



Посібник з фірмового стилю

CAMPER Co



Розділ 1. Про компанію	2
Місія бренду	3
Позиціонування бренду	3
Цінності бренду	4
Цільова аудиторія	5
Розділ 2. Графічний стиль	6
Основна версія логотипа	7
Конструкція логотипа	9
Охоронне поле логотипа	10
Додаткові версії логотипа	11
Мінімальний розмір логотипа	12
Неприпустиме використання логотипа	13
Розділ 3. Фірмові кольори.....	14
Розділ 4. Фірмові шрифти.....	19

Розділ 5. Фірмові патерни.....	23
Розділ 6. Фірмові фото бренду	27
Розділ 7. Дизайн та візуалізація носіїв фірмового стилю	36
Візитна картка	37
Чашка	38
Транспорт 1	39
Транспорт 2	40



Про Компанію

РОЗДІЛ 1

Місія бренду

Бренд CamperGO має на меті забезпечити можливість для людей насолоджуватися свободою подорожей, пропонуючи комфортні та стильні кемпери і будинки на колесах.

Він прагне створити нові враження й незабутні моменти для своїх клієнтів, надаючи їм можливість подорожувати автономно й зручно, досліджуючи мальовничі місця Іспанії.

Позиціонування бренду

CamperGO позиціонується як інноваційний і стильний бренд для тих, хто прагне незалежності в подорожах.

З його пропозицією оренди кемперів та автобудинків молоді пари, сім'ї та цифрові кочівники можуть насолоджуватися мобільністю та комфортом, досліджуючи нові куточки без обмежень, що накладає традиційний спосіб подорожей.

Цінності бренду

Свобода – важлива цінність, що дозволяє мандрівникам визначати власний маршрут і час подорожі.

Пригода – надання унікальних можливостей для вражаючих подорожей та вивчення природи.

Комфорт – забезпечення всіх необхідних умов для приємного проживання у кемпері, що відповідає потребам мандрівників.

Стиль – втілення сучасного і мінімалістичного дизайну, що відповідає актуальним трендам «хіпстерської» естетики.

Цільова аудиторія

Цільова аудиторія бренду CamperGO включає:

Мандрівників, які прагнуть досліджувати нові місця.

Любителів природи, які шукають спосіб бути ближче до навколишнього середовища.

Цифрових кочівників, професіоналів, які працюють віддалено і потребують гнучкості.

Молоді пари, які бажають створити романтичні і незабутні спогади під час подорожей.

Сім'ї, які хочуть проводити час разом, відкриваючи світ природи та нових вражень.



Графічний СТИЛЬ

РОЗДІЛ 2

Основна версія логотипу

Мінімалістичний логотип, створений із урахуванням особливостей бренду, відображає сучасну "хіпстерську" естетику, що надає йому унікальності та візуальної привабливості. Це шрифтовий логотип, в якому головна концепція концентрується навколо двох елементів: слова "Go" та букви "M," що є частиною назви бренду.

Буква "M" стилізована таким чином, що її форма нагадує дорогу, символізуючи шлях, що веде до нових пригод. Це просте, але ефективне графічне рішення підкреслює активний спосіб життя та дух подорожей. Слово "Go" слугує як натяк на динаміку та рух, спонукаючи потенційних клієнтів до дій та участі в кемпінгових пригодах. В букві "G" вимальовується силует палатки, що також прямо відсилає до діяльності компанії. Разом ці елементи створюють сильний візуальний зв'язок між брендом і його місією — надихати людей досліджувати природу.

The logo for CAMPER Go. The word "CAMPER" is in a bold, black, sans-serif font. The word "Go" is in a stylized, rounded font where the 'G' is dark blue and the 'o' is light blue. The 'G' is shaped like a tent, and the 'o' is shaped like a wheel or a tire.

CAMPER Co

Конструкція логотипа

Логотип побудований по сітці та має пропорційність всіх елементів. Це робить його гармонійним та візуально правильним.



Охоронне поле логотипа

Щоб забезпечити впізнаваність і правильне сприйняття логотипу, при його розміщенні на будь-яких типах носіїв слід керуватися правилом охоронного поля.

Охоронне поле – це зона навколо логотипу, яка завжди повинна залишатися вільною від будь-якої графіки та тексту.

Висота та ширина охоронного поля логотипа дорівнює літері С з назви бренда.

Розмір охоронного поля змінюється пропорційно знаку, згідно з заданим розміром.



Додаткова версія логотипа

Скорочена
версія
логотипа



Мініиальний розмір логотипа

Наведені мінімальні розміри логотипу обрані з міркувань зручності його читання і є допустимими мінімумами, при яких окремі елементи ще залишаються помітними.

Вказані розміри можуть змінюватись у більшу сторону залежно від способу відтворення логотипа та властивостей поверхні носія.



Неприпустиме використання логотипа

Логотип є завершеним графічним елементом. Будь-які зміни зовнішнього вигляду, які не передбачені у цьому брендбуці, є заборонені.

Наведені приклади надають уявлення про типові помилки:

1. Зміна кольорів на довільні.
2. Зміна пропорцій логотипу.
3. Довільне компонування елементів логотипу.
4. Нахил.
5. Відтворення на тлі, подібному з відтінком елементів логотипу.
6. Використання в низькій якості.





Фірмові кольори

РОЗДІЛ 3

Фірмові кольори бренда

Пісочний колір символізує тепло, комфорт і спокій. Це колір пустельних пісків та пляжів, який викликає асоціації з відпочинком на природі та релаксацією. Він відображає природну простоту і приземленість. Цей колір створює відчуття дружності та відкритості, заохочуючи людей до спокійного та приємного проведення часу на природі. Він додає відчуття затишку, що важливо для кемпінгових заходів.

Оливковий колір асоціюється з природою, відновленням і збереженням. Це колір відображає спокій, стабільність та гармонію. Він нагадує про зелені ландшафти, дерева та рослинність, що є важливими елементами кемпінгового досвіду. Викликає відчуття надійності та безпеки, нагадуючи кемпінгерам про зв'язок з природою та екологічну відповідальність.

Синій колір символізує небо і воду, що є незмінними складниками кемпінгових пригод. Синій колір асоціюється з довірою, спокоєм та глибиною. Він нагадує про водоспади, ріки та океани, що оточують кемпінгові локації. Використання цього кольору допомагає створити відчуття безмежності та можливостей, спонукаючи до відкриття нових горизонтів під час кемпінгу. Він є символом чистоти та свіжості природних водних ресурсів.

CMYK: 14 16 40 0 RGB: 227 210 166 HEX: E3D2A6 PANTONE: 7500 C	75%	50%	25%
CMYK: 10 0 65 87 RGB: 62 63 28 HEX: 3E3F1C PANTONE: 5747 C	75%	50%	25%
CMYK: 70 25 0 75 RGB: 22 61 84 HEX: 153C53 PANTONE: BLACK C	75%	50%	25%

CAMPER Co

CAMPER Co

CAMPER Co



Фірмові шрифти

РОЗДІЛ 4

Фірмові шрифти бренда

Unbounded

Unbounded насичений шрифт, він привертає увагу та виділяється серед інших шрифтів.

Завдяки високому контрасту між ним та набірним шрифтом, Unbounded виглядає потужно та стильно, створює враження надійності та якості.

Шрифт Unbounded має чудову читабельність. Великі та чіткі літери дозволяють легко сприймати текст, навіть на великих відстанях. Крім того, він має стильний вигляд, що допомагає підкреслити сучасний напрям компанії.

Unbounded

SemiBold

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll, Mm, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Ww, Xx, Yy, Zz

Аа, Бб, Вв, Гг, Гґ, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Ії, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Regular

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll, Mm, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Ww, Xx, Yy, Zz

Аа, Бб, Вв, Гг, Гґ, Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Ії, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Фірмові шрифти бренда

Montserrat

Montserrat має чистий та сучасний дизайн. Він гарно читається. Має прості та елегантні лінії, які надають йому витонченого вигляду.

Завдяки своєму чіткому і зрозумілому стилю, Montserrat забезпечує легкість сприйняття інформації.

Він універсальний та естетично привабливий, ідеально підходить у пару до шрифту Unbounded.

Montserrat

Bold

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll, Mm, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Ww, Xx, Yy, Zz

Аа, Бб, Вв, Гг, Гг', Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Ії, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Regular

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll, Mm, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Ww, Xx, Yy, Zz

Аа, Бб, Вв, Гг, Гг', Дд, Ее, Єе, Жж, Зз, Ии, Іі, Ії, Йй, Кк, Лл, Мм, Нн, Оо, Пп, Рр, Сс, Тт, Уу, Фф, Хх, Цц, Чч, Шш, Щщ, Ъь, Юю, Яя

1234567890

Фірмові шрифти бренда

Leonov SP

Шрифт використовується як акцентний, для виділення головного та розставлення акцентів.

Він привертає увагу, стильно та цікаво виглядає на рекламних матеріалах.

Гарно поєднується з шрифтами Unbouted та Montserrat, доповнюючи образ бренду та роблячи його трішки "хіперським" та невимушеним.

Символізує свободу, легкість та природу, що асоціює з кемпінговою компанією.

LEONOV SP

REGULAR

AA, BB, CC, DD, EE, FF, GG, HH, II, JJ, KK, LL, MM, NN, OO,
PP, QQ, RR, SS, TT, UU, VV, WW, XX, YY, ZZ

AA, BB, BB, ГГ, ГГ, DD, EE, EE, HH, ZZ, ИИ, II, ІІ, ІІ, КК,
ЛЛ, ММ, НН, ОО, ПП, РР, СС, ТТ, УУ, ФФ, ХХ, ЧЧ, ЧЧ,
ШШ, ЩЩ, ЪЪ, ЮЮ, ЯЯ

1234567890

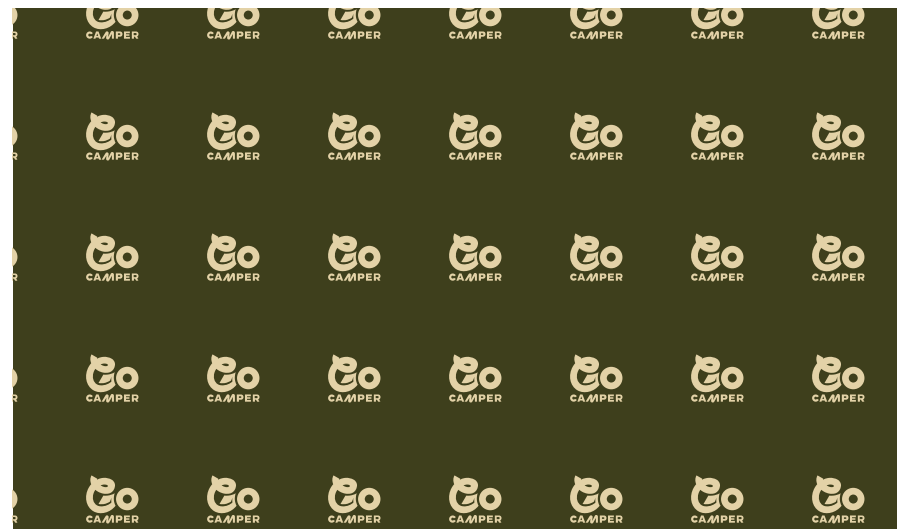
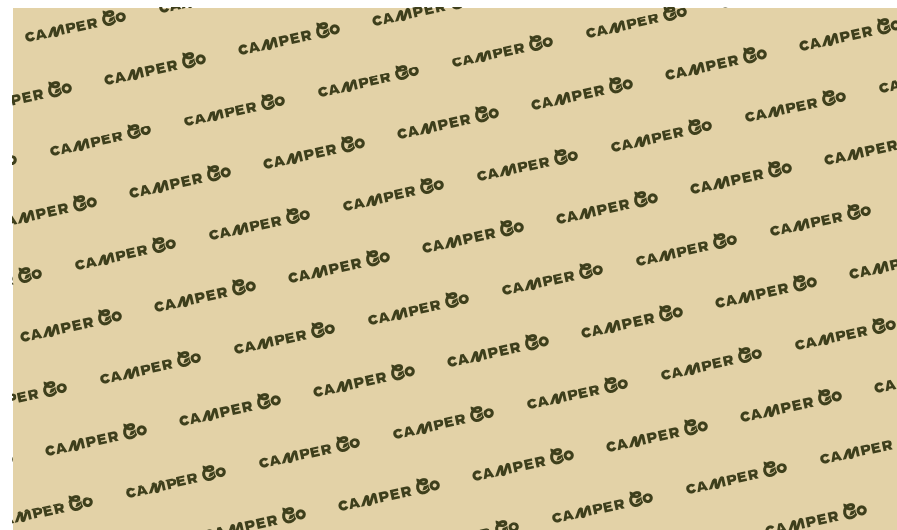


Фірмові патерни

РОЗДІЛ 5

Фірмові патерни

Існують різні кольорові та композиційні варіанти побудови фірмового патерну. Його використання можливе у будь-якому масштабі.









Фірмові фото

РОЗДІЛ 6

Фірмові фото

Для оформлення комунікаційних матеріалів бренду необхідно обирати фото природи, багаття, кемперів, наметів і іншої атрибутики, яка символізує кемперинг.

Зображення природи, багаття та кемпінгу створюють відчуття тепла, затишку та єднання з природою. Використання фотографій палаток та іншого спорядження підкреслює практичність та функціональність бренду. Такі візуальні елементи асоціюються з відпочинком, пригодами та свободою, що приваблює цільову аудиторію.

Композиція з природою та елементами кемпінгу формує позитивний імідж бренду, пов'язаний з активним способом життя. Це сприяє запам'ятовуванню та емоційному зв'язку з брендом.















**Дизайн та візуалізація
носіїв фірмового
стилю**

РОЗДІЛ 7

Візитна картка

Загальні рекомендації щодо розробки дизайну макетів показані на прикладі візитівки:

1. Зберігати відступи від краю мінімум 5мм,
2. Розміщувати всі елементи у безпечній зоні;
3. Залишати вільний простір у макеті;
4. Дотримуватися правила мінімального розміру логотипу для збереження читабельності;
5. Зберігати кольорові рішення які задані в гайдлайні;
6. Не перевантажувати макет зайвим дизайном: керуватися правилами фірмового стилю вказаними в гайдлайні.

Загальні рекомендації щодо розробки дизайну візиток:

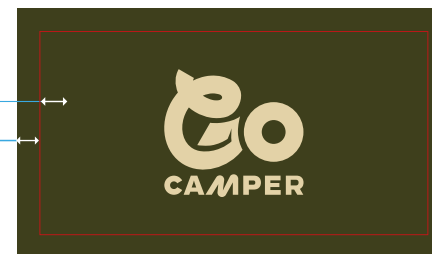
Використовувати щільний дизайнерський текстурний папір білого або чорного кольорів.

*Інформація, яка наведена на візитках містить тільки інформаційний характер та не є даними бренду

Лицьова сторона візитки

охоронне поле 5мм

відступи 3мм



Задня сторона корпоративної візитки

особиста
інформація

контактна
інформація



Візитна картка



Чашка



Транспорт 1



Транспорт 2



The image is a composite of three vertical panels. The left and right panels show a dense forest of tall, dark evergreen trees with a misty, atmospheric background. The central panel is a semi-transparent yellow rectangle that serves as a background for the text. The text is in a bold, black, sans-serif font, centered within the yellow area.

**Дякую за
увагу!**