

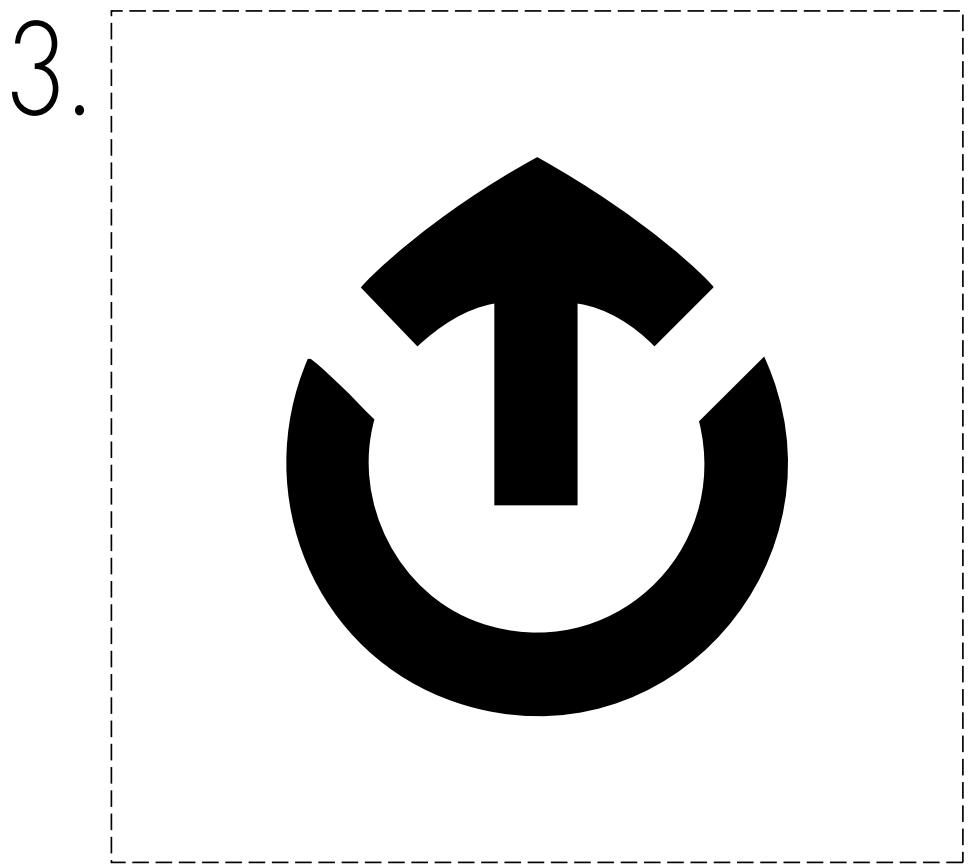
LOGOBOOK



Види накреслення логотипу

Для того щоб брендувати різні види носіїв,
передбачено 3 види зображення логотипу

1. Основний логотип
2. Альтернативна версія
3. Скорочена версія

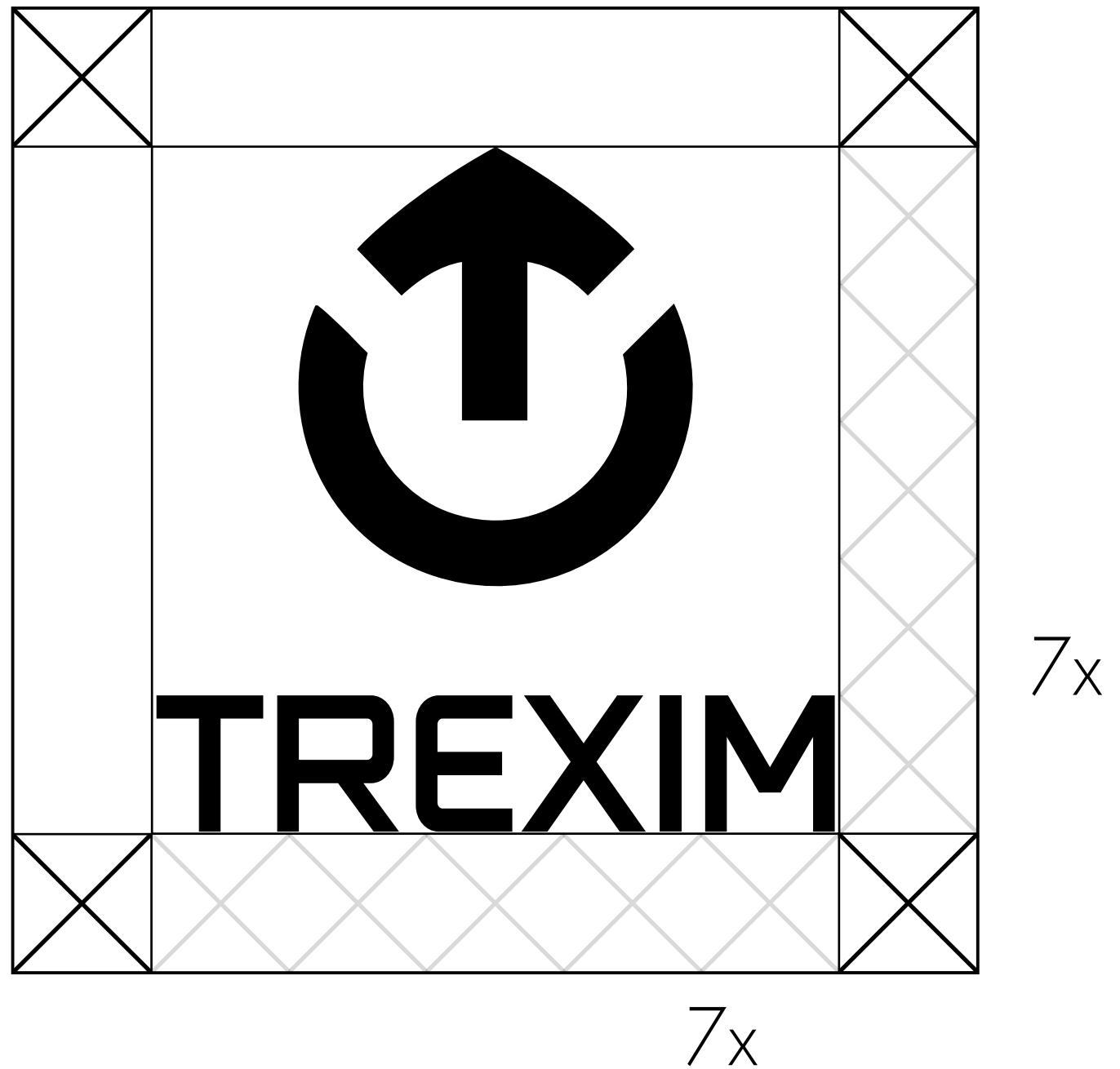


Сітка побудови

Основні пропорції логотип відображені в сітці.

Всі складові блоку (логотип+дескриптор) знаходяться в суворій гармонійній відповідності один до одного і взаємопов'язані між собою.

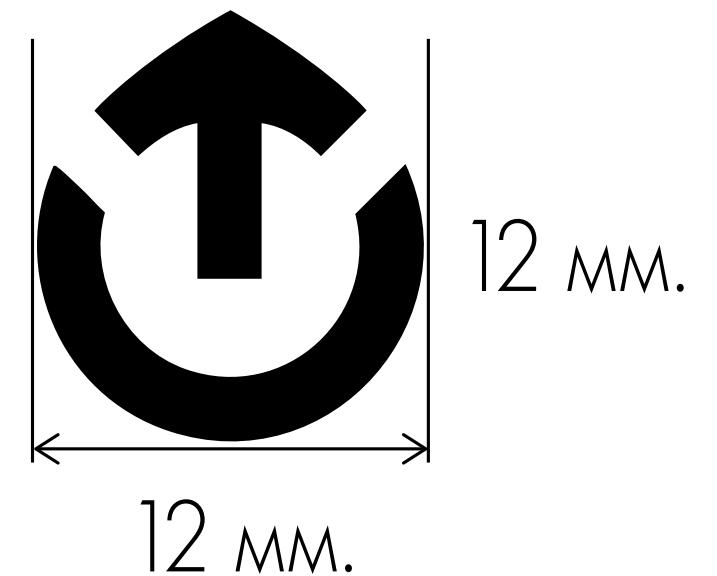
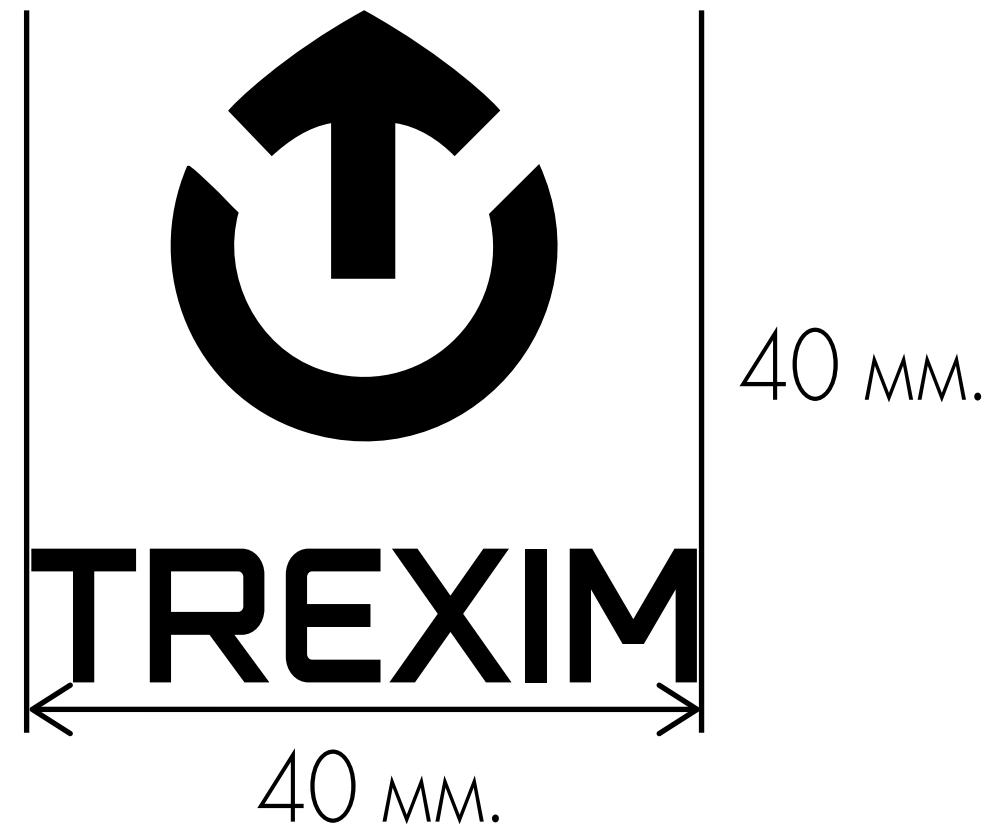
Параметр Х обраний як основна константа у побудові блоку.
Категорично неприпустимо змінювати пропорції.



Мінімальні розміри

Мінімальні розміри потрібні для того, щоб логотип залишався читабельним на різних носіях та у різних накресленнях

- (мін.роз) основного зображення логотипу: 60 мм.
- (мін.роз) розмір альтернативної версії логотипу 40 мм.
- (мін.роз) розмір версії логотипу: 12 мм скороченою



Монохромна версія логотипу

Монохромна версія логотипу використовується у випадках, коли застосування фіrmових кольорів є неможливим або недоцільним.

Чорний логотип на білому фоні

застосовується для офіційних документів, друкованих матеріалів, ділової документації та носіїв із обмеженою кольоровою палітрою.

Білий логотип на чорному фоні

використовується на темних фонах, у цифрових та рекламних матеріалах, а також у випадках, коли необхідно досягти максимальної контрастності та зчитуваності логотипу.

Монохромна версія забезпечує цілісність айдентики та коректне відтворення логотипу незалежно від носія чи способу друку.



Фірмові кольори

Фірмові кольори є ключовим елементом айдентики бренду. Вони формують впізнаваність, емоційне сприйняття та цілісність візуальної комунікації. Використання логотипу у фірмових кольорах є пріоритетним і рекомендованим у всіх основних носіях бренду.



Акцентний колір,
використовувати
не більше 20%

Контрастність логотипу

Для збереження зчитуваності та візуального балансу важливо дотримуватись принципу контрастності.

Світлий логотип використовується на темних фонах,
темний логотип – на світлих фонах.

Це забезпечує чітке сприйняття логотипу в будь-якому масштабі та середовищі.

Важливість дотримання фіrmової палітри

Послідовне використання фіrmових кольорів підтримує єдність стилю та підсилює бренд-ідентичність.

Застосування сторонніх або випадкових кольорів може знижувати впізнаваність бренду та порушувати цілісність айдентики, тому рекомендується використовувати виключно затверджену фіrmову паліtru.



Неприпустиме використання логотипу

Будь-які зміни форми, кольору, пропорцій та інших елементів логотипу заборонені.

У разі використання логотипу керуйтесь лише правилами, описаними в цьому посібнику.

1. Не допускається будь-яка зміна пропорцій логотипу.
2. Не дозволяється використовувати інші кольори в логотипі, крім наведених у цьому посібнику.
3. Не допускається зміна порядку елементів у логотипі.
4. Не допускається використання логотипу не на контрастних фіrmових фонах



Шрифт для заголовків

Benzin
Regular

Заголовковий шрифт відіграє ключову роль у візуальній комунікації бренду. Він має бути чітким, характерним і легко зчитуваним, підсвідомо формувати відчуття серйозності, сталості та довіри. Саме заголовковий шрифт задає настрій айдентики, підкреслює її характер і повинен повністю відповідати тону голосу бренду.

Основний шрифт

Futura
Medium

Futura
Book

Futura
Light

Фірмові шрифти є невід'ємною частиною айдентики бренду. Вони формують характер комунікації, забезпечують впізнаваність та візуальну єдність усіх носіїв. Використання саме фірмових шрифтів гарантує цілісність стилю та послідовність бренду, тоді як застосування сторонніх шрифтів порушує айдентику й знижує її відмінність.

ВИЗУАЛІЗАЦІЯ



TREXIM

TREXIM





2025

@ann.graf_