



колоритне
Приазов'я



Брендбук

Керівництво з використання логотипа, фірмового стилю
з принципами комунікації

КЕРІВНИЦТВО З ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА ТА ФІРМОВОГО СТИЛЮ БРЕНДУ ПРИАЗОВ'Я —

це документ із правилами та прикладами використання айдентики (візуальної бренд-ідентичності), яка складається з логотипа, фірмових кольорів, шрифтів, додаткових графічних елементів і всієї системи візуальної ідентифікації з базовими принципами та правилами фірмового стилю.

Належне та правильне використання айдентики буде сприяти цілісній та виразній комунікації бренду на різних друкованих та електронних носіях.

10 ЦІЛЕЙ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПРИАЗОВ'І

- 1** **Збільшення тривалості сезону**, розподіл навантаження від туристичного потоку
- 2** **Покращення іміджу регіону** (інвестиційного, туристичного, культурного, екологічного, геополітичного)
- 3** **Залучення інвестицій** у розвиток туристичної інфраструктури
- 4** **Створення нових туристичних продуктів**
- 5** **Збільшення середньозважених витрат туристів**
- 6** **Зміна цільового споживача** туристичного продукту Приазов'я
- 7** **Поліпшення сервісу** та розвиток гостинності
- 8** **Активізація малого та середнього підприємництва**
- 9** **Зростання економічного розвитку** території
- 10** **Зміцнення патріотизму** місцевого населення

УНІКАЛЬНОСТІ ТА ОСНОВНІ ЦІННОСТІ БРЕНДУ

1. **Колоритність**, варіативність, багатокomпонентність
2. **Безпека**, мир
3. **Сучасність**, модерновість, трендовість
4. **Українськість**, проєвропейськість
5. **Відкритість**, дружелюбність, приязність, гостинність
6. **Свобода**
7. **Якість**

МЕСЕДЖ
І МІСІЯ
БРЕНДУ

колотитне
Приазов'я

Колоритність Приазов'я має ряд сильних конкурентних переваг, унікальних особливостей, своєрідних «туристичних магнітів», інформація про які має бути донесена до потенційного споживача. Варіативність видів туризму визначається наявністю наступних цікавих компонентів: український «Стоунхендж» («Кам'яна Могила»), скіфські кургани, легенди про амазонок, рожеві озера, бальнеологічні ресурси, мінеральні та грязьові лікувальні

джерела, інтеркультурність, автентична гастрономія (рибні продукти, кухні різних народів), унікальні національні природні парки, активний відпочинок, художні та краєзнавчі музеї, індустриальні об'єкти, фестивальні майданчики, тощо.

Варіативність відпочинку та подорожей Приазов'ям має виражатися у брендингу та маркетингу території, у формах та змісті комунікацій із потенційним споживачем.

СЛОГАН-МЕСЕДЖ #КОЛОРИТНЕ

#колотритне

колотритне
Приазов'я

Для рекламної і маркетингової комунікації використовується слово, яке стиснуто виражає характер та ціннісну пропозицію бренду Приазов'я, а саме "**колотритне**", що утворює разом із назвою "**Приазов'я**" словосполучення і слоган-меседж одночасно:

колотритне Приазов'я

Слово "**колотритне**" також слід використовувати у формі короткого хештегу **#колотритне** як самодостатнього вербального елемента бренду. Для публікацій у соцмережах разом із **#колотритне** слід використовувати хештеги

#приазовя, **#азов** і більш довгі версії словосполучення **#колотритнеприазовя**, **#колотритнийазов**, як самим тур-брендом, так і заохочувати туристів підписувати свої фото в Instagram та інших соцмережах цими фірмовими хештегами.

Англомовні версії:

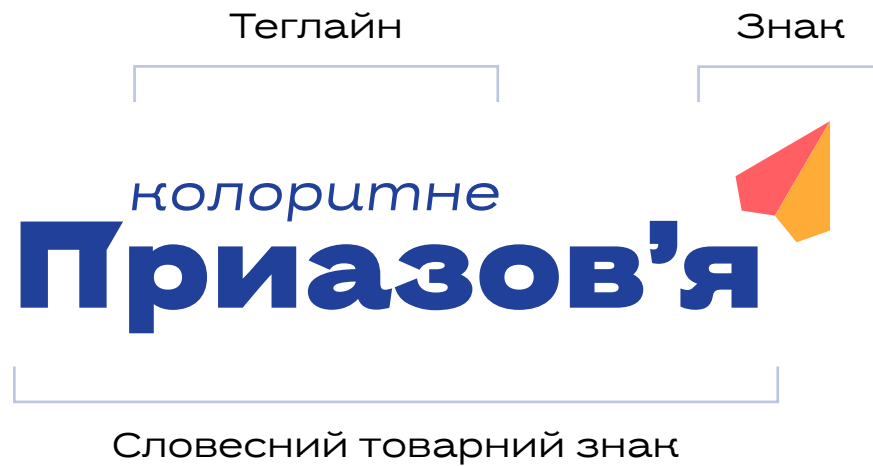
#colorful
#pryazovia
#azov
#colorfulpryazovia
#colorfulazov

#colorfulazov



Логотип

СКЛАДОВІ ЛОГОТИПА



Логотип складається:

1) зі знаку у вигляді стрілки навігатора, який також асоціативно нагадує образи: паперовго літачка і закритої пляжної парасольки, але узгагальнено за значенням вказує рух, як заклик до дії подорожувати Приазов'ям. Для зручності в комуніації ми назвали його "літачок".

2) шрифтового логотипа — унікального накреслення із пластичними змінами, на базі гарнітури Rockstar ExtraBold.

ЛОГОТИП БЕЗ ТЕГЛАЙНА

Приазов'я 

Логотип може іноді використовуватись без теглайна, наприклад при створенні друкованої продукції маленького розміру, чи будь якій потребі використання логотипу у зменшеному вигляді, де дрібні літери теглайну будуть губитися

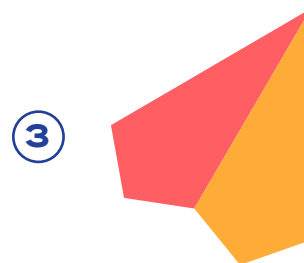


Приазов'я 



колеритне
Приазов'я 

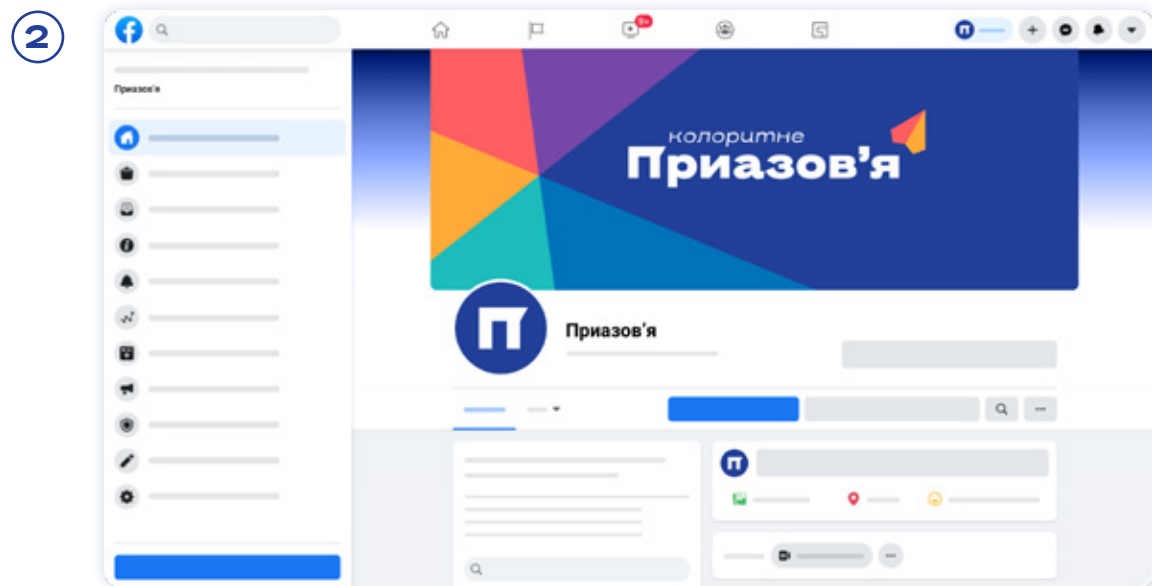
① **Приазов'я**



Елементи логотипу можуть використовуватись як самостійні елементи ідентичності і графічні об'єкти для роботи із ними:

- 1) Шрифтове лого
- 2) Заголовна літера П
- 3) Знак літачок

ПРИКЛАДИ ВИКОРИСТАННЯ ОКРЕМИХ ЧАСТИН ЛОГОТИПА



В різних видах комунікації може бути потреба використовувати ці 3 елементи окремо, як наведено у прикладах.

1

колеритне
Приазов'я



2

колеритне
Приазов'я



3

колеритне
Приазов'я



4

колеритне
Приазов'я



5

колеритне
Приазов'я



6

колеритне
Приазов'я



АНІМАЦІЯ ЗНАКА

Моушн діджитал версія логотипу має бути пріоритетною, оскільки комунікація бренду онлайн буде основною (соц-мережі, сайт і тп).

Логотип в анімації відтворює основні принципи і меседж бренду про "колеритність" і "відкриття", "розкриття" туристичного потенціалу Приазов'я через його варіативність.

АНГЛОМОВНІ ВЕРСІЇ ЛОГОТИПА



colorful
Pryazovia



colorful
Azov

Для комунікації закордоном існують додаткові версії логотипу латинцею:

1) Pryazovia — з характерною україномовною транслітерацією;

2) Azov — коротка, зручна та більш звична для вимови англомовними носіями й пов'язана із поширеним, відомим словосполученням Azov Sea, та асоціаціями із Азовським морем.

МІНІМАЛЬНИЙ РОЗМІР



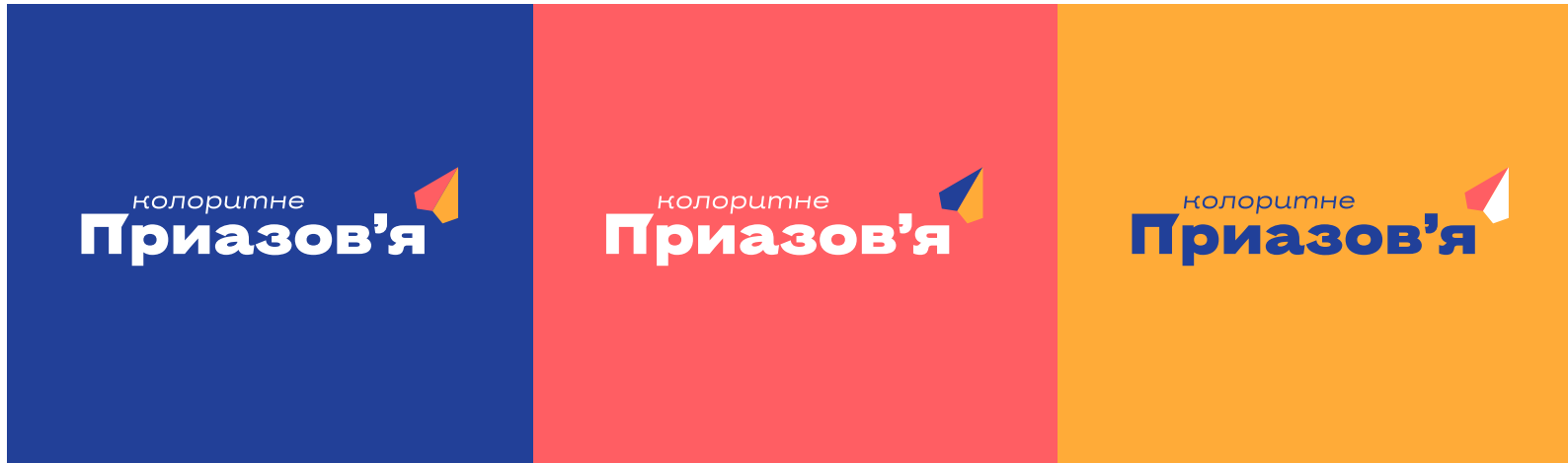
У логотипа немає жорстких правил під час масштабування, але мінімальний рекомендований розмір логотипа складає 35 мм за шириною.

ВІЛЬНЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА

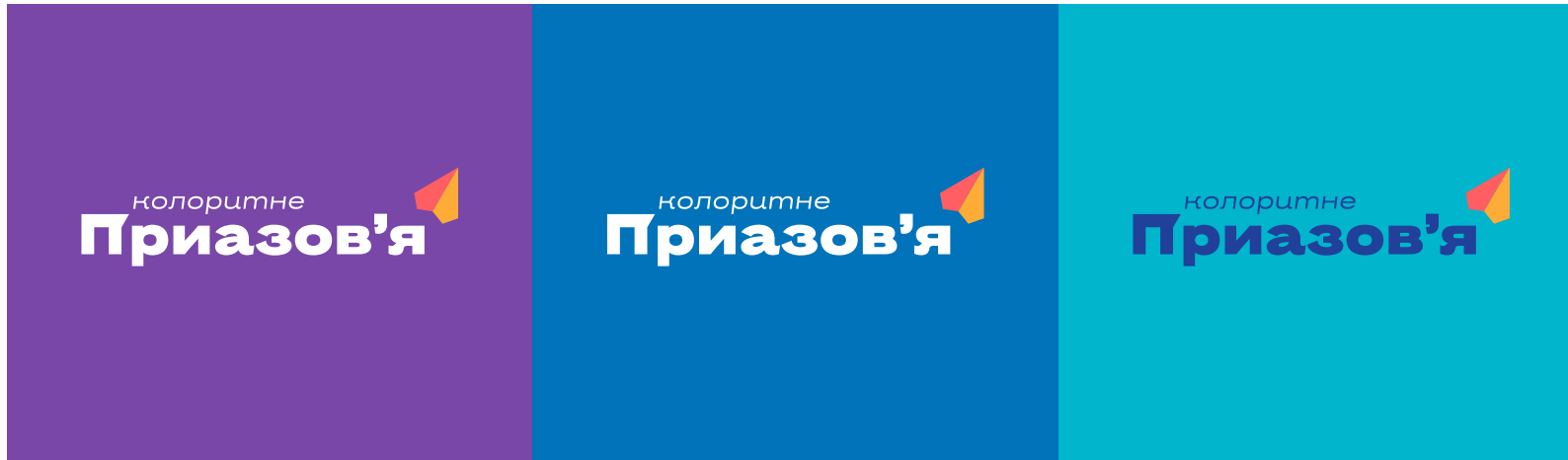


Для того, щоби логотип добре сприймався та зчитувався, необхідно залишати вільний простір навколо нього.

Основні кольори



Додаткові кольори



ЛОГОТИП НА КОЛЬОРОВОМУ ТЛІ

Логотип передбачає розміщення на тлі двох фірмових кольорів у двох версіях на більшості фірмових носіїв і в комунікації.

Приазов'я 

Приазов'я 

ЧОРНО-БІЛА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПА

Також може використовуватися монохромна версія із чорно-білою кольоровою гамою. Чорний та білий є основними кольорами тла логотипа. Але в деяких випадках логотип передбачає розміщення на фоні фірмового кольору. Для цього потрібно використовувати логотип інверсію.



Не можна додавати обведення, тіні та довільно перефарбовувати елементи логотипа.



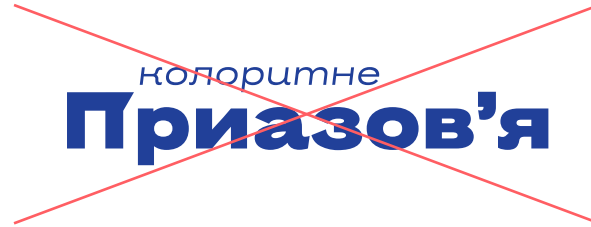
Не спотворювати форму логотипа звуженням або розтягуванням. Логотип завжди потрібно масштабувати пропорційно.



Не повертати логотип.



Не змінювати шрифт словесного логотипа. Він є унікальною графічною частиною логотипа.



Не використовувати логотип без знаку, окрім зазначених в брендбуці випадків.



Не змінювати окремо розмір знаку або шрифтового логотипа.

НЕПРИПУСТИМЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА

Треба пам'ятати, що будь-яке порушення пропорцій і правил використання логотипа порушить цілісність фірмової ідентифікації та комунікації бренду.