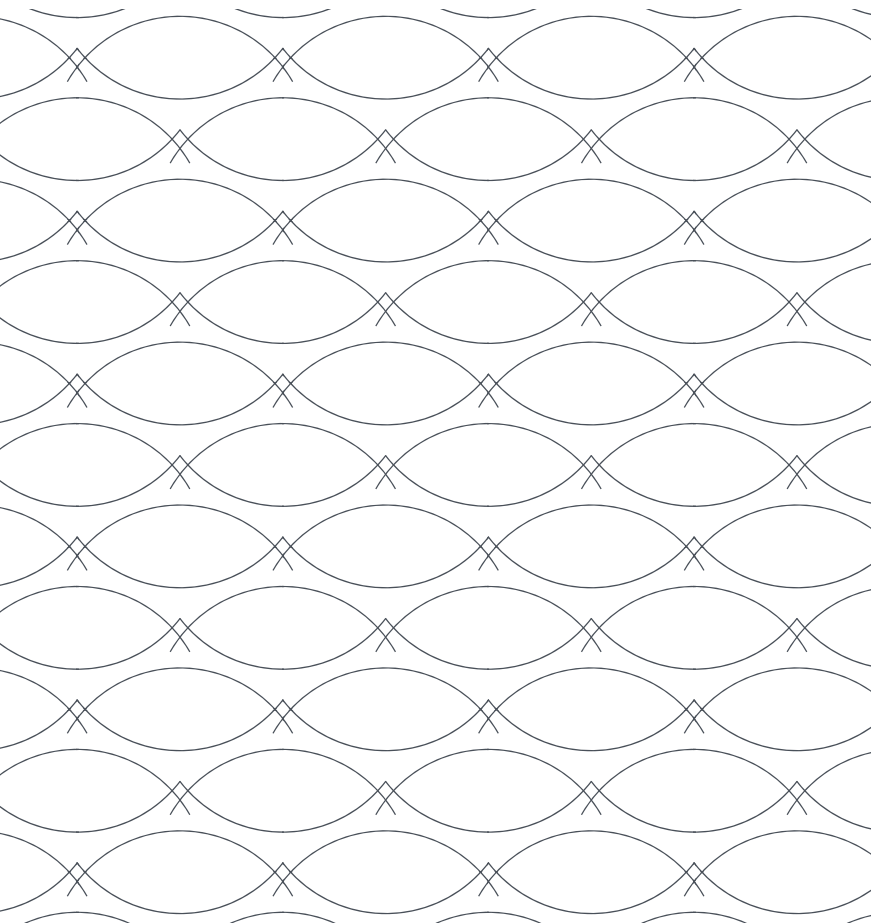
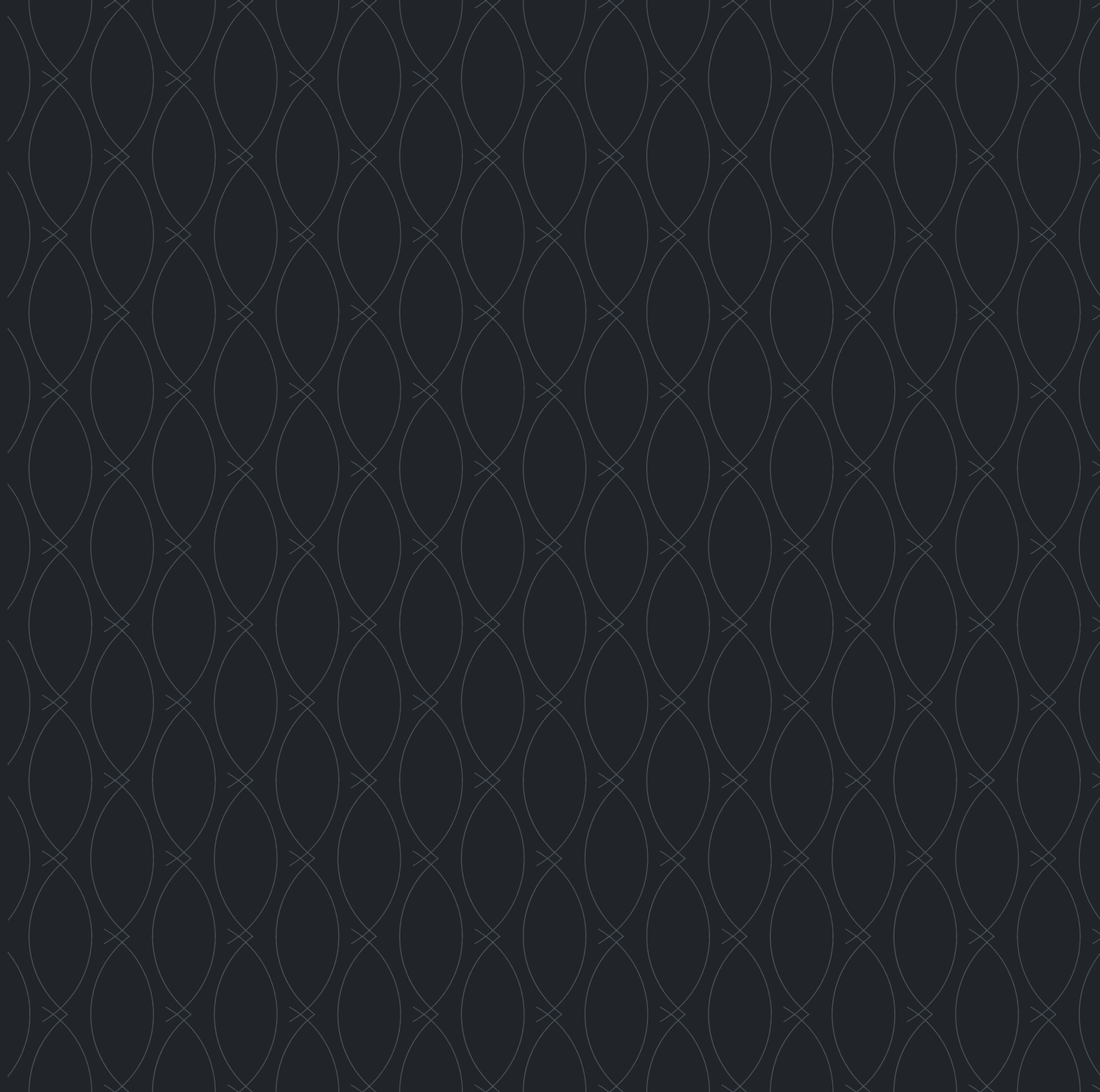




Brandbook

Рекомендації до використання

**Частина І.
Розробка логотипу**



Частина I. Розробка логотипу

Графічна побудова та компоновання

Масштабна сітка

Масштабна сітка логотип представлена на базі відносної величини X , котра прийнята на основі величини висоти букви назви компанії

Забороняється зміна пропорцій логотипу та його складових у відношенні одне до одного



Частина I. Розробка логотипу

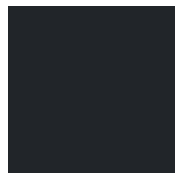
Колористика бренду

Основне виконання

Виконання логотипу передбачає використання трьох основних кольорів. Основні цифрові маркування палітр наведені нижче.

Забороняється змінювати порядок фірмових кольорів чи використовувати інші.

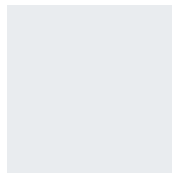
Не рекомендується застосовувати тіні чи прозорість для логотипа чи його елементів, обводки чи контури інших з кольорів



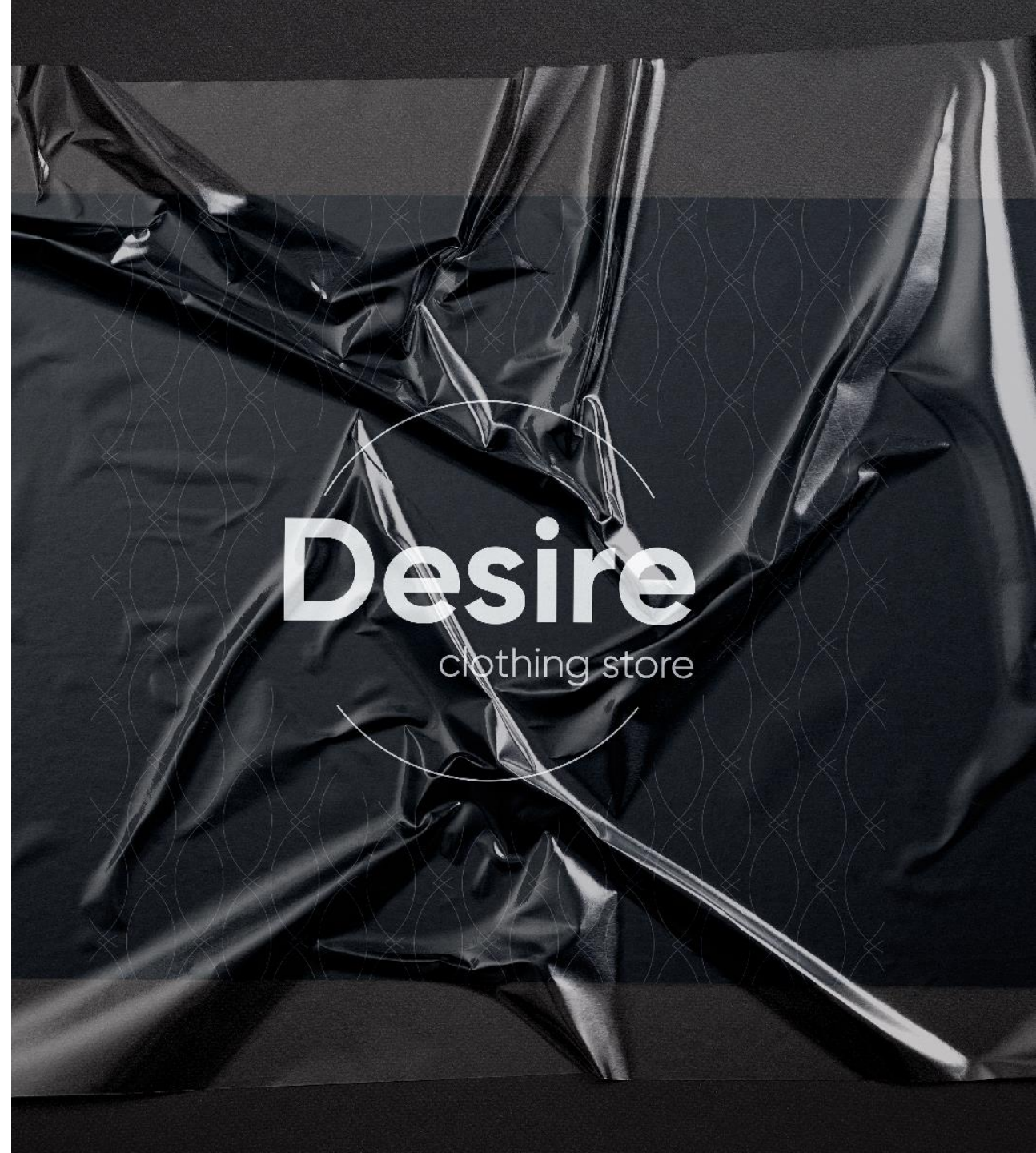
#212529



#495058



#E9ECEF

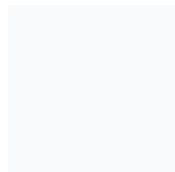


Частина I. Розробка логотипу

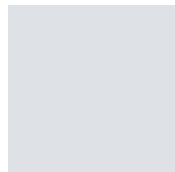
Колористика бренду

Допоміжні фірмові кольори

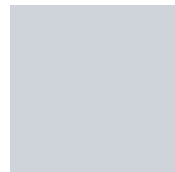
У розробці брендової продукції передбачається використання логотипу на фірмових кольорах, котрий є невід'ємним елементом фірмового стилю компанії.



#F9FAFB



#DEE2E6



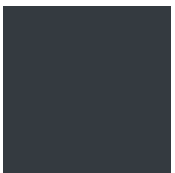
#CED4DA



#ADB5BE



#F9FAFB



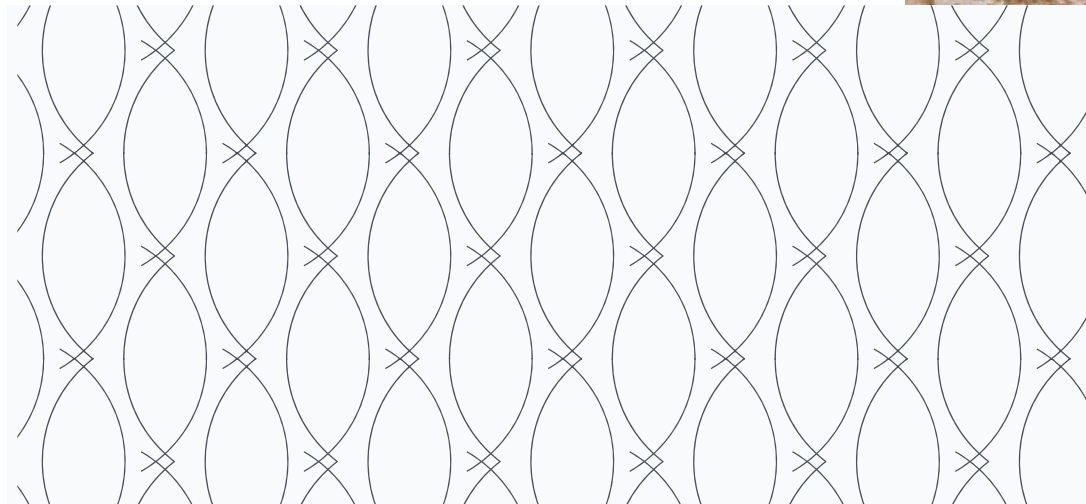
#343A40



Частина I. Розробка логотипу

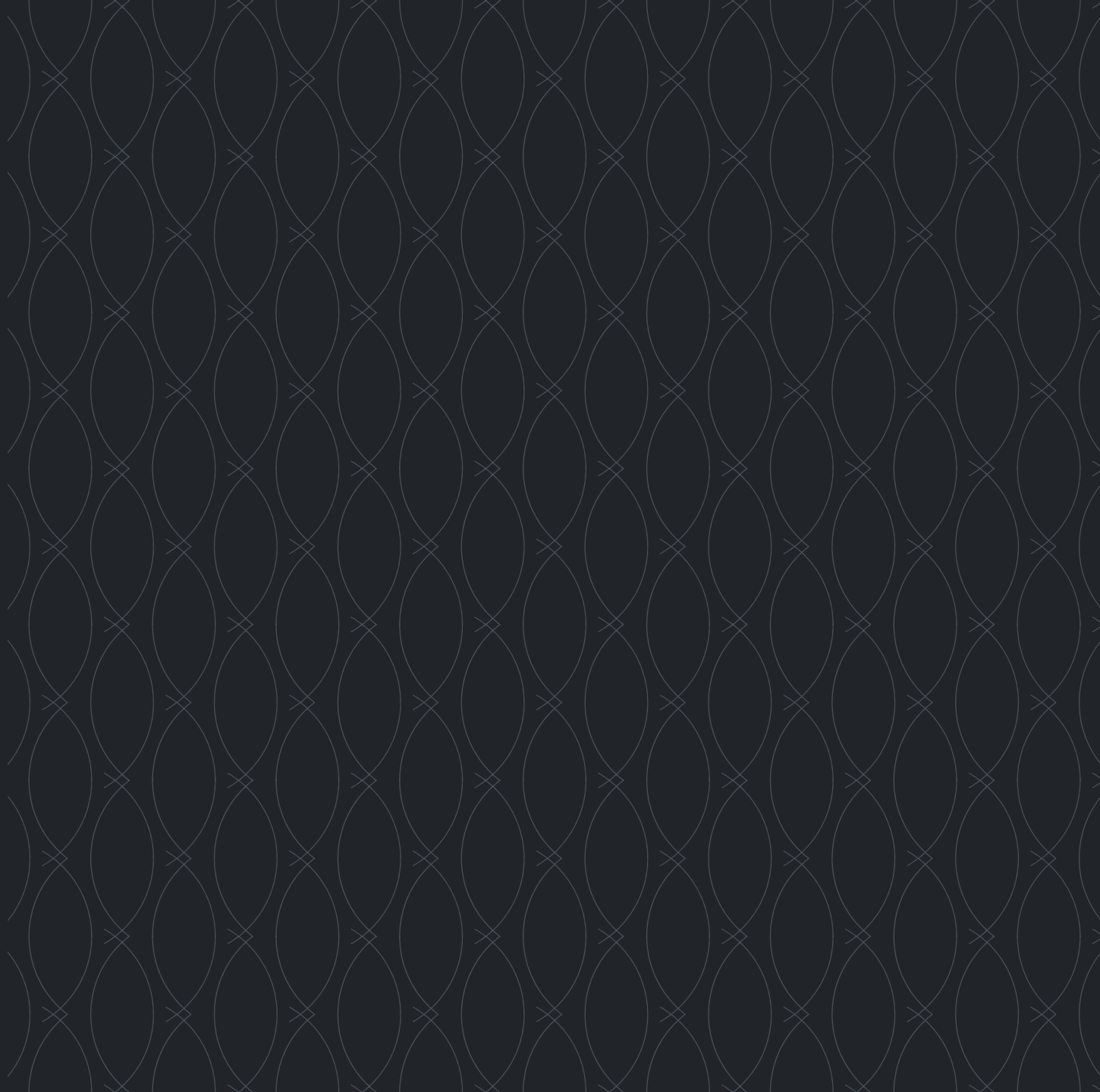
Фірмовий паттерн

Паттерни – це повторювані елементи, які допомагають донести до цільової аудиторії цінність бренду, роблять його впізнаваним і запам'ятовуваним. Це можуть бути найрізноманітніші візерунки, лінії, фігури, тварини або стилізована продукція компанії. Паттерни можна використовувати на будь-яких фірмових елементах від ділової документації до брендування одягу та сайту



Частина II.

Фірмові елементи



Частина I. Фірмові елементи

Корпоративна та персональна візитка

Візитна карта є невіддільним трендом сучасного бізнесу і, можливо, найбільш ефективним елементом фірмового стилю при знайомствах. Основне послання є надання контактів компанії (корпоративний вид) чи безпосередньо людини.

Як правило, тут показуються контактні дані: прізвищ та ім'я, посада, номери телефонів, електронна пошта, адреса, соц. мережі, послуги тощо



Частина I. Фірмові елементи

Бірка, лейбл

Будь-який предмет одягу виробники позначають різними знаками, на яких вказуються бренд, склад тканини, правила догляду та експлуатації.

Маркування того, як правильно річ прати, прасувати та т.д. Найчастіше також вказують штрих-коди й країну виробника.

Всю цю інформацію розміщують на ярлики, бірки, наклейки, етикетки, які кріпляться з вивороту предмета гардероба.

