

Додаток 5
до маркетингової стратегії
Донецької області



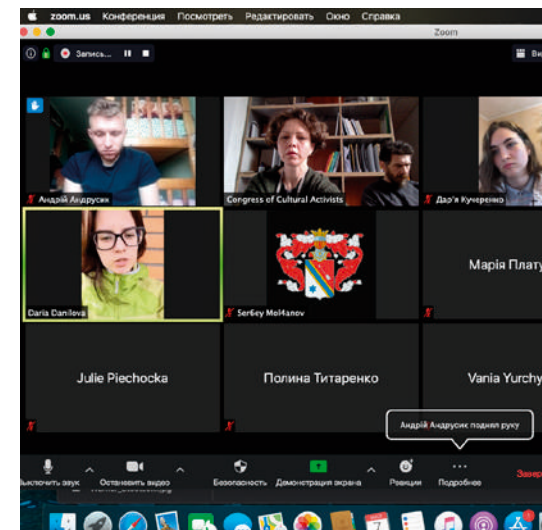
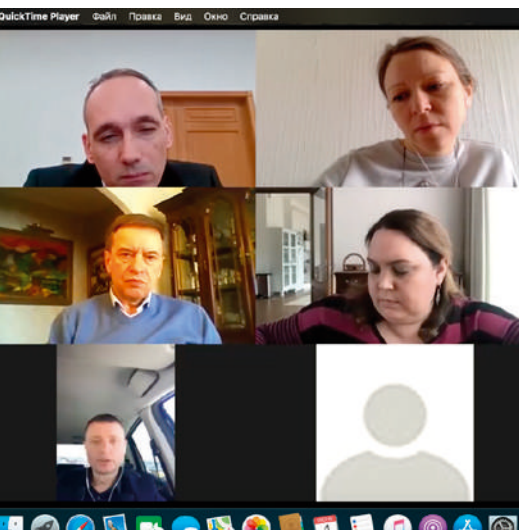
Цю публікацію підготовлено та видано в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру та за фінансової підтримки Європейського Союзу.

За зміст цієї публікації відповідають виключно її автори, і її жодним чином не можна вважати такою, що відображає погляди Програми ООН із відновлення та розбудови миру або Європейського союзу.

Розробка Бренду та Стратегії впровадження бренду Донецької області здійснювалася командою експертів проєкту Brandville у співпраці з робочою групою, створеною розпорядженням голови ОДА, до складу якої увійшли представники громадських організацій, облдержадміністрації, закладів, установ області, діяльність яких пов'язана із вивченням історико-культурної спадщини. Зі сторони Brandville до процесу роботи були залучені: керівник проєкту Тарас Доненко, фасилітаторки Людмила Ничай, Валерія Дячек, експертка з аналітики та досліджень ринків Ріна Карапетова, експерти з маркетингу Євген Бондаренко, Надія Перевізник, Вікторія Кулакова, дизайнер Віталій Агапєєв, дизайнерка і фотографка Олександра Павловська.

Програму ООН із відновлення та розбудови миру реалізують чотири агентства ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Структура ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок (ООН Жінки), Фонд ООН у галузі народонаселення (UNFPA) і Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО).

Програму підтримують дванадцять міжнародних партнерів: Європейський Союз, Європейський інвестиційний банк, а також уряди Великої Британії, Данії, Канади, Нідерландів, Німеччини, Норвегії, Польщі, Швейцарії, Швеції та Японії.





ЗМІСТ

Преамбула	3
Сутність бренду	4
Концепція бренду	5
Логотип	
Символізм	6
Україномовна та англomовна версії	7
Слоган	8
Побудова	9
Кольорові варіанти	13
На кольорових фонах	14
Інвертований	15
Неправильне використання	16
Використання з гербом області	17
Фірмові кольори	20
Фірмові шрифти	21
Фірмовий стиль	
Елементи	22
Патерни	25
Три підходи до формування дизайну	27
Фірмові бланки	28
Візитні картки	30
Зразки дизайну візуальної продукції	
Діловий стиль	31
Сувенірна продукція	36
Брендвол, ролапи	46
Транспорт	48
Навігаційні таблички	49
Бренд в міському середовищі	50



ПРЕАМБУЛА

Бренд розробляється з метою зміни стереотипного уявлення про Донецьку область, переосмислення точок зростання і напрямів розвитку, формування позитивних уявлень бенефіціарів про Донецький регіон. А також для закріплення у свідомості людей, що Донеччина – це Україна.

Стейкхолдерами бренду і маркетингової стратегії стануть насамперед місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування, які будуть використовувати ці інструменти під час впровадження деяких аспектів, напрямків Стратегії розвитку Донецької області до 2027 року.

Бенефіціарами ж цього продукту є кінцеві споживачі, тобто вся аудиторія (внутрішня і зовнішня), яка відчує в довгостроковій перспективі позитивні зміни у регіоні через трансформацію уявлень про нього.



СУТНІСТЬ БРЕНДУ

Донеччина завжди змагалась за першість, виснажувала ресурси, не шкодуючи сил і людей, щоб досягати перемог.

Війна змінила донеччан, вони усвідомили цінність власної домівки, спокою в ній, можливості впливати та керувати власною землею. У центрі уваги тепер не подвиг, а люди.

ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ - ПРОСТІР МОЖЛИВОСТЕЙ!

Де комфортно жити, реалізовуватись та розвиватись. Успіх території тепер - мир, благополуччя, активність та комфорт кожного.

КОНЦЕПЦІЯ БРЕНДУ ВІЗУАЛЬНА ОСНОВА



КОВИЛА СИМВОЛІЗУЄ
ОСОБЛИВІСТЬ ДОНЕЦЬКОЇ
ОБЛАСТІ - СТЕП.

Степ об'єднує абсолютно різні міста, села та селища Донецької області.

Степ - це природа та ресурс Донеччини. Споконвіків його освоювали люди з вольовим, цілеспрямованим характером, надійні та відкриті до інновацій.

І сьогодні, завдяки такому характеру, завдяки спільноті та єдності використовують його ресурси для власного розвитку, розвитку території та бізнесу.

ЛОГОТИП СИМВОЛІЗМ



ДОНЕЧЧИНА - СТЕП - ПРОСТІР МОЖЛИВОСТЕЙ.

І так було завжди. Тоді, коли тут з'явилися перші поселення, коли сюди їхали козаки та селяни у пошуках свободи, коли сюди прибували з різних країн підприємці для розробки родовищ корисних копалин, створення бізнесу, досягнення успіху.

Ковила - це унікальна рослина, що зберігає свою поживну цінність весь рік. А це - стабільність, надійність.

Символ - жмутик травин, де травина до травини формують суцільну площину. А це - єдність, згуртованість.

Відкрита літера D символізує відкритість.

ЛОГОТИП

Україномовна та англomовна версії



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ



DONETSKA
OBLAST

Літера Д читається як українською (заголовна рукописна), так і англійською мовами. При цьому для підкреслення читабельності символу як літери Д - в логотипі використовується шрифт, у якому літера Д/Д відображається однаково як в україномовному, так і англomовному написі назви області.



СЛОГАН

УКРАЇНЬКА МОВА

**ПРОСТІР
МОЖЛИВОСТЕЙ**

АНГЛІЙСЬКА МОВА

**SPACE OF
POSSIBILITIES**

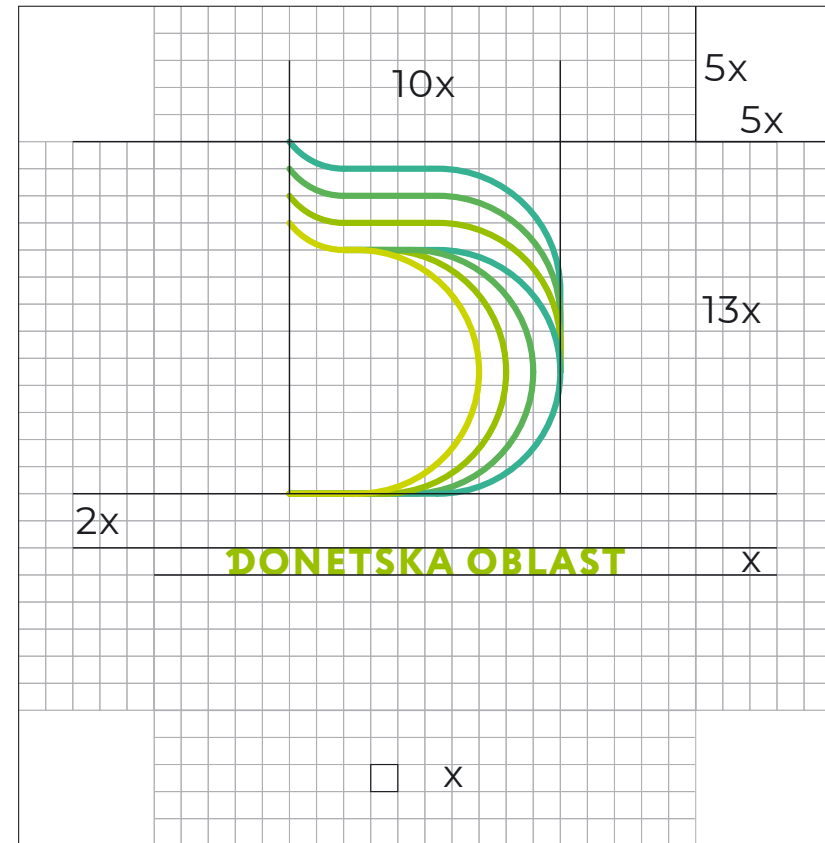
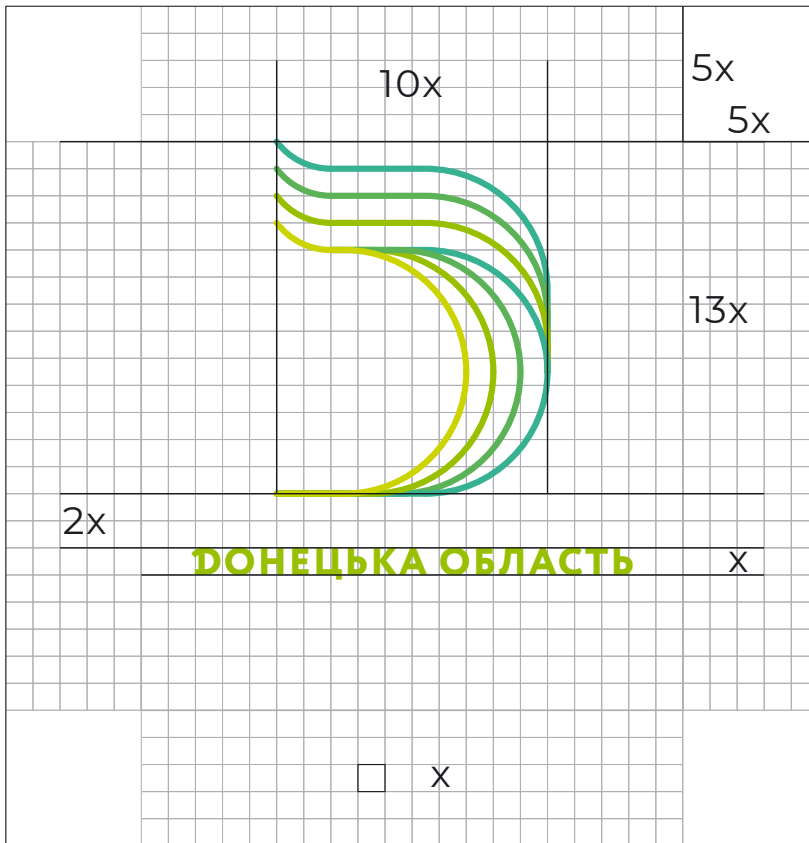
ЛОГОТИП. ПОБУДОВА

Основний вертикальний варіант



Знак побудований з ліній, що мають однаковий радіус кола. Верхній загин ліній підкреслює візуально траву, що майорить на вітрі. Пропорційність сторін та елементів логотипу відображена на ілюстрації. Поля навколо логотипу рекомендовано зберігати не меншими, ніж висота напису "Донецька область".

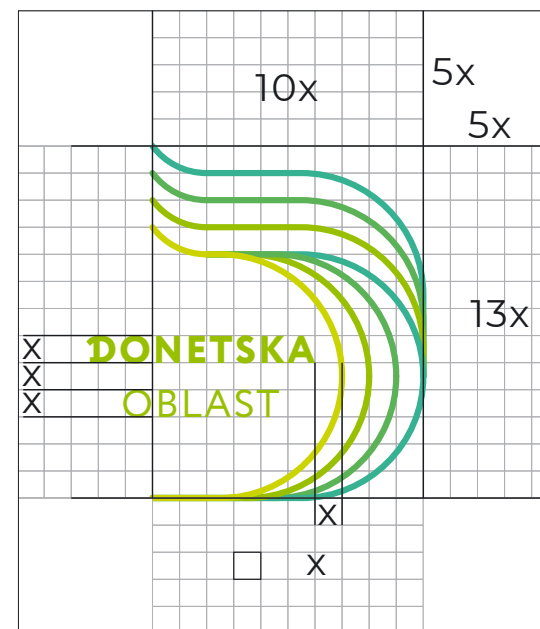
ЛОГОТИП. ПОБУДОВА НАЗВА В ОДИН РЯДОК



В деяких випадках для підкреслення символу може використовуватись логотип з назвою, написаною в один рядок. В цьому випадку висота літер дорівнює половині висоти літер в основному логотипі.

Відстань від символу до назви також зменшується - на третину.

ЛОГОТИП. ПОБУДОВА ВЕЛИКА ЛІТЕРА

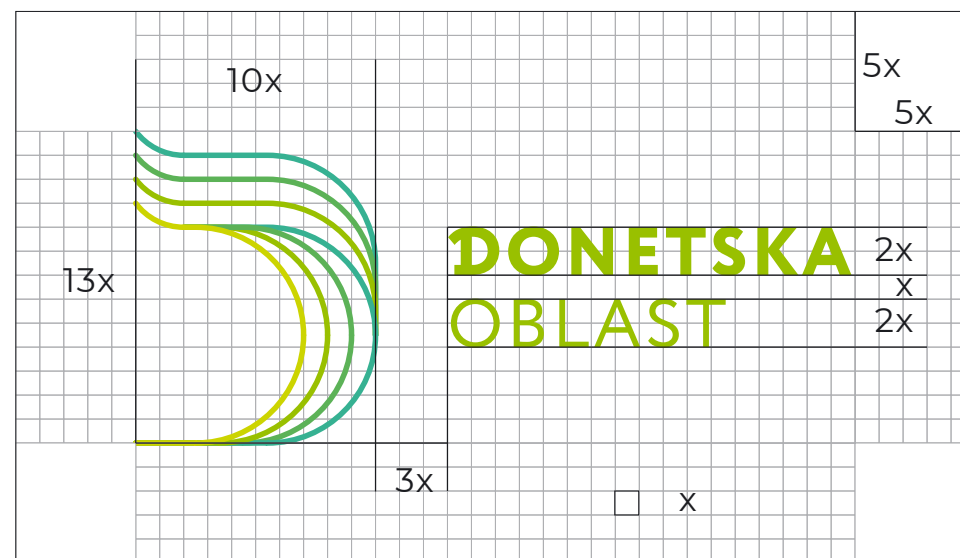
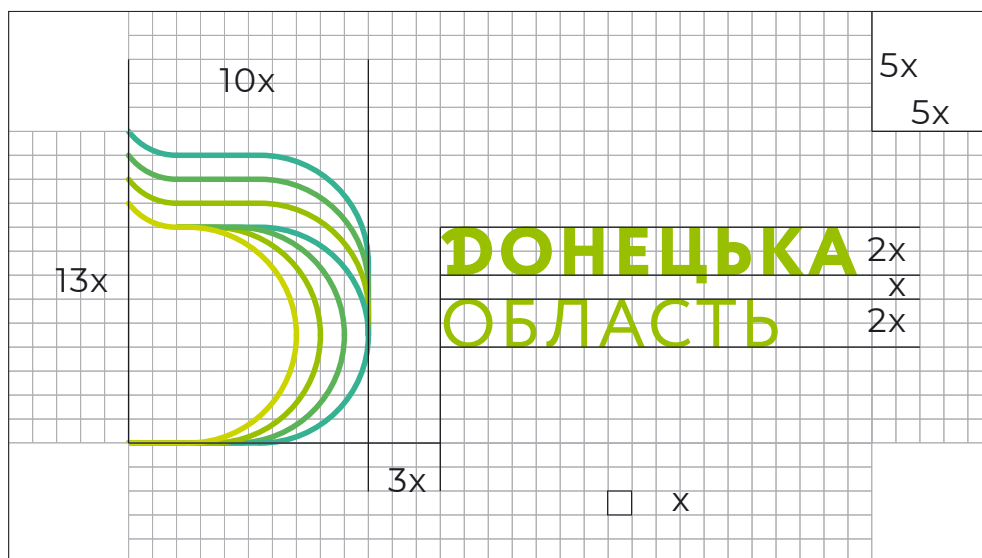


Для акцентування символу або у випадках, коли простір в дизайні обмежений, - можливе використання варіанту логотипу, в якому назва розміщена всередині символу-літери. Вирівнювання напису - по центру.

Даний варіант логотипу розміщується таким чином, щоб символ знаходився посередині вільного поля і по горизонталі, і по вертикалі.

ЛОГОТИП. ПОБУДОВА

ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ ВАРІАНТ



При використанні горизонтального логотипу - напис розташовується справа від символу. При цьому не змінюється співвідношення розмірів напису та символу. Відстань між символом та назвою зберігається, як і в основному варіанті - три модульні одиниці. Назва області пишеться з вирівнюванням по лівому краю.

ЛОГОТИП. КОЛЬОРОВІ ВАРІАНТИ



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**

Повноколірний



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**

Відтінки сірого



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**

Чорно-білий



**DONETSKA
OBLAST**



**DONETSKA
OBLAST**



**DONETSKA
OBLAST**

Логотип може використовуватись як у повнокольоровому варіанті, так і в обмежених кольорах.

Ці правила ідентичні і для україномовної, і для англomовної версії.



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**



**ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ**

Однокольоровий у фірмових кольорах



**DONETSKA
OBLAST**



**DONETSKA
OBLAST**

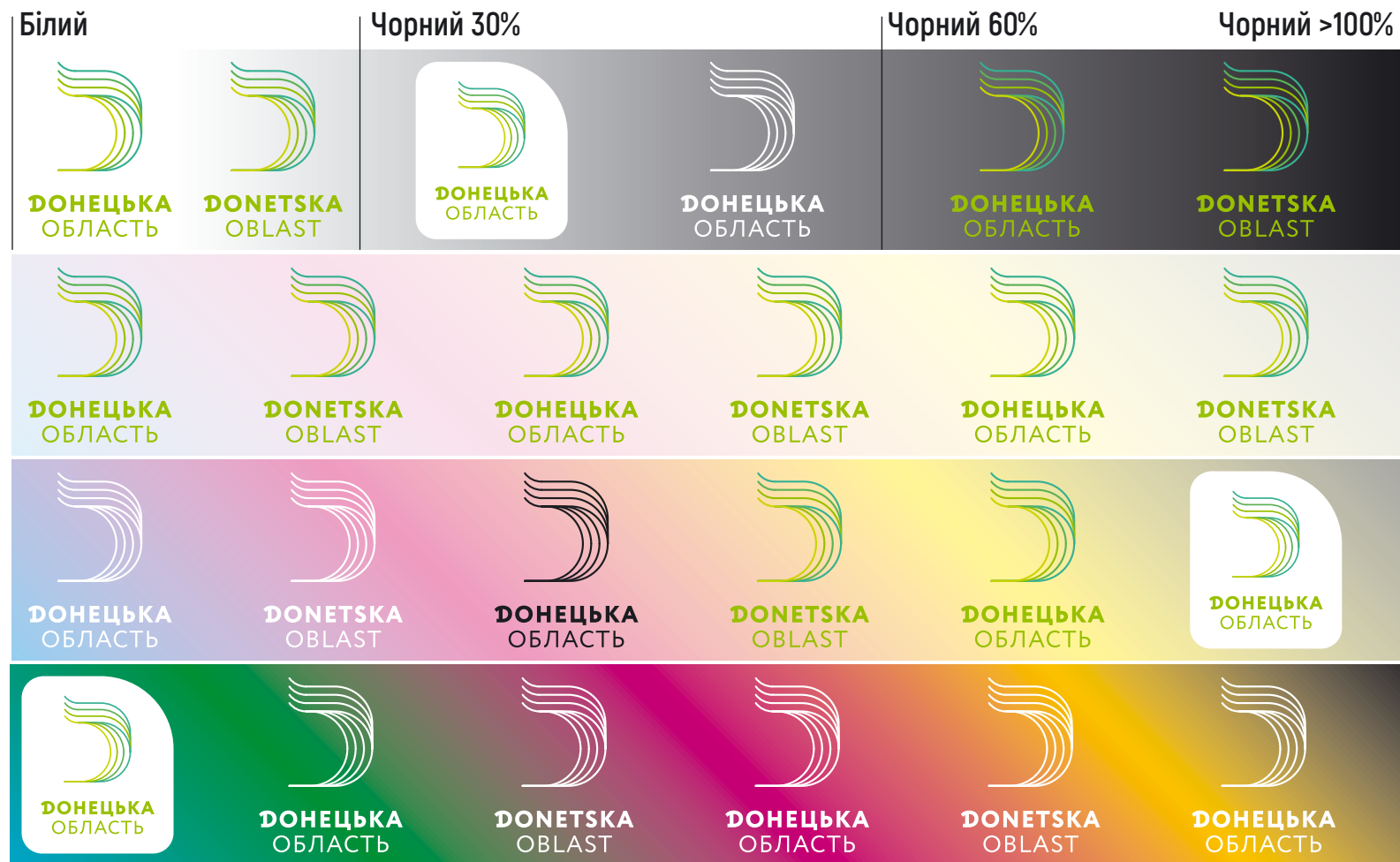


**DONETSKA
OBLAST**



**DONETSKA
OBLAST**

ЛОГОТИП НА КОЛЬОРОВИХ ФОНАХ



Як видно з ілюстрації — логотип краще використовувати на білому, світлих, малонасичених, або, навпаки, на дуже темних, близьких до чорного фонах. На середньо насичених, насичених кольорових фонах, а також на фонах, близьких до фірмових кольорів, - використовуються монохромні варіанти або основний логотип на білій підложці. Ці правила ідентичні і для україномовної, і для англійської версії.

ЛОГОТИП ІНВЕРТОВАНИЙ

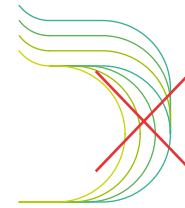
Іноді логотип використовується на фоні, що збігається по кольору з одним з фірмових кольорів або відразу з кількома кольорами логотипу (наприклад градієнтні фони). Тому для більшої універсальності при роботі з фонами, близькими до фірмових кольорів, рекомендується не змінювати колір одного елементу, що збігається з фоном, а використовувати білий логотип.



ЛОГОТИП

НЕПРАВИЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ

Для збереження стилістики візуальних матеріалів бренду необхідно уникати наступних змін у логотипі, що можуть призвести до її порушень.

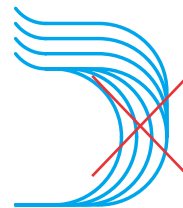


ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

Зміна товщини ліній в логотипі відносно затвердженої. Використання іншої товщини ліній символу можливе лише у випадках використання його в якості елемента дизайну (див. стор. 23, 24 даного брендбуку).



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

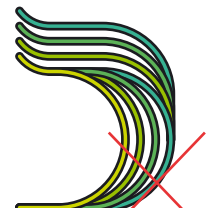
Використання кольорів, що не є фірмовими.

Виключенням є нанесення лого золотом або сріблом. А також - нанесення "сліпим" тисненням або гравіювання без використання фарб.



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

Зміна шрифту напису.



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

Додавання контуру логотипу.

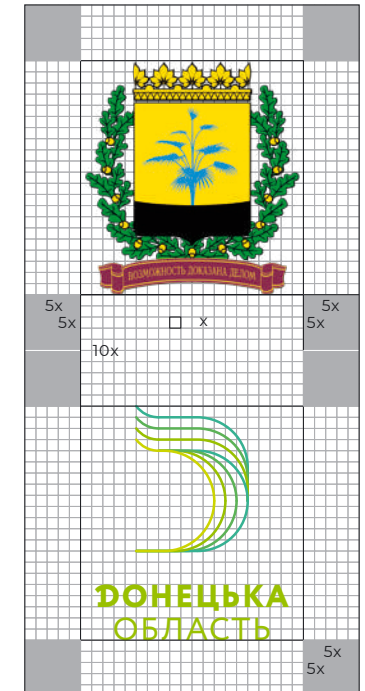
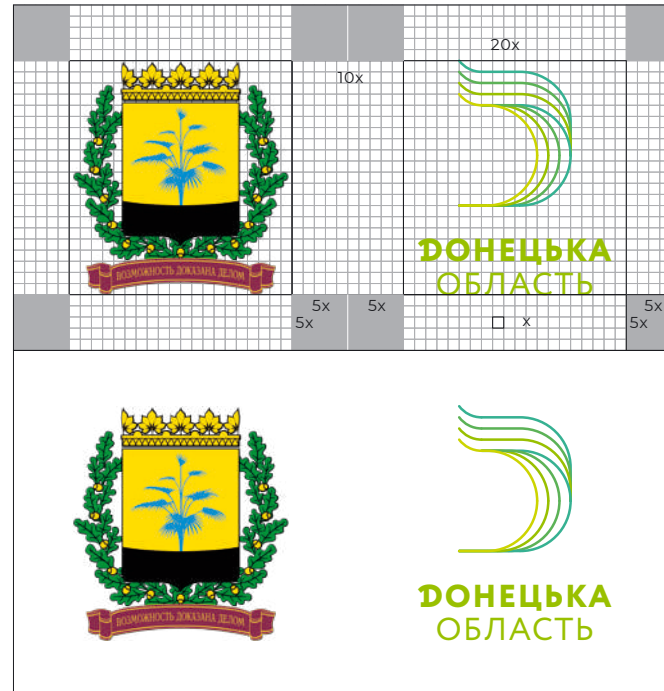
ЛОГОТИП ВИКОРИСТАННЯ З ГЕРБОМ ОБЛАСТІ

В разі використання логотипу області разом з офіційним гербом він масштабується по висоті герба. Відстань між гербом та логотипом - подвоєний розмір полей логотипу.

Поля навколо блоку "Логотип+герб" - ідентичні полям, визначеним для логотипу.

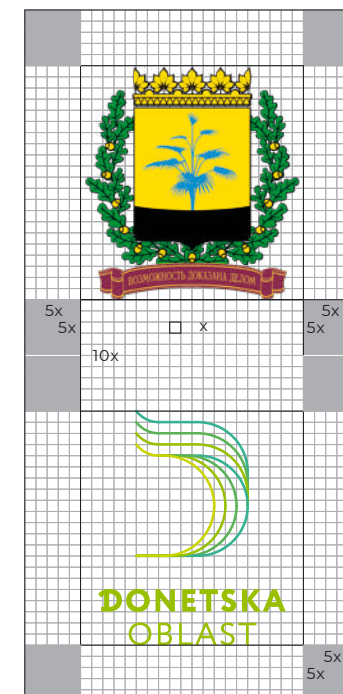
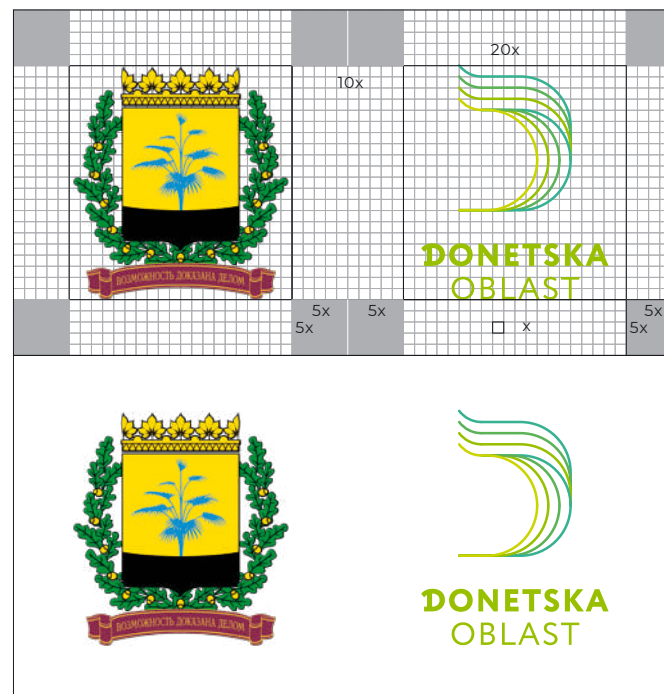
При вертикальному поєднанні даних елементів вказане правило зберігається.

При вертикальному поєднанні герб Донецької області розміщується зверху.



ЛОГОТИП ВИКОРИСТАННЯ З ГЕРБОМ ОБЛАСТІ.

Англомовна версія логотипу.



ГЕРБ + ЛОГОТИП НА МАКЕТИ



ФІРМОВІ КОЛЬОРИ.

Фірмові кольори Донецької області - відтінки зеленого, що передають різний колір ковили у різні сезони, різнотрав'я степу, в той же час символізуючи загалом розмаїття природи, культур, сфер життя та напрямків розвитку Донецької області.

СМУК	#	Сірий	
29/01/100/00	cbd115	40%	
50/00/100/00	a2be2b	60%	
70/00/81/00	7baf5d	80%	
76/00/51/00	6cae91	100%	



ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

ШРИФТИ

В логотипі використано шрифт Circe Extrabold та Circe Regular.

Circe Extrabold

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

Circe Regular

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

Для зручності користування рекомендується використовувати шрифт Montserrat.
Цей шрифт легко знайти на сайті Google Fonts.

Montserrat Bold

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

Montserrat SemiBold

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

Montserrat Regular

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

Montserrat ExtraLight

Археологічні дослідження доводять, що Донецька область належить до тих регіонів України, які були заселені з епохи палеоліту. У більш пізній період тут мешкали здебільшого кочівники: скіфи, сармати, печеніги, половці та інші.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Елементи

Основа фірмового стилю - фрагменти символу логотипу. Ці елементи можуть використовуватись як самостійні об'єкти дизайну, або як складові фірмових патернів.



ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Елементи

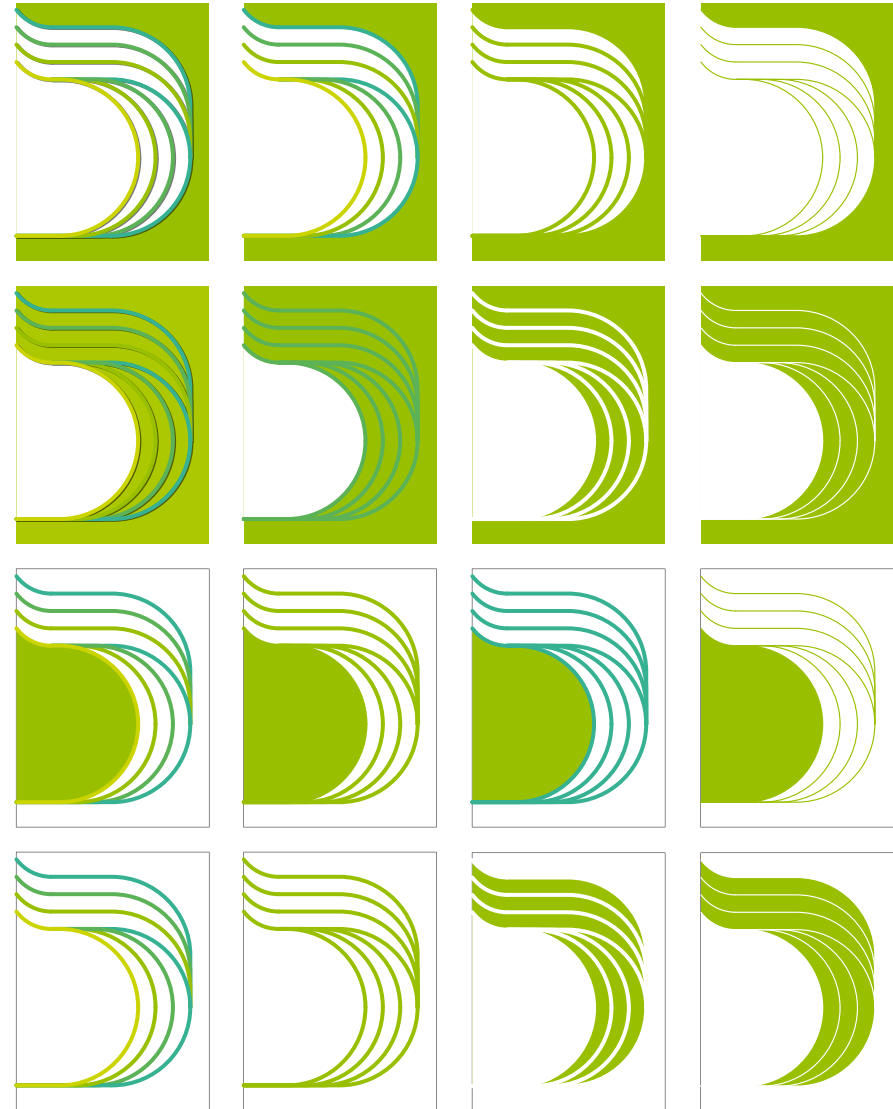
Логотип може також бути частиною дизайну. Використання фрагменту логотипу у кардинально збільшеному розмірі дає можливість формувати різні зони макету - зони для розміщення різних елементів дизайну (тексти, зображення тощо). Товщина ліній логотипу, коли він використовується в якості елемента дизайну, може варіюватись, формуючи різні сприйняття дизайну конкретних макетів - від акцентованого, чіткого стилю з масивними лініями і до м'якого, витонченого, ділового - з тонкими лініями. Від простого з однією-двома лініями, і до заповненого виром ліній, насиченого.



ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

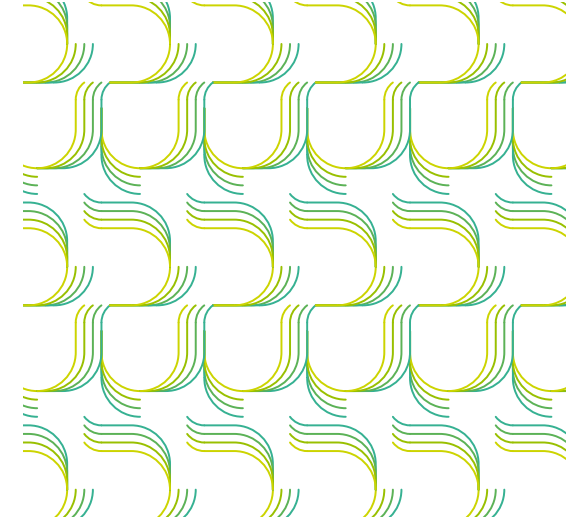
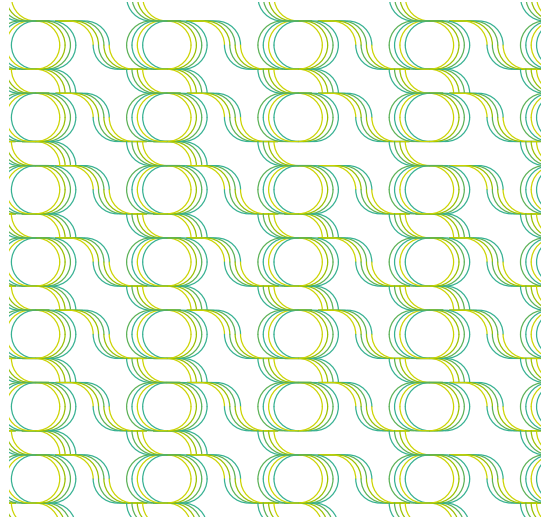
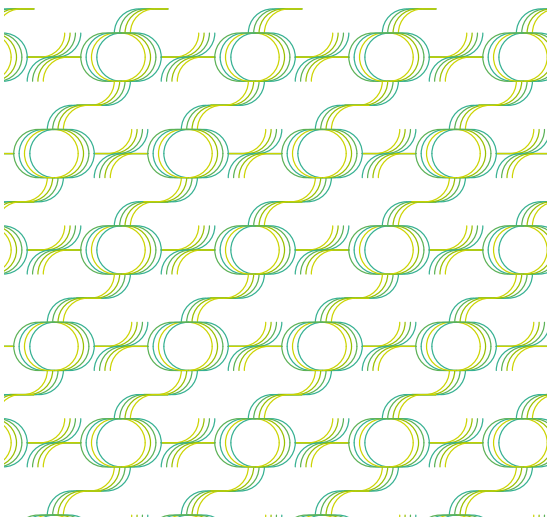
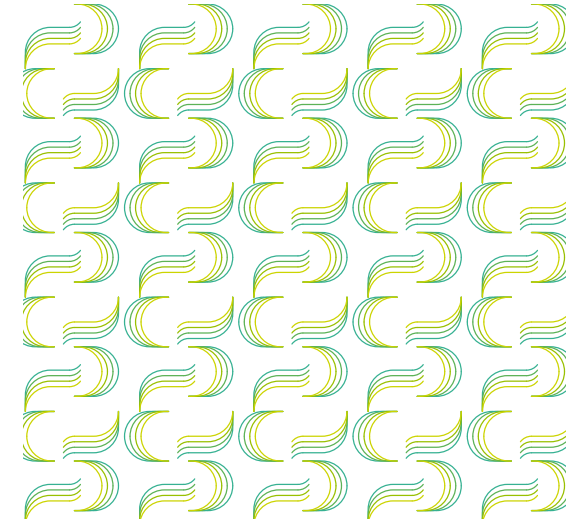
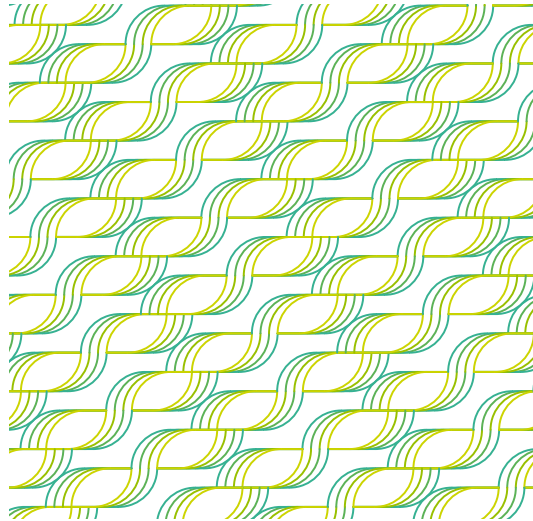
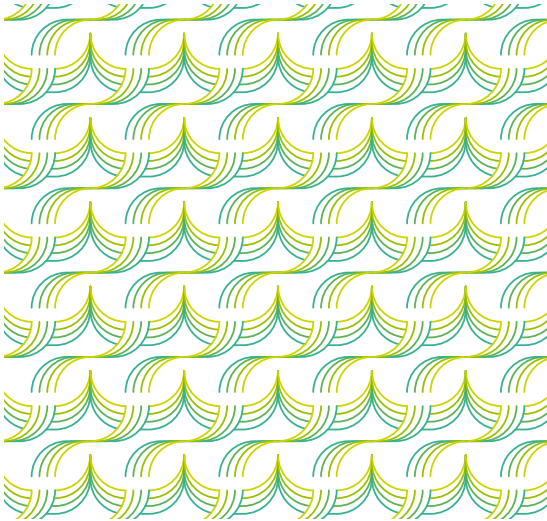
Елементи

Зразки використання переходу кольорів та акцентів у дизайні при використанні збільшеного логотипу у якості елемента дизайну.



ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

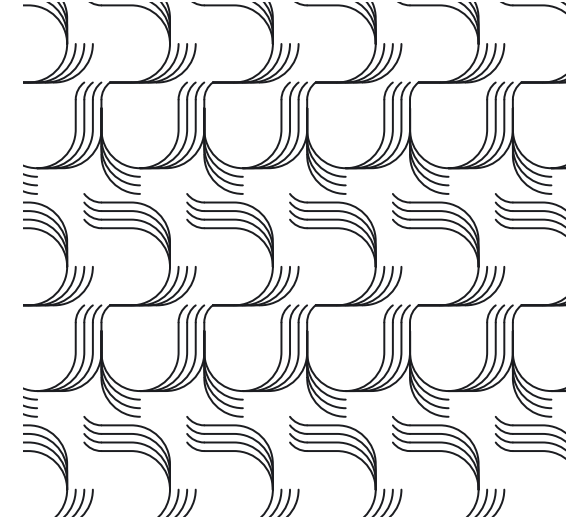
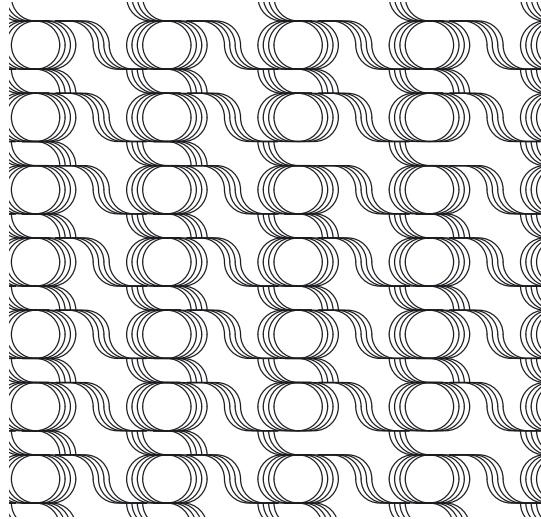
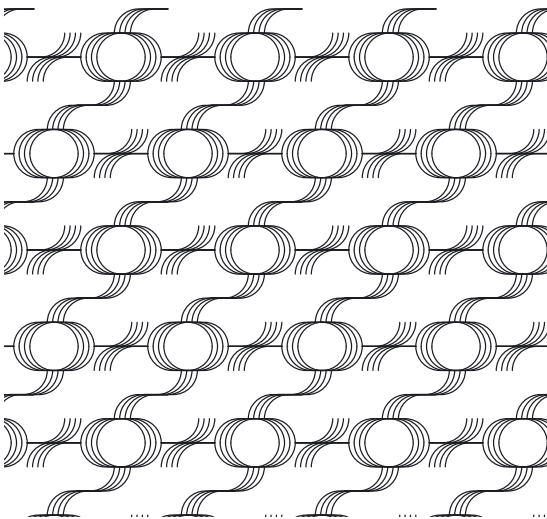
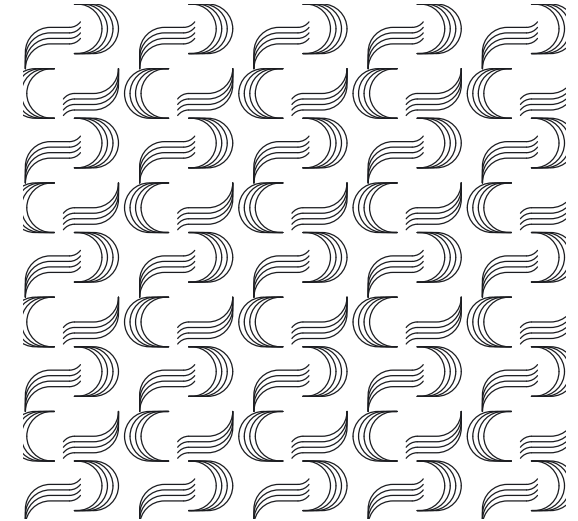
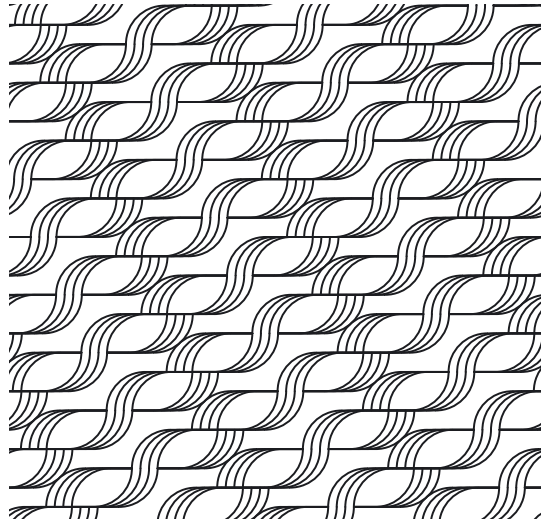
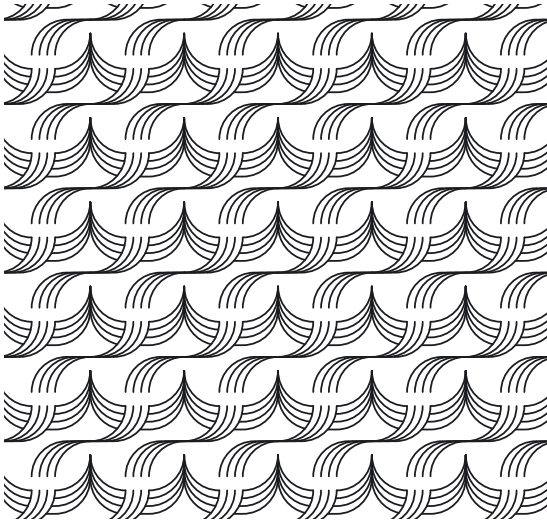
Патерни кольорові



Патерни утворюються шляхом різноманітних комбінацій кількох фрагментів логотипу. Таким чином забезпечується різноманітність орнаментів і, при цьому, впізнаваність патерну.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

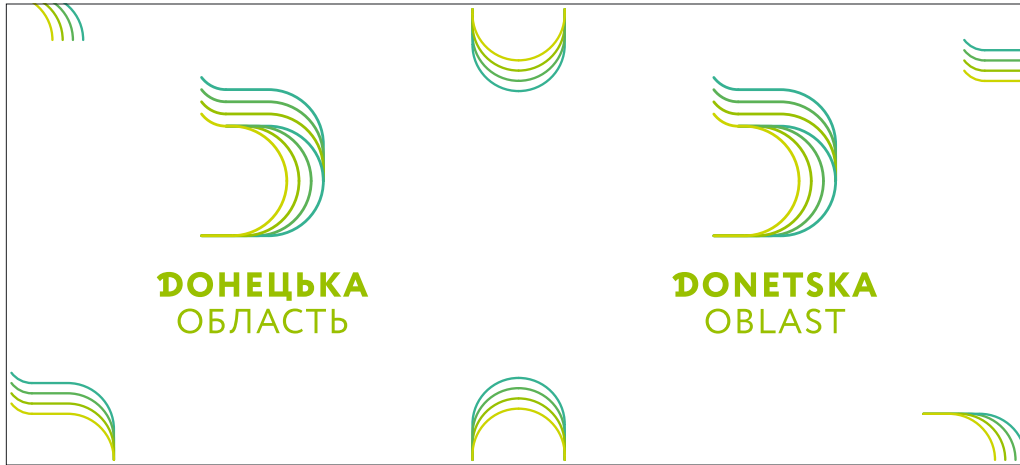
Патерни чорнобілі



Крім кольорових можуть використовуватись патерни в чорно-білому виконанні або в одному з фірмових кольорів.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ

Три основних підходи до формування макетів.



Макет зроблений з використанням лише окремих елементів логотипу



Макет зроблений з використанням одного з патернів.



Макет зроблений з використанням збільшеного логотипу у якості елемента дизайну.

ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

Фірмові бланки. Побудова

Вирівнювання по центру

15 мм

ДОНЕЦЬКА
ОБЛАСТЬ

x

2x

ЦЕНТР РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ ТА ТЕХНОЛОГІЙ "ІННОТЕХ"

ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

вул. Хмельницького Богдана, 35, м. Краматорськ, 84333, Тел.: (06264) 6-56-42

E-mail: info@innotech.dn.ua, сайт: www.innotech.dn.ua, код згідно ЄДРПОУ 05622424

Установа
Montserrat Bold 10pt

Підрозділ
Montserrat Regular 10pt

Контакти
Montserrat Regular 10pt

від _____ 20__р. № _____

на № _____ від _____ 20__р.

Реєстраційні дані
Montserrat Regular 10pt

ДІЛОВИЙ СТИЛЬ ФІРМОВІ БЛАНКИ



ЦЕНТР РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ ТА ТЕХНОЛОГІЙ "ІННОТЕХ"
ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

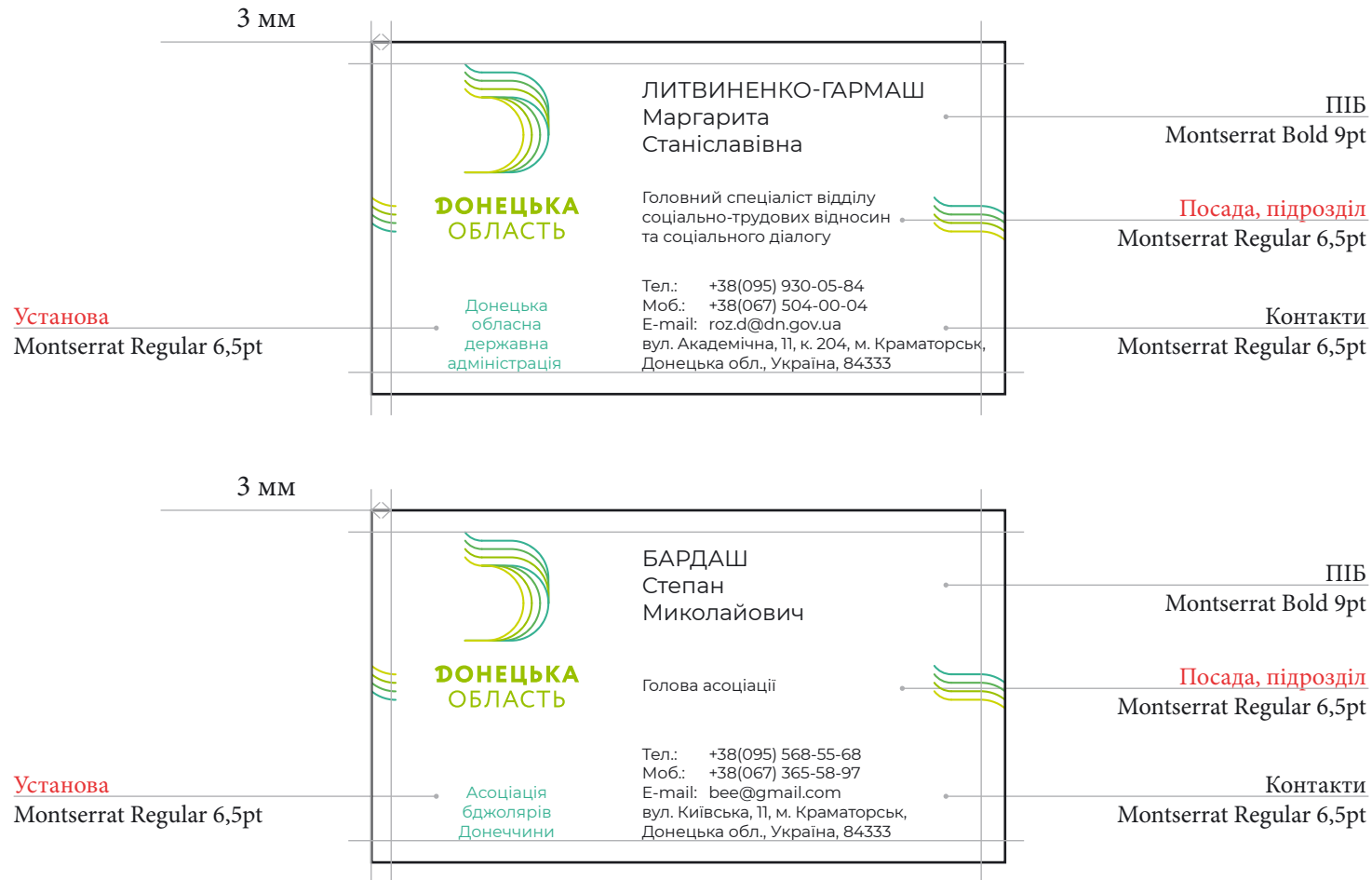
вул. Хмельницького Богдана, 35, м. Краматорськ, 84333, Тел.: (06264) 6-56-42
E-mail: info@innotech.dn.ua, сайт: www.innotech.dn.ua, код згідно ЄДРПОУ 05622424

від _____ 20__ р. № _____

на № _____ від _____ 20__ р.

ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

Візитні картки. Побудова



Візитні картки можуть використовуватись як представниками органів державної влади, місцевого самоврядування, так і представниками інших організацій, установ, що діють в межах представлення бренду області.

ДІЛОВИЙ СТИЛЬ ВІЗИТНІ КАРТКИ



ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

ПАПКИ ПОВНОКОЛЬОРОВІ ДЛЯ ДОКУМЕНТІВ



ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

ПАПКИ ОДНОКОЛЬОРОВІ ДЛЯ ДОКУМЕНТІВ



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

БЛОКНОТИ І РУЧКИ



РУЧКИ



ЧАШКИ



МАГНІТИ



ЗНАЧКИ



ПАКЕТИ ПОВНОКОЛЬОРОВІ



ПАКЕТИ ОДНОКОЛЬОРОВІ



БЕЙСБОЛКИ



ФУТБОЛКИ



ЕКТОРБИ



БРОШУРИ



БЕЙДЖІ



БРЕНДВОЛ



РОЛАПИ



ТРАНСПОРТ



НАВІГАЦІЯ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРИ



БРЕНД В МІСЬКОМУ ПРОСТОРІ

