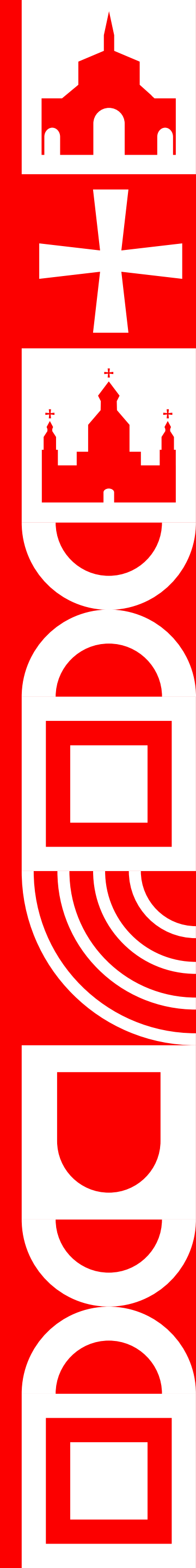




BRAND GUIDELINES

ЯК ВИКОРИСТОВУВАТИ ЛОГОТИП
ТА ЕЛЕМЕНТИ СТИЛЮ



Цей документ служить орієнтиром для дизайнерів, маркетологів, бренд-менеджерів, рекламістів, типографії та всіх, хто працює з комунікацією бренду.

Тут ми розкриваємо елементи стилю, пояснюємо, як правильно їх використовувати, та яких дій слід уникнути.

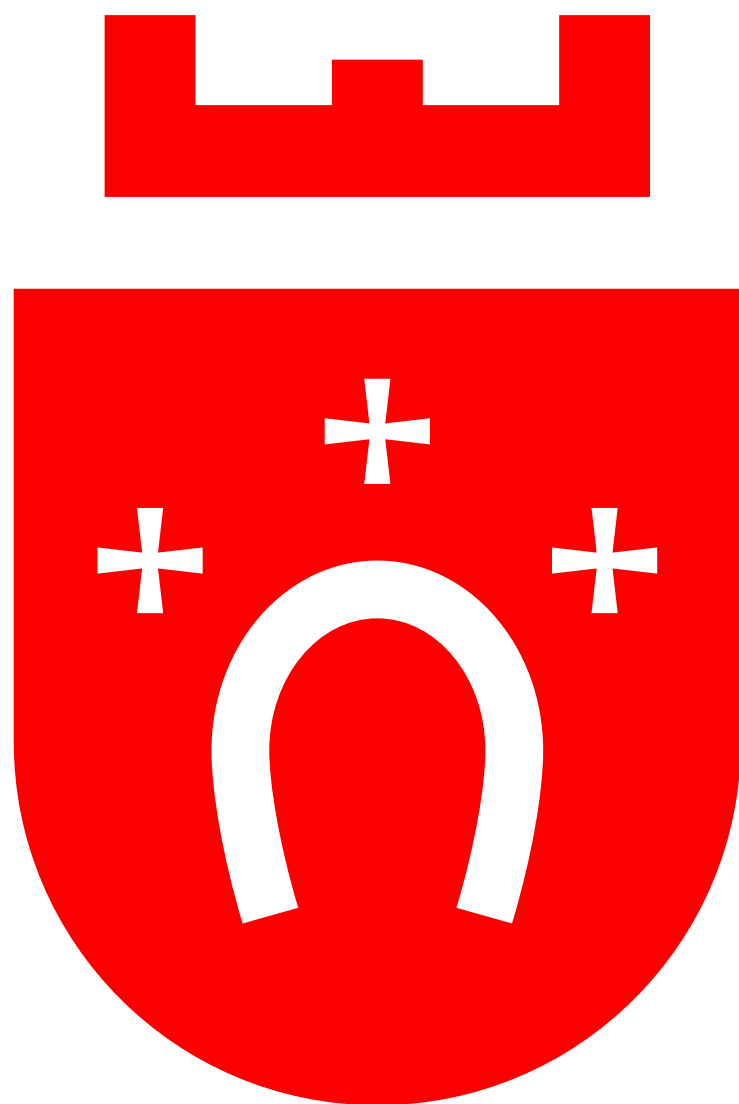
Перед початком роботи виділіть, будь ласка, кілька хвилин, щоб ознайомитися з гайдлайном та стилем бренду.



Проект був розроблений
командою gárne.agency

Якщо виникнуть додаткові питання,
ми готові проконсультувати за даним проектом.

Якщо вам потрібна буде консультація,
ми на зв'язку: garne.agency@gmail.com



ВСТУП	02
ЛОГОТИП	04
КОЛЬОРИ БРЕНДУ	18
ШРИФТИ БРЕНДУ	22
ЕЛЕМЕНТИ СТИЛЮ	27
СИСТЕМА ПОБУДОВИ ДИЗАЙН-КОДУ	36
КОРПОРАТИВНА ПРОДУКЦІЯ	43
ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА	55
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	69
МЕРЧЕНДАЙЗ	72

01.

ЛОГОТИП

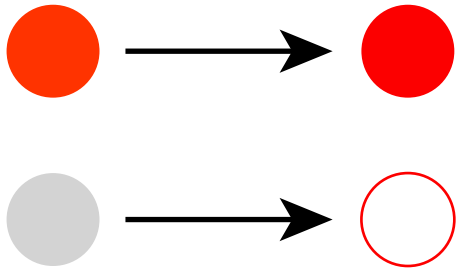
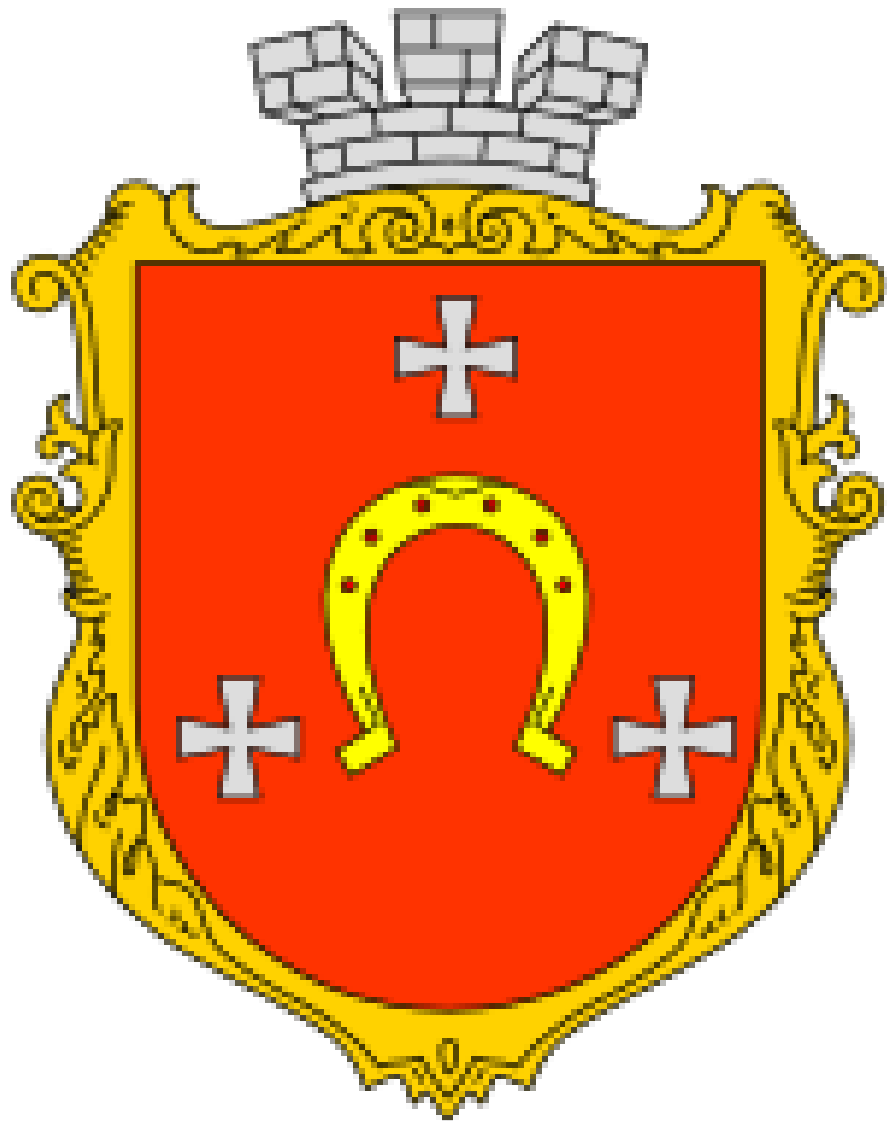
ІСТОРИЧНА ОСНОВА ЛОГОТИПУ

Щит, увінчаний міською короною.

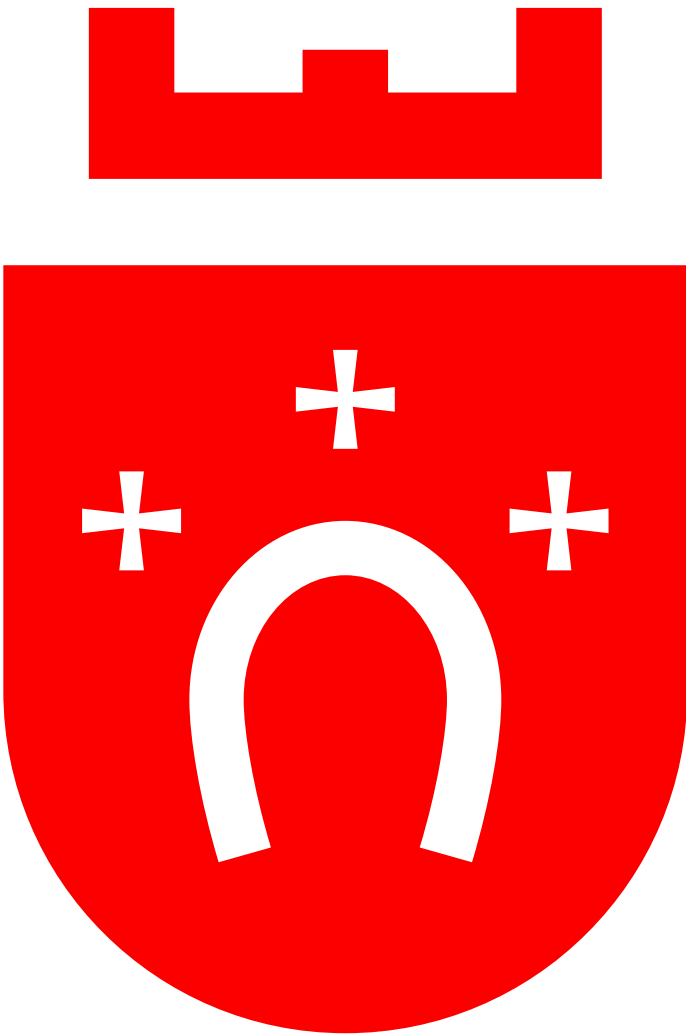
Вгорі та по сторонах підкови зображено три хрести, які становлять триєдність світу та християнську основу духу, віри ковельчанської громади.

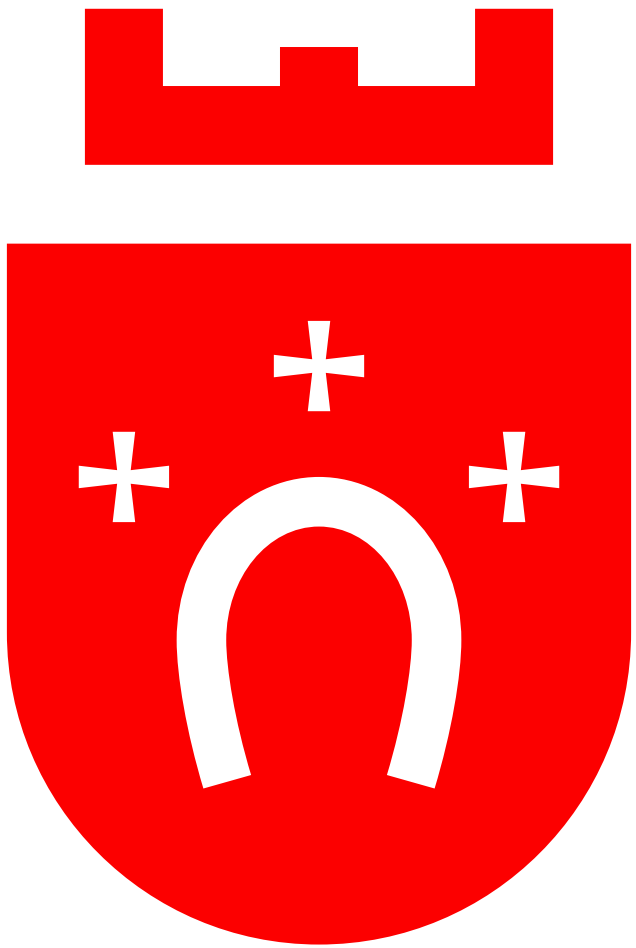
На червоному полі головним елементом є підкова в центрі щита. Вона символізує давнє ремесло ковельчан, а також саму назву міста.

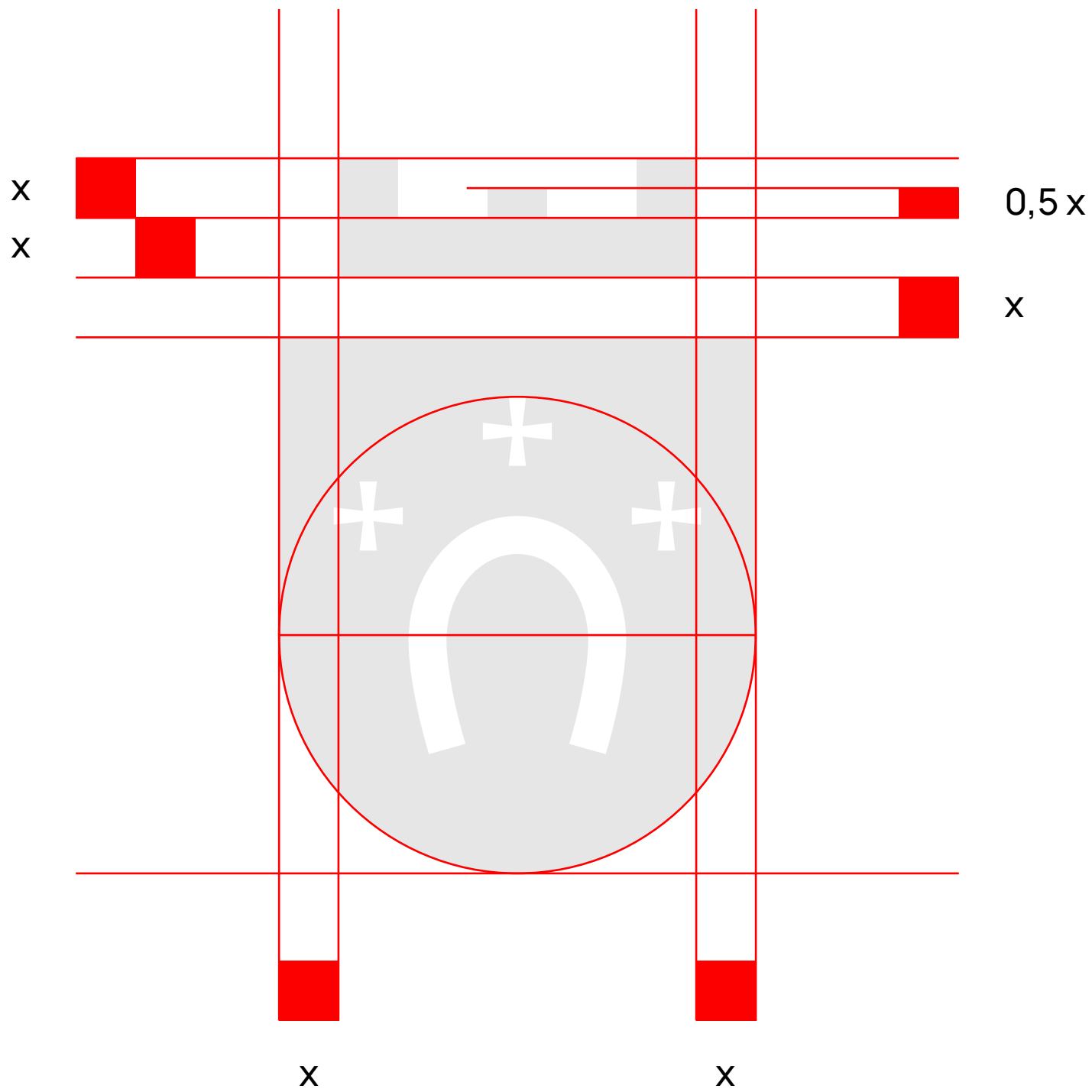
Герб Ковеля, обрaмований картушем з міською короною



Логотип







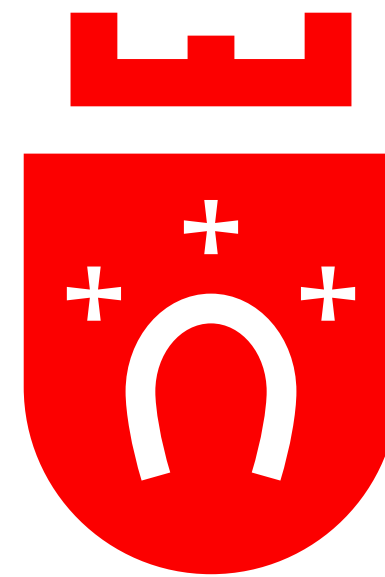
ПОБУДОВА ЛОГОТИПУ

Для побудови логотипу ми використовуємо геометричні пропорції з оптичними корекціями. Такий підхід дозволяє забезпечити гармонійний вигляд логотипу та чітку ієрархію між його елементами.

Важливо — ці правила мають рекомендаційний характер та можуть бути змінені за потреби. Ми рекомендуємо переглядати правила при потребі.

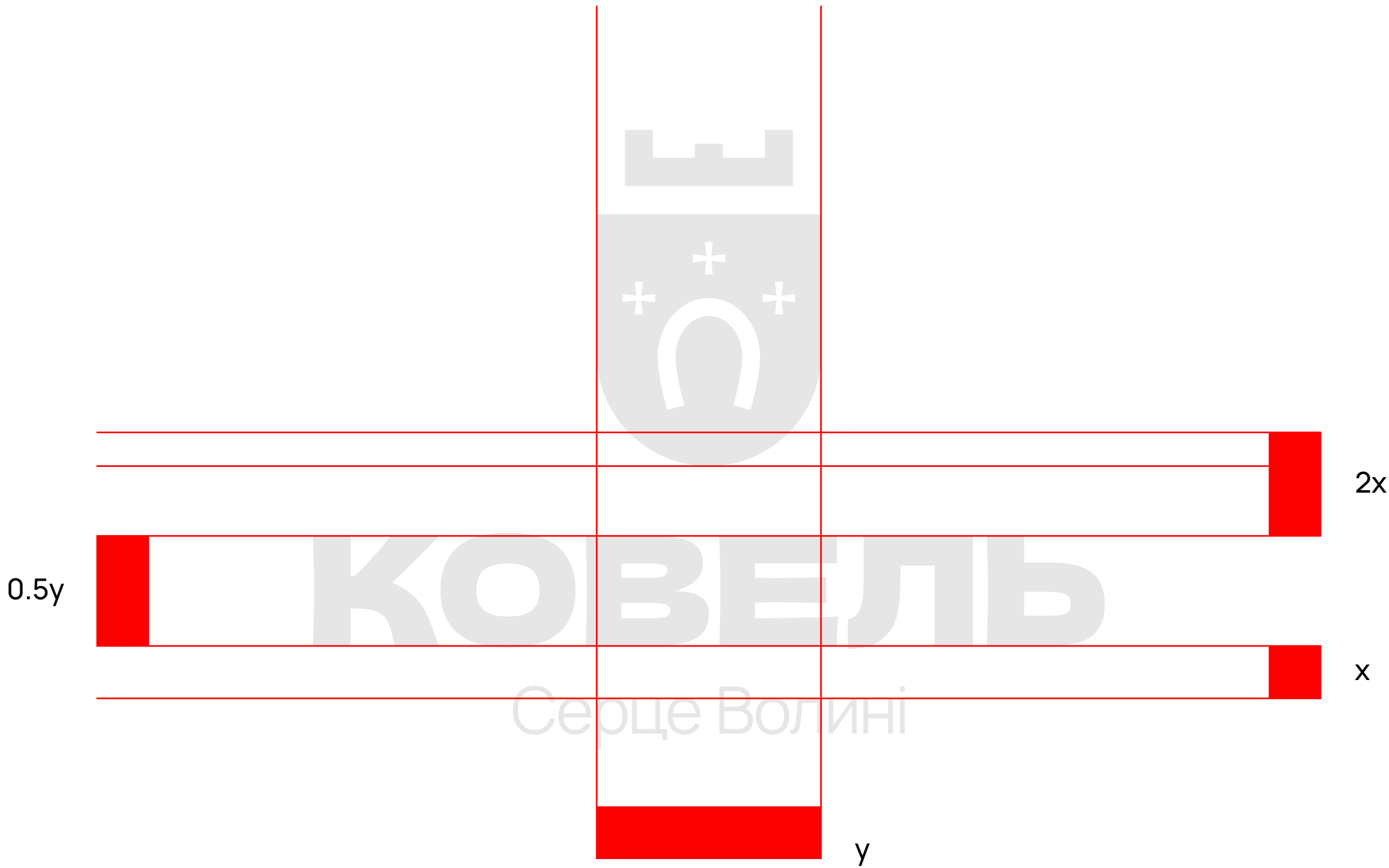
ЗНАК

Знак побудований на основі прямокутних та округлих форм. Виключенням у побудові форм є волинські хрести, що мають характерну форму із заокругленням до країв.



КОВЕЛЬ

Серце Волині



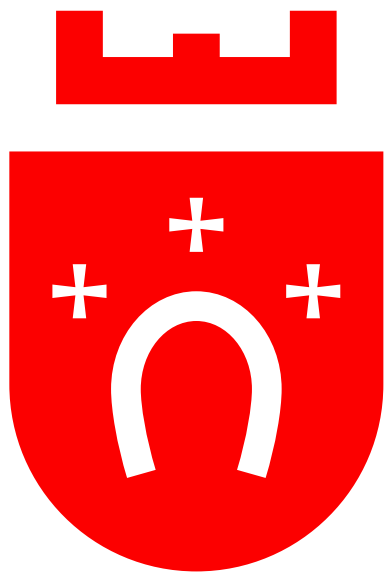
ПОБУДОВА ЛОГОТИПУ

Для побудови логотипу ми використовуємо геометричні пропорції з оптичними корекціями. Такий підхід дозволяє забезпечити гармонійний вигляд логотипу та чітку ієрархію між його елементами.

Важливо — ці правила мають рекомендаційний характер та можуть бути змінені за потреби. Ми рекомендуємо переглядати правила при потребі.

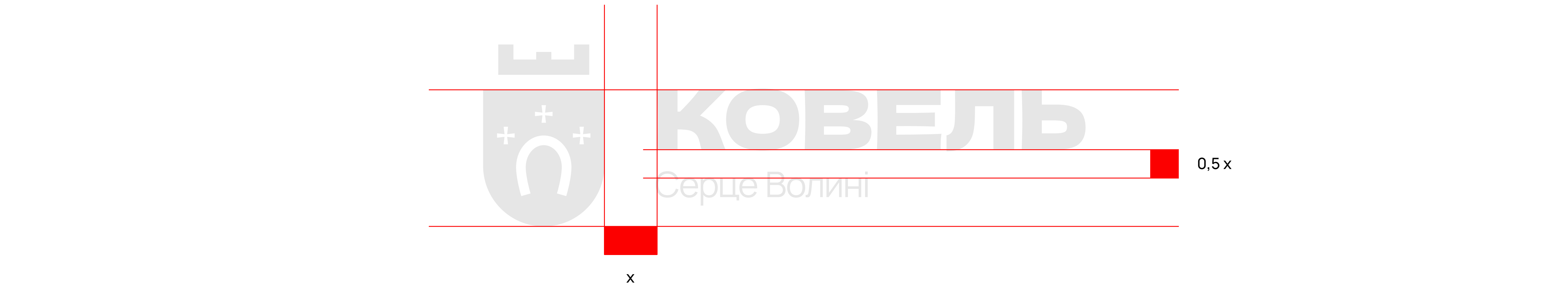
ВЕРТИКАЛЬНИЙ ЛОГОТИП

Для вертикального логотипу ми дотримуємось правил відступів, побудованих на двох основних елементах:
x — пропорції міжрядкових відступів у логотипі
y — пропорції, що базуються на ширині знаку.



КОВЕЛЬ

Серце Волині



ПОБУДОВА ЛОГОТИПУ

Для побудови логотипу ми використовуємо геометричні пропорції з оптичними корекціями. Такий підхід дозволяє забезпечити гармонійний вигляд логотипу та чітку ієрархію між його елементами.

Важливо — ці правила мають рекомендаційний характер та можуть бути змінені за потреби. Ми рекомендуємо переглядати правила при потребі.

ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ ЛОГОТИП

В горизонтальній композиції ми вираховуємо відступи завдяки базовим пропорціям. У співвідношенні відступів ми використовуємо принцип 1/2 відступу від знаку.

Для позначки відступів:
x — пропорції відступу шрифтової частини від знаку

main logotype



main 2 logotype



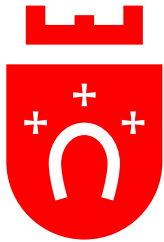
secondary logotype



secondary 2 logotype

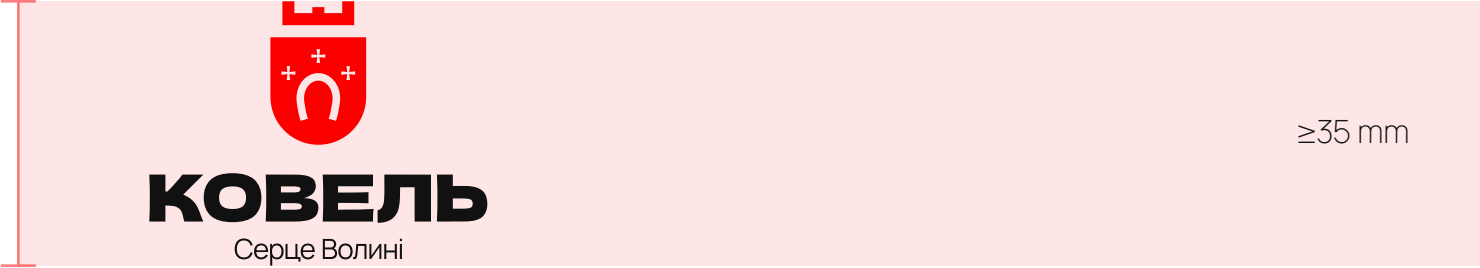


sign logotype

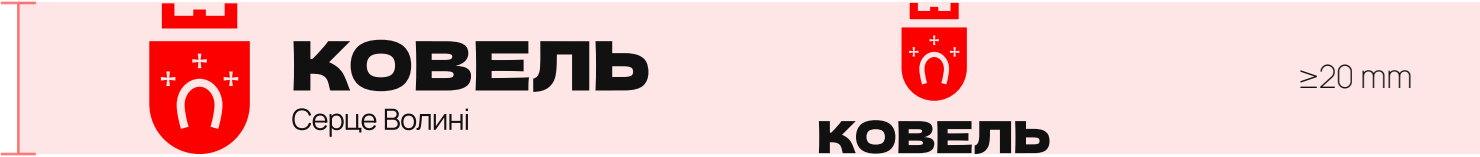


city council logotype





≥35 mm



≥20 mm



≥10 mm

ВАРІАЦІЇ ЛОГОТИПУ

Шість варіацій логотипу створені для легкого використання на різних носіях та відповідно до контексту. Необхідно враховувати формат, пропорції і розміри дизайн-носія, щоб використати оптимальну варіацію логотипу.

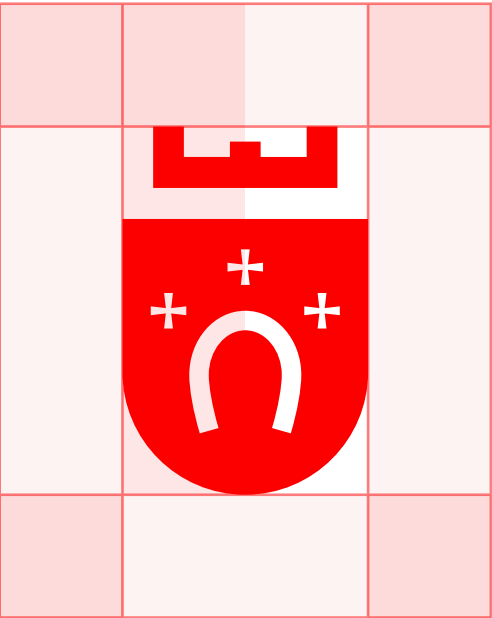
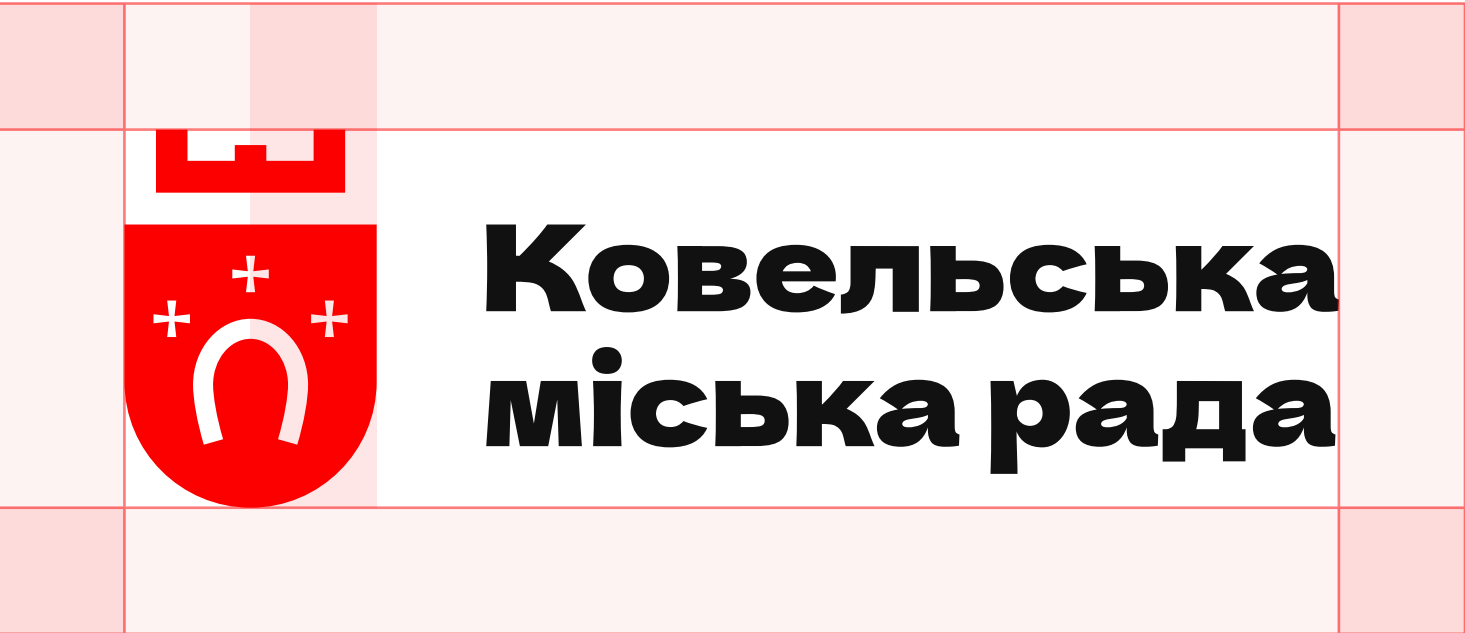
МІНІМАЛЬНІ РОЗМІРИ ДЛЯ ЛОГОТИПУ

Мінімальні розміри для логотипу мають рекомендаційний характер. Важливо відштовхуватись від двох основних факторів:

1. Технічні можливості для нанесення логотипу
2. Враховувати збереження максимальної читабельності логотипу

ЗАХИСНЕ ПОЛЕ

Захисне поле — це вільний простір навколо логотипу, де не має знаходитись жодних критичних елементів (крім фонових зображень).
Завдяки притримуванню принципів захисного поля, ми збережемо максимальну читабельність.



ЛОГОТИП НА КОЛЬОРОВОМУ ФОНІ

Комбінація кольорів, яку ми використовуємо для логотипу — білий на червоному фоні та червоний на білому. У інших випадках ми використовуємо принцип контрастності. Логотип має бути або білий, або чорний, відповідно до темного або світлого фону.



НЕПРАВИЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ

Для логотипу та айдентики сформовані правила їх побудови та користування. У випадках, які не описані у гайдлайні, важливо дотримуватись принципів побудови дизайн-системи, кольорів та пропорцій.

У цьому слайді ми наводимо приклади того, як не потрібно використовувати логотип.



РОЗМІЩЕННЯ НА ЗОБРАЖЕННЯХ

Для підкреслення приналежності контенту до бренду міста використовуйте комбінації зображень з логотипом чи знаком у наступному форматі:

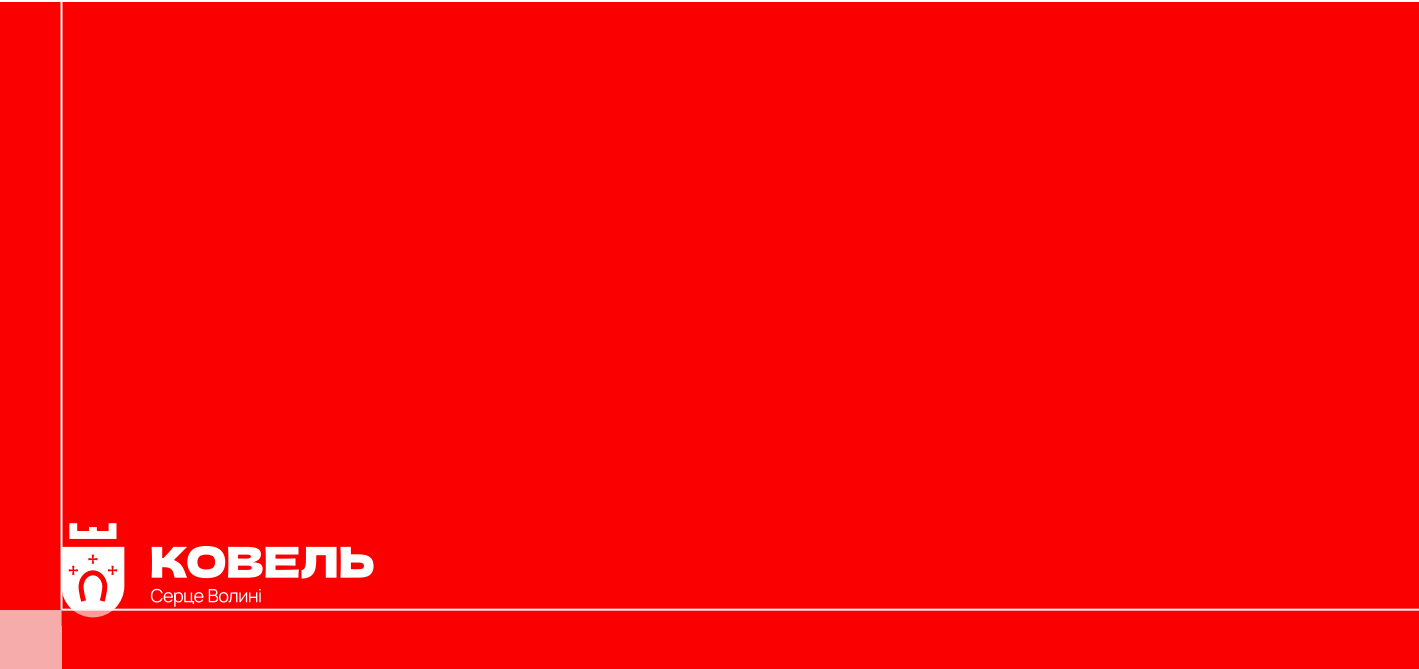
Логотип завжди розміщується в лівому нижньому куті. Знак може бути розміщений у лівому нижньому куті або у верхньому правому.



РОЗМІЩЕННЯ НА ЗОБРАЖЕННЯХ

Для підкреслення приналежності контенту до бренду міста використовуйте комбінації зображень з логотипом чи знаком у наступному форматі:

Логотип завжди розміщується в лівому нижньому куті. Знак може бути розміщений у лівому нижньому куті або у верхньому правому.



02.

КОЛЬОРИ
БРЕНДУ

КОЛЬОРИ БРЕНДУ (ОСНОВНІ)

Для основних кольорів бренду міста Ковель ми використовуємо адаптований відтінок червоного кольору, який наближений до кольору герба міста.

Співвідношення кольорів:
Використовуйте принцип 70/30 для комбінування основних кольорів бренду.

70%

rgb 252 0 0
cmyk 0% 95% 93% 0%
web #FC0000

30%

rgb 255 255 255
cmyk 0% 0% 0% 0%
web #FFFFFF

КОЛЬОРИ БРЕНДУ (ОСНОВНІ)

Для основних кольорів бренду міста Ковель ми використовуємо адаптований відтінок червоного кольору, який наближений до кольору герба міста.

Співвідношення кольорів:
Використовуйте принцип 70/30 для комбінування основних кольорів бренду.

70%

rgb 255 255 255
cmyk 0% 0% 0% 0%
web #FFFFFF

30%

rgb 252 0 0
cmyk 0% 95% 93% 0%
web #FC0000

КОЛЬОРИ БРЕНДУ (ДРУГОРЯДНІ)

Для використання додаткових напрямків діяльності міста використовуйте додаткові кольори для їх візуального відокремлення від основної кольорової гама айдентики.

Співвідношення кольорів:
Використовуйте принцип 70/30 для комбінування основних кольорів бренду.

70%

rgb120120255
cmyk67%57%0%0%
web#7878FF

30%

rgb255255255
cmyk0%0%0%0%
web#FFFFFF

70%

rgb141255141
cmyk45%0%0%64%
web#8DFF8D

30%

rgb255255255
cmyk0%0%0%0%
web#FFFFFF

70%

rgb2559797
cmyk0%74%51%0%
web#FF6161

30%

rgb255255255
cmyk0%0%0%0%
web#FFFFFF

70%

rgb255214100
cmyk0%17%69%0%
web#FFD664

30%

rgb255255255
cmyk0%0%0%0%
web#FFFFFF

03.

ШРИФТИ
БРЕНДУ

ШРИФТИ БРЕНДУ

Для шрифтового рішення ми використали комбінацію з двох шрифтів: Dela Gothic One Regular та Manrope. Перший призначений для використання в іміджевих матеріалах. Другий — для використання у допоміжному тексті та документації.

Усі шрифти мають відкриту ліцензію. Це означає, що ці шрифти є безкоштовними для використання та не матимуть проблем з юридичної сторони.

Aa

Aa

DELA GOTHIC ONE REGULAR — БРЕНДОВИЙ ШРИФТ

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MANROPE — ДОДАТКОВИЙ ШРИФТ

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Exta Light / Light / Regular / Medium / Semi Bold / Bold / Extra Bold

ШРИФТИ БРЕНДУ

Для шрифтового рішення ми використали комбінацію з двох шрифтів: Dela Gothic One Regular та Manrope. Перший призначений для використання в іміджевих матеріалах. Другий — для використання у допоміжному тексті та документації.

Усі шрифти мають відкриту ліцензію. Це означає, що ці шрифти є безкоштовними для використання та не матимуть проблем з юридичної сторони.

Dela Gothic One Regular — заголовок

Святкування дня міста Ковель

Manrope Regular — підзаголовок/розділ

Запрошуємо усіх туристів та жителів міста

Manrope Regular — основний текст

На центральній площі розпочнеться святковий парад. Рівними колонами пройдуть мистецькі та спортивні колективи. У парку культури і відпочинку імені Лесі Українки відкриває свої двері містечко майстрів, представлене кращими умільцями краю. Для дітей будуть цікаві різні народні забави та виступи дитячих творчих колективів.

ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ШРИФТІВ

Принципи використання шрифтів і їх пропорції визначають зручність читання та ієрархію інформації на носії дизайну.
Заголовки мають більший розмір шрифту, ніж основний текст, що створює контраст і привертає увагу.

Dela Gothic One Regular — заголовок

Рішення

Manrope Regular — підзаголовок/розділ

Про затвердження умов оренди
об’єктів нерухомого майна
комунальної власності

Manrope Regular — основний текст

Департамент комунального майна міської ради
Заступник начальника відділу використання нерухомого майна

ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ШРИФТІВ

Принципи використання шрифтів і їх пропорції визначають зручність читання та ієрархію інформації на носії дизайну.
Заголовки мають більший розмір шрифту, ніж основний текст, що створює контраст і привертає увагу.
Важливо дотримуватись запропонованих пропорцій та співвідношень, щоб виглядати цілісно на всіх носіях бренду. Інколи, враховуючи контент та площину макету, дозволяється мінімально скоригувати типографічні відступи.

Святкування дня

міста Ковель

Запрошуємо усіх туристів
та жителів міста

x

1,2x

x

2x

Розмір заголовку

становить x

Розмір інформаційного тексту оптимально
зменшити у 1,6 разів, тобто x ділимо на 1,6

x

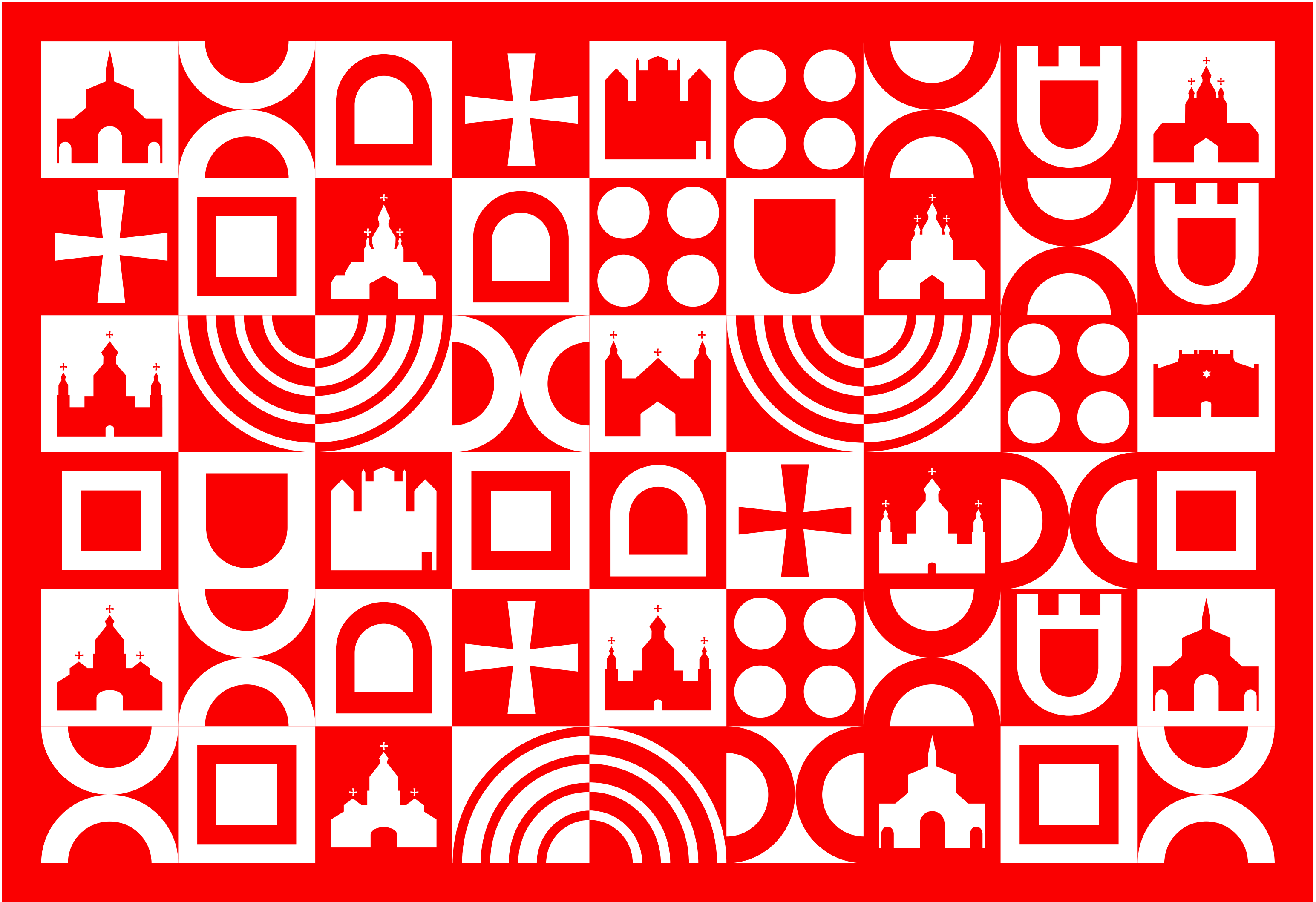
x / 1,6

04.

ЕЛЕМЕНТИ
СТИЛЮ

ФІРМОВА ГРАФІКА БРЕНДУВАННЯ МІСТА

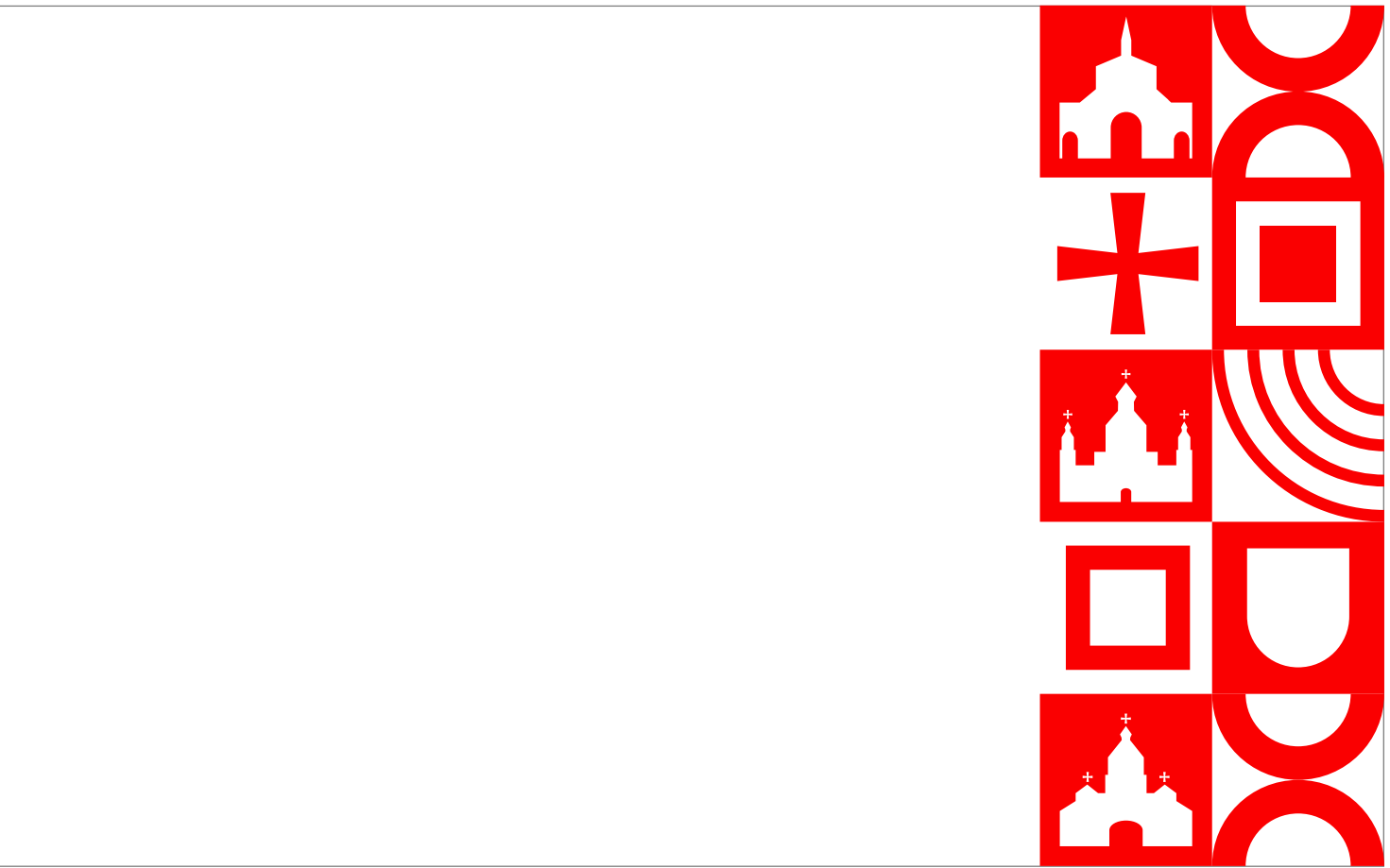
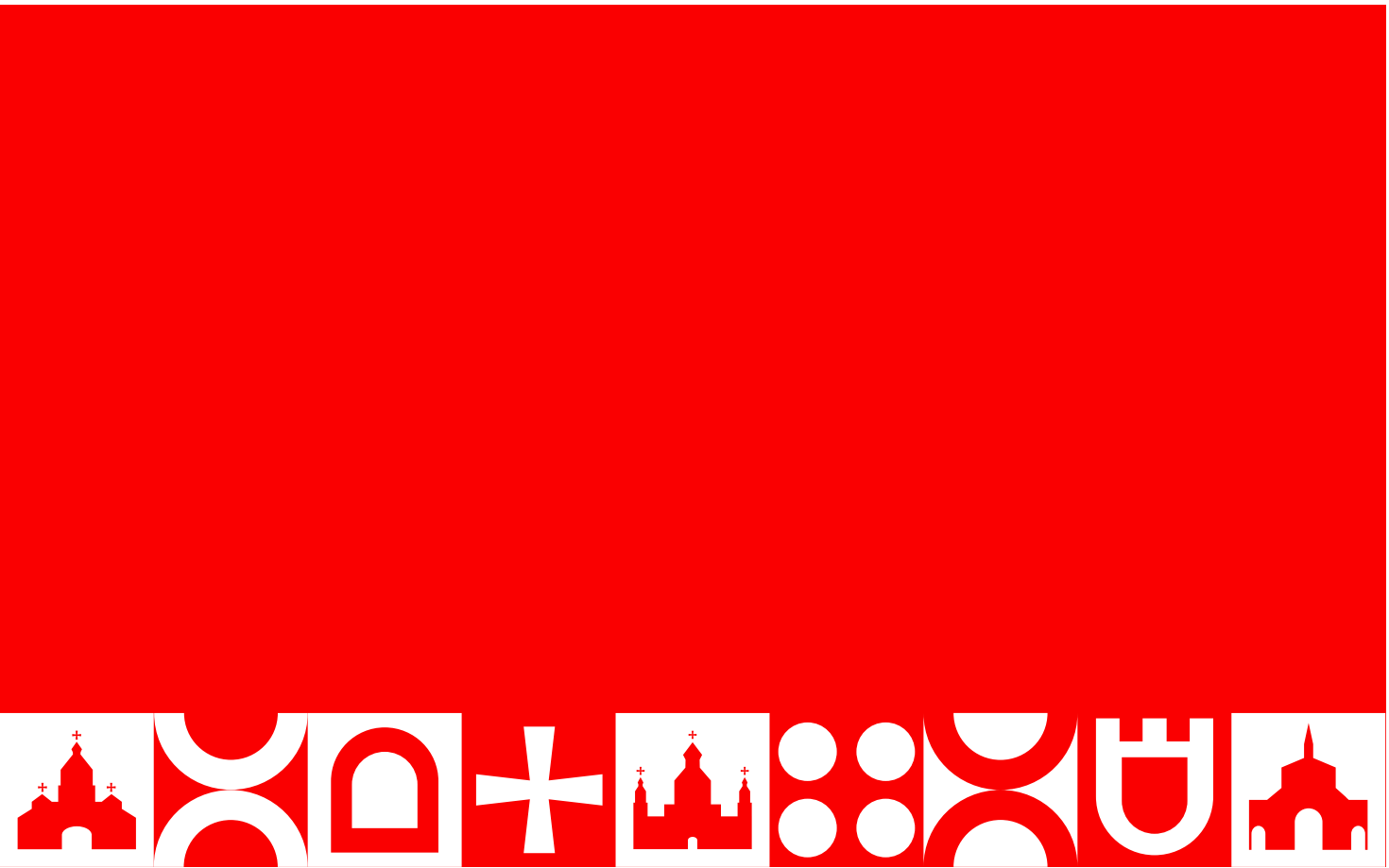
Для брендової графіки ми використовуємо патерн, що складається з фірмових елементів та відображенням історичних або знакових споруд міста.



ВИКОРИСТАННЯ ФІРМОВОЇ ГРАФІКИ

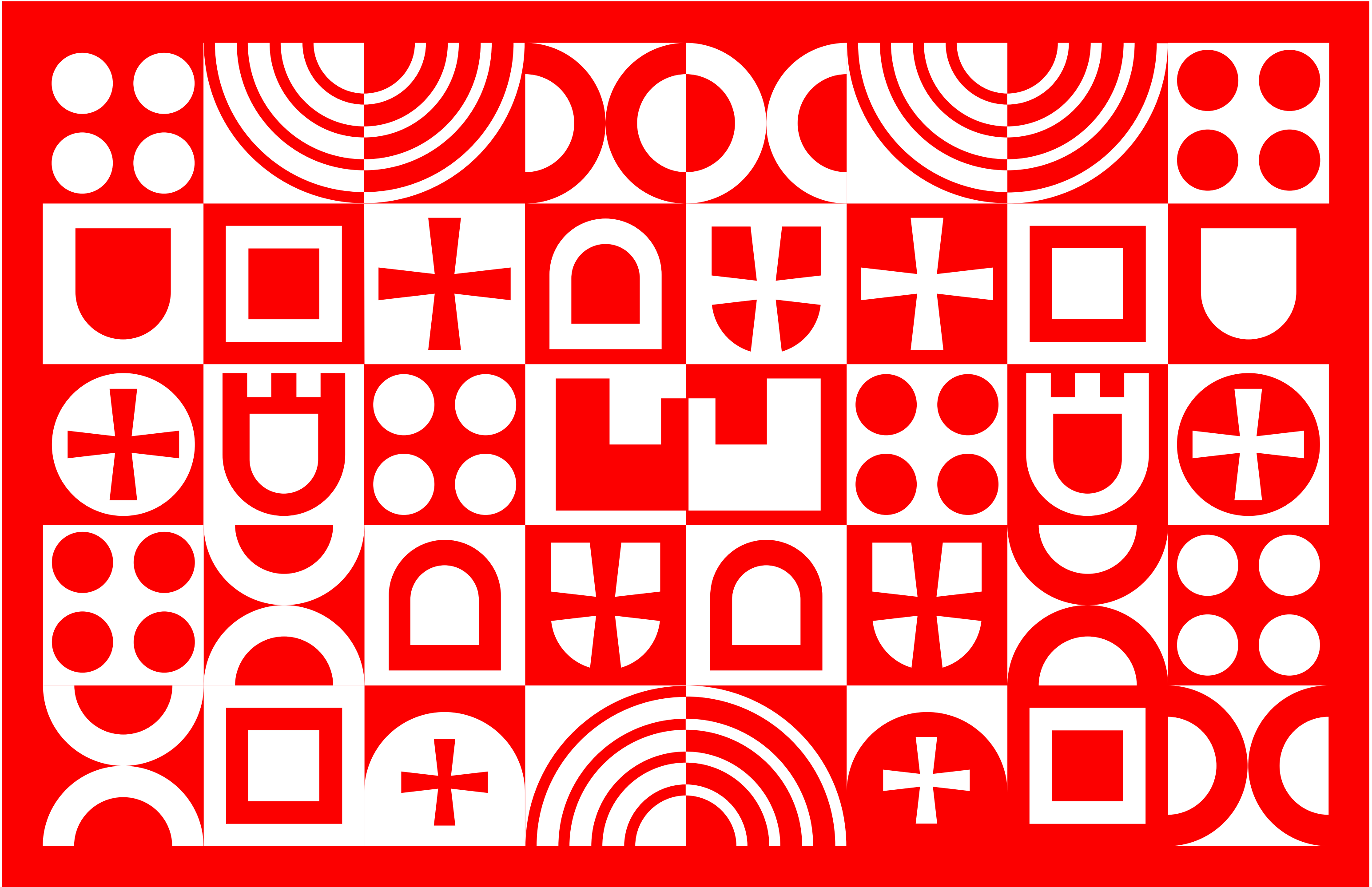
Для використання брендової графіки ми застосовуємо принцип цільного патерну. За цим принципом ми розміщуємо наш патерн:

- 1. По нижньому краю
- 2. По правому краю



ФІРМОВА ГРАФІКА ТУРИСТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

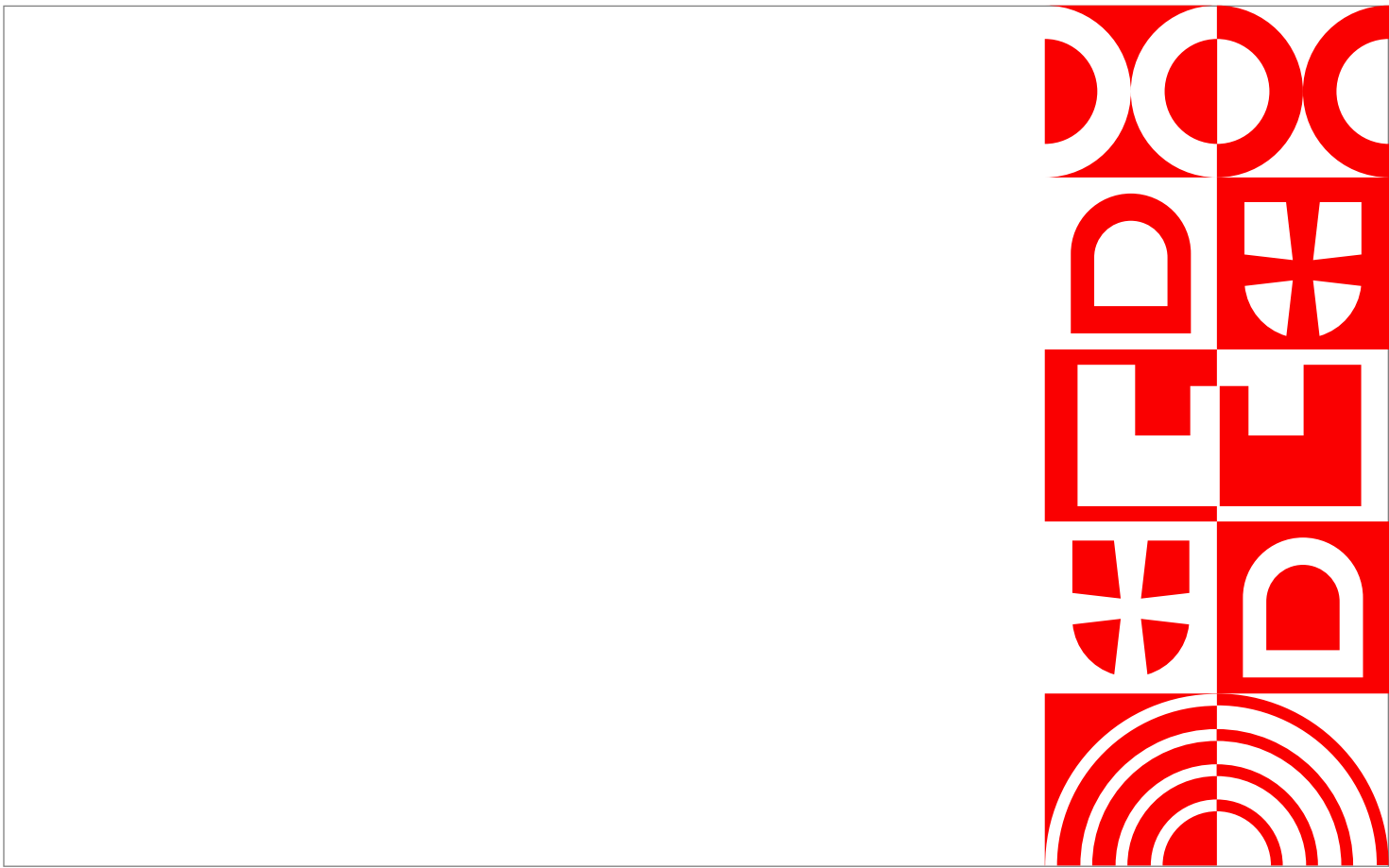
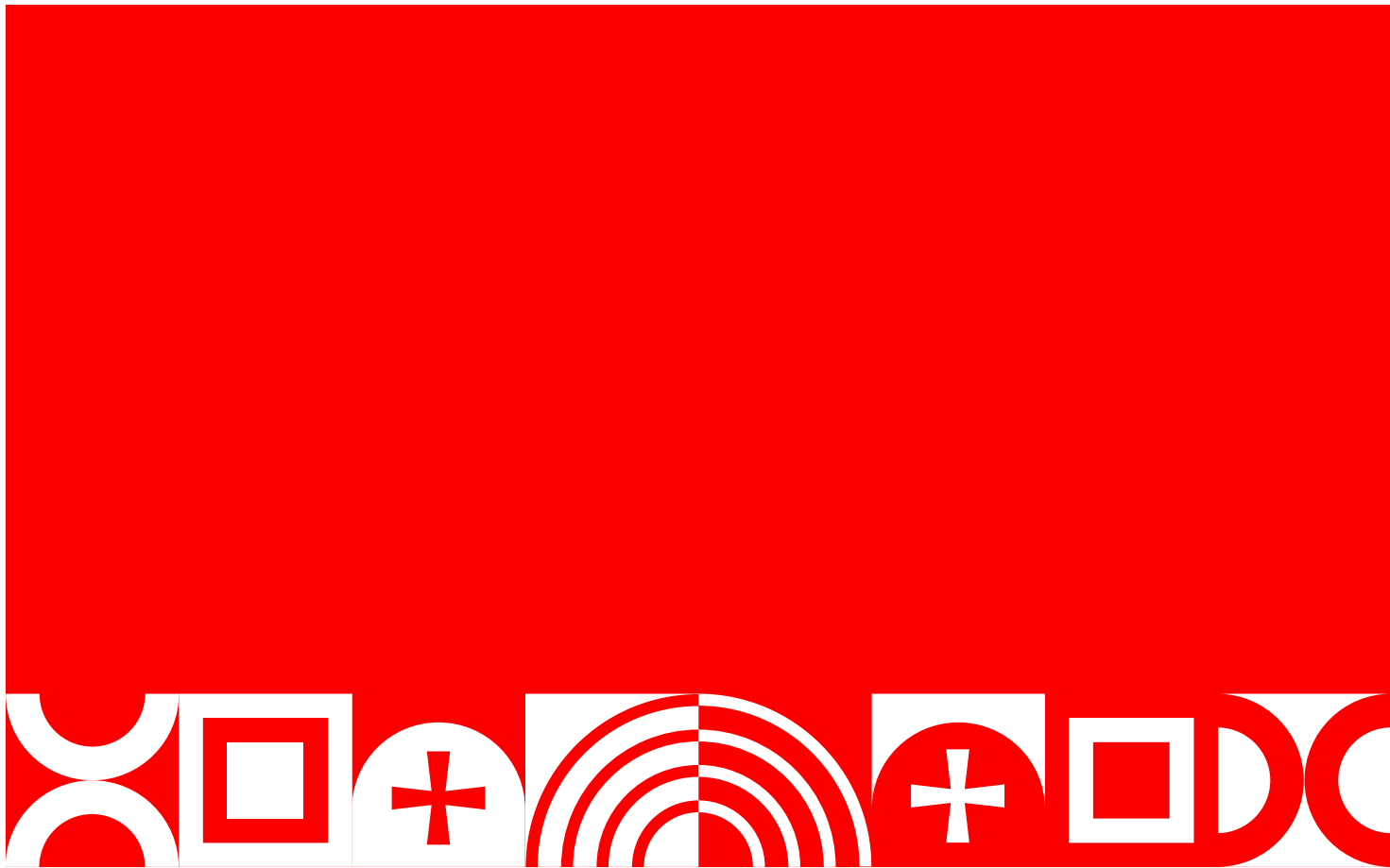
Для туристичної продукції ми використовуємо патерни з загальними геометричними формами, що були сформовані на основі брендової графіки. Цей патерн дозволяє зберегти автентичність та водночас виглядати лаконічно та стильно на брендovих носіях.



ВИКОРИСТАННЯ ФІРМОВОЇ ГРАФІКИ

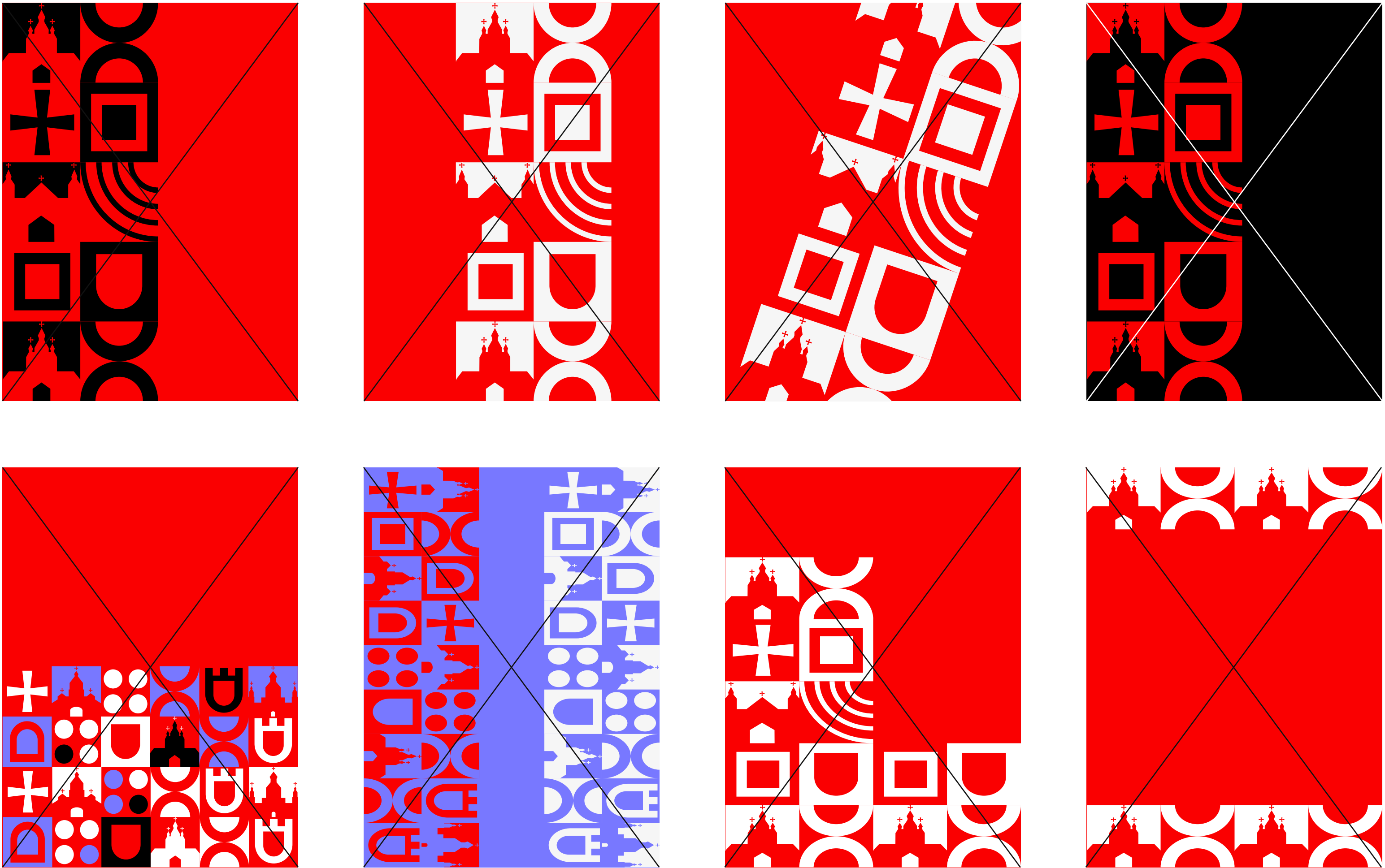
Для використання брендової графіки ми використовуємо принцип цільного патерну. За цим принципом ми розміщуємо наш патерн:

- 1. По нижньому краю
- 2. По правому краю



НЕПРАВИЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ

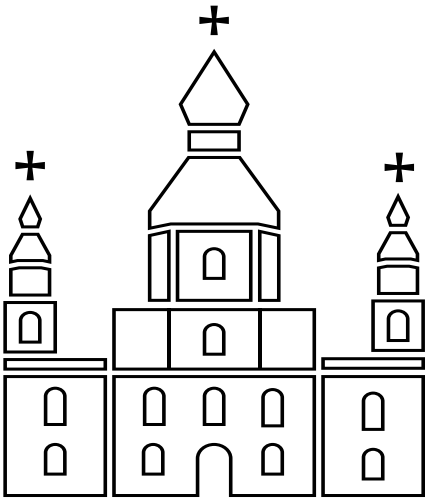
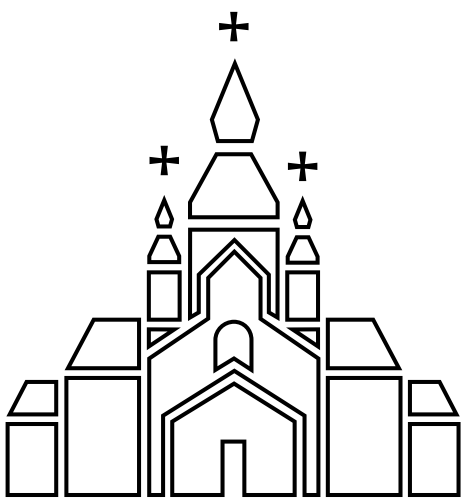
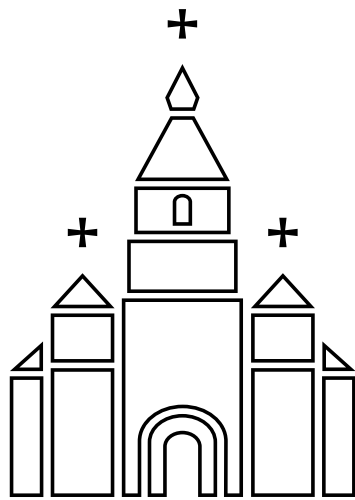
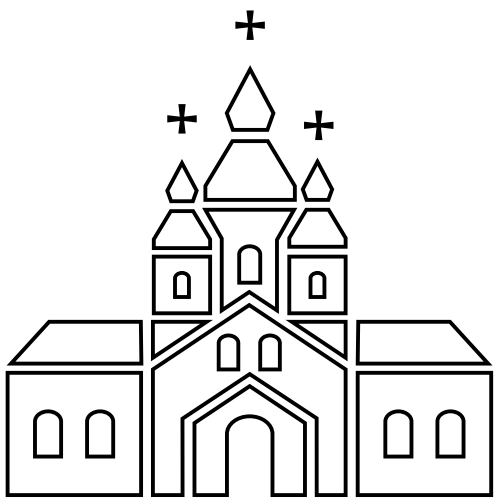
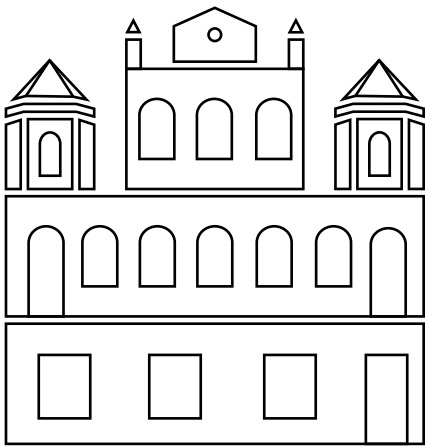
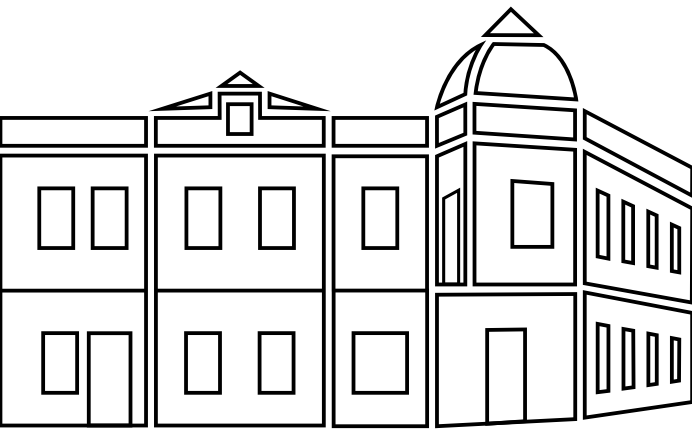
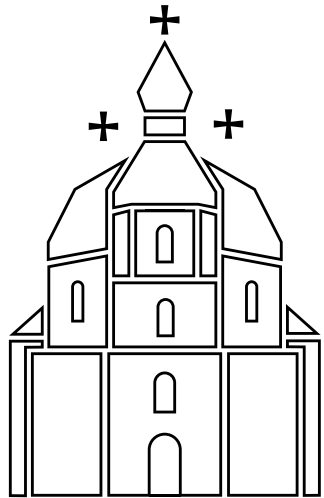
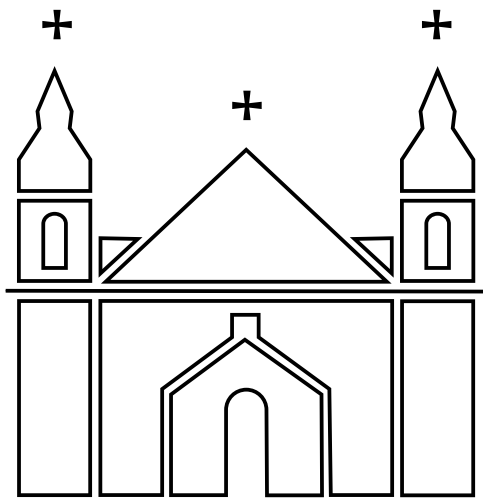
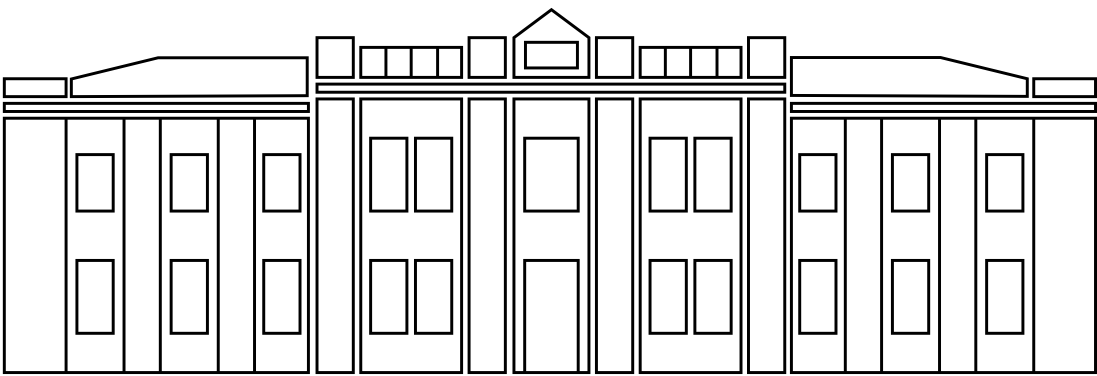
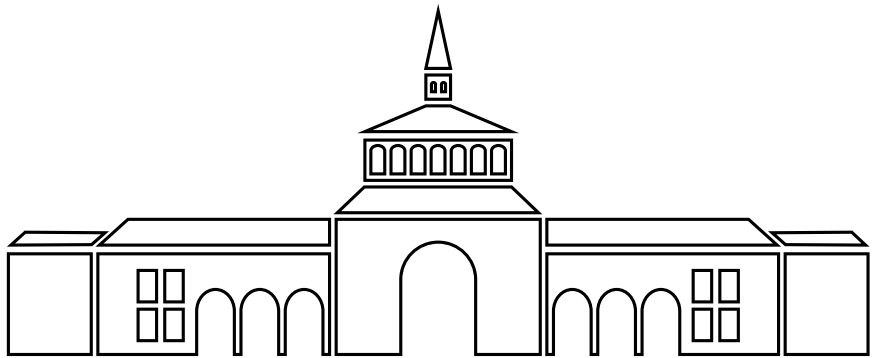
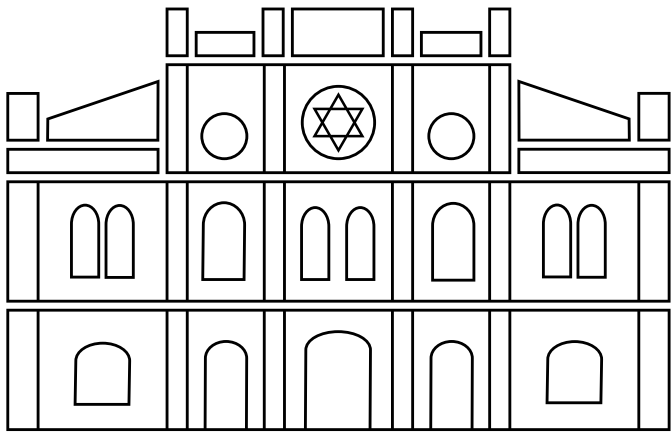
Працюючи з фірмовою графікою, слід уникати деформації та будь-яких інших візуальних дефектів, таких як змінення пропорцій, порядку та пропусків фірмової графіки, обертання, накладання тіней та градієнтів і т. д. Не допускається введення додаткових кольорів до фірмової графіки. Слід керуватися рекомендаціями, наведеними у цьому гайдлайні.



ІЛЮСТРАЦІЇ ЗНАКОВИХ СПОРУД

Для зображення знакових споруд ми відпрацювали стиль ілюстрацій, що можемо використовувати як у туристичній навігації, так і для відображення на інформаційних порталах, веб-сайтах та інших елементах.

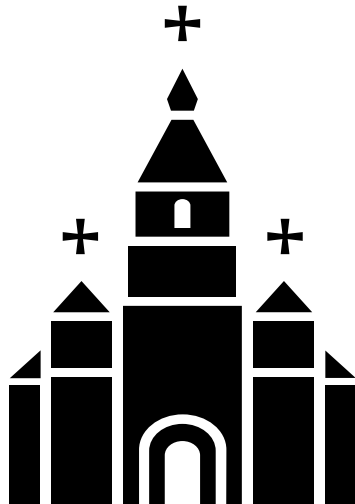
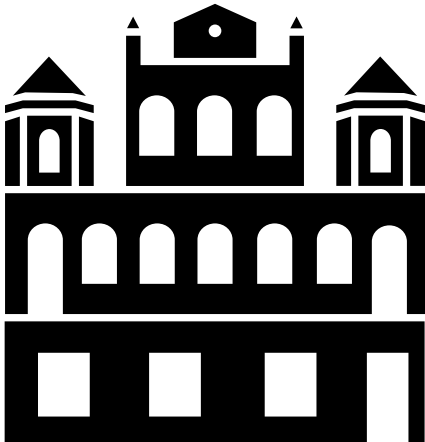
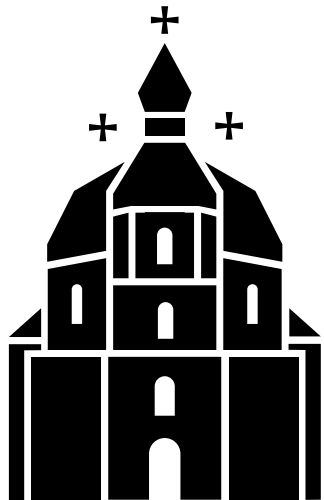
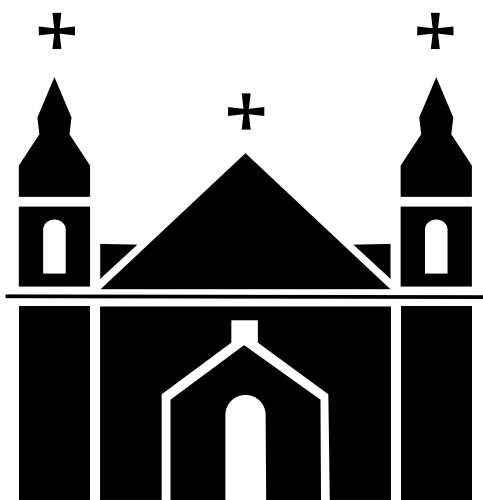
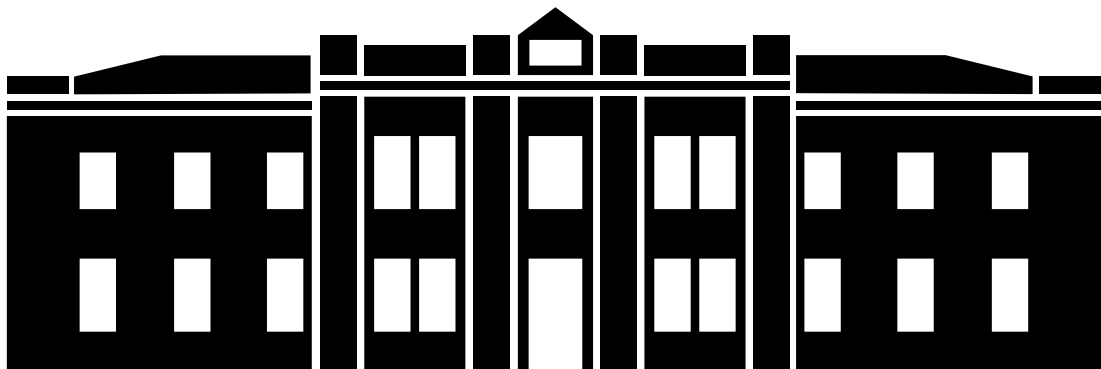
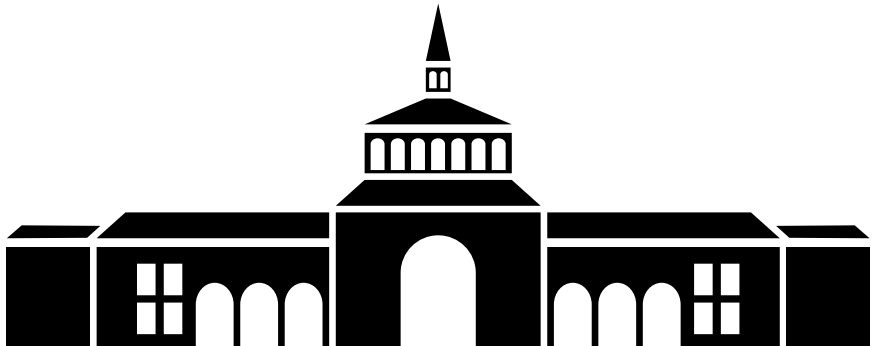
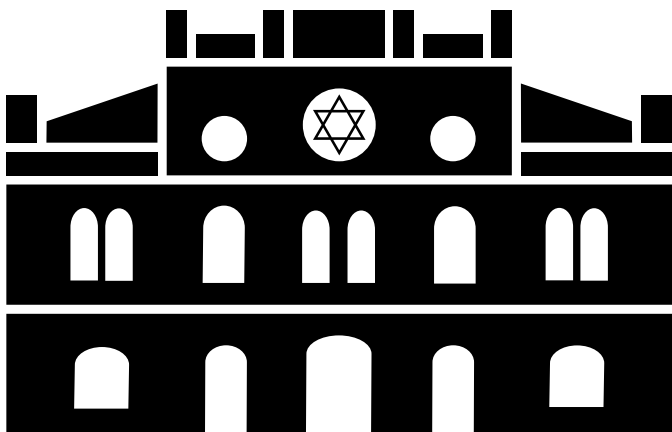
Лінійні форми ми використовуємо як основу побудови ілюстрації та адаптації під необхідні носії. Лінійні ілюстрації ми використовуємо як ключові для довідників або веб-порталів.



ІЛЮСТРАЦІЇ ЗНАКОВИХ СПОРУД

Для зображення знакових споруд ми відпрацювали стиль ілюстрацій, що можемо використовувати як у туристичній навігації, так і для відображення на інформаційних порталах, веб-сайтах та інших елементах.

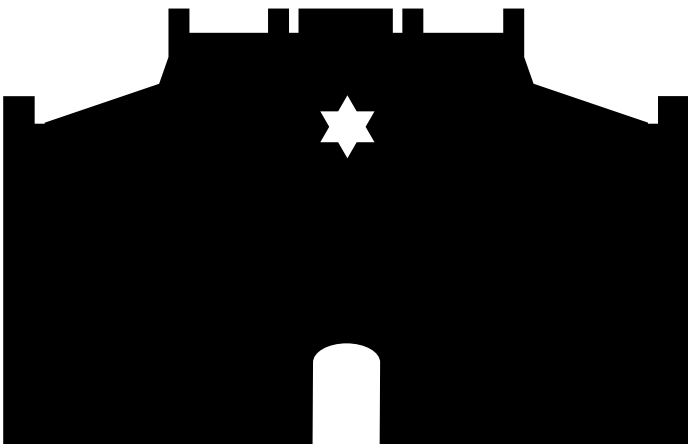
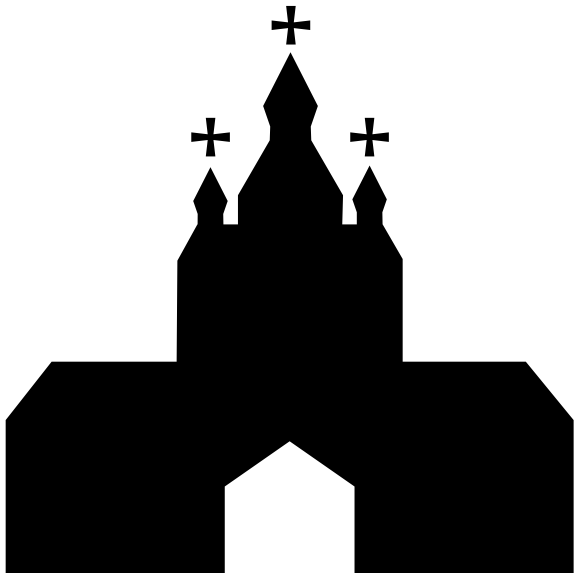
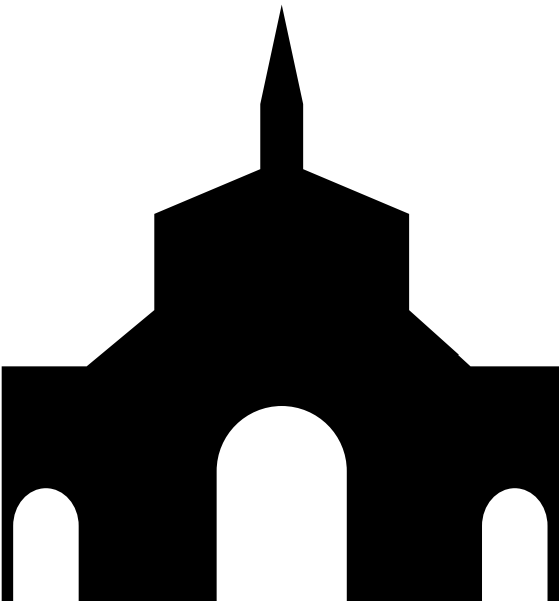
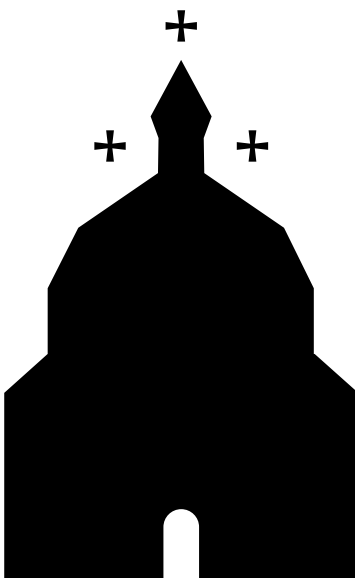
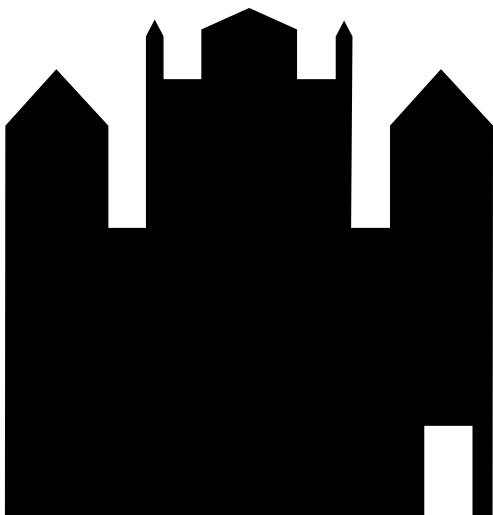
Для використання знаків, вивісок та малих носіїв ми пропрацювали варіанти ілюстрацій, що мають залиту форму та краще відображаються на необхідних носіях.



ІЛЮСТРАЦІЇ ЗНАКОВИХ СПОРУД

Для зображення знакових споруд ми відпрацювали стиль ілюстрацій, що можемо використовувати як у туристичній навігації, так і для відображення на інформаційних порталах, веб-сайтах та інших елементах.

Для використання у фірмовій графіці міста, ми пропрацювали формат образів споруд для кращого зчитування силуетів на різних носіях.



05 ■

СИСТЕМА
ПОБУДОВИ
ДИЗАЙН-КОДУ

ОСНОВНИЙ ПРИНЦИП ПОБУДОВИ СТИЛЮ — ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ

Базова побудова візуального стилю бренду м. Ковель базується на кількох важливих компонентах:

- 1. Інформативна частина
- 2. Контентна частина
- 3. Брендова графіка
- 4. Логотип
- 5. Блок додаткового пояснення (наприклад дата)

За цим принципом ми формуємо візуальний стиль всіх необхідних носіїв, що використовують у контенті.

Правила стосуються всіх типів контенту та кольорів бренду.



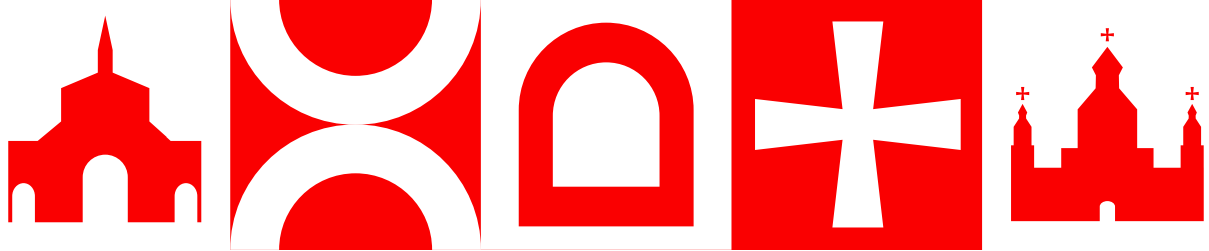
Ковельська
міська рада

Відкриття стадіону Локомотив

Запрошуємо всіх туристів
та жителів міста



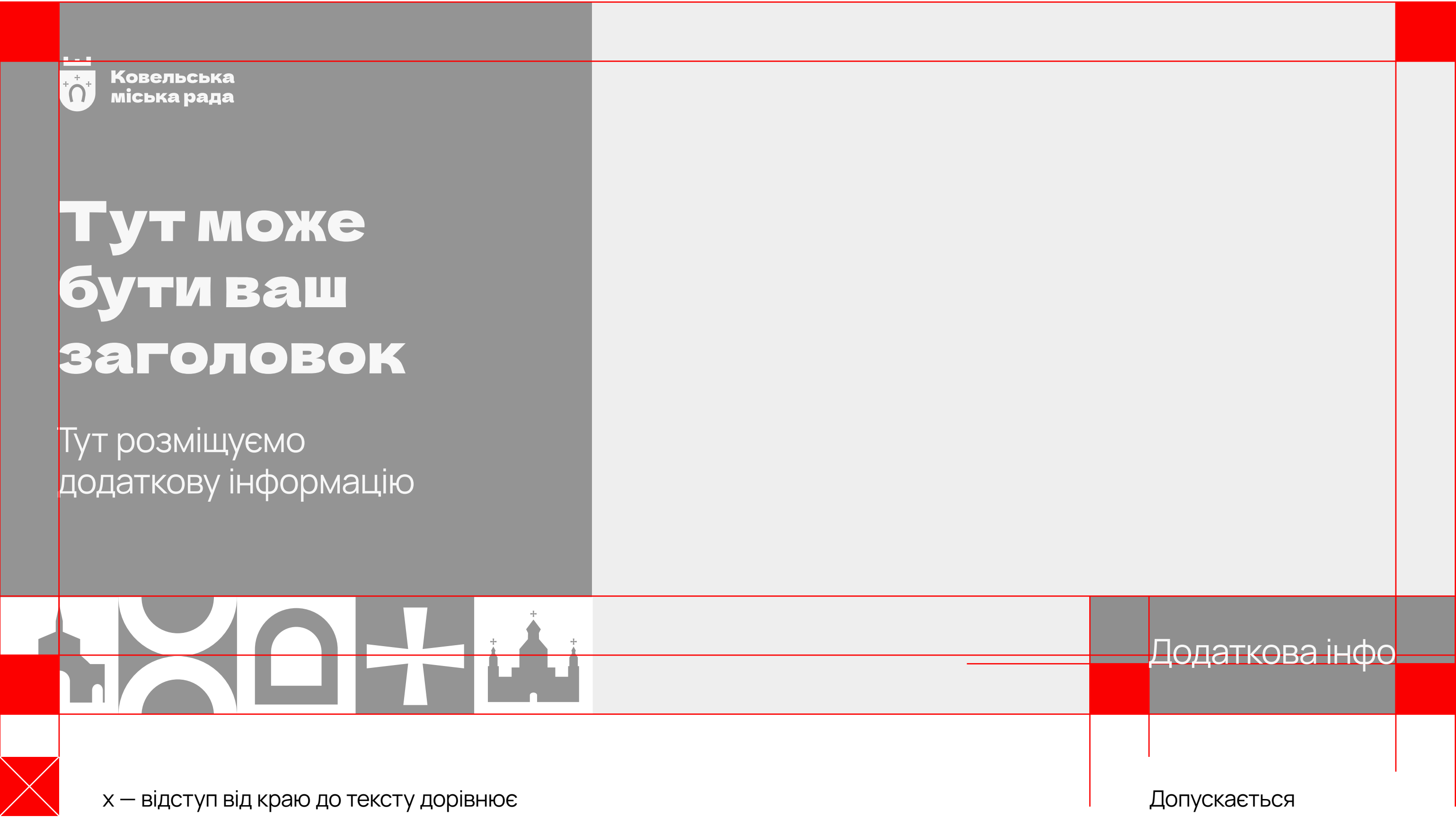
01.07.2023



ОСНОВНИЙ ПРИНЦИП ПОБУДОВИ СТИЛЮ — ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ

За основу побудови модулю ми використовуємо блоки патерну, що формують подальші відступи. Такий підхід формує єдиний стандарт побудови макетів для збереження ідентичності візуального стилю м. Ковель.

Якщо розмір модулю (блок патерну) займає велику площу, ми можемо використовувати половину модулю для побудови внутрішніх відступів контенту.



x — відступ від краю до тексту дорівнює половині ширини одного елемента фірмової графіки. Такі пропорції застосовуються при використанні 5-ти елементів фірмової графіки

Додаткова інфо

Допускається використання меншого відступу у макеті задля оптичної рівноваги у подібних блоках

ОСНОВНИЙ ПРИНЦИП ПОБУДОВИ СТИЛЮ — ВЕРТИКАЛЬНИЙ

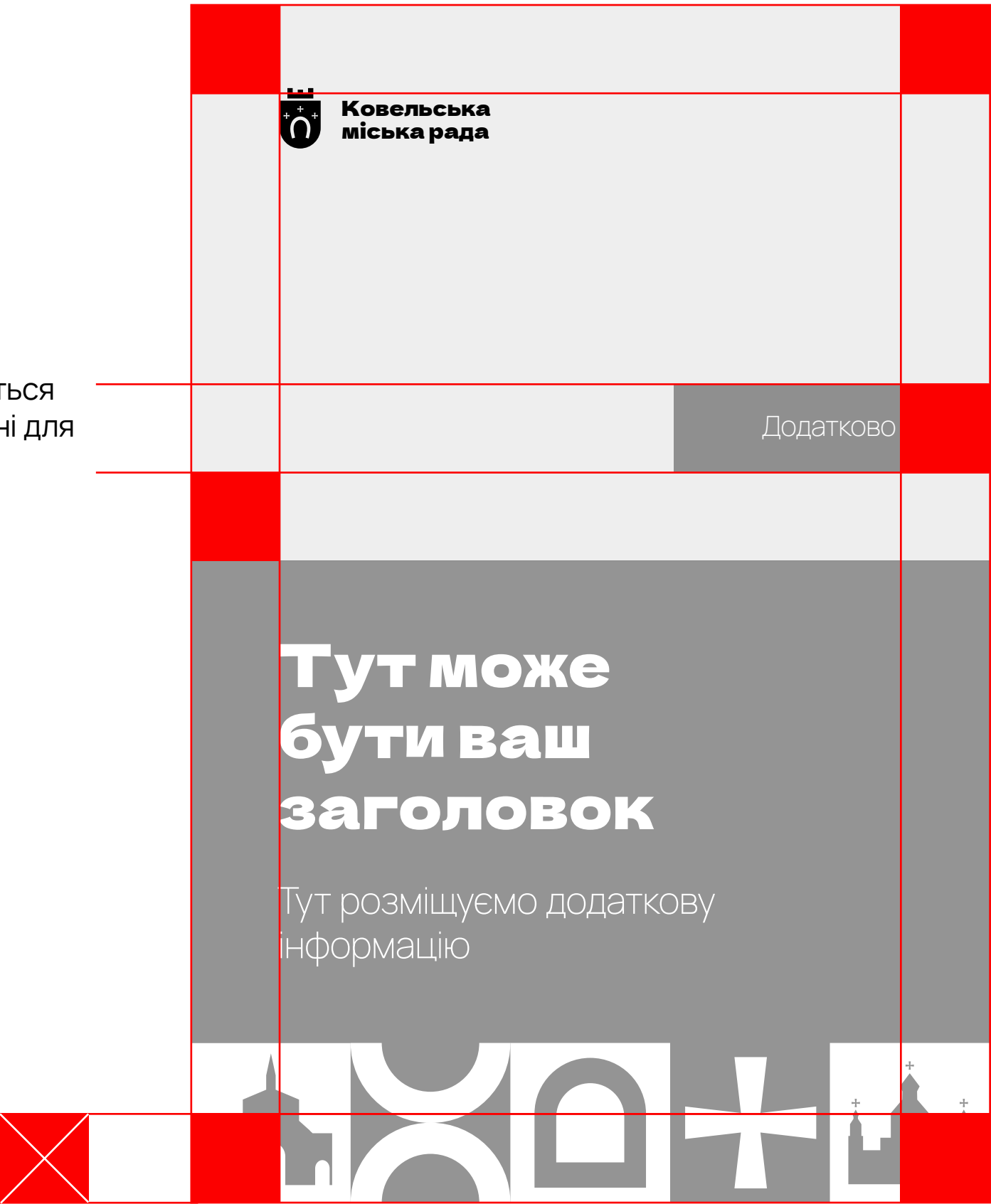
Для побудови вертикальних форматів ми використовуємо той самий принцип, що і при побудові горизонтального формату.

За основу побудови модулю ми використовуємо блоки патерну, що формують подальші відступи. Такий підхід фомує єдиний стандарт побудови макетів для збереження ідентичності візуального стилю м. Ковель.



x — відступ від краю до тексту дорівнює ширині одного елемента фірмової графіки.
Такі пропорції застосовуються при використанні 9-ти елементів фірмової графіки

За потреби додається блок на зображенні для короткого тексту у кілька слів.



x — відступ від краю до тексту дорівнює половині ширини одного елемента фірмової графіки.
Такі пропорції застосовуються при використанні 5-ти елементів фірмової графіки

ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ ПРИНЦИП ПОБУДОВИ

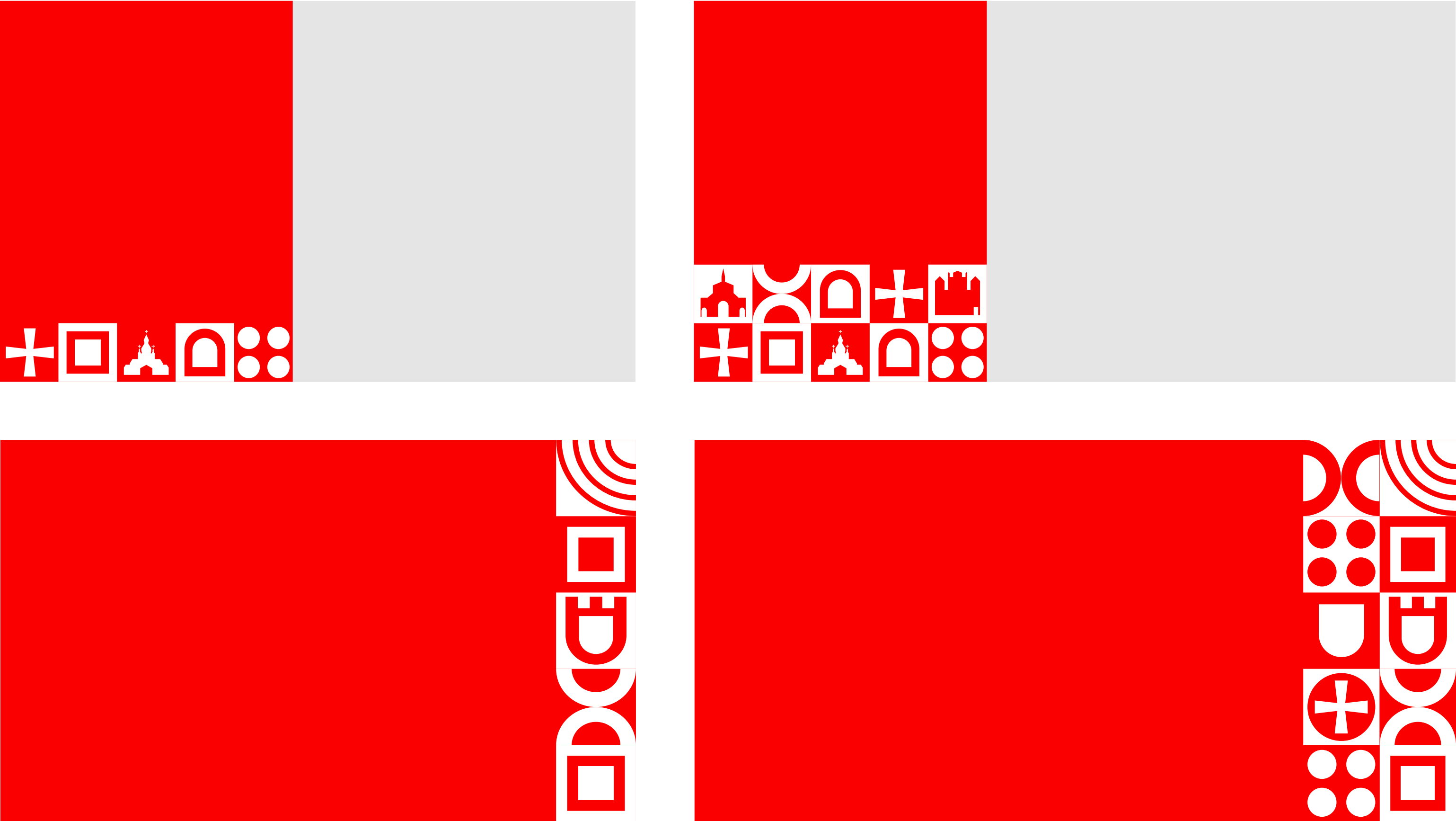
Для побудови комунікаційних носіїв, соцмереж, або будь-яких носіїв, що несуть комунікацію бренду міста Ковель — використовуйте наступну систему побудови дизайн коду:

Повне перекриття або перекриття 1/3 площі рекламного носія з комерційною інформацією, позиціонуванням, або призовом до дії та фірмовою графікою яка прикріплюється до нижньої або бічної сторони.

Для побудови горизонтального варіанту фірмова графіка кріпиться:

- на нижню сторону в лівому куті 1-2 ряда по 5 модулів
- на праву бічну сторону 1-2 ряда в 5 модулів.

В певних випадках доречне використання без фірмової графіки на однотонному фоні.



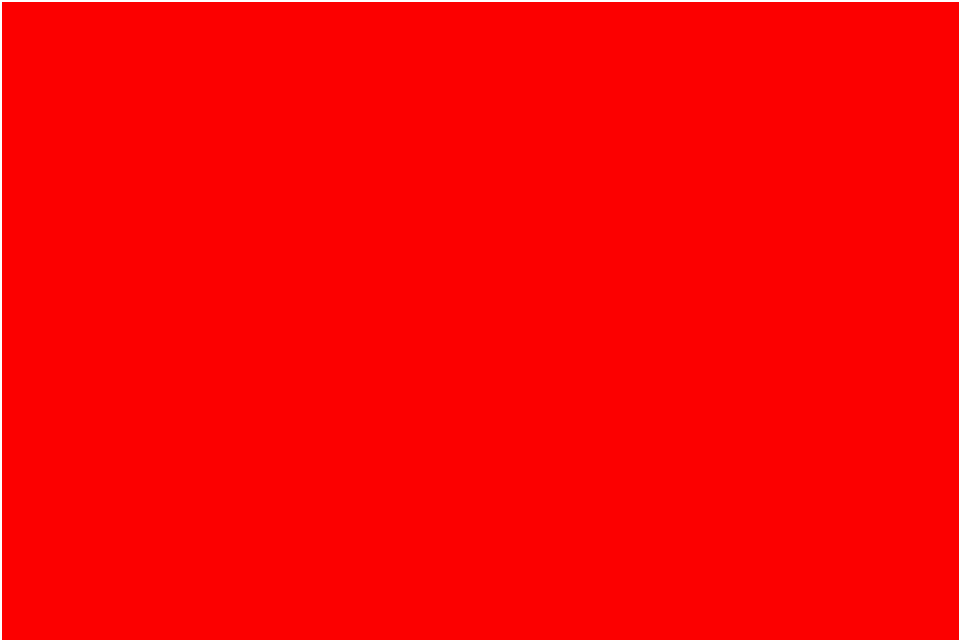
ВЕРТИКАЛЬНИЙ ПРИНЦИП ПОБУДОВИ

Для побудови комунікаційних носіїв, соцмереж, або будь-яких носіїв, що несуть комунікацію бренду міста Ковель — використовуйте наступну систему побудови дизайн коду:

Повне перекриття або перекриття 1/3 площі рекламного носія з комерційною інформацією, позиціонуванням, або призовом до дії та фірмовою графікою яка прикріплюється тільки нижньої сторони.

Для побудови вертикального варіанту фірмова графіка кріпиться :
— на нижню сторону 9 модулів у ряд
— на нижню частину в два ряда по 5 модулів.

Інколи використання без фірмової графіки на однотонному фоні.



ЛОКАЦІЯ ТА QR-КОД

Для стендів з інформацією про локацію застосовується базовий метод побудови стилю з орієнтовною пропорцією 1/3 або повним перекриття для інформації, а також з додаванням фірмової графіки, яка кріпиться до однієї з сторін.

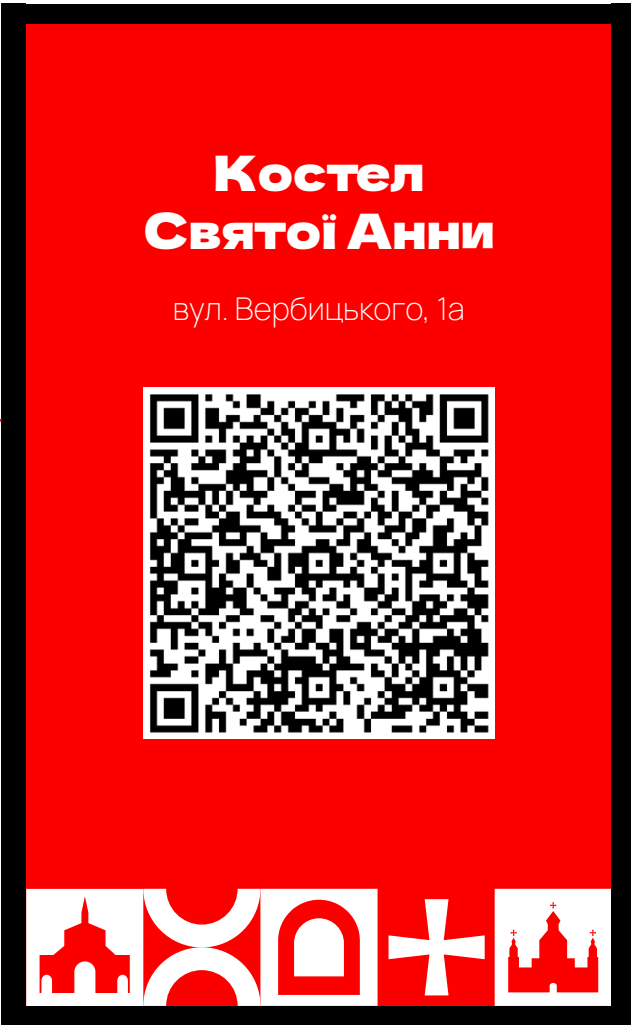
Для QR-коду використовується повне перекриття в червоний з білою фірмовою графікою яка кріпиться до верхньої частини в два рядки по 5-ть модулів.

Сам QR-код розміщується посередині в чорному або червоному кольорі на білому фоні.



Інформативна зона

QR-код на будівлі



06.

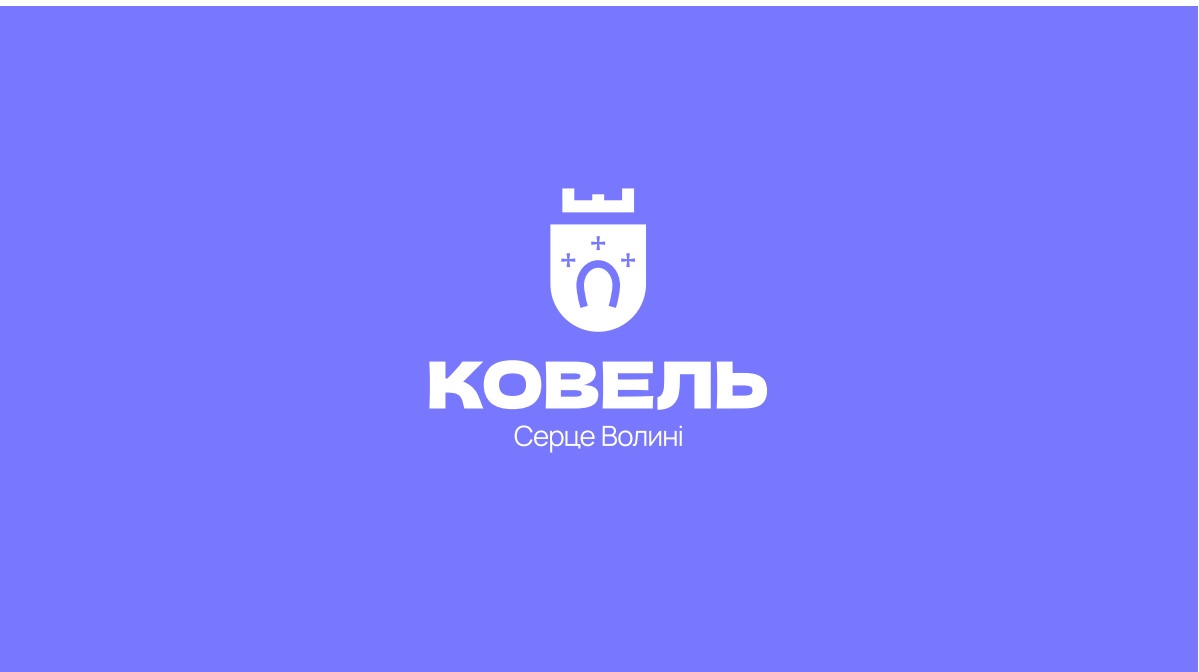
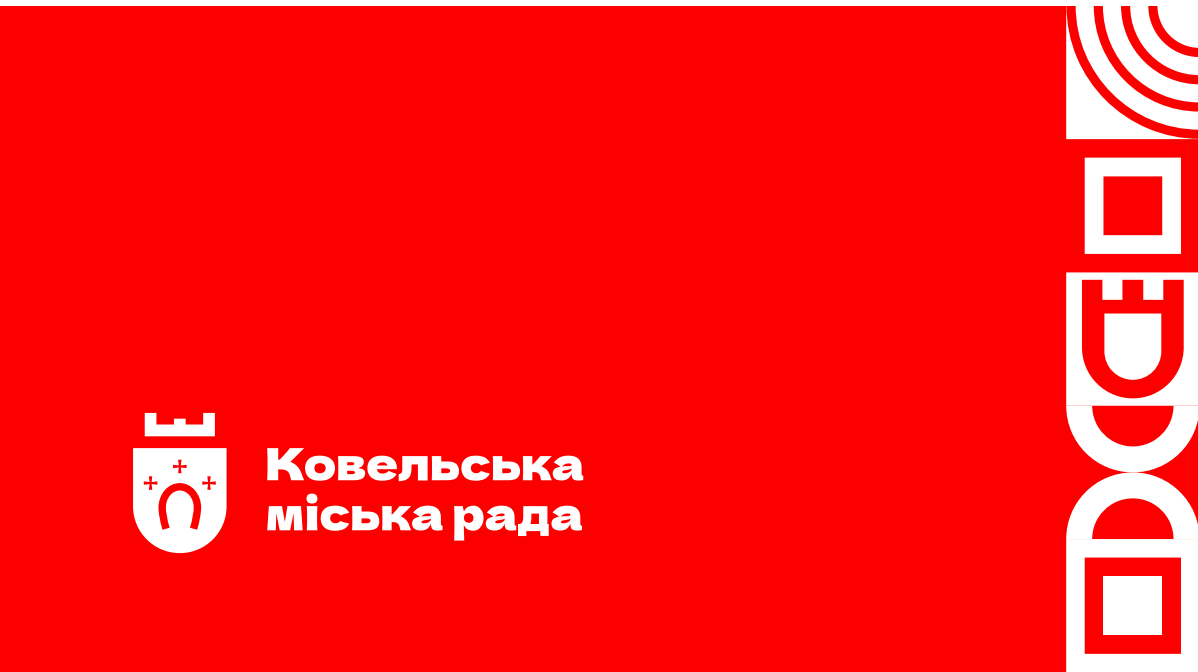
КОРПОРАТИВНА
ПРОДУКЦІЯ

ВІЗИТІВКА

Основний принцип використання стилю на візитівках працює у наступних форматах:

Для бренду міста та міської ради:
Візитки використовуються у двох варіантах, червоного кольору з фірмовою графікою з правої сторони та без неї.

Для інших сфер:
Використовуються другорядні кольори візиток з фірмовою графікою та без неї, з переліку в розділі про фірмові кольори міста Ковель.



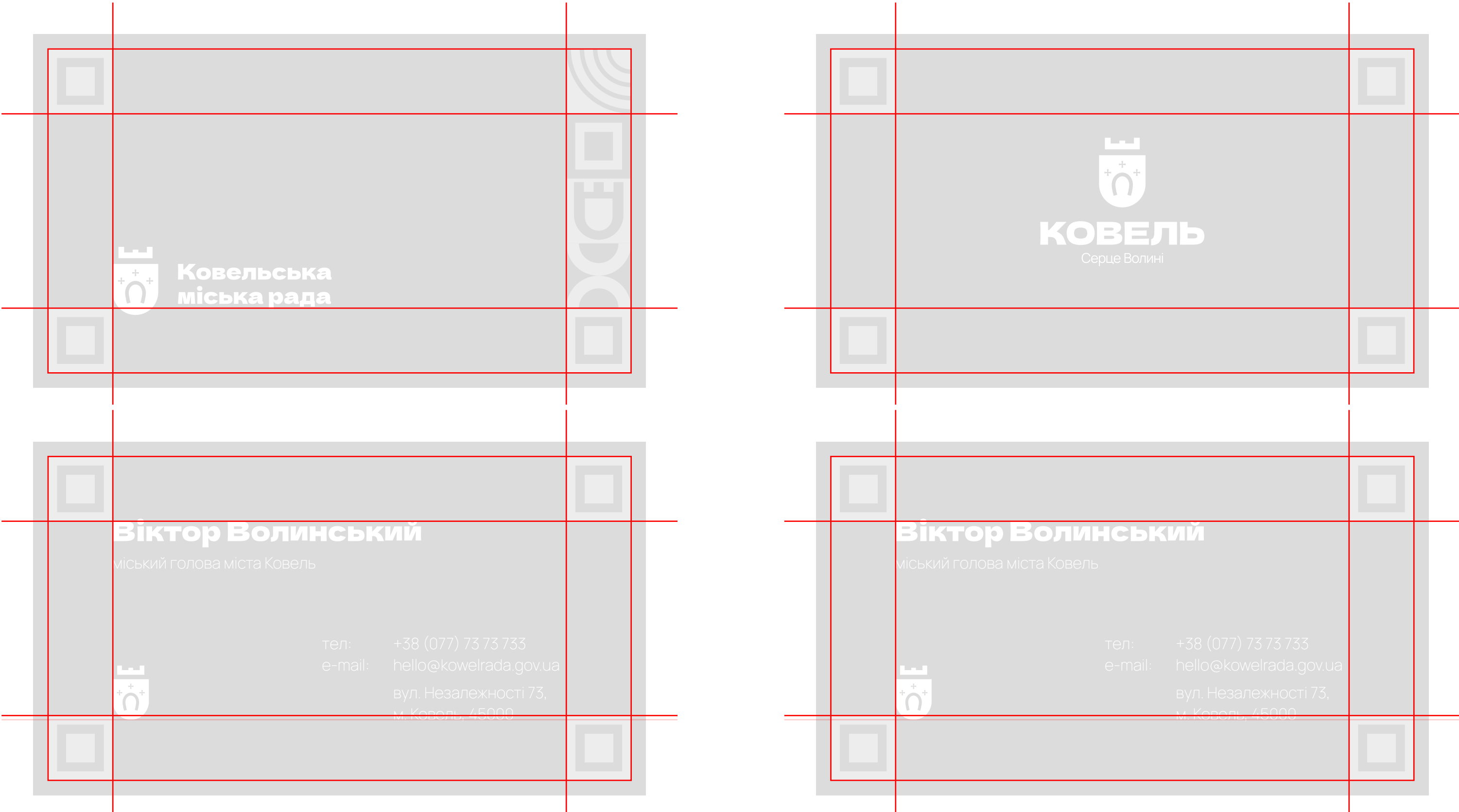
ВІЗИТІВКА

Основний принцип використання стилю на візитівках працює у наступних форматах:

Для бренду міста та міської ради:
Візитки використовуються у двох варіантах, червоного кольору з фірмовою графікою з правої сторони та без неї.

Для інших сфер:
Використовуються другорядні кольори візиток з фірмовою графікою та без неї, з переліку в розділі про фірмові кольори міста Ковель.

Формат: 90x50 мм
Додаткові зони під обріз: +2 мм
Тип реалізації: Друк





Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

КОВЕЛЬ
Серце Волині

Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

**Ковельська
міська рада**

Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

КОВЕЛЬ
Серце Волині

Віктор Волинський
міський голова міста Ковель
тел: +38 (077) 73 73 733
e-mail: hello@kovelrada.gov.ua
вул. Незалежності 73,
м. Ковель, 45000

**Ковельська
міська рада**

КОВЕЛЬ

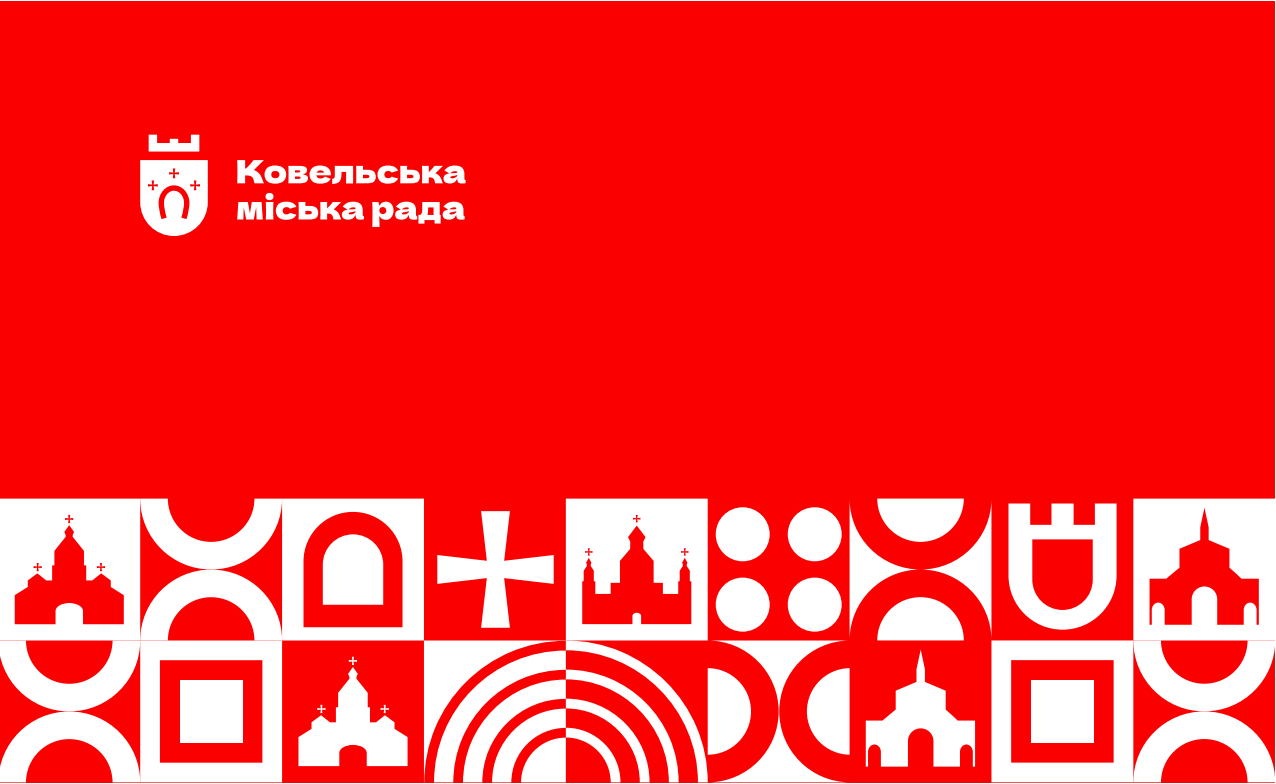
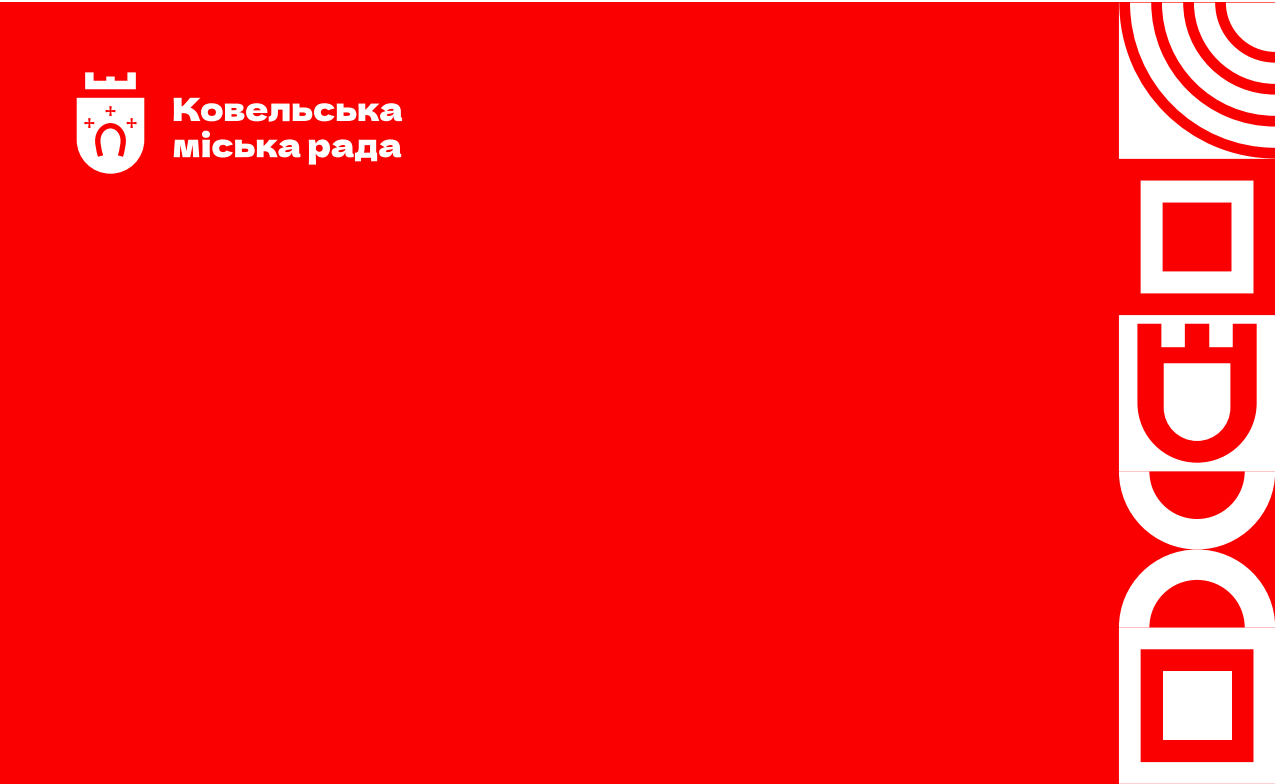
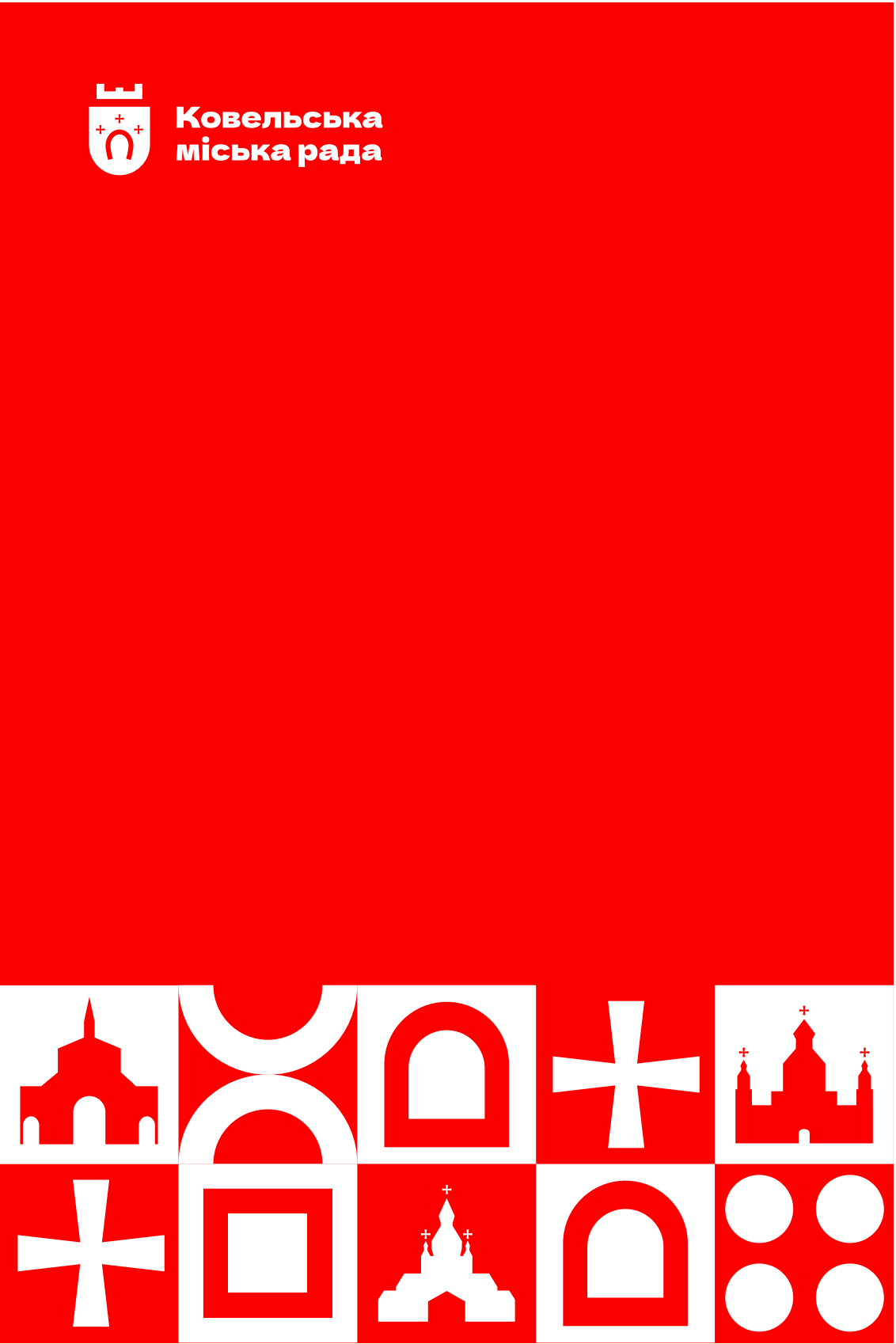
КОРПОРАТИВНА ПРОДУКЦІЯ

КОРПОРАТИВНА ПРОДУКЦІЯ

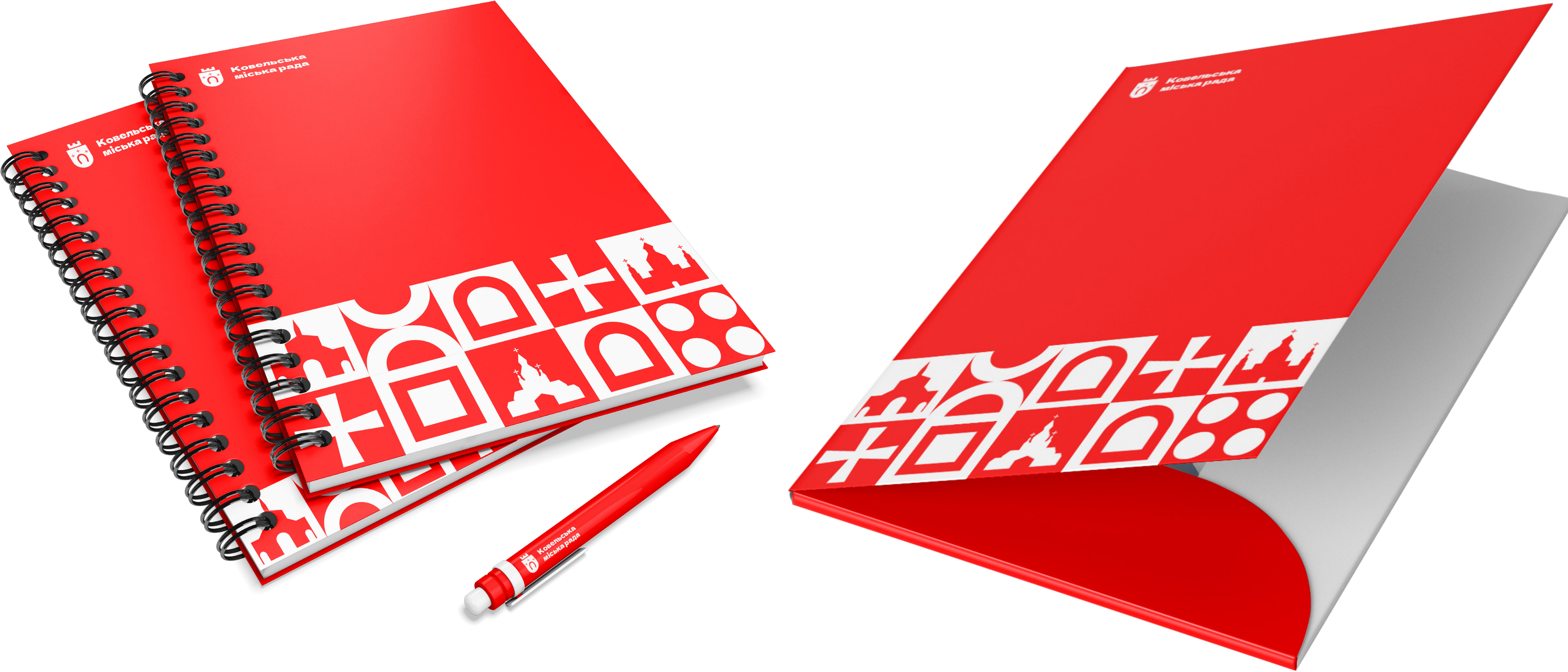
Базовий дизайн-код корпоративної продукції, такий як папки, конверти, блокноти та інша іміджева корпоративна продукція, базується на загальних правилах побудови стилю. Таким чином, ми дотримуємося єдиних правил візуального стилю.

Для модуля ми використовуємо елементи патерну для побудови загальних відступів. Кількість блоків патерну у висоту або ширину ми можемо вибрати залежно від потреб.

Рекомендації:
Вертикальний формат — 5-7 блоків у ширину
Горизонтальний формат — 5-9 блоків у ширину









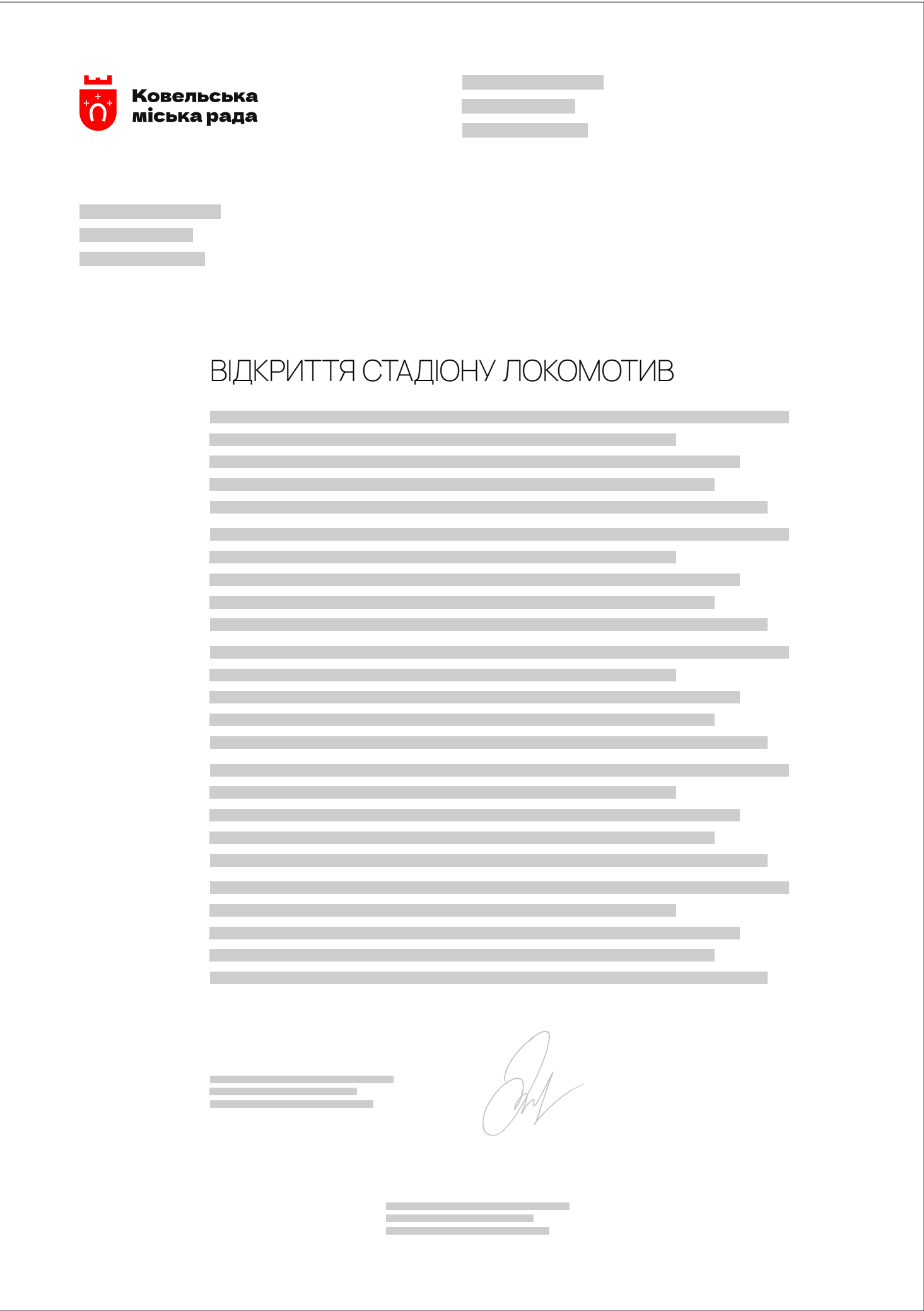
БРЕНДОВІ БЛАНКИ

Для використання брендových бланків ми використовуємо лише логотип (м. Ковель, або Ковельської Міської Ради) та побудову на декілька основних компонентів:

- 1. Вхідна група
- 2. Основний контент
- 3. Нумерація та контактна інформація (за потреби)

Брендoві бланки ми використовуємо двох типів:

- 1. Типовий бланк — бланк, який ми використовуємо для догорів, меморандумів або будь-якої іншої документації.
- 2. Іміджевий бланк — бланк для офіційних звернень або коротких оголошень, що потребують також особистого підпису одного або декількох з керуючих посад.





БРЕНДОВІ ОЛІВЦІ ТА РУЧКИ

Для брендovих носіїв по типу ручки, олівці та інші носії, що мають довгу форму ми використовуємо лінійний принцип побудови композиції. Таким чином основну частину іміджевих носіїв ми можемо брендувати основним кольором, логотипом та патерном вздовж всього носія.



БРЕНДОВІ ПРАПОРЦІ ДЛЯ ОФЛАЙН ЗУСТРІЧЕЙ

Для дизайну брендových прапорців ми базуємось на загальних принципах подубови візуального стилю. Для реалізації прапорців ми можемо використовувати як вертикальний, так і горизонтальний формати розміщення патерну.

Елементи на прапорцях:

- Брендový червоний колір
- Логотип
- Брендový патерн



07.

ЗОВНІШНЯ
РЕКЛАМА

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (БІЛБОРД)

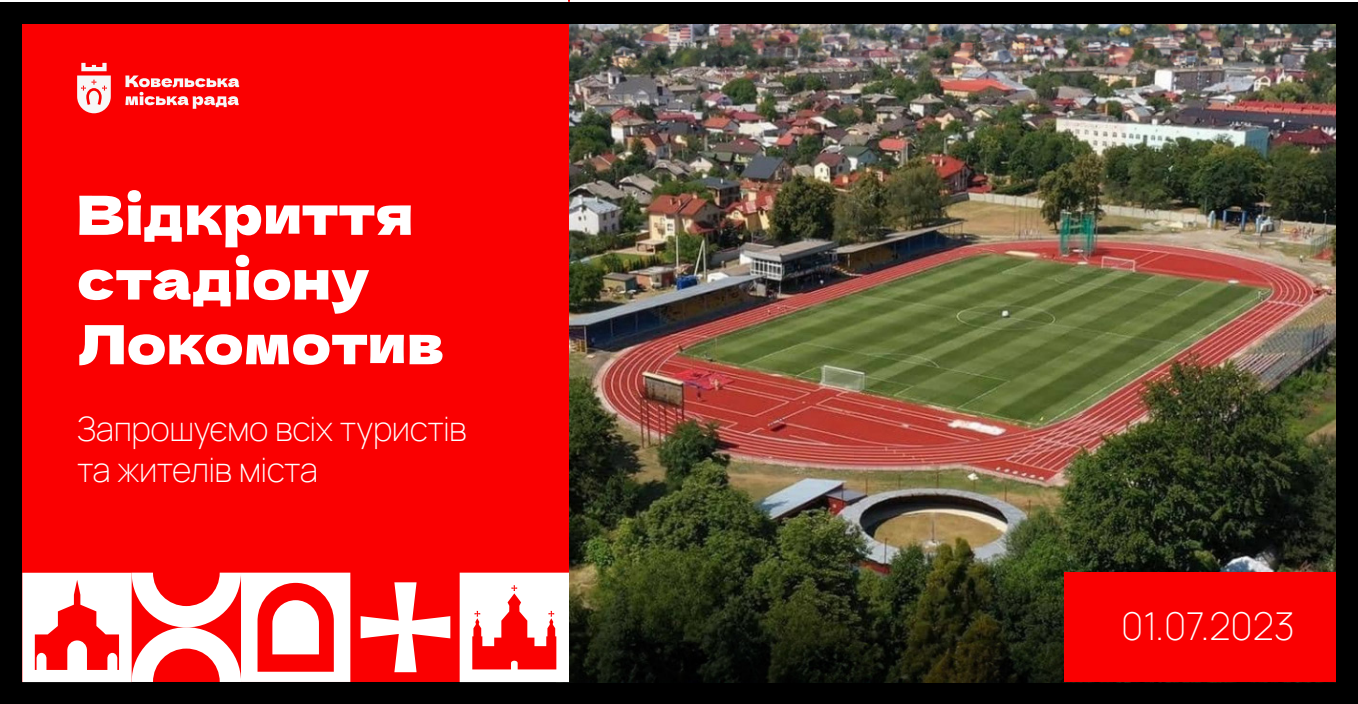
Для побудови комунікаційних носіїв, соцмереж, або будь-яких носіїв, що несуть комунікацію бренду міста Ковель — використовуйте наступну систему побудови дизайн коду:

Повне перекриття або перекриття 1/3 площі рекламного носія з комерційною інформацією, позиціонуванням, або призовом до дії та фірмовою графікою, яка прикріплюється до нижньої або бічної сторони.

Для побудови горизонтального варіанту фірмова графіка кріпиться :
— на нижню сторону в лівому куті 1-2 ряда по 5 модулів
— на праву бічну сторону 1-2 ряда в 5 модулів.

В певних випадках доречне використання без фірмової графіки на однотонному фоні.

Інформативна зона



Інформативна зона





ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (СІТЛАЙТ)

Для побудови комунікаційних носіїв, соцмереж, або будь-яких носіїв, що несуть комунікацію бренду міста Ковель — використовуйте наступну систему побудови дизайн коду:

Повне перекриття або перекриття 1/3 площі рекламного носія з комерційною інформацією, позиціонуванням, або призовом до дії та фірмовою графікою, яка прикріплюється до нижньої або бічної сторони.

Для побудови горизонтального варіанту фірмова графіка кріпиться :
— на нижню сторону в лівому куті 1-2 ряда по 5 модулів
— на праву бічну сторону 1-2 ряда в 5 модулів.

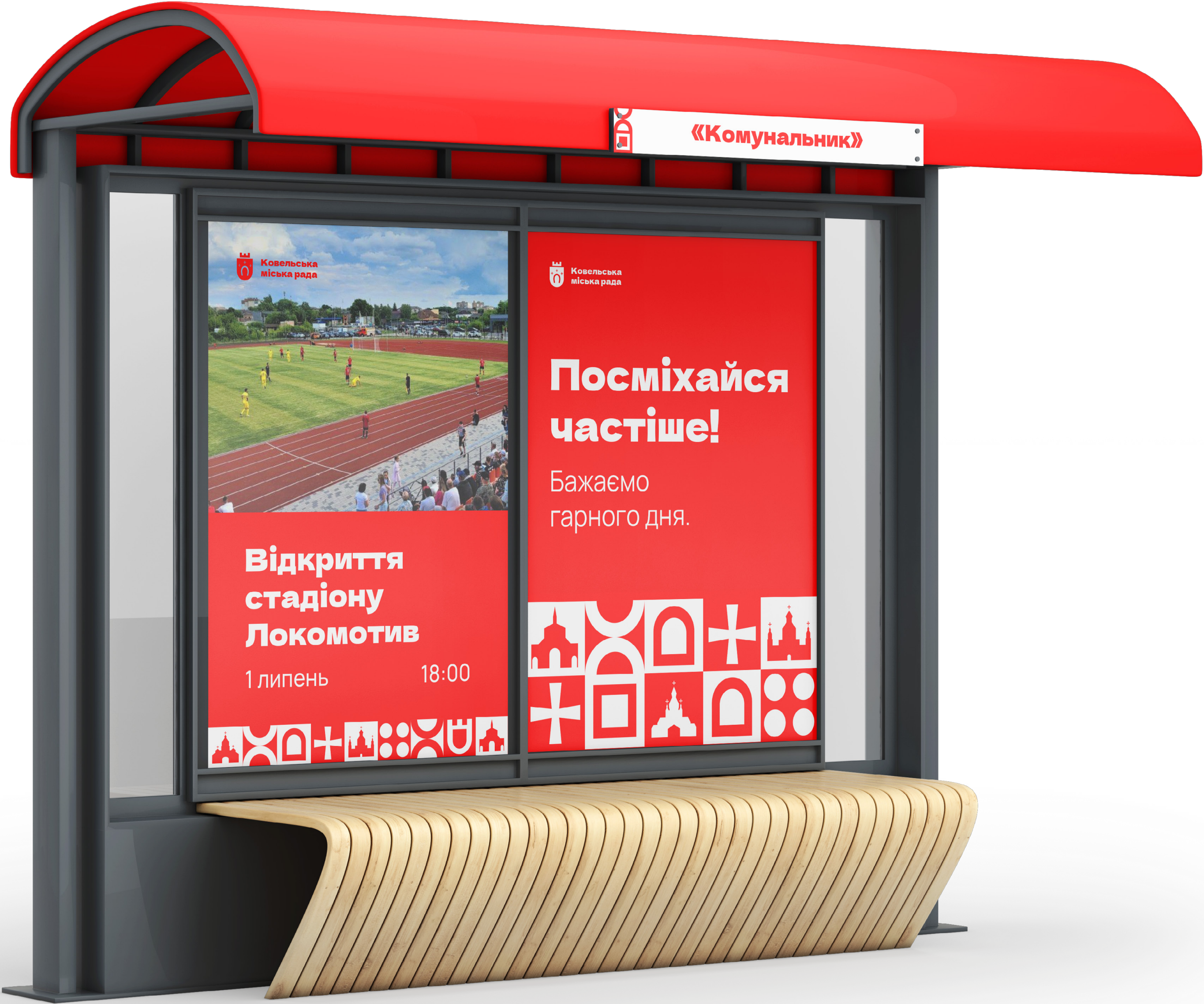
В певних випадках доречне використання без фірмової графіки на однотонному фоні.



Інформативна зона



Інформативна зона





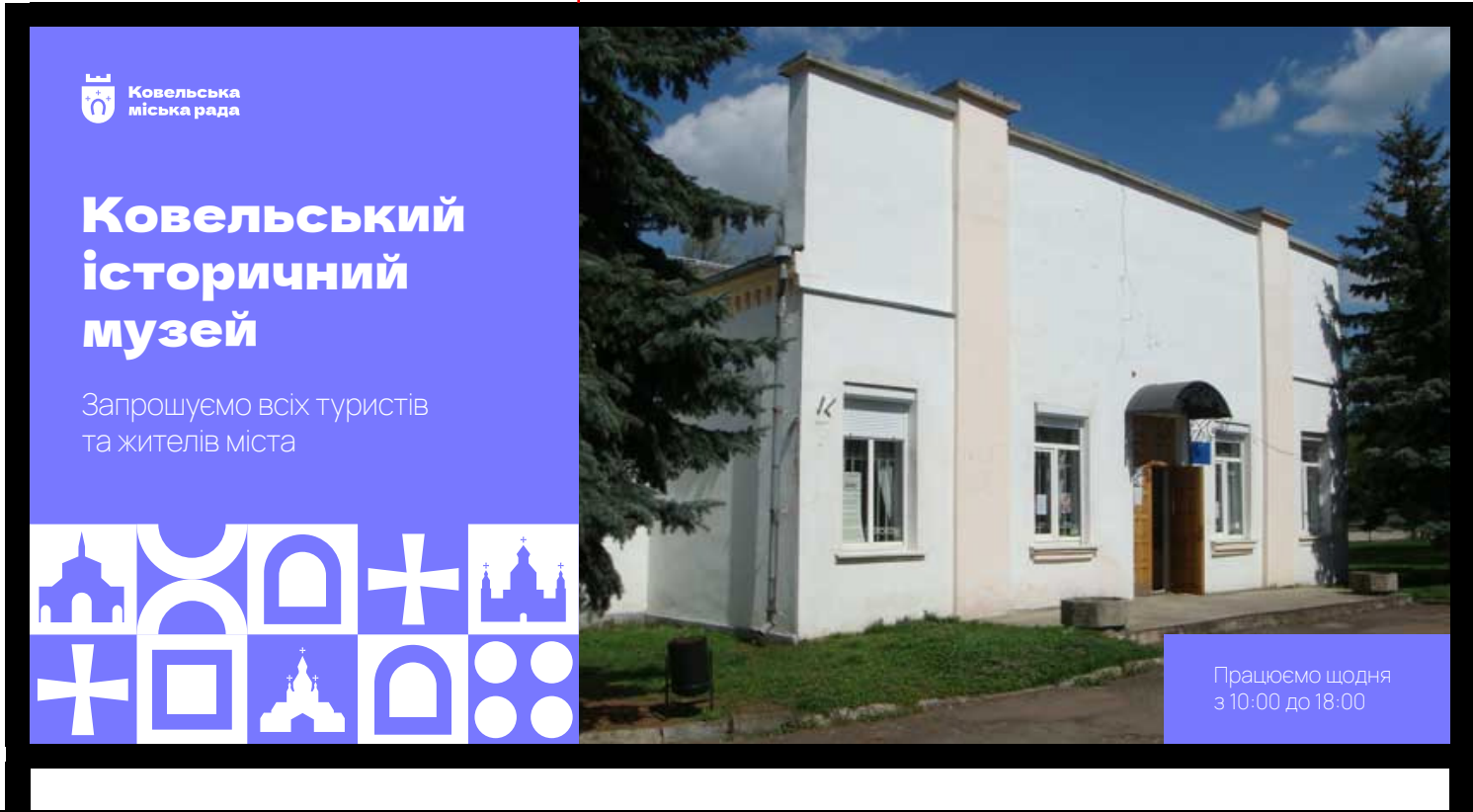


ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА (ТУРИСТИЧНА)

Для дизайну комунікаційних носіїв з туристичними цілями ми базуємось на загальних принципах побудови візуального стилю. Для реалізації комунікаційних носіїв ми використовуємо ті ж принципи, що і для основних комунікаційних носіїв.

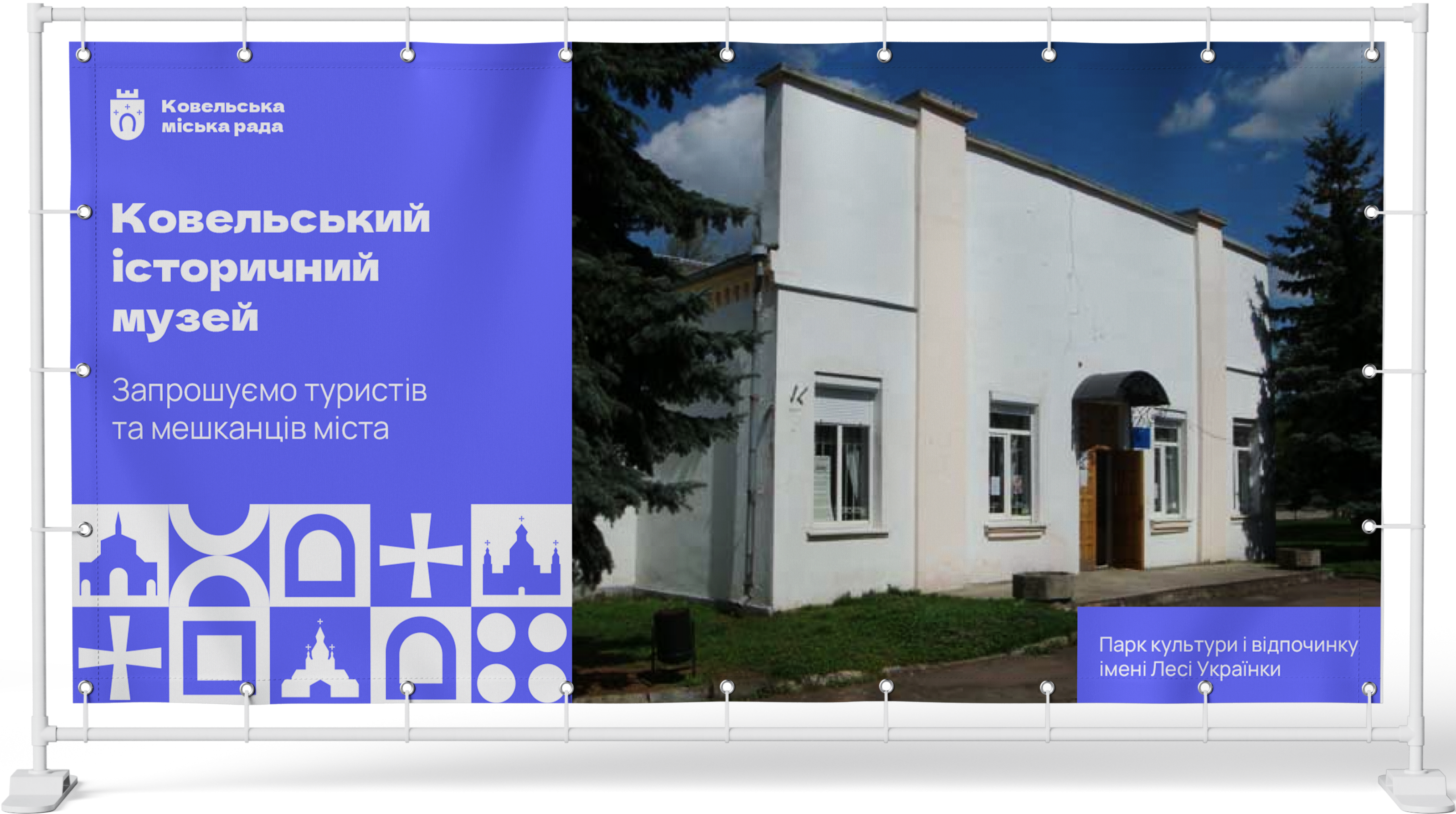
Продукція туристичного відділу в першу чергу відрізняється кольоровим рішенням та використанням іміджевого патерну для туристичної продукції.

Інформативна зона



Інформативна зона





ТУРИСТИЧНА БРОШУРА

Для дизайну комунікаційних носіїв з туристичними цілями ми базуємось на загальних принципах побудови візуального стилю. Для реалізації комунікаційних носіїв ми використовуємо ті ж принципи, що і для основних комунікаційних носіїв.

Продукція туристичного відділу в першу чергу відрізняється кольоровим рішенням та використанням іміджевого патерну для туристичної продукції.

Туристична брошура як і ряд інших туристичних носіїв можуть містити в собі велику кількість контенту (фото та текстового), відповідно важливо враховувати дані потреби. Для цього використовуйте принцип масштабування патерну по горизонталі, щоб залишити максимальну кількість під контент.

На основі розміщеного патерну — використовуйте за модуль блок патерну, щоб сформуванати сітку для розміщення ключових елементів.



08. ■

ДИЗАЙН
НАВІГАЦІЇ

БРЕНДОВА НАВІГАЦІЯ

Для навігаційних вказівників використовуємо фірмовий колір бренду міста, а саме червоний з білою фірмовою графікою, яка кріпиться до лівої або правої сторони в залежності куди вказує стрілка. Текст вирівнюється по лівому або правому краю.

Також одним з варіантів є додавання фірмових елементів із заливкою.



БРЕНДОВА НАВІГАЦІЯ

Для навігаційних вказівників використовуємо фірмовий колір бренду міста, а саме червоний з білою фірмовою графікою, яка кріпиться до лівої або правої сторони в залежності куди вказує стрілка. Текст вирівнюється по лівому або правому краю.

Також одним з варіантів є додавання фірмових елементів із заливкою.



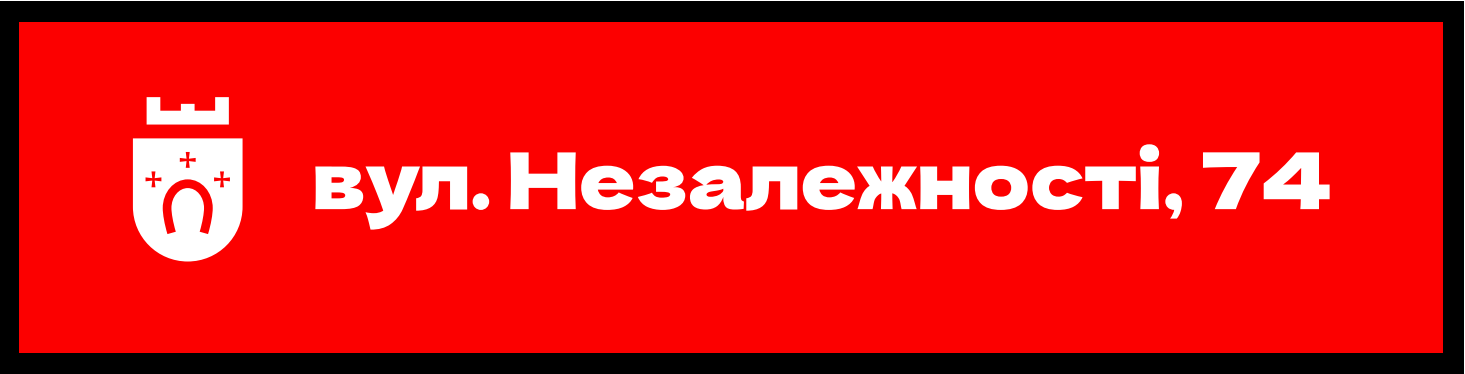
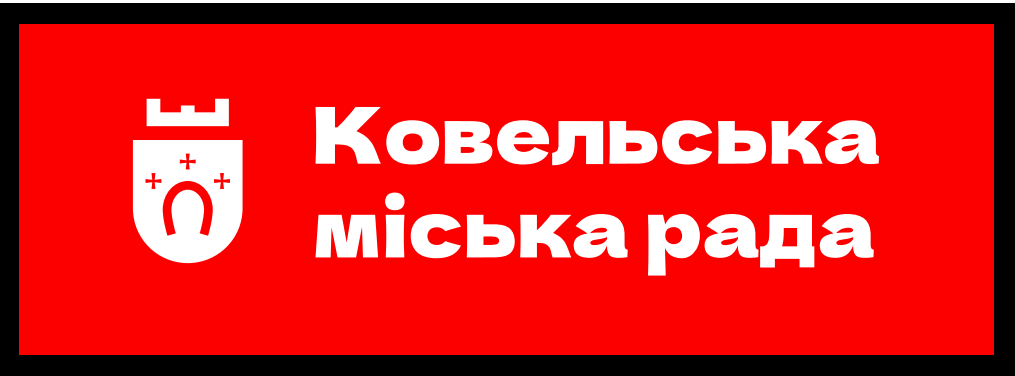
ВИВІСКИ НА ФАСАДІ БУДІВЕЛЬ

Позначення будинку, вулиці, або ключових локацій — використовуйте єдиний принцип побудови вивісок.

Для вивісок на фасадах будівель використовуйте фірмовий колір та фірмову графіку , яка кріпиться до лівої сторони. Шрифт для вивіски використовуємо Dela Gothic One Regular, а також для додаткового тексту, наприклад (назви вулиці), використовуємо шрифт Man Gore.

Вивіски використовуються для розміщення на стінах будівель або зупинках.

На вивісці вказується назва організації, вулиці та номер будинку, назва автобусної зупинки і тд.



09. ■

СОЦІАЛЬНІ
МЕРЕЖІ

БРЕНДОВІ ПУБЛІКАЦІЇ У СОЦМЕРЕЖАХ

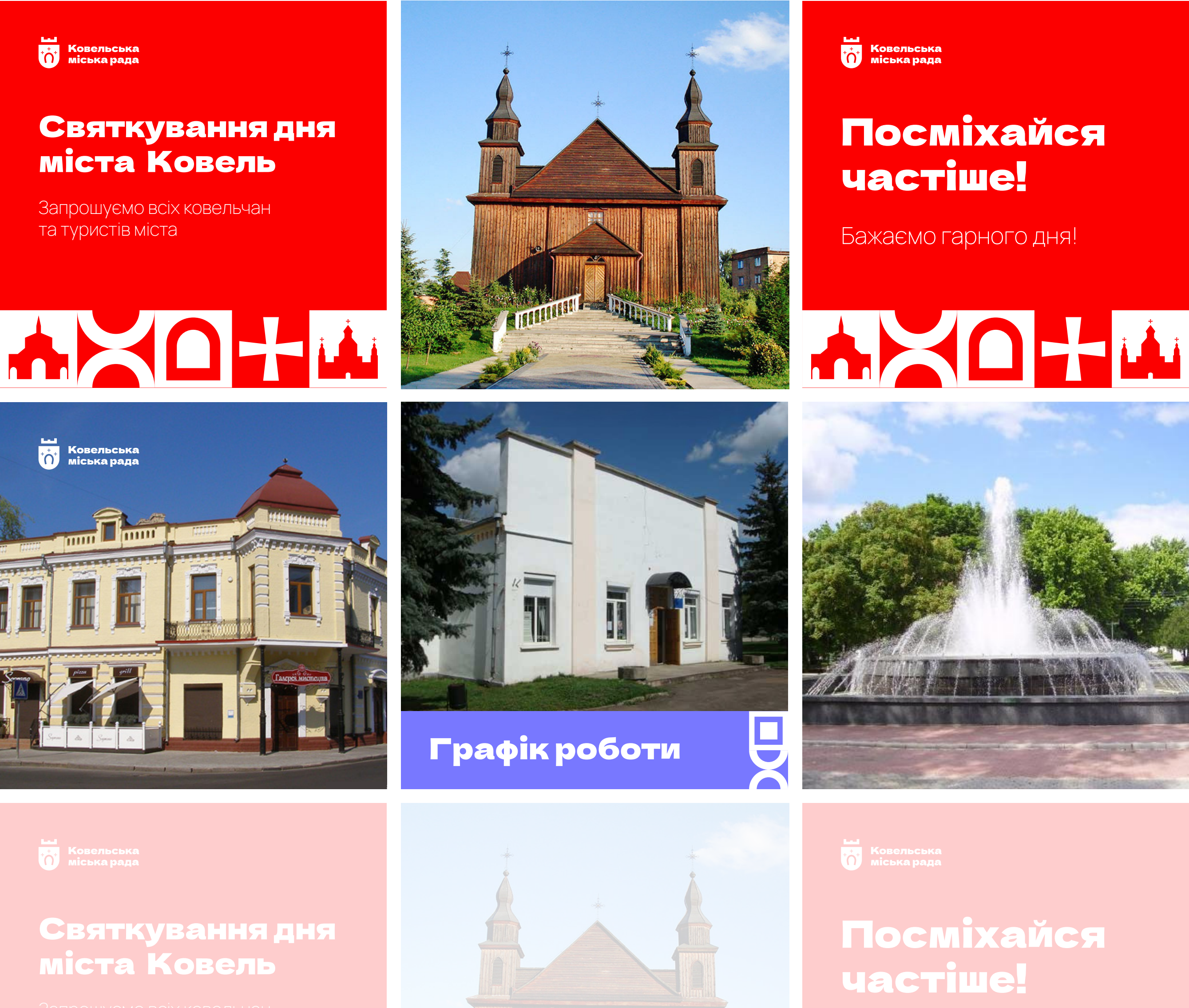
Для публікації контенту у соцмережах ми в першу чергу рекомендуємо використовувати мінімум дизайнерських рішень та більше фото або відео контенту, що сприятиме більш іміджевому вигляду сторінки.

Для оголошень або офіційних анонсів — ми використовуємо брендові публікації. У таких публікаціях розраховані елементи таким чином, щоб розмістити достатньо ключової інформації для анонсу та подальшому опису у самій публікації соцмережі.

Рекомендація: для публікацій з короткими підписами та фото/відео контентом доречно використовувати тільки два-три елементи патерну, щоб не перевантажувати композицію.

Формат публікацій: квадрат 1080x1080 px

Локації публікації: Facebook/ Instagram/ X(ex twitter)

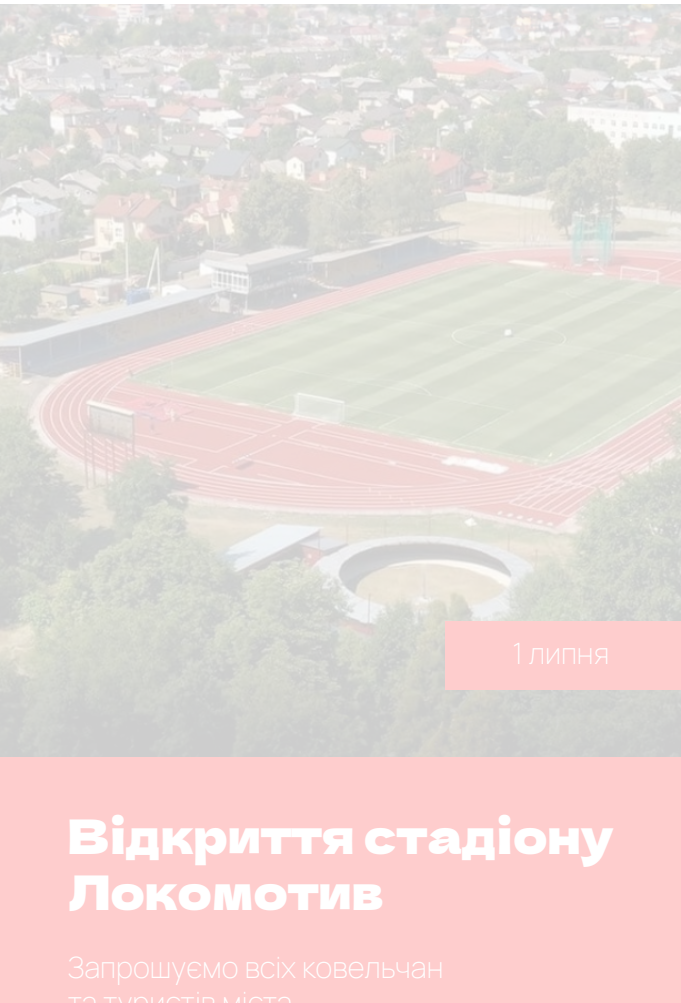
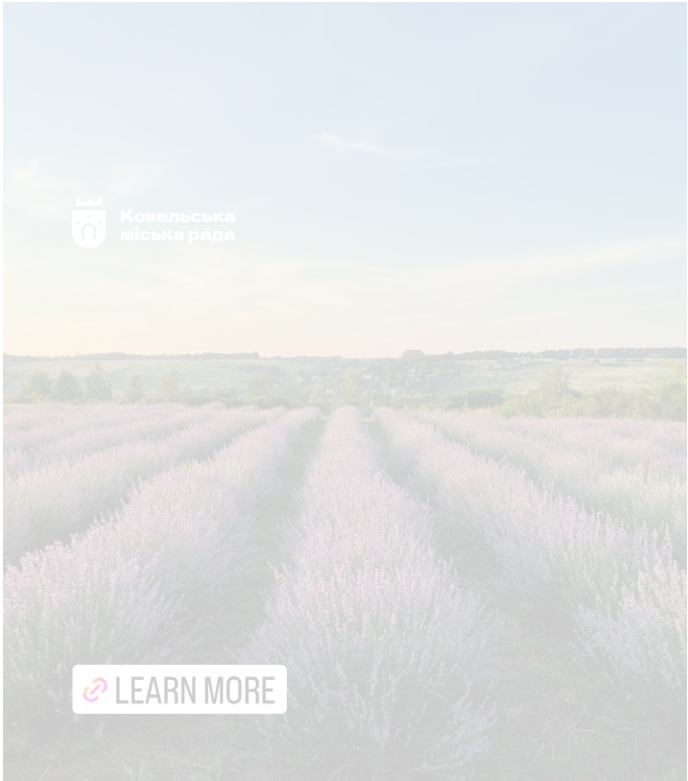
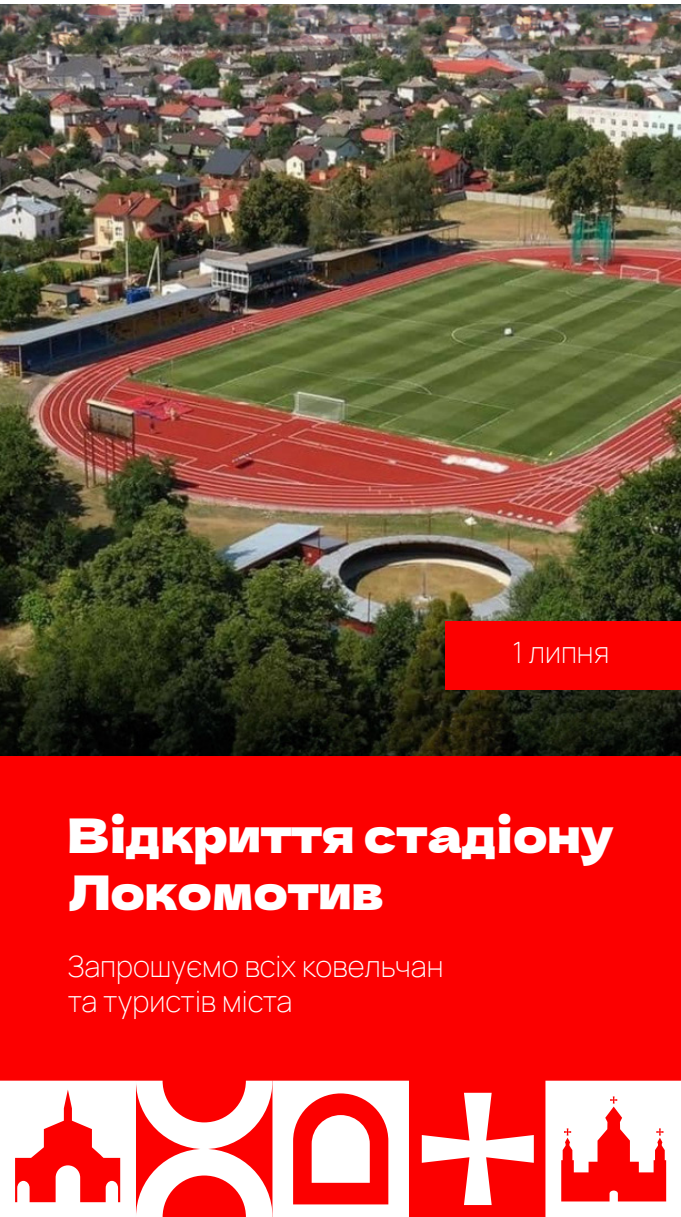


БРЕНДОВІ STORIES У СОЦМЕРЕЖАХ

Для рекламних креативів у мережі Facebook та Instagram використовуйте базовий метод побудови стилю з орієнтовною пропорцією 1/3 або повного перекриття, а також з додаванням фірмової графіки, яка кріпиться до однієї зі сторін. За потреби збільшити об'єм — важливо враховувати, щоб основне зображення було достатньо видно.

Формат публікацій: квадрат 1080x1920 рх.
Локації публікації: Facebook/Instagram.
Safe-зони* для Stories: 250 рх зверху та знизу.

*Safe-зони — це зони у публікації, де не має бути критичної інформації через присутність інтерфейсу платформи у цій мережі.



09. МЕРЧЕНДАЙЗ





















Логотип та дизайн-стиль бренду
розроблено креативним агентством
garne.agency

Для уточнення додаткових деталей,
або для консультацій – ми завжди на зв'язку:

пн-пт: 10:00 – 17:00

Дизайн відділ: +380734191732

E-mail: garne.agency@gmail.com

www.garne.agency

