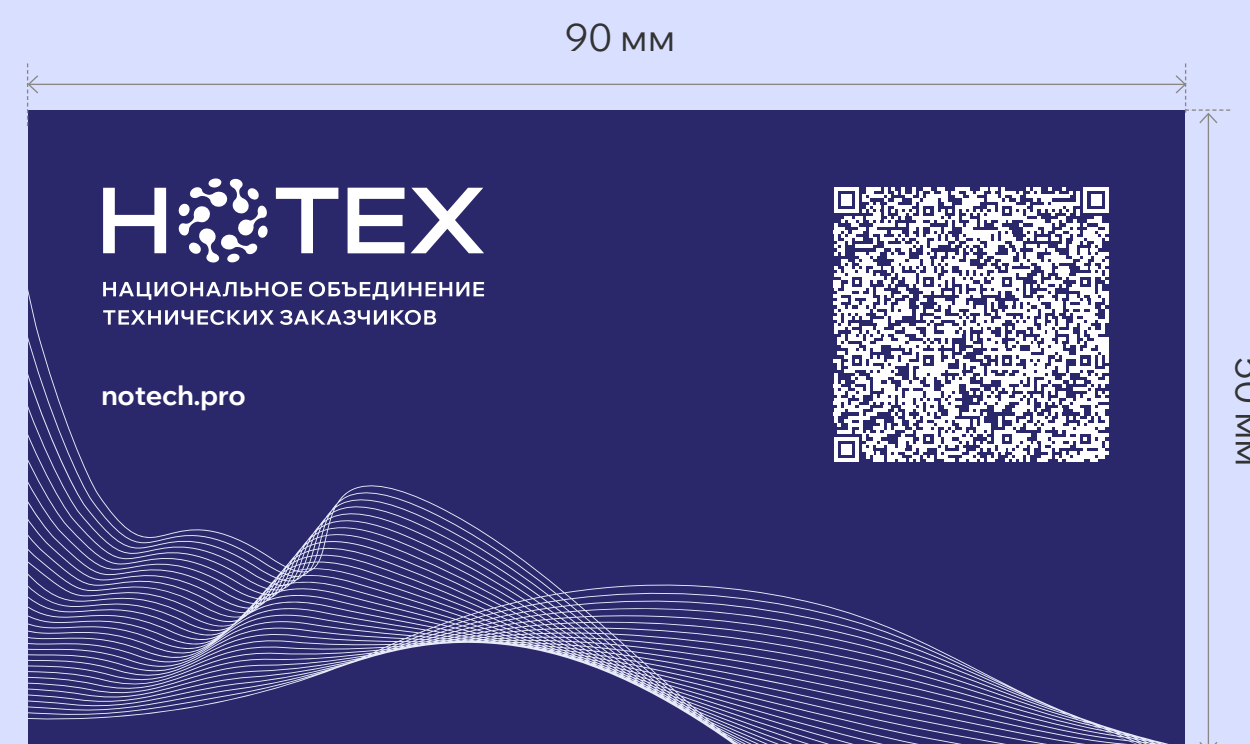
**Должность:**  
bold 6 pt

**Контактная информация:**  
regular 6 pt

**Сайт компании:**  
bold 6 pt

Рекомендации по печати:  
Печать — офсетная, 4+4 СМУК

Бумага — белая, матовая,  
плотностью 300-350 г/м<sup>2</sup>







# Фирменная папка

Весь текст папки выполнен фирменным шрифтом **Wix Madefor Display**. Внутренняя часть полностью запечатывается фирменным цветом.

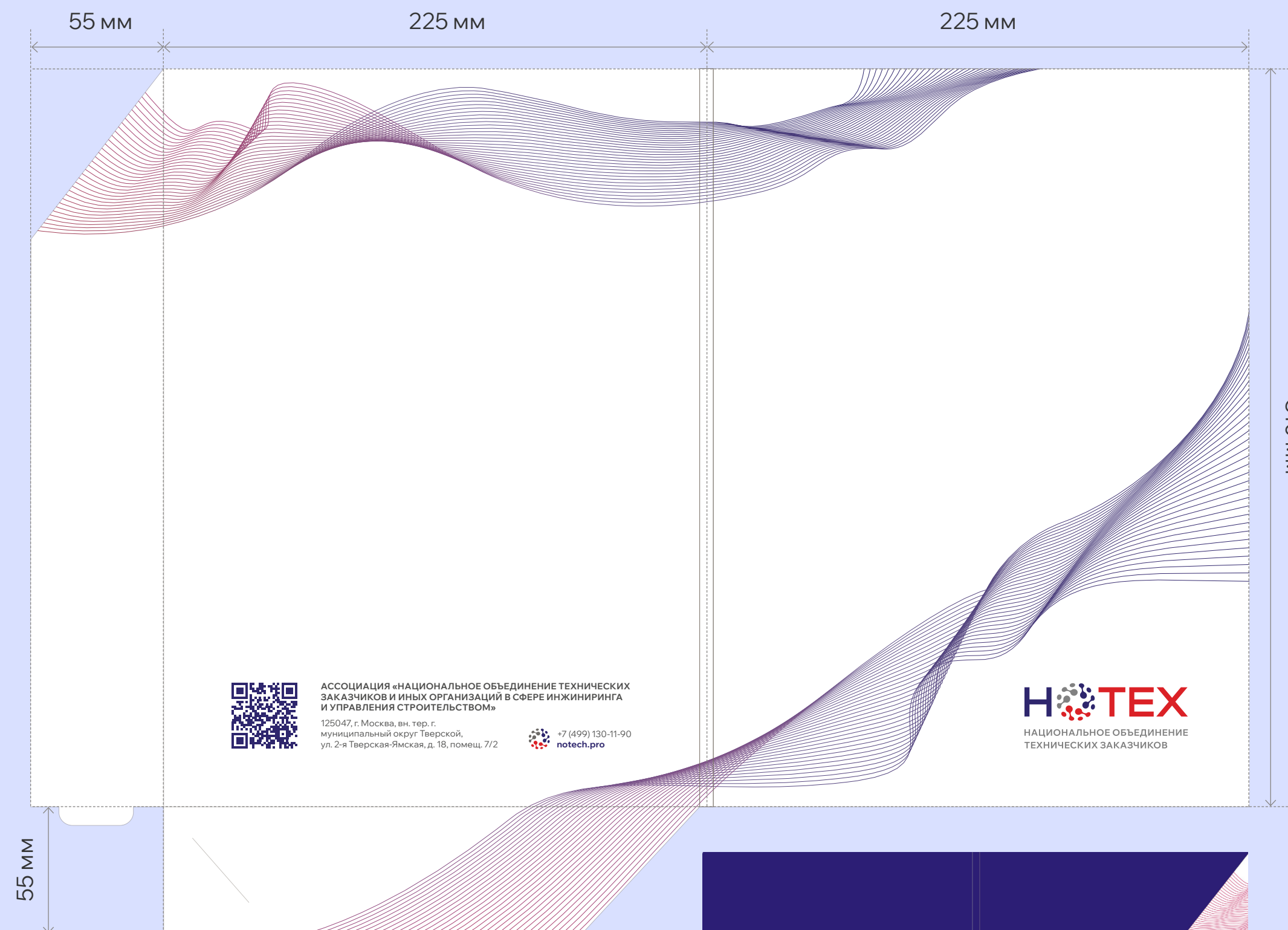
**Расшифровка названия:**  
bold 10,5 pt

**Контакты:**  
regular 10,5 pt

**Сайт:**  
bold 10,5 pt

Рекомендации по печати:  
Печать — офсетная, 4+4 СМУК

Картон — плотностью 250-300 г/м<sup>2</sup>,  
матовая ламинация, вырубка, склейка.



Внутренняя часть полностью запечатывается фирменным цветом



# Слайды презентации 16:9

Формат — 1920x1080 px | 16:9

При работе в Microsoft PowerPoint весь текст на слайдах презентации выполняется фирменным шрифтом **Verdana**.

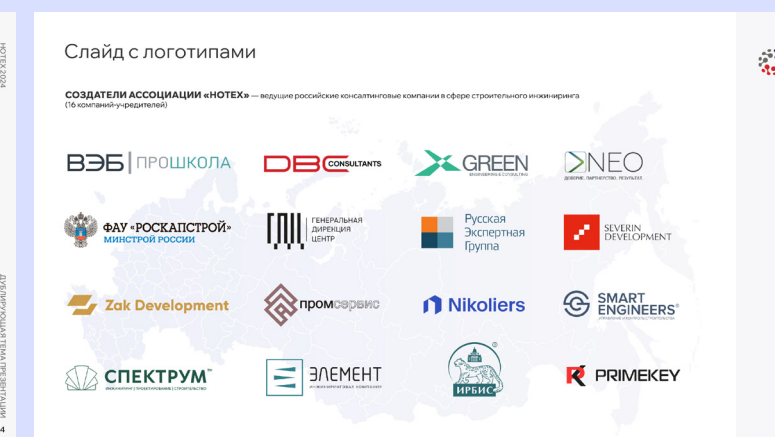
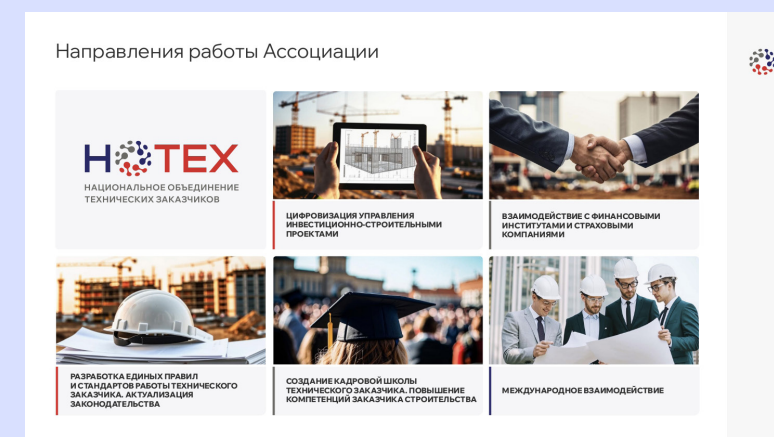
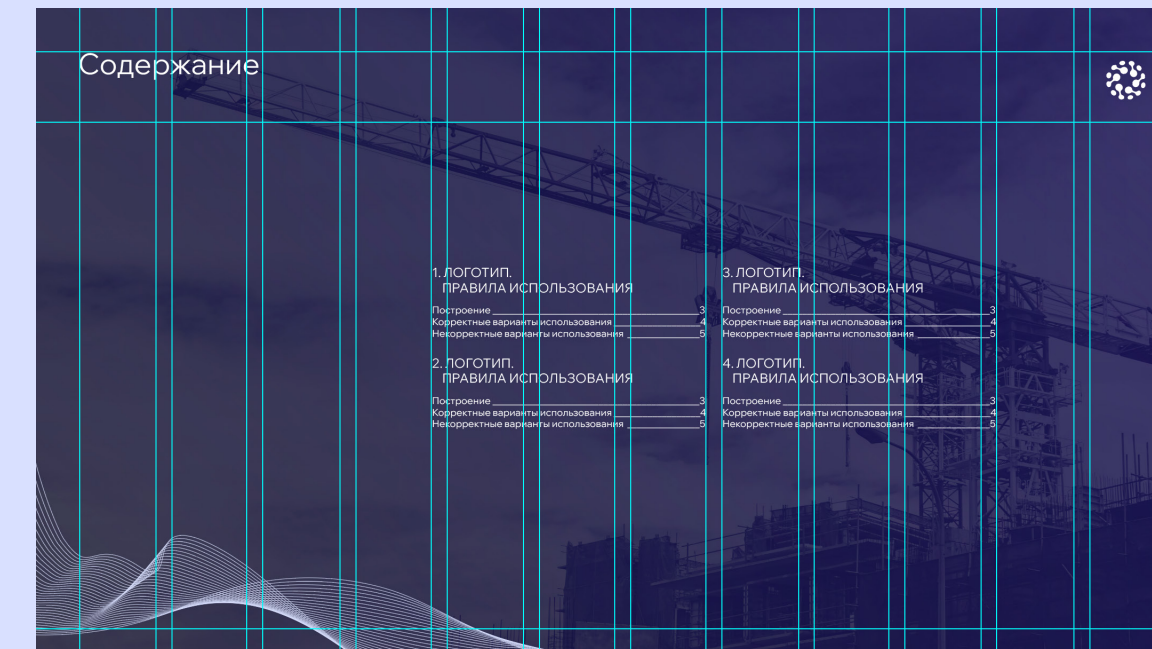
При работе в векторных программах Adobe Illustrator и Adobe Indesign используется **Wix Madefor Display**.

На страницах приоритетно использование разработанных фирменных иконок и графики. Графики, диаграммы и таблицы должны оформляться в согласованных фирменных цветах **NOTEX**.

Сетка:  
12 колонок

Данные страницы являются примером оформления стандартной презентации ассоциации и должны быть использованы в качестве эталонных для построения будущих страниц. Слайды для выступлений не являются эталонными для разработки стандартной презентации. Все дальнейшие наработки должны быть согласованы и утверждены с пресс-службой Ассоциации «NOTEX».

ды для выступлений не являются эталонными для разработки стандартной презентации. Все дальнейшие наработки должны быть согласованы и утверждены с пресс-службой Ассоциации «NOTEX».





# Слайды презентации 16:9

Формат — 1920x1080 px | 16:9

При работе в Microsoft PowerPoint весь текст на слайдах презентации выполняется фирменным шрифтом **Verdana**.

При работе в векторных программах Adobe Illustrator и Adobe Indesign используется **Wix Madefor Display**.

На страницах приоритетно использование разработанных фирменных иконок и графики. Графики, диаграммы и таблицы должны оформляться в согласованных фирменных цветах **NOTEX**.

Сетка:  
12 колонок

Данные страницы являются примером оформления стандартной презентации ассоциации и должны быть использованы в качестве эталонных для построения будущих страниц. Слайды для выступлений не являются эталонными для разработки стандартной презентации. Все дальнейшие наработки должны быть согласованы и утверждены с пресс-службой Ассоциации «NOTEX».

ды для выступлений не являются эталонными для разработки стандартной презентации. Все дальнейшие наработки должны быть согласованы и утверждены с пресс-службой Ассоциации «NOTEX».

### Процедура вступления в члены Ассоциации «NOTEX»

ЭТАПЫ ВСТУПЛЕНИЯ В ЧЛЕНЫ АССОЦИАЦИИ «NOTEX»

1. Подача заявления, пакета документов
2. Назначение ответственного для проведения аудита
3. Проведение аудита на соответствие критериям вступления
4. Рассмотрение кандидата Правлением
5. Принятие решения о вступлении
6. Уплата вступительного и членского взносов
7. Включение в работу Ассоциации

Основные документы, регулирующие прием новых членов в Ассоциацию «NOTEX», внесены в Устав Ассоциации, «Положение о членстве в Ассоциации» и «Коддекс этики членов Ассоциации», в которых прописаны основные требования к членам Ассоциации.

Процедура оценки проводится с целью подтверждения соответствия кандидата установленным требованиям на вступление в Ассоциацию.

Член Ассоциации «NOTEX» обязан соответствовать обязательным критериям вступления и в течение первого года членства в Ассоциации должен привести свою деятельность в соответствие добровольному стандарту работы технико-экономического заказчика и другим нормативным правовым актам ВПН Ассоциации, регулирующим деятельность технико-экономического заказчика.

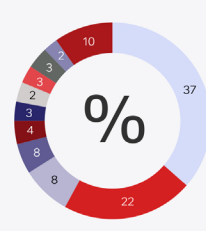
### Заголовок

ДАННЫЕ	ДАННЫЕ	1 кв. 2024	1 кв. 2024	1 кв. 2024	1 кв. 2024
Данные	Данные	Данные	Данные	Данные	Данные
Старые данные	Расшифровка	12	23	12	23
Новые данные	Расшифровка	23	35	23	35
Старые данные	Расшифровка	35	86	35	86
Старые данные	Расшифровка	86	97	86	97
Старые данные	Расшифровка	97	12	97	12
Старые данные	Данные	86	97	86	97
Новые данные	Расшифровка	10	120	531	531
Старые данные	Расшифровка	86	97	86	97
Старые данные	Расшифровка	97	122	97	122
Старые данные	Расшифровка	12	34	12	34
Старые данные	Расшифровка	97	122	97	122
Старые данные	Расшифровка	12	34	12	34

Примечание: данные смена является индикаторной и может служить в качестве иллюстрации наиболее распространенных практик применения функций тегования на равных условиях реализации проекта, при этом смена не является обязательной и не оказывает никакого влияния на сроки и качество реализации проекта.

### Заголовок

ОБЩИЕ КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ



ДОБРОВОЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

- СТАНДАРТЫ РАБОТЫ, КОТОРЫЕ ОБЕСПЕЧИВАЮТ КАЧЕСТВО УСЛУГИ
- КЛАССИФИКАЦИЯ КОМПАНИЙ
- ПОНЯТНЫЙ ЗАКАЗНИК РЕЗУЛЬТАТ РАБОТЫ
- ПРОЗРАЧНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИСП
- ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОИН ОТВЕТСТВЕННОСТИ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Общественное питание  
Одежда и обувь  
Продукты питания и супермаркеты  
Медицинские товары и услуги  
Прочие товары и услуги  
Банки и финансовые услуги  
Косметика и парфюмерия  
Товары для дома и интерьера

### Определяем функционал технического задания на ЖЦ ИСП

Этап	Результат	Функционал заказчика
ПРЕДПРОЕКТ (технико-экономический этап)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Технико-экономическое обоснование</li> <li>Концепция проекта (коммерческая, техническая, архитектурная)</li> <li>Предварительный бюджет</li> <li>Предварительный график проекта</li> <li>Решение по запуску проекта — экспорт проекта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Консультирование заказчика по формированию функциональной задачи</li> <li>Проведение технико-экономического обоснования</li> <li>Контроль за соблюдением сроков, бюджета, качества работ</li> <li>Подготовка документации для разработки концепции проекта</li> <li>Анализ рисков и управление проектом</li> <li>Получение предварительного технического задания</li> <li>Согласование сроков, формирования предварительного графика</li> <li>Распределение по оптимальной контрактной структуре</li> </ul>
ПРОЕКТНО-ИЗЫСКАТЕЛЬСКИЕ РАБОТЫ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Согласованная ПД, прохождение экспертизы</li> <li>Утвержденный рабочий бюджет</li> <li>Утвержденная структура проекта</li> <li>Утвержденный график реализации проекта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Формирование ТЗ, подготовка и проведение тендера на выбор Генподрядчика, исполнительской документации</li> <li>Сопровождение получения исполнительской документации</li> <li>Управление проектом</li> <li>Заказ на выбор подрядчика на подотчетный этап работ</li> <li>Согласование проектной документации (ПД)</li> <li>Обеспечение согласования и согласования ПД в экспертизу и заинтересованные организации</li> <li>Заказ на выбор подрядчика на подотчетный этап работ</li> <li>Контроль сроков, формирования предварительного графика</li> <li>Согласование сроков, формирования предварительного графика</li> <li>Согласование сроков, формирования предварительного графика</li> <li>Согласование сроков, формирования предварительного графика</li> <li>Согласование сроков, формирования предварительного графика</li> </ul>
СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ (включая все виды работ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Получение результатов работ — объект завершено, введенный в эксплуатацию</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подготовка и проведение тендера на выбор Генподрядчика, специализированной подрядной организации</li> <li>Контроль рабочего проекта, обеспечение проекта актуальной рабочей документацией с учетом СМР-процесса</li> <li>Уполномоченный контроль графика и бюджета проекта</li> <li>Сторонний контроль качества работ и материалов, контроль объемов</li> <li>Контроль ОТ и ТБ, ПБ, ЗО при производстве работ</li> <li>Разработка рабочего бюджета проекта и утверждение у Заказчика</li> <li>Взаимодействие с надзорными органами</li> <li>Получение ЭОС и Рв</li> <li>Передача окомплектованной исполнительной документацией службе эксплуатации</li> </ul>

### Заголовок слайда о персоне или о компании

**Иванов Иван Иванович**  
Полное наименование ООО «Иванов Иван Иванович»  
ИНН 50/0000000000  
УИН 50/0000000000

Описание деятельности ООО «Иванов Иван Иванович» в сфере строительства и недвижимости. Компания занимается проектированием, строительством и эксплуатацией объектов недвижимости. Основные направления деятельности: проектирование, строительство, эксплуатация объектов недвижимости.

### Контакты

**Иванов Иван Иванович**  
Полное наименование ООО «Иванов Иван Иванович»  
ИНН 50/0000000000  
УИН 50/0000000000

123456, Москва, ул. Ленина, д. 10, стр. 10  
Телефон: +7 (495) 123-4567  
E-mail: info@ivanov.ru

### ТЕМА СЛАЙДА ДЛЯ КОНФЕРЕНЦИЙ

тема слайда

общие тезисы

1. Заголовок с данными или цифрами
2. Заголовок с цифрами
3. Заголовок с данными или цифрами
4. Заголовок с цифрами
5. Заголовок с данными или цифрами

180 КЛИЕНТОВ  
260 КОМПАНИЙ  
2 СДЕЛКИ

В рамках презентации в течение 15 минут будет рассмотрено следующие вопросы: анализ рынка, обзор тенденций, прогноз развития отрасли, ключевые факторы успеха, рекомендации по развитию бизнеса.

Пример оформления слайда для выступления



# Электронная подпись

Весь текст электронной подписи выполнен шрифтом **Verdana**.

**Открывающая фраза «С уважением»:**  
bold 10 pt

**Имя Фамилия:**  
bold 8 pt

**Должность | телефон | сайт:**  
regular 8 pt

**Адрес:**  
regular 6,5 pt

**Расшифровка названия:**  
regular 6 pt

**Логотип:**  
366x148 px

**Отбивка:**  
426x3 px

Поиск

Отправить Отменить Вложить Подпись ...

От: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_ Копия СК

Тема: \_\_\_\_\_ Важность ▾

Verdana 10 A Ж К Ч С [color] [background] [list] [indent] [link]

С уважением,

**Иван Иванов**  
Председатель Наблюдательного совета  
Ассоциации «НОТЕХ»  
Тел.: +7 (499) 130-11-90 | Моб.: +7 (499) 130-11-90  
[info@notech.pro](mailto:info@notech.pro) | [notech.pro](http://notech.pro)

125047, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Тверской,  
ул. 2-я Тверская-Ямская, д. 18, помещ. 7/2

АССОЦИАЦИЯ «НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ  
ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАКАЗЧИКОВ И ИНЫХ  
ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ИНЖИНИРИНГА  
И УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ»

**НОТЕХ**  
НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ  
ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАКАЗЧИКОВ







Спасибо  
за внимание!

**NOTEX**

НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ  
ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАКАЗЧИКОВ

АССОЦИАЦИЯ «NOTEX»

125047, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ  
Тверской, ул. 2-я Тверская-Ямская, д. 18, помещ. 7/2

[NOTECH.PRO](http://NOTECH.PRO) | [info@notech.pro](mailto:info@notech.pro) | +7 (499) 130-11-90

