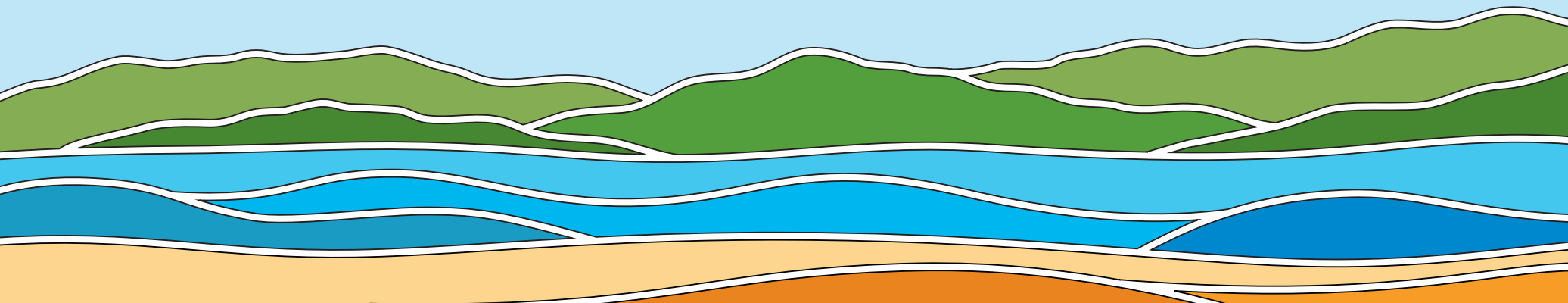




MANILI DALI

О БРЕНДБУКЕ



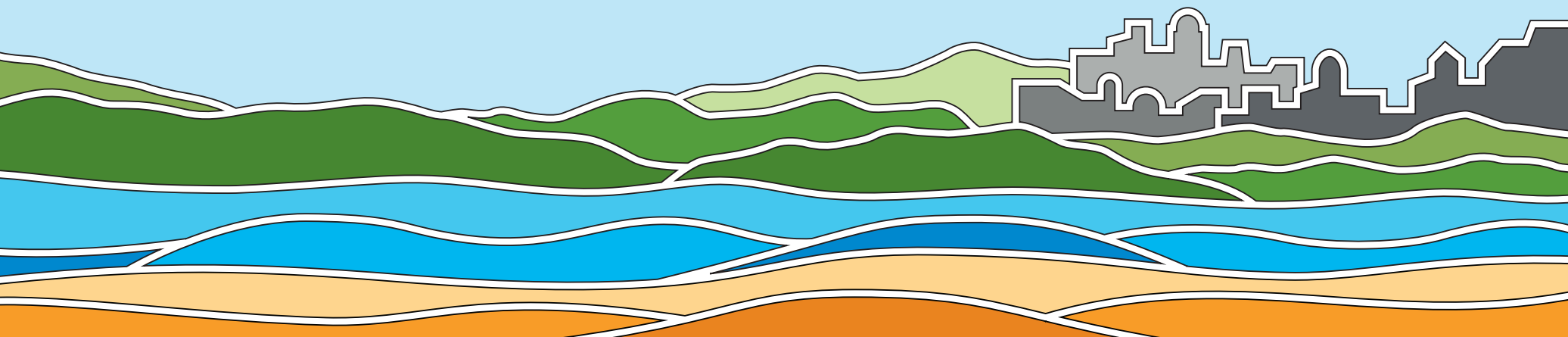
Стиль — совокупность графических и текстовых деталей, которые обеспечивают визуальное и смысловое единство компании.

У бренда «Manili Dalí» должен быть выразительный и узнаваемый образ. Все рекламные, информационные и другие материалы необходимо оформлять в одном стиле.

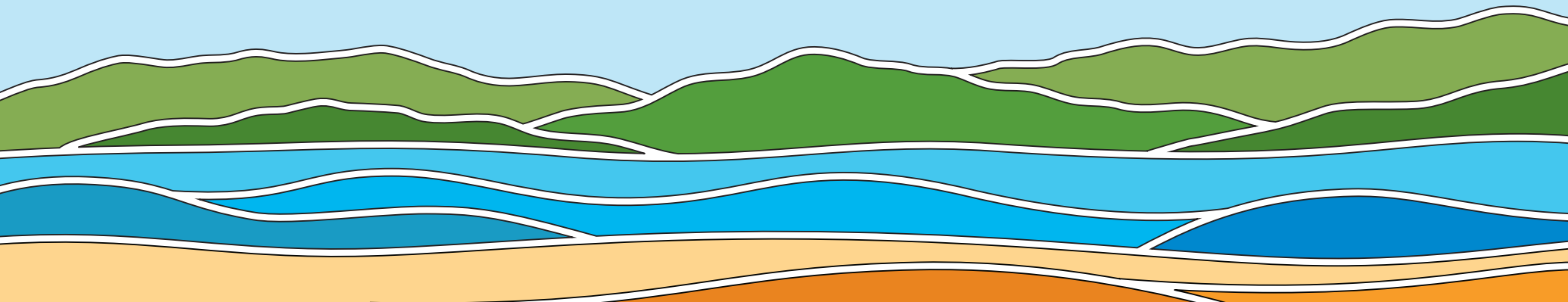
В этом пособии мы закрепили правила, которым необходимо следовать, используя логотип, фирменные цвета, шрифты и их взаимосвязи.

USB :

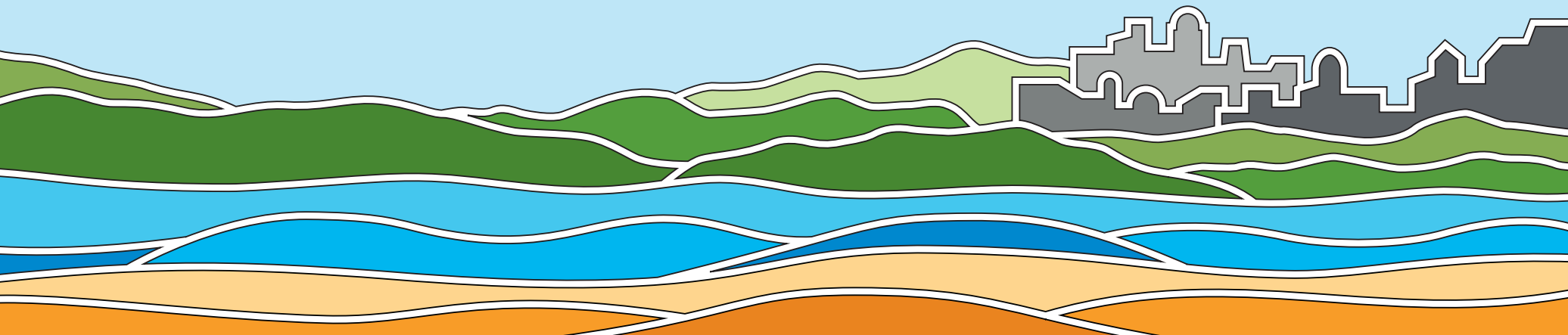
На флешке, приложенной к брендбуку, вы найдете все файлы, необходимые для работы с фирменным стилем. Вносить в них изменения недопустимо, важно всегда пользоваться оригинальными макетами.



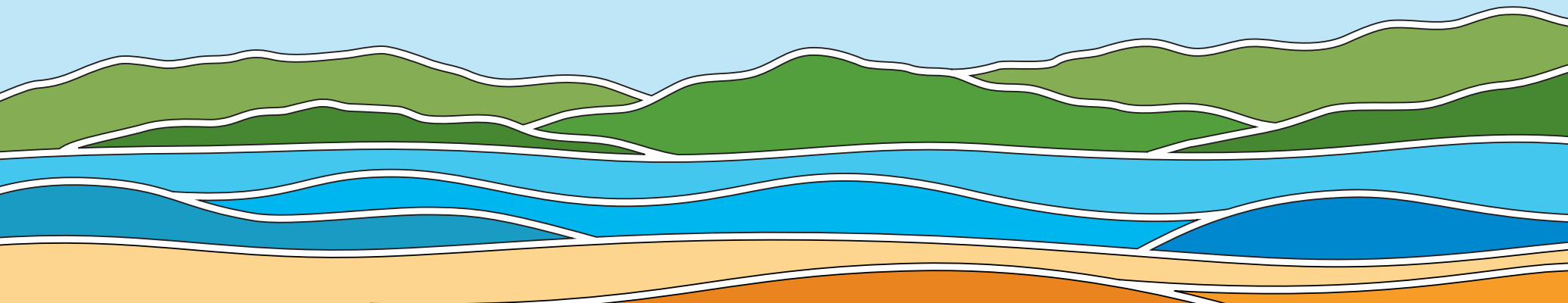
СОДЕРЖАНИЕ



Концепция	6	Промо материалы	27	Наклейки на чемодан	45
Нейминг	8	Визитки корпоративные	28	Обложка на паспорт	46
Визуальная коммуникация	10	Визитки персональные	29	Чехол на телефон	47
Логотип	12	Бейджи	30	Facebook	48
Горизонтальная версия	14	Блокноты	31	Оформление постов Fb	50
Вертикальная версия	15	Бонусная карта	32	Оформление постов Insta	51
Структура	16	Конверт для карты	33	Технические параметры	52
Построение	17	Наклейки на ваучеры	34		
Охранные поля	18	Конверт	35		
Запрещённые варианты	20	Флаер	36		
Размещение на фоне	21	Фотобук	37		
Палитра	22	Шильды	38		
Типографика	24	Сумка	39		
		Термокружки	40		
		Подушки	41		
		Ролл-ап	42		
		Баннер для фотозоны	43		
		Чехол для чемодана	44		



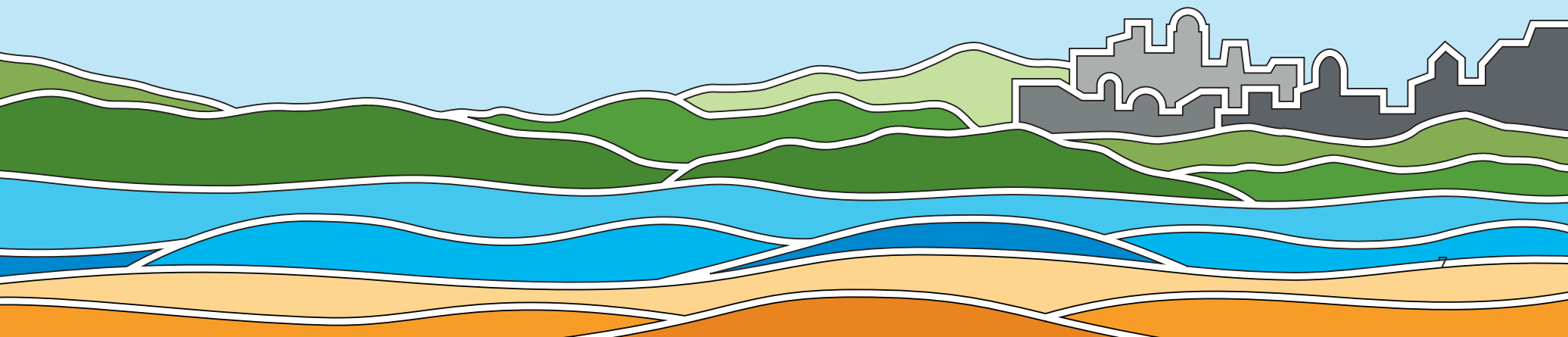
КОНЦЕПЦИЯ



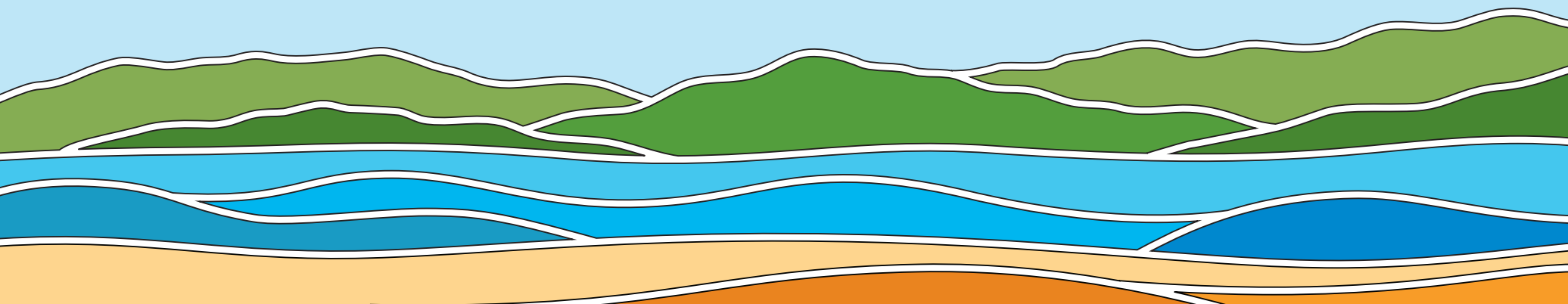
Manili Dali — клуб путешествий. Бренд объединяет в себе несколько видов деятельности:

- создание и продажа авторских туров;
- продажа пакетных услуг;
- консолидация рынка авторских туров;
- развлекательная и познавательная функции.

Широкий спектр деятельности компании дал возможность для экспериментов как в нейминге, так и в фирменном стиле. Рынок туристических услуг обширен, для того чтобы выделиться на фоне остальных компаний и укрепиться в мозгу потребителя, необходимо: удерживать высокую планку, не отступать от фирменного стиля, придерживаться одного настроения и тона в общении с потребителем.



НЕЙМИНГ



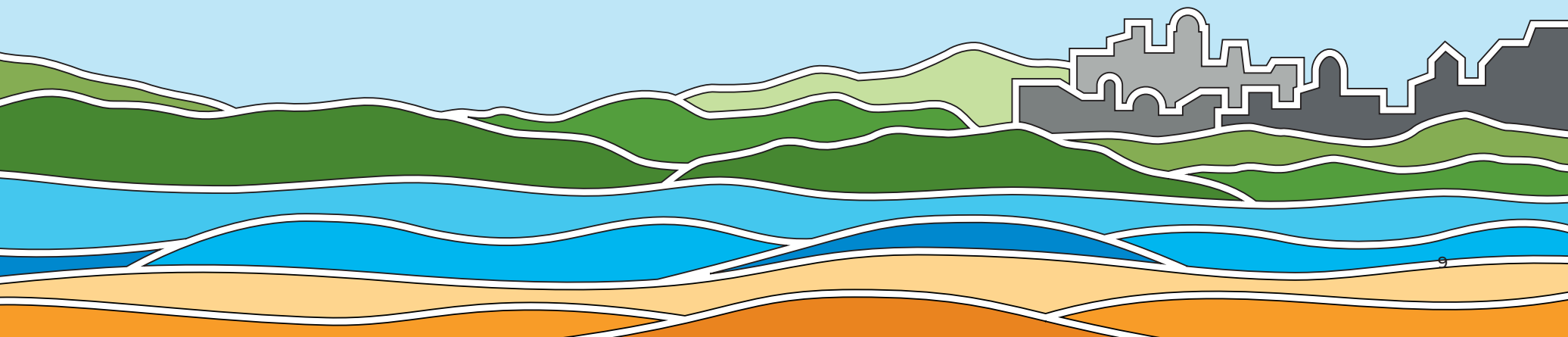
Manili Dali — клуб путешествий.
Слоган — много путешествий не бывает.

Нейминг должен:

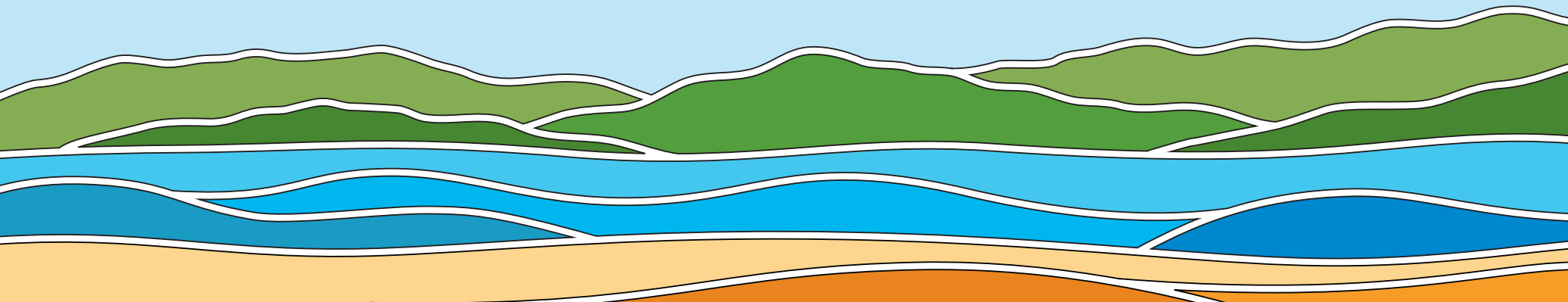
- идентифицировать, выделять среди конкурентов, подчеркивать преимущества и особенности;
- не мешать будущему росту бренда;
- соответствовать патентным требованиям;
- хорошо звучать, легко произноситься, запоминаться, транслитерироваться.

При выборе нейминга учитывались все вышеуказанные показатели. Название рифмованное, легко запоминающееся. Мягкое, приятное, хорошо читается, вызывает ассоциацию с чем-то сладким. Семантика соответствует деятельности бренда.

Название ассоциативное, эмоциональное. Эмоциональный и смысловой бэкграунд переносится на бренд, обеспечивая его дифференциацию и узнаваемость. Дает возможность к расширению поля деятельности.



ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



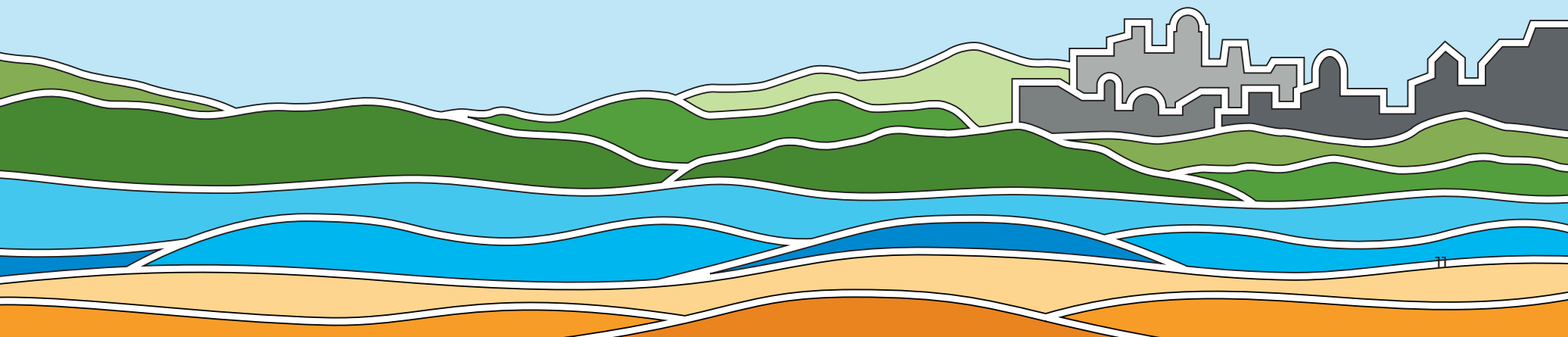
Задача визуальной коммуникации — создание образа.

Основным элементом оформления является тональная перспектива. Это понятие техники живописи, которое проявляется в изменении цвета и тона предмета, изменении его контрастных характеристик в сторону уменьшения, приглушения при удалении вглубь пространства.

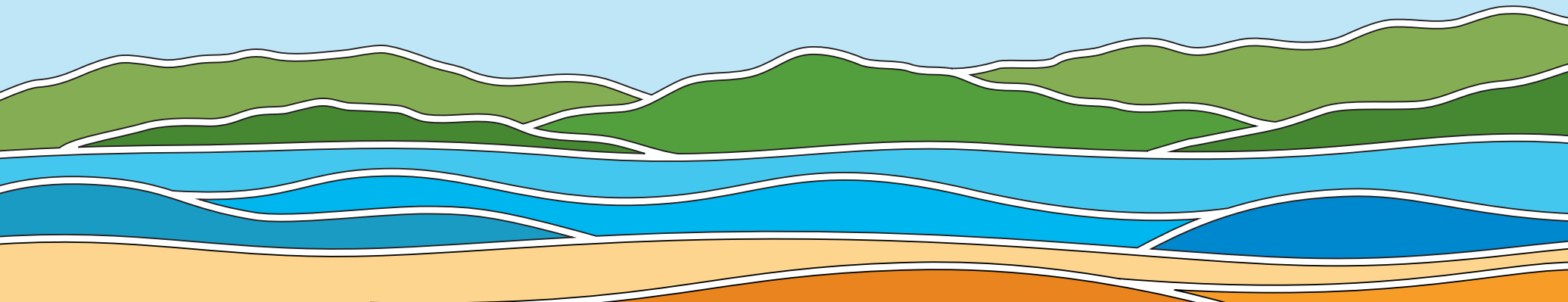
Возникает ощущение, что мы наблюдаем за пейзажем с большого расстояния через окно, и только оно отделяет нас от такого желанного отдыха. Это ощущение хотелось передать через картинку, которая исполнена в технике имитации витража.

Волнообразные линии перекликаются с логотипом, усиливают динамику.

Образ бренда целостный. Начиная от шрифта, заканчивая комбинацией цветов, складывается понятный образ. Установлена крепкая связь между всеми элементами бренда.

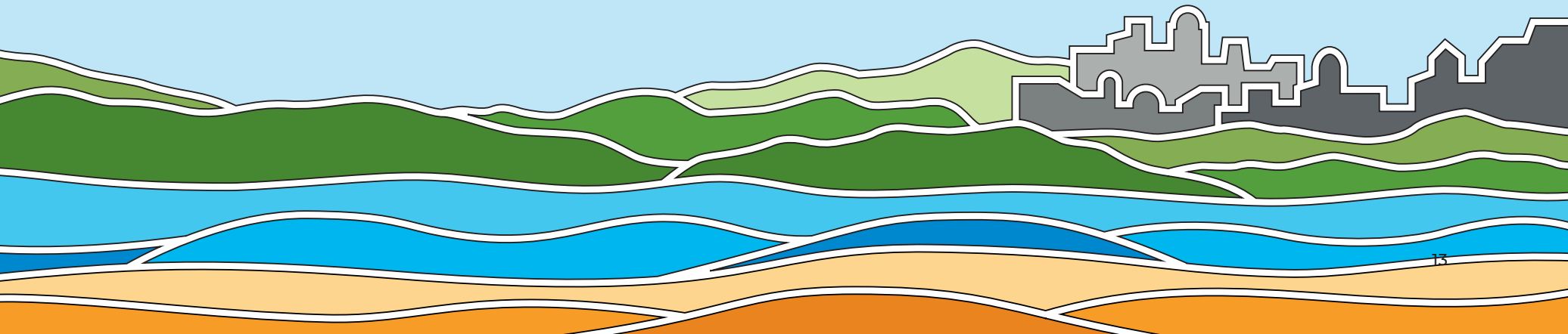


ЛОГОТИП





MANILI DALI



ЛОГОТИП | горизонтальная версия



ЛОГОТИП | вертикальная версия



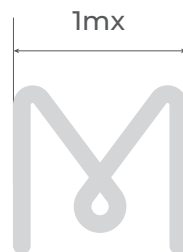
ЛОГОТИП | структура фирменного блока



ЛОГОТИП | построение



ЛОГОТИП | охранные поля



ЛОГОТИП | масштабирование

Масштабирование логотипа должно происходить пропорционально в отношении всех его составляющих. Логотип и его составляющие должны оставаться видимые и хорошо читаться.

Минимально разрешенная ширина горизонтального фирменного блока:

30 мм для печати, 96 px для web-интерфейсов.

Минимально разрешенная ширина вертикального фирменного блока:

22 мм для печати, 54 px для web-интерфейсов.



MANILI DALI
клуб путешествий

100%



MANILI DALI
клуб путешествий

150%



MANILI DALI
клуб путешествий

200%



MANILI
клуб путешествий
DALI

100%



MANILI
клуб путешествий
DALI

150%



MANILI
клуб путешествий
DALI

200%

ЛОГОТИП | запрещённые варианты



Запрещается менять пропорции логотипа



Запрещается менять взаиморасположение элементов логотипа



Запрещается изменять шрифт текстовой части логотипа



Запрещается вносить нелинейные искажения (наклон, перспектива и т.д.)



Запрещается добавлять обводку и произвольно перекрашивать элементы логотипа



Запрещается применять дополнительные визуальные эффекты

ЛОГОТИП | варианты размещения на фоне



Допускается размещать логотип на самом светлом фоне из четырёх основных палитр



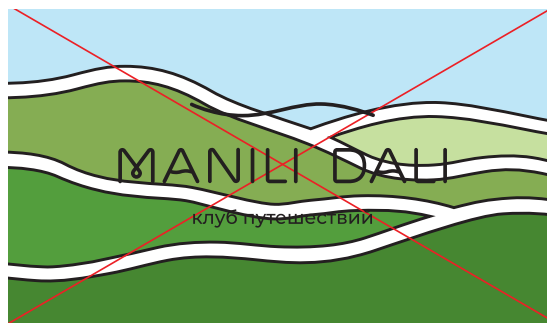
Допускается размещать логотип на светлом фоне декоративной части фирменного стиля



Допускается размещать логотип на фотографиях с неконтрастным фоном



Запрещается размещать логотип на темном фоне



Запрещается размещать логотип на пересечении цветов декоративной части фирменного стиля



Запрещается размещать логотип на фотографиях с контрастным фоном

ПАЛИТРА

Палитра фирменного стиля состоит из четырёх комбинаций цветов, которые передают основную идею концепции — тоновую перспективу. Палитра многообразна и вариативна, что позволяет достичь большей динамичности в оформлении визуальной коммуникации.

Логотип всегда используется в чёрном цвете.



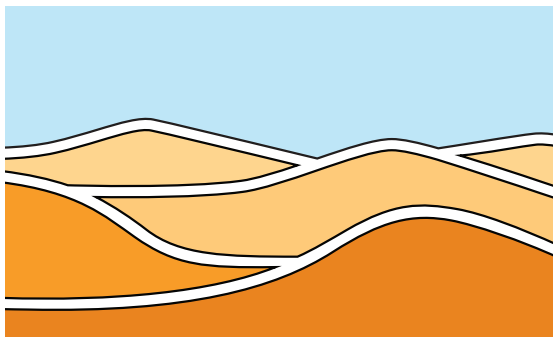
PANTONE 290 C
C: 23 | M: 0 | Y: 1 | K: 0
R: 185 | G: 217 | B: 235
HTML: B9D9EB

PANTONE 2975 C
C: 34 | M: 0 | Y: 5 | K: 0
R: 153 | G: 214 | B: 234
HTML: 231F20

PANTONE 2985 C
C: 60 | M: 0 | Y: 3 | K: 0
R: 91 | G: 194 | B: 231
HTML: 5BC2E7

PANTONE 2995 C
C: 83 | M: 1 | Y: 0 | K: 0
R: 0 | G: 169 | B: 224
HTML: 00A9E0

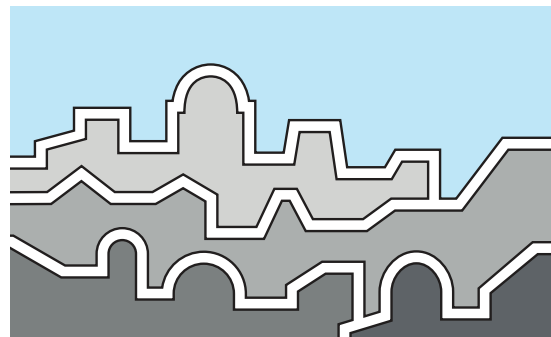
PANTONE 3005 C
C: 100 | M: 31 | Y: 0 | K: 0
R: 0 | G: 119 | B: 200
HTML: 0077C8



PANTONE 290 C
 C: 23 | M: 0 | Y: 1 | K: 0
 R: 185 | G: 217 | B: 235
 HTML: B9D9EB



PANTONE 290 C
 C: 23 | M: 0 | Y: 1 | K: 0
 R: 185 | G: 217 | B: 235
 HTML: B9D9EB



PANTONE 290 C
 C: 23 | M: 0 | Y: 1 | K: 0
 R: 185 | G: 217 | B: 235
 HTML: B9D9EB

PANTONE 1345 C
 C: 0 | M: 17 | Y: 50 | K: 0
 R: 253 | G: 208 | B: 134
 HTML: FDD086

PANTONE 2275 C
 C: 24 | M: 0 | Y: 48 | K: 0
 R: 195 | G: 220 | B: 147
 HTML: C3DC93

PANTONE 420 C
 C: 6 | M: 4 | Y: 7 | K: 13
 R: 199 | G: 201 | B: 199
 HTML: C7C9C7

PANTONE 1355 C
 C: 0 | M: 22 | Y: 60 | K: 0
 R: 255 | G: 197 | B: 110
 HTML: FFC56E

PANTONE 2276 C
 C: 48 | M: 8 | Y: 83 | K: 9
 R: 137 | G: 168 | B: 79
 HTML: 89A84F

PANTONE 421 C
 C: 13 | M: 8 | Y: 11 | K: 26
 R: 178 | G: 180 | B: 178
 HTML: B2B4B2

PANTONE 1375 C
 C: 0 | M: 45 | Y: 94 | K: 0
 R: 255 | G: 158 | B: 27
 HTML: FF9E1B

PANTONE 2277 C
 C: 63 | M: 0 | Y: 97 | K: 20
 R: 85 | G: 149 | B: 27
 HTML: 55951B

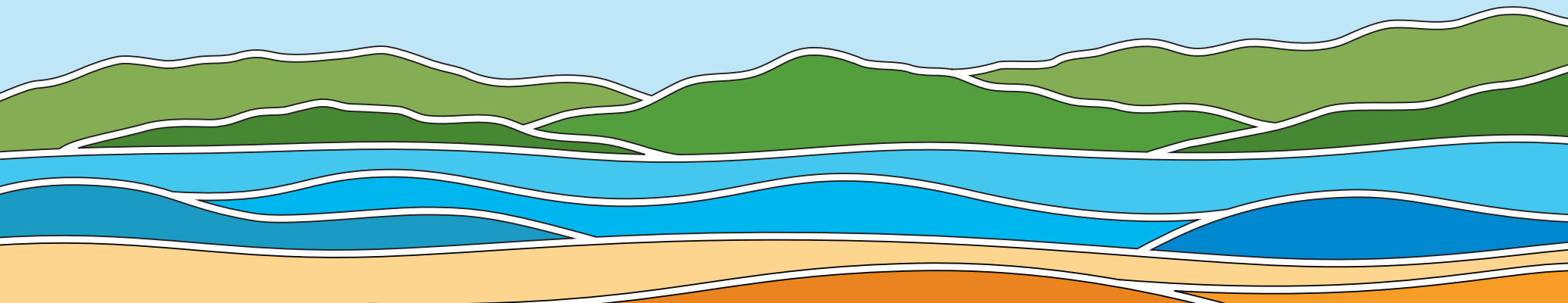
PANTONE 423 C
 C: 22 | M: 14 | Y: 18 | K: 45
 R: 137 | G: 141 | B: 141
 HTML: 898D8D

PANTONE 1385 C
 C: 2 | M: 56 | Y: 100 | K: 3
 R: 213 | G: 120 | B: 0
 HTML: D57800

PANTONE 2278 C
 C: 62 | M: 0 | Y: 98 | K: 35
 R: 78 | G: 128 | B: 31
 HTML: 4E801F

PANTONE 424 C
 C: 30 | M: 20 | Y: 19 | K: 58
 R: 112 | G: 115 | B: 114
 HTML: 707372

ТИПОГРАФИКА



Фирменной гарнитурой является Montserrat.

Фирменные шрифты должны быть использованы при наборе текстов, оформлении декоративных заголовков на рекламных и сувенирных материалах.

Light и Medium можно использовать для набора основного текста. SemiBold — для оформления заголовков и выделения важной информации в блоках основного текста.

Дополнительный шрифт

Если использовать шрифт Montserrat невозможно, гарнитура заменяется шрифтом Arial из системного набора Windows.

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Montserrat
Light

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопр
стуфхцчшщъыьэюя

0123456789,«»&\$»#%()*?!

Montserrat
Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопр
стуфхцчшщъыьэюя

0123456789,«»&\$»#%()*?!

Montserrat
SemiBold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзийклмнопр
стуфхцчшщъыьэюя

0123456789,«»&\$»#%()*?!

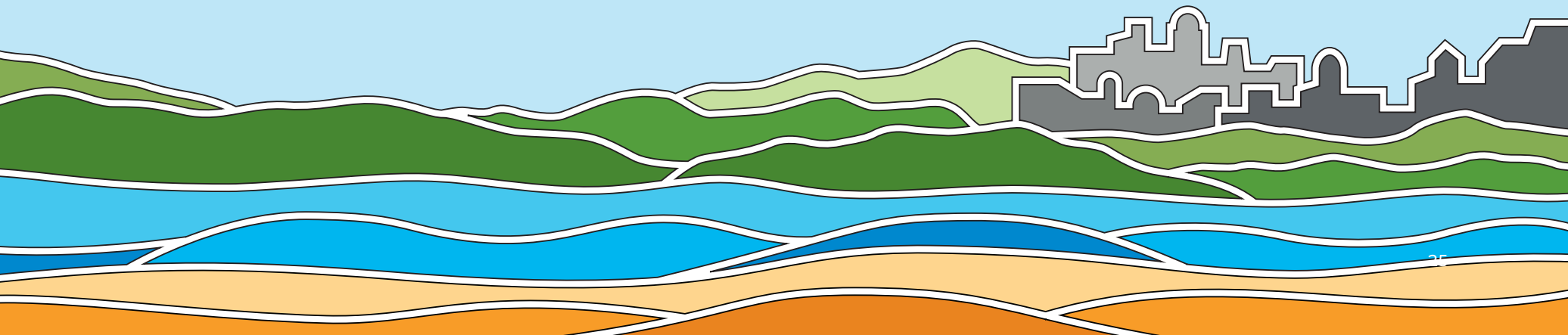
ШРИФТ ЛОГОТИПА

VANYLA
THIN

АБВГГ'ЕЕЖЗИИЙКЛМНОПР
СТУФХЦЧШЩЪЮЯ

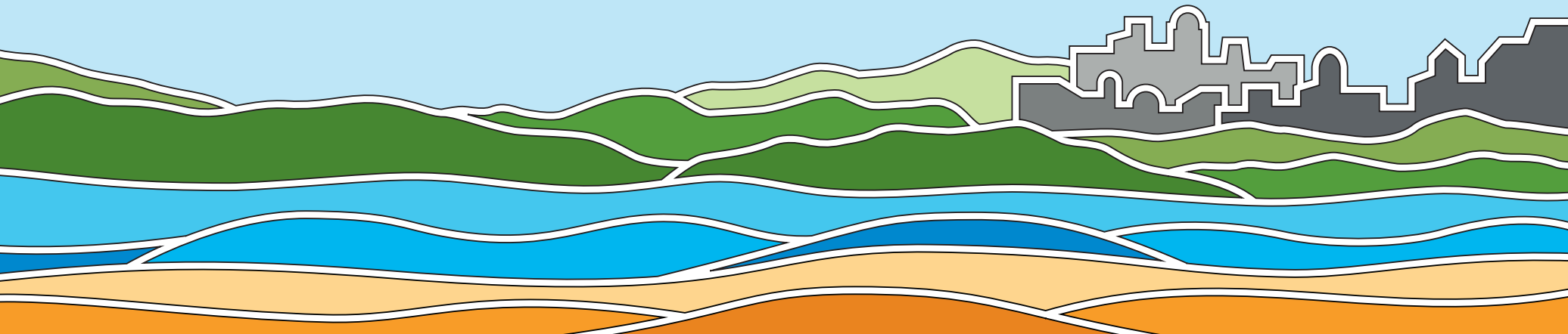
абвгг'еежзиийклмнопр
стуфхцчшщъюя

0123456789,«»&\$»#%()*?!





ПРОМО МАТЕРИАЛЫ



№1 Визитки корпоративные



№2 Визитки персональные



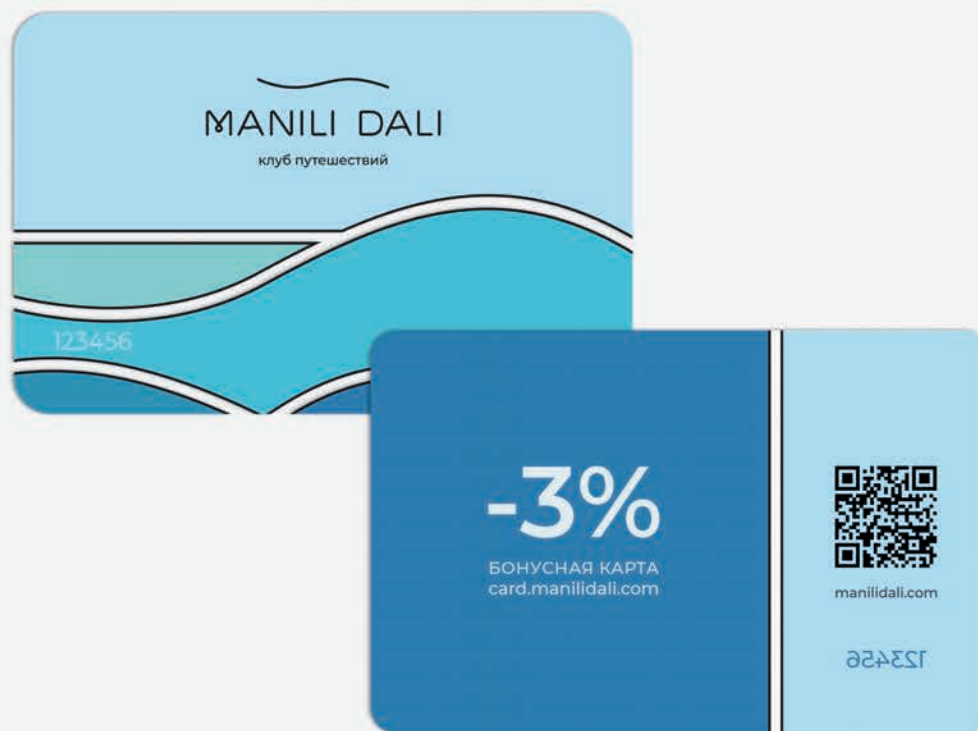
№3 Бейджи



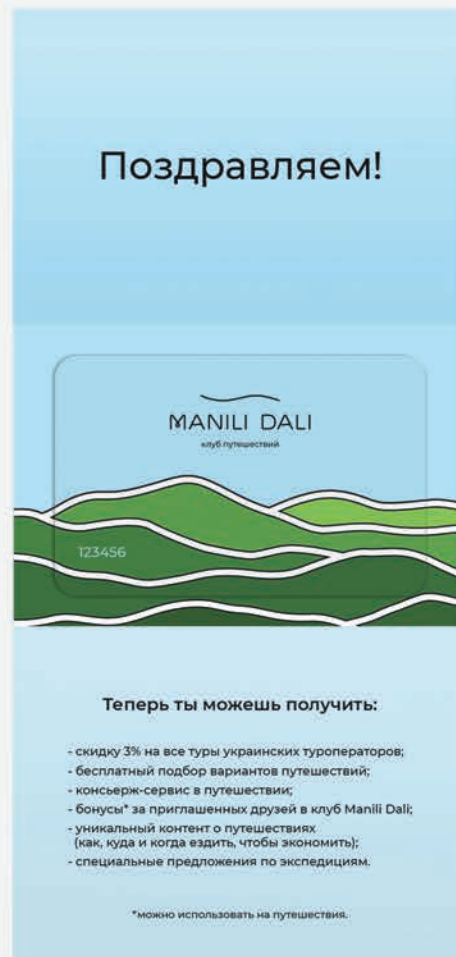
№4 Блокноты



№5 Бонусная карта



№6 Конверт для карты



№7 Наклейки на ваучеры



№8 Конверт



№9 Флаер



№10 Фотобук



№11 Шильды



№12 Сумки



№13 Термоккружки



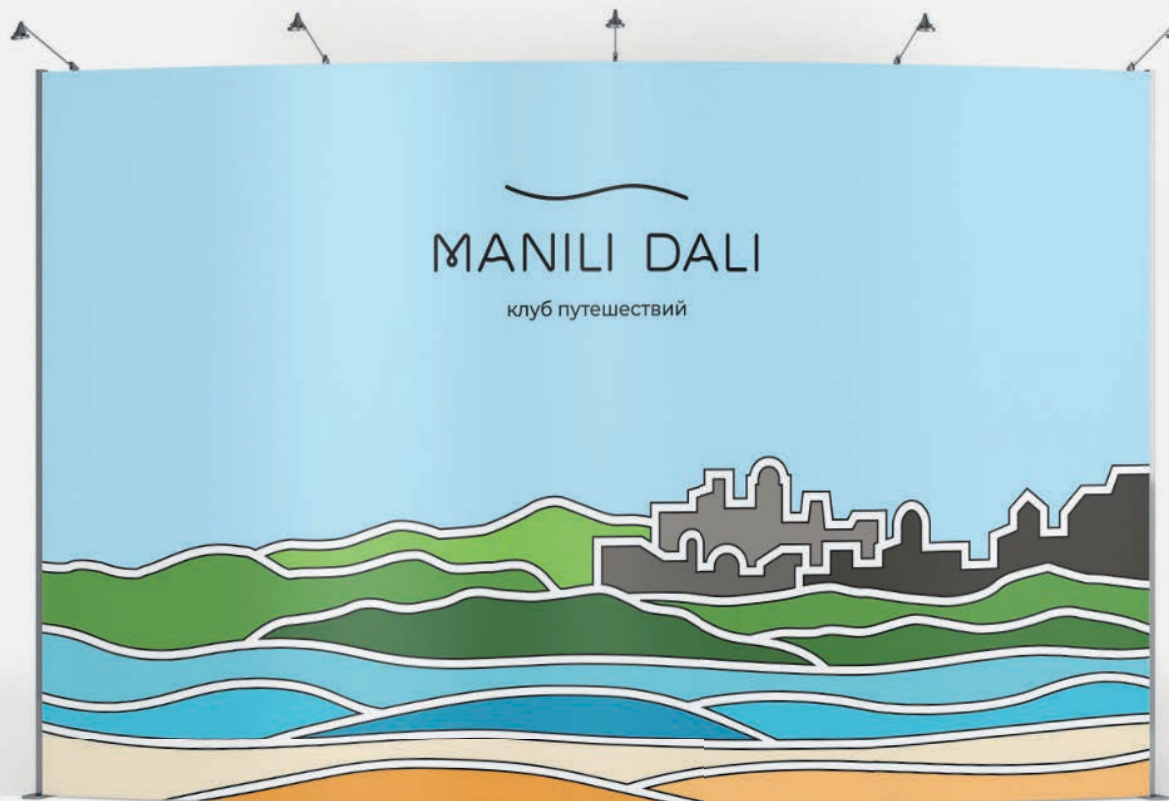
№14 Подушки



№15 Ролл-ап



№16 Баннер
для фотозоны



№17 Чехол для чемодана

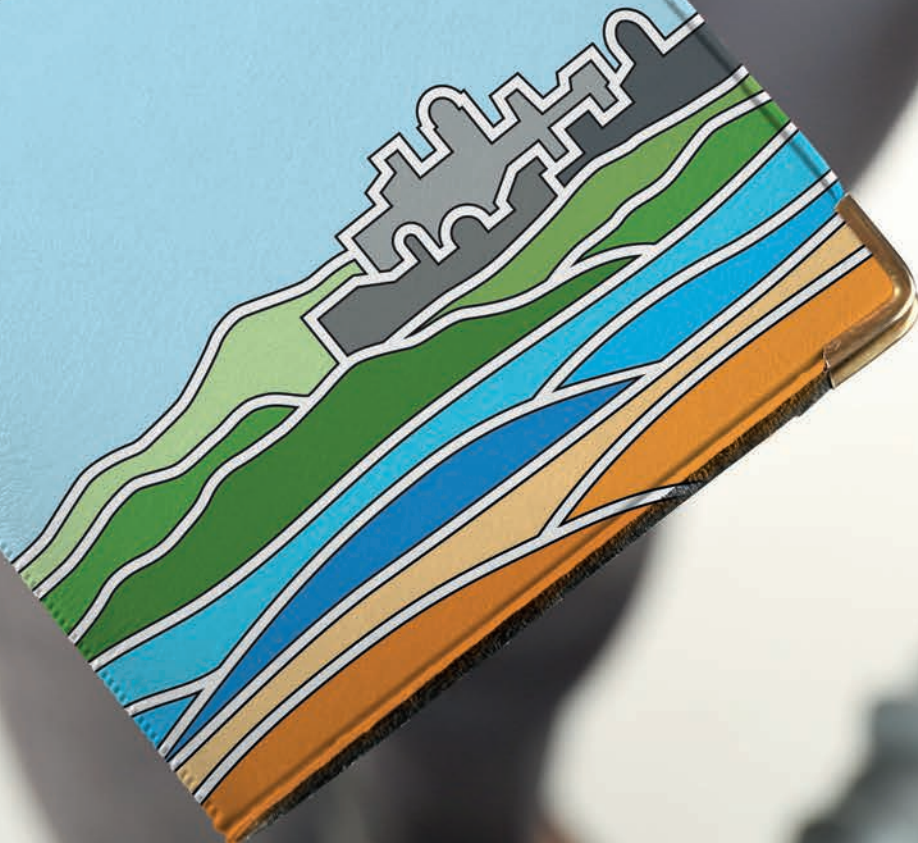


№18 Наклейки на чемодан



№19 Обложка на паспорт

Много путешествий
не бывает



№20 Чехол на телефон



Nº21 Facebook





№22 Оформление постов Facebook

**Тур в Грецию
на 7 ночей!**

XENIOS ANASTASIA RESORT & SPA
Халкидики

741€

A photograph of a resort pool area with lounge chairs and palm trees under a blue sky. The image is framed by a white wavy line graphic.A photograph of a city square in Prague, showing a large clock tower and Gothic architecture. The image is framed by a white wavy line graphic.

**Выходные
в Праге**


Тур выходного дня

200€

**Покоряем
Карпаты!**

Тур выходного дня

100€

A photograph of a lush green landscape with rolling hills and a lake in the distance. The image is framed by a white wavy line graphic.

27/08
19:00

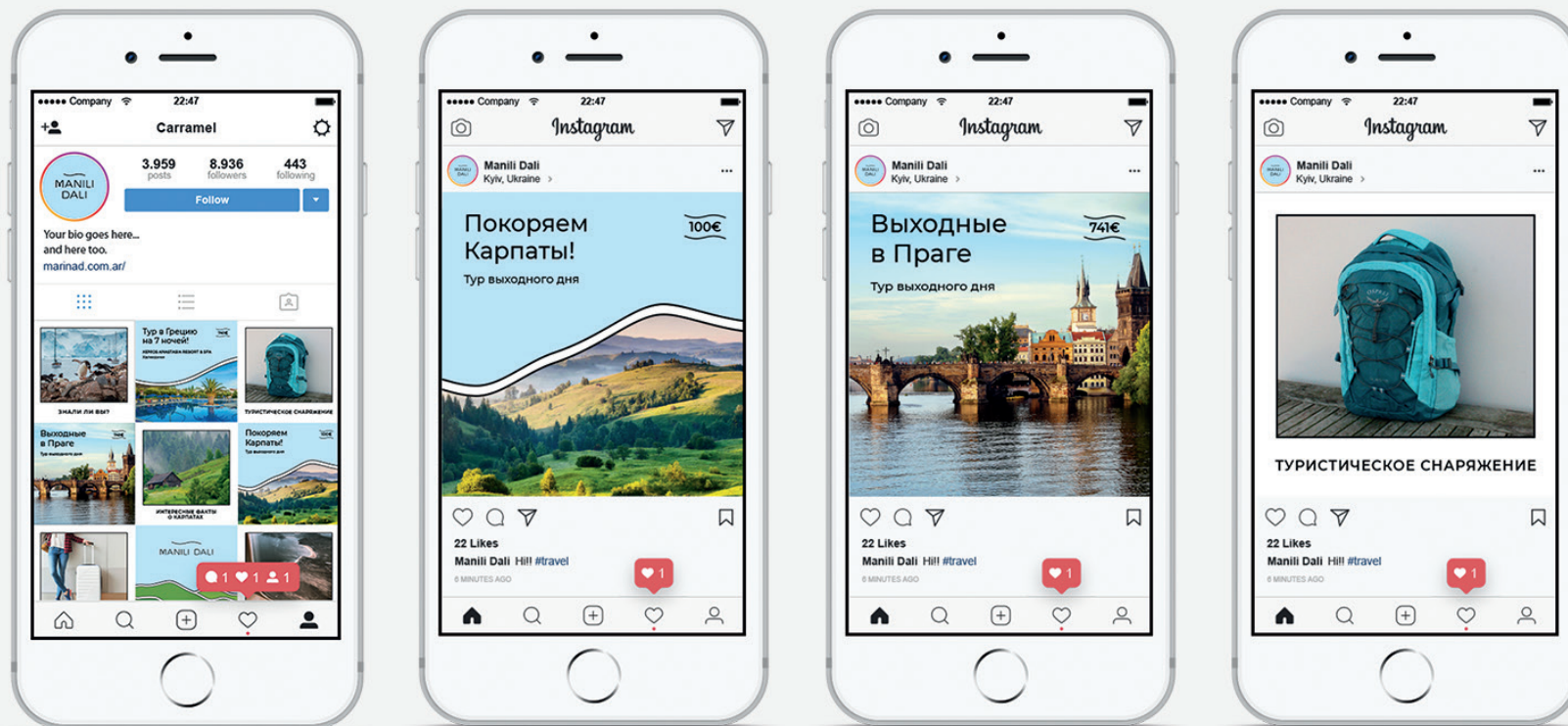
**Туризм
в Украине**

Онлайн стрим
с Евгением Пушенко

A photograph of a man with a beard and a dark blue polo shirt giving a thumbs up. The image is framed by a white wavy line graphic.

LIVE

№23 Оформление постов Instagram



ТЕХНИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

для изготовления

№1 Визитки корпоративные

Формат — 90x50 мм;
Способ печати — цифровой/офсетный;
Красочность — 4+4 (СМУК);
Бумага — мелованная, матовая 350 г/м²;
Ламинация — soft touch, 1+1;
Выборочный УФ лак — 1+0.

№2 Визитки персональные

Формат — 90x50 мм;
Способ печати — шелкотрафаретный;
Красочность — 6+0 (PANTONE);
Материал — пластик глянец эмбос 0,5 мм;
Ламинация — матовая, 1+1.

№3 Бейджи

Формат — 100x140 мм;
Способ печати — цифровой / офсетный;
Красочность — 4+4 (СМУК);
Бумага — мелованная, матовая 350 г/м².

№4 Блокноты

Формат — А5 (148x210 мм);
Способ печати — цифровой/офсетный;
Крепление — пружина черная.

Обложка:
Красочность — 4+0 (СМУК);
Бумага — картон одностороннего
мелования, 250 г/м² ;
Ламинация — матовая, 1+0.

Подложка:
Без печати;
Бумага — картон одностороннего
мелования, 250 г/м² ;
Ламинация — матовая, 1+0.

Внутренний блок:
Красочность — 4+4 (СМУК);
Бумага — офсетная, 100 г/м²;
Количество листов — 60.

№5 Бонусная карта

Формат — 85x55 мм;
Способ печати и красочность —
зависят от выбранного производства.

№6 Конверт для карты

Формат — 100x207 мм;
Способ печати — цифровой / офсетный;
Красочность — 4+4 (СМΥК);
Бумага — мелованная, матовая 250 г/м²;
Биговка — 2 шт.

№7 Наклейки на ваучеры

Формат — 40x10 мм;
Способ печати — цифровая;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Бумага — белая самоклеяка.

№8 Конверт

Формат — 220x110 мм
(в собраном виде, корешок 5 мм);
Способ печати — цифровой/офсетный;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Бумага — мелованная, матовая 250 г/м²;
Ламинация — матовая, 1+0;
Высечка и склейка клапанов.

№9 Флаер

Формат — 210x100 мм;
Способ печати — цифровой/офсетный;
Красочность — 4+4 (СМΥК);
Бумага — мелованная, матовая
150 или 200 г/м².

№10 Фотобук

Зависят от выбранного
производства.

№11 Шильды

Вариант 1
Диаметр — 25 мм;

Вариант 2
Формат — 59x16.7 мм;

Вариант 3
Формат — 50x22 мм;

Способ печати — цифровой;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Материал — оракал;
Объем — прозрачная смола.

№12 Сумки

Формат — 350x70x350 мм;
Ручка — 600 мм;
Цвет — белый, чёрный;
Способ печати и красочность —
зависят от выбранного производства;
Материал — хлопок, 210 г.

№13 Термокружки

Производитель: www.printmarket.ua.

Материал:
корпус — пластик;
колба — нерж. сталь.
Код товара — 2539;
Способ печати — цифровой.

№14 Подушки

Зависят от выбранного
производства.

№15 Ролл-ап

Формат — 800x2000 мм
(возможно масштабирование);
Способ печати — широкоформатный;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Материал — винил.

№16 Баннер для фотозоны

Формат — 3000x2000 мм
(возможно масштабирование);
Способ печати — широкоформатный;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Материал — винил.

№17 Чехол для чемодана

Зависят от выбранного
производства.

№18 Наклейки на чемодан

Формат — подлежит масштабированию;
Способ печати — цифровая;
Красочность — 4+0 (СМΥК);
Материал — оракал;
Просечка на плоттере.

№19 Обложка на паспорт

Формат — 193x135 мм;
Способ печати — зависит от
выбранного производства;
Красочность — 4+0 (СМΥК).

№20 Чехол на телефон

Зависят от выбранного
производства.