

С · · У · · М · · И

керівництво з використання
фірмового стилю бренду міста суми

ЗМІСТ

Знайомство з брендом

Логотип

- 1.1. Логотип у накресленні кирилицею та концептуальний опис фірмового знаку
- 1.2. Логотип у накресленні латиницею
- 1.3. Побудова логотипу за модульною сіткою
- 1.4. Виконання логотипу на світлому і темному фоні

Кольори

- 2.1. Аргументація фірмових кольорів
- 2.2. Специфікації фірмових кольорів
- 2.3. Рекомендовані поєднання кольорів логотипу, графіки та фону

Шрифти

- 3.1. Аргументація фірмової гарнітури
- 3.2. Основна гарнітура
- 3.3. Додаткова гарнітура
- 3.4. Використання шрифтів

Використання логотипу

- 4.1. Допустимі варіанти використання логотипу
- 4.2. Недопустимі варіанти використання логотипу
- 4.3. Розташування логотипу поруч з іншими елементами
- 4.4. Мінімальний розмір логотипу

Основний слоган

- 5.1. Повна та відокремлені версії слогану
- 5.2. Комбіноване виконання слогану
- 5.3. Графічне виконання слогану
- 5.4. Слоган у блоці з логотипом
- 5.5. Слоган і логотип латиницею
- 5.6. Використання слогану

Система динамічних слоганів

- 6.1. Побудова динамічних слоганів за модульною сіткою
- 6.2. Розташування динамічних слоганів на площині
- 6.3. Приклади динамічних слоганів
- 6.4. Використання динамічних слоганів

Графіка

- 7.1. Аргументація фірмової графіки, щастинки
- 7.2. Принцип побудови графічних форм
- 7.3. Графіка за напрямками
- 7.4. Поєднання графіки з написом
- 7.5. Використання графіки

Постери

- 8.1. Принцип поєднання графіки та фото на постерах
- 8.2. Побудова композицій постерів
- 8.3. Використання графіки та фото на постерах

Носії фірмового стилю

- 9.1. Приклади компонування елементів фірмового стилю
- 9.2. Формат, матеріал, спосіб нанесення
- 9.3. Акцидентна та сувенірна продукція (бланк ділового листа, візитівка, конверт, папка, бейдж, значок, блокнот, олівці, сумка, листівка, горнятко, стаканчик, футболка, кепка, світшот)
- 9.4. Постери, борди та сітілайти
- 9.5. Місто (парасолька, вуличні покажчики, прапор, транспорт)
- 9.6. Банери в соц. мережах

An aerial photograph of a city during autumn. The scene is bathed in warm, golden light from a low sun, creating long shadows and a hazy atmosphere. In the foreground, a large, historic building with a red-tiled roof and multiple domes is visible. To its right, a blue building with white architectural details and a red roof stands out. In the bottom foreground, a red brick church with a dark green roof and arched windows is prominent. The city is filled with trees showing vibrant autumn foliage in shades of orange, yellow, and red. In the background, modern apartment buildings and a distant church spire are visible against the horizon.

важливе
побачити

с...у...м...и

Привіт!

Я – Брендбук міста Суми, і я розкажу тобі, як виглядає та впроваджується бренд, а також якою мовою розмовляє.

Я маю свої правила та говорю про важливі речі. Дозволь мені закохати тебе у місто Суми та зайняти місце у твоєму серці.

Я покажу тобі, що місто Суми – це більше, ніж ти бачиш, відкрию те, що важливо побачити і те, що є важливим для сучасних сум'ян.

ЗНАЙОМСТВО З БРЕНДОМ



ΛΟΓΟΤΥΠ

1.1. ЛОГОТИП У НАКРЕСЛЕННІ КИРИЛИЦЕЮ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ОПИС ФІРМОВОГО ЗНАКУ

Головне повідомлення логотипу – «місто Суми – це більше, ніж ми бачимо», «дивись ширше», «не дивись поверхнево».

Для відображення цієї думки був використаний прийом візуального розширення відстані між літерами. Крапки між літерами символізують те, що важливо побачити (архітектура, локації), і те важливе, чим живе місто (люди, події).

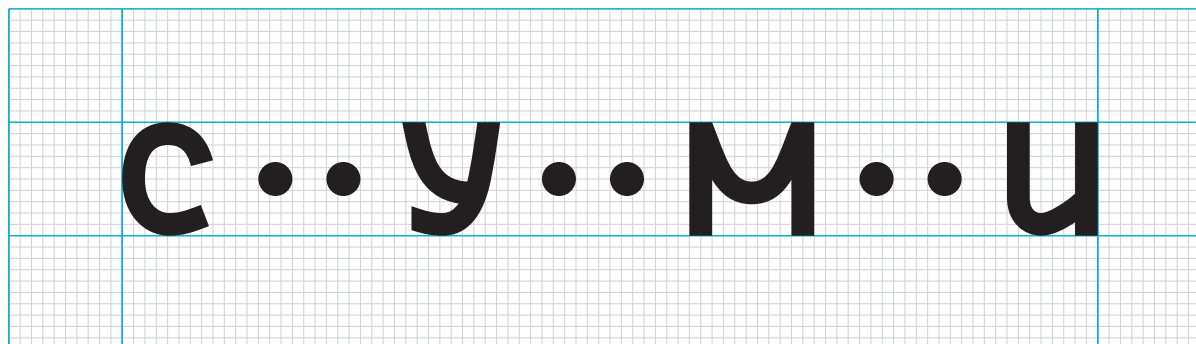
С . . У . . М . . И

1.2. Логотип у накресленні латиницею

S · · U · · M · · y

1.3. ПОБУДОВА ЛОГОТИПУ ЗА МОДУЛЬНОЮ СІТКОЮ

Висота логотипу становить 1 модуль, що також дорівнює розміру захисного поля навколо логотипу. На захисному полі не має бути ніяких інших елементів, це особистий простір логотипу.



1.4. Виконання логотипу на світлому та темному фоні

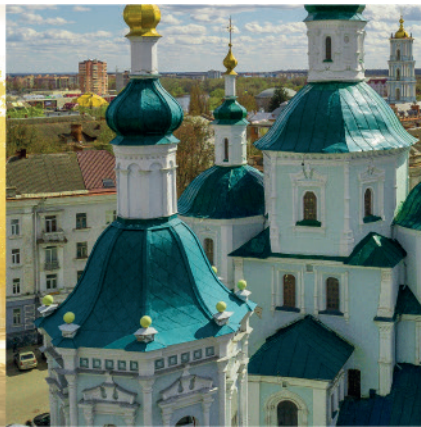
с · · у · · м · · и

с · · у · · м · · и

кольори

2.1. аргументація фірмових кольорів

Блакитний озерний та шляхетний смарагдовий завжди були рідними кольорами для міста. Сьогодні Суми змінюються на краще завдяки новому ініціативному поколінню, що бачить місто незашореним оком, любить та небайдуже до його долі. Тож, фірмові кольори бренду отримали любов його жителів у вигляді палкого червоного кольору. В той же час, одним із завдань бренду є боротьба із зневірою та песимізмом, саме тому задіяно використання оптимістичного жовтого кольору, що заряджає позитивом та наповнює вірою у майбутнє.



Блакитний
озерний



Оптимістичний
жовтий



Шляхетний
смарагдовий



Чарівний
синій



Палкий
червоний

2.2. специфікації фірмових кольорів



Блакитний
озерний

PANTONE

3125 C

CMYK

75
5
21
0

RGB

0
175
200

HEX

#00afc8



Оптимістичний
жовтий

PANTONE

123 C

CMYK

0
18
80
0

RGB

255
210
62

HEX

#ffd23e



Шляхетний
смарагдовий

PANTONE

323 C

CMYK

92
52
55
57

RGB

2
57
62

HEX

#02393e



Чарівний
синій

PANTONE

288 C

CMYK

100
87
40
30

RGB

5
40
90

HEX

#05285a



Палкий
червоний

PANTONE

1787 C

CMYK

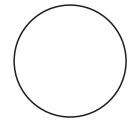
0
95
65
0

RGB

230
30
65

HEX

#e61e41



Білий

CMYK

0
0
0
0

RGB

255
255
255

HEX

#ffffff

2.3. РЕКОМЕНДОВАНІ ПОЄДНАННЯ КОЛЬОРІВ ЛОГОТИПУ, ГРАФІКИ ТА ФОНУ

Для темного фону (шляхетний смарагдовий або чарівний синій) логотип та текст мають виконуватись білим кольором, а графіка – блакитним озерним та оптимістичним жовтим. Це поєднання кольорів є основним. На чарівному синьому фоні графіка також може виконуватись палким червоним. Для брендування на палкому червоному фоні має використовуватись тільки білий колір. На білому фоні логотип може бути чорного або блакитного озерного кольору, а графіка – блакитного озерного або оптимістичного жовтого. На білому фоні написи та логотип можуть бути виконані чорним кольором.



Лого білого кольору з графікою блакитного озерного та/або оптимістичного жовтого кольору на шляхетному смарагдовому фоні



Лого білого кольору з графікою блакитного озерного та/або оптимістичного жовтого і палкого червоного кольору на чарівному синьому фоні



Лого та графіка білого кольору на палкому червоному фоні



Лого чорного кольору з графікою блакитного озерного та/або оптимістичного жовтого кольору на білому фоні



Лого блакитного озерного з графікою блакитного озерного та/або оптимістичного жовтого кольору на білому фоні

ωριφτι

3.1. аргументація фірмової гарнітури

Sumy – некарбована гарнітура, без контрасту між основним та поєднувальним штрихом.

Накреслення створене так, щоб прописні та рядкові літери мали рівне значення. Цей прийом підкреслює, що Суми – це не тільки великі (відомі) об'єкти та події. Інші, малі (менш відомі) – також важливі. Мета бренду – донести це.

Ця думка відповідає одному з принципів Баугаузу про те, що в розмові людина не викрикує першу літеру речення. Відповідно, накреслення не має акцентувати увагу на прописних літерах.

Тож, всі літери за побудовою рівні, але написання різне, а саме:

- літери, що мають риси рядкових: "а", "е", "b", "n", "r";
- літери, що мають риси прописних: "Б", "У", "D", "G", "J", "Q", "Y";
- літери, що мають риси і прописних і рядкових: "Ии", "Рр", "Фф", "Ff", "Hh", "Ll".

Стиль накреслення натхненний барельєфом на старій будівлі у стилі модерн по вулиці Герасима Кондратьєва, 39, де у 1908 році знаходилось Гоголівське парафіяльне училище. Літера "М", водночас, нагадує і сумку з герба міста, і паркан у сквері Харитоненка, і потиск рук (бізнес-партнерство), і закоханих, що тримаються за руки.

В той же час гарнітура має щирий та привітний характер, що відповідає настрою бренду. У накресленні усі літери доповнюють одна одну.

Neris Light

Sumy Regular

Ff	f
Hh	H
Ll	L
Pp	p



3.2. ОСНОВНА ГАРНІТУРА

Гарнітура Sumy створена для акцентованих написів, а саме, накреслення Sumy Bold використовується для заголовків та слоганів, а Sumy Regular – для підзаголовків чи пояснювальних надписів меншого розміру.

Sumy Regular

абвгґ'деєжзіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
!/?&*(){}.,

Sumy Bold

**абвгґ'деєжзіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789
!/?&*(){}.,**

3.3. додаткова гарнітура

Гарнітура Neris добре підходить для дрібного тексту великого обсягу.

Neris Light

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеєжзиіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
! ? & * () { } , .

Neris SemiBold

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеєжзиіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789
! ? & * () { } , .

3.4. Використання шрифтів

Заголовки чи слогани мають бути більшого кеглю, ніж основний текст.
Рекомендоване збільшення – від 200% до 400% від основного тексту.

Заголовок
Sumy Bold

Герасим Кондратьєв

Підзаголовок
Sumy Regular / Bold

**український політичний та військовий діяч,
один з засновників м. Суми**

Параграф
Neris Light

Був засновником і осадчим м. Суми, його першим городовим отаманом (1652—58), пізніше — першим сумським полковником. Відіграв значну роль в освоєнні та заселенні Сумщини, заснував кілька її населених пунктів.

Використання логотипу

4.1. ДОПУСТИМІ ВАРІАНТИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ

На білому фоні логотип має виконуватись чорним або блакитним озерним кольором. На темному чи фотографічному фоні – білим кольором.



Білий на шляхетному
смарагдовому



Білий на чарівному синьому



Білий на чорному

С..У..М..И

Чорний на білому



Білий
на блакитному озерному



Білий на палкому червоному



Білий на темному
контрастному фото

С..У..М..И

Блакитний озерний на білому



Логотип білого кольору
з плашкою шляхетного
смарагдового кольору
на неконтрастному
фотографічному фоні

Логотип блакитного озерного
кольору з білою плашкою
на неконтрастному
фотографічному фоні

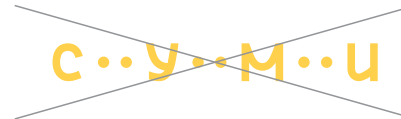
4.2. НЕДОПУСТИМІ ВАРІАНТИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ



Логотип завжди повинен мати 100% непрозорості



Логотип на темному фоні має бути білого кольору



Логотип на білому фоні має бути чорного кольору



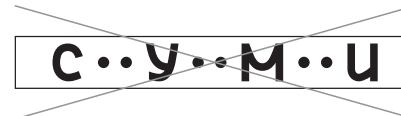
Логотип завжди має чітко виділятися і мати контрастний фон



Забороняється відокремлювати графічні елементи від накреслення



Забороняється змінювати пропорції логотипу



Розмір захисного поля має становити один модуль, що дорівнює висоті логотипу



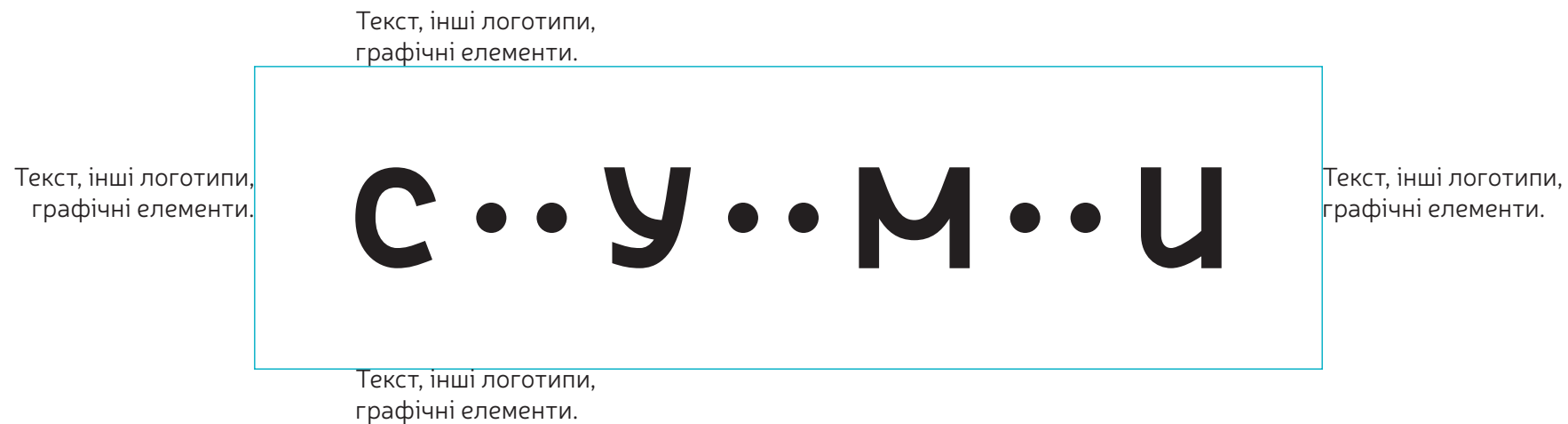
Логотип білого кольору має розміщуватись тільки на контрастному фотографічному фоні



Забороняється використання логотипу чорного кольору на будь-якому фотографічному фоні

4.3. розташування логотипу поруч з іншими елементами

Захисне поле між логотипом та елементами навколо має становити не менше одного модулю, що дорівнює висоті логотипу.



4.4. МІНІМАЛЬНИЙ РОЗМІР ЛОГОТИПУ

У друкованому виконанні ширина логотипу має бути не меншою за 30 мм.
Для веб-виконання – не менше 140 рх.

с..у..м..и

ОСНОВНИЙ СЛОГАН

5.1. повна та відокремлені версії слогану

Повна версія «важливо побачити важливе» не є рекламною і може виконуватись будь-якою гарнітурою в загальному тексті.

Відокремлені версії «важливо побачити» та «побачити важливе» використовуються в комплексі, наприклад, на двох носіях, розташованих поруч.

важливо побачити важливе

**важливо
побачити**

**побачити
важливе**

5.2. КОМБІНОВАНЕ ВИКОНАННЯ СЛОГАНУ

Створене для рекламного виконання та поєднує слова «важливо» і «важливе». Виконується із застосуванням гліфу «œ», що поєднує літери «о» та «е».

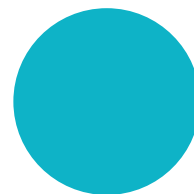
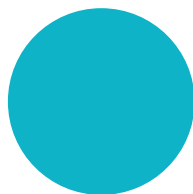
важливоœ побачити

**важливоœ
побачити**

5.3. графічне виконання слогану

На білому фоні має виконуватись блакитним озерним, а на фірмовому темному фоні – блакитним озерним або білим.

важливе
побачити



5.4.1. СЛОГАН У БЛОЦІ З ЛОГОТИПОМ

Фокус на логотипі

С • • У • • М • • И

важливе побачити

5.4.2. Слоган у блоці з логотипом

Фокус на слогані

с..у..м..и

**важливе
побачити**

5.5. Слоган і логотип латиницею

S..U..M..Y

**see what
Matters**

5.6.1. Використання слогану

с...у...м...и

**важливе
побачити**

5.6.2. Використання слогану



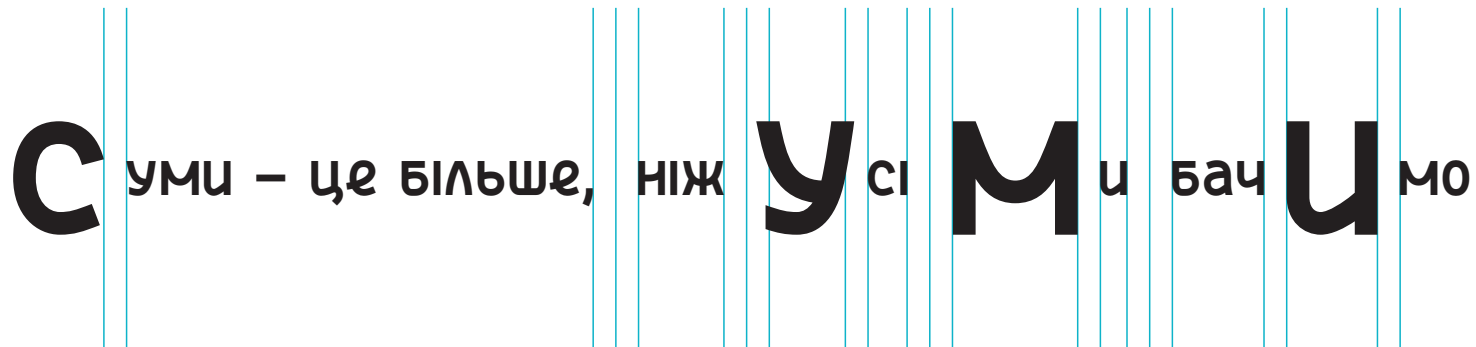
система динамічних слоганів

6.1. ПОБУДОВА ДИНАМІЧНИХ СЛОГАНІВ ЗА МОДУЛЬНОЮ СІТКОЮ

Композиції створюються таким чином, щоб літери логотипу були частиною слогану.

Один модуль дорівнює товщині літер накреслення логотипу. Відстань між літерами логотипу та дрібними літерами всередині слова має становити один модуль. Відстань між словами має становити два модулі.

Через те, що дрібні літери візуально досить маленькі, їх трекінг в даному випадку має становити +40, щоб полегшити сприйняття тексту.



6.2. розташування динамічних слоганів на площині

1 модуль дорівнює половині висоти композиції динамічного слогану, тобто загальна висота композиції – 2 модулі.

Рекомендовано використовувати динамічні слогани на вузькій та довгій площині. Висота площини має становити від 4 до 6 модулів, відстань зверху і знизу від композиції, відповідно – 1 або 2 модулі, а відстань ліворуч і праворуч, відповідно, має бути не меншою за 2 або 4 модулі.

С уми – це БІЛЬШЕ, ніж у сі М и бач у мо

С уми – це БІЛЬШЕ, ніж у сі М и бач у мо

6.3. приклади динамічних слоганів

Суми – це більше, ніж **У**сі **М**и бачи**М**о

Сам керу**Є**ш можливи**М**и змінам**И**

Солодко-ц**У**крова **М**іць м**И**нулого

в **С**тигн**И** інвест**У**вати, бо **М**істо пр**И**множу**Є**

Саме т**У**т **М**и ж**И**вемо

Створю**Ю** успіх власни**М**и справам**И**

Сьогодні і т**У**т **М**айбутн**Є** ож**И**ває

Суми – це **У**сі **М**и

Сенс **У**м**И**ст**Є**цт**В**и бачит**И**

6.4. Використання динамічних слоганів

Сьогодні і тут майбутнє вже



6.4. Використання динамічних слоганів



6.4. Використання динамічних слоганів



6.4. ВИКОРИСТАННЯ ДИНАМІЧНИХ СЛОГАНІВ



γραφικά

7.1. аргументація фірмової графіки, щастинки

Суми – це більше, ніж ми бачимо, і саме це відображають крапки в логотипі.
І все це (об'єкти, події, жителі) є щасливими частинками міста – щастинками.
Тож графіка бренду збирає до купи всі щастинки. Також це відображає ідею
про те, що усі ми разом є частинками бренду міста.



7.2. принцип побудови графічних форм

Форма графіки утворюється за принципом мозаїки – шляхом стилізації зображення на світло та тінь, і виконується технікою Dotwork (елементи-крапки утворюють форму).

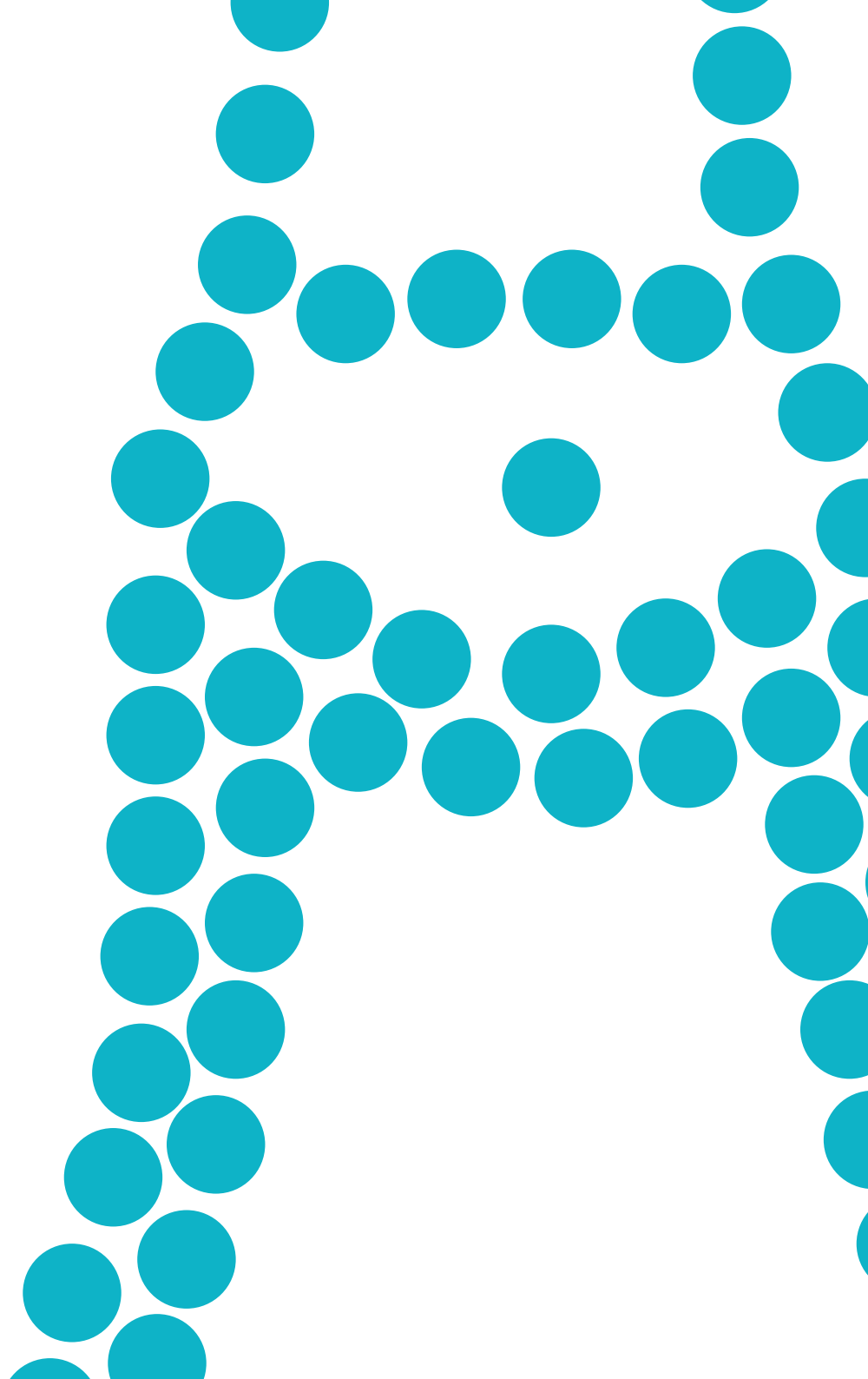
Всі графічні ілюстрації мають утворювати серію та виконуватись в однаковому масштабі.

Для правильного виконання даної графіки ілюстратору бажано мати навички малювання та знання анатомії. Ряди елементів мають підкреслювати основну форму предмета (напрямок м'язів людини, напрям росту гілки дерева, форму овалів глечика, тощо). Основний зовнішній контур предмета може складатись з подвійного ряду елементів, але тонкі чи загострені лінії можуть бути сформовані одним рядом.

Щільність елементів є варіативною (не треба формувати графіку за сіткою чи виставляти елементи з однаковим кроком), а відстань між елементами становить від 10% до 80% діаметру елементу. Іншими словами, форма має бути неідеальною, а виглядати так, ніби її створила людина, а не машина.

Є два типи інвертування графіки і це залежить від того, одухотворений предмет чи ні. Наприклад, прості графічні форми (сумка, вказівник, глечик, дерево, тощо) можуть вільно інвертуватись і виконуватись, як світлим кольором на темному фоні, так і темним на світлому. А предмети, що є одухотвореними (обличчя людини чи тварини), повинні мати окремі версії виконання для світлого та темного фонів, щоб запобігти неправильній інверсії (ефект білих зіниць очей, тощо).

Колір графіки на білому, шляхетному смарагдовому та чарівному синьому фоні має бути або блакитним озерним або оптимістичним жовтим. Графіка на фоні інших кольорів (палкий червоний) може виконуватись білим кольором.



7.3.1. графіка за напрямками – міські піктограми

Перелік ілюстрацій, зліва направо: локація, напрям, сходи, кав'ярня, медицина, освіта, музеї, парки, донорство.



7.3.2. графіка за напрямками – ілюстрації для мерчу та подій

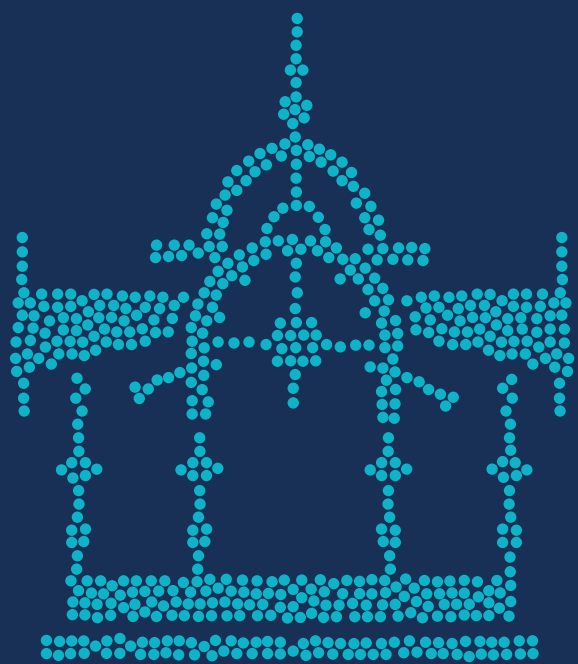
Сум'яни мають різнобічні інтереси: спорт, музика, навчання, розробки, дослідження. Графіка є варіативною та може бути використана для відображення будь-якої сфери інтересів.

Перелік ілюстрацій, зліва направо: Антон Павлович Чехов, Альберт Ейнштейн, Герасим Кондратьєв.



7.3.2. графіка за напрямками – ілюстрації для мерчу та подій

Перелік ілюстрацій, зліва направо: альтанка, річниця міста у 2020 році, сумки з герба міста, велоподія.



7.3.2. графіка за напрямками – ілюстрації для мерчу та подій

Перелік ілюстрацій, зліва направо: символіка девелоперів, музична символіка, качка, смаколик для собаки.



7.4. поєднання графіки з написом

Зазвичай, графічні ілюстрації на мерчі поєднуються з супровідним написом, виконаним білим кольором, накресленням Sumy Bold.

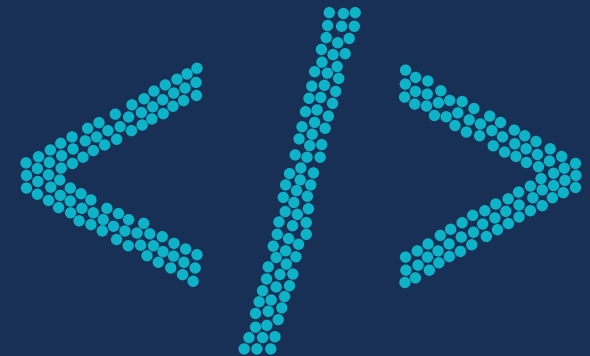
Напис до ілюстрації має передавати ідею того, що важливо для сум'ян, але не обов'язково з використанням самого слова «важливо», наприклад, «важливо бути допитливим» – для студентів, «важливо мати власний тембр!» – для музикантів, «push or commit?» – для девелоперів.



**важливо мати
власний тембр!**



**PUSH or
COMMIT?**



7.5. Використання графіки



7.5. Використання графіки



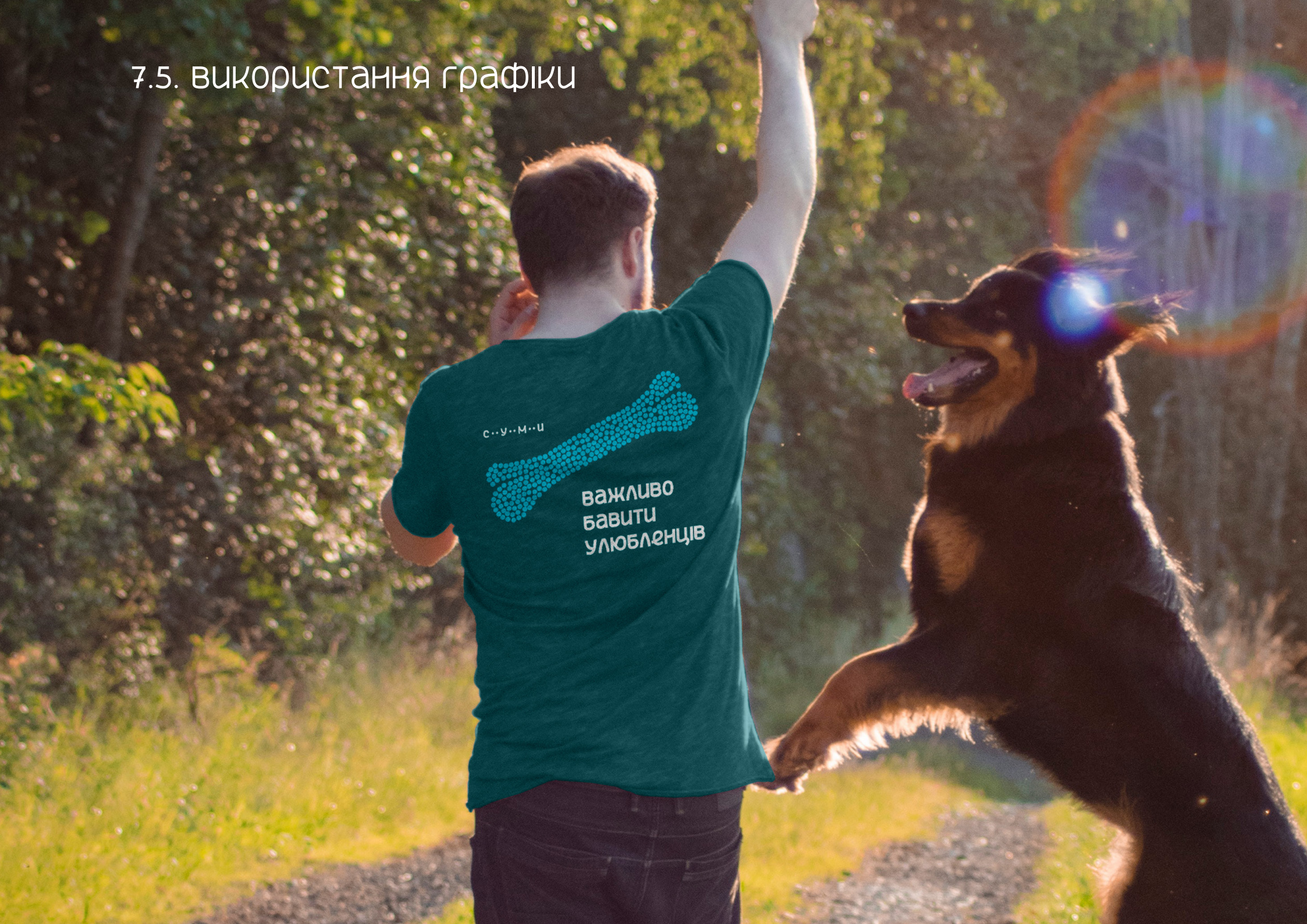
аббация
і адриатичне
море чудові,
але лука і псел
краще

АНТОН ПАВЛОВИЧ ЧЕХОВ

с..у..м..и



7.5. Використання графіки



7.5. Використання графіки



7.5. Використання графіки

класика
повертається
у вересні

с..у..м..и



7.5. Використання графіки

**ВЕЛОПРОБІГ
ВЖЕ ЦЬОГО ТИЖНЯ!**

Дізнавайтесь про всі актуальні події
на міському порталі

с..у..м..и



постери

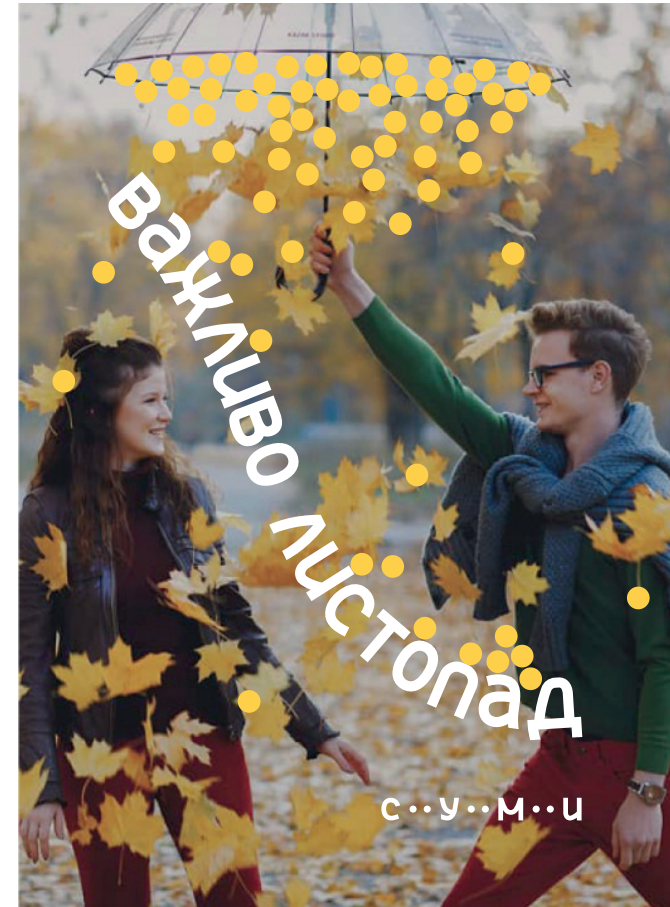
8.1. принцип поєднання графіки та фото на постерах

Графічні елементи мають емоційно підсилювати сюжет фото, таким чином додаючи зображенню нового яскравого забарвлення. У наведеному постері графічні елементи сипляться з парасольки, а потім рухаються вздовж літер слогану, тобто графіка поєднує фото та напис у єдину композицію. Колір графічних елементів залежить від тону та настрою фото і може бути блакитним озерним чи оптимістичним жовтим.

Напис має виконуватись за допомогою інструменту «текст по контуру» за кривою Безьє, накресленням Sumy Bold, білим кольором. Він має розташовуватися тільки на фонових ділянках фото, не перекриваючи ключові елементи композиції. Текст напису додає характеру та динаміки, а також несе повідомлення мовою бренду.

Логотип розташовується в будь-якому кутку, що є достатньо темним і не містить ключових елементів композиції, і виконується білим кольором.

Фото має займати всю площу постера. Експозиція фото має бути дещо заниженою, тобто ділянки фото білого кольору мають бути менш яскравими. Це необхідно для того, щоб інформація, графіка та логотип на постері виглядали достатньо контрастно.



8.2. ПОБУДОВА КОМПОЗИЦІЙ ПОСТЕРІВ

Візьмемо висоту постеру / сітілайту за 40 модулів.

Висота логотипу становить 1 модуль.

Висота літер напису без виносних елементів становить від 2 до 3 модулів, що залежить від кількості слів та загальної площі композиції. Напис виконується накресленням Sumy Bold, білим кольором, за контуром (крива Безьє), напрям якого є індивідуальним для кожного окремого постера.

Відстань від логотипу / напису до меж композиції постера має становити 4 модулі.

Відстань між логотипом і написом має бути не меншою за 3 модулі.

Діаметр одного графічного елементу становить 1 модуль, у окремих випадках – 1.5 модулі. Графіка komponується вільно та може виходити за межі постера. Деякі графічні елементи мають фізично взаємодіяти з написом (ефект руху вздовж форми чи відштовхування від неї).



8.3. використання графіки та фото на постерах



8.3. Використання графіки та фото на постерах

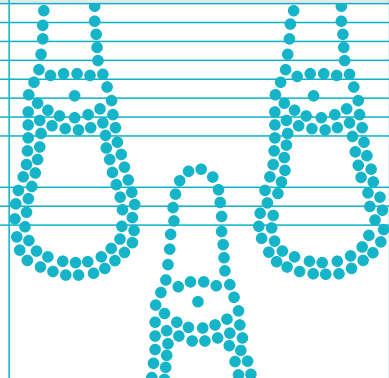


НОСІЇ ФІРМОВОГО СТИЛЮ

9.1. приклади komponyвання елементів фірмового стилю

с..у..м..и
Сумська міська рада майдан Незалежності, 2 40000, м. Суми, Україна +38 0542 700 560 visit.sumy.ua
Суми — місто обласного значення в північно-східній частині України, на Слобожанщині, адміністративний центр Сумської міської громади, Сумського району і Сумської області. Місто лежить на берегах річки Псел при впадінні до неї річки Сумки. Населення міста становить 263 тис. осіб, площа — 95,4 км². Суми поділяються на 2 міські райони: Ковпаківський та Зарічний.
До офіційної символіки міста належать герб, прапор і гімн міста. Герб Сум був розроблений герольдмейстером М. Шербатовим у 1776 році і затверджений 21 вересня 1781 року, відновлений 15 лютого 1991 року рішенням IV сесії міської ради Сум. Прапор Сум являє собою квадратне полотнище смарагдового кольору, в центрі якого розташований герб міста, затверджено прапор 2004 року. Гімн Сум затверджено 23 червня 2004 року, текст М. Гриценка, музика В. Козупиці.
При заснуванні в 1652 році поселення мало назву «Сумина слобода», після реорганізації слободи в місто — в 1656 році назву було змінено на «Сумин», протягом 1650-1660-х років буква «н» поступово зникла і місто отримало сучасну назву — Суми (Аудіо вимовопис файлу).
Існує декілька версій етимології назви міста: Найвірогідніше назва Сум походить від топонімів — назв річок Сума (тепер Сумка) і Сумка (тепер Стрілка), що є частою практикою при називанні поселень; Існує також легенда, що на березі річки Сумка (чи й у самій річці) перші поселенці знайшли 3 мисливські сумки з золотими монетами. Цей переказ знайшов відображення у міській символіці (на гербі і прапорі міста), а у травні 2008 року в середмісті Сум було відкрито символічний пам'ятний знак «Сумка». Деякі дослідники схильні виводити назву міста від дієслова «сумувати», апелюючи до почуттів переселенців, що опинилися далеко від рідних земель.
важливе побачити

с..у..м..и	важливе побачити
Сумська міська рада майдан Незалежності, 2 40000, м. Суми, Україна +38 0542 700 560 visit.sumy.ua	

	важливе побачити
	с..у..м..и

с..у..м..и
важливе побачити

с..у..м..и	
важливе побачити	Сумська міська рада майдан Незалежності, 2 40000, м. Суми, Україна +38 0542 700 560 visit.sumy.ua

9.2. формат, матеріал, спосіб нанесення

Візитна картка

Формат: 90х50 мм. Матеріал: офсетний папір 300 г/м або дизайнерський папір 285 - 350 г/м. Друк: офсетний, шовкотрафаретний або цифровий.

Фірмовий бланк

Для виготовлення бланків застосовується білий папір з гладкою текстурою щільністю 150 г/м². Формат: А4 (210х197 мм). Матеріал: офсетний папір білого кольору щільністю не менше 90 г/м. Спосіб друку: цифровий або офсетний. Для оформлення бланків слід застосовувати логотип та слоган. Фірмовий бланк рекомендовано використовувати для офіційних документів, листів, повідомлень, інвестиційних проектів тощо.

Конверти

Матеріал: офсетний папір білого кольору щільністю не менше 80 г/м². Спосіб друку: цифровий або офсетний.

Реєстраційна папка

Розмір: 280х320х85 мм. Переплетений картон 3 мм. Повнокольоровий друк 4+4. Механізм кріплення: сегрегатор. Оздоблення: люверс на торці і металеві нижні кути. Глянцева ламінація 1+1.

Бейдж зі шнурком

Бейдж пластиковий. Шнурок з повнокольоровим друком. Колір шнурка рекомендовано обирати згідно фірмових кольорів.

Значки

Значки ламіновані круглі. Діаметр: на вибір. Повнокольоровий друк. Кріплення: булавка.

Блокнот

Формат: А5 (148х210 мм). Обкладинка: крейдовий папір, картон, ПВХ, та ін. Цифровий друк або офсетний 1+0. Внутрішній блок: 50 листів. Офсетний друк. Металева пружина по довгій стороні.

Олівець

Для брендування слід обирати моделі фірмових кольорів. Олівець круглий. Спосіб нанесення: тамподрук.

Екаторба

Розмір на вибір. Матеріал на вибір. Спосіб нанесення: залежно від матеріалу. Логотип рекомендовано обирати фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу.

Сувенірна чашка

Чашки фірмових кольорів з нанесенням логотипу. Матеріал: кераміка. Спосіб нанесення: деколь 4+0 або сублімація 4+0.

Стаканчик Take away

Друк: повнокольоровий.

Футболки

Футболка з круглим коміцем. Футболки рекомендовано обирати фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу. Спосіб друку: залежно від матеріалу.

Бейсболка

Бейсболку рекомендовано обирати фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу. Спосіб друку: залежно від матеріалу.

Світшот

Світшоти рекомендовано обирати фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу. Спосіб друку: залежно від матеріалу.

Рюкзак

Рюкзак рекомендовано обирати фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу. Спосіб друку: залежно від матеріалу.

Парасолька

Парасолька з логотипом. Слід обирати моделі парасольок, згідно фірмових кольорів (пункт 2.3) з нанесенням логотипу. Матеріал: поліестер. Спосіб нанесення: залежно від матеріалу.

Прапор

Прапор рекомендовано обирати темно-зеленого або темно-синього кольорів з нанесенням логотипу. Спосіб друку: сублімація.

9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



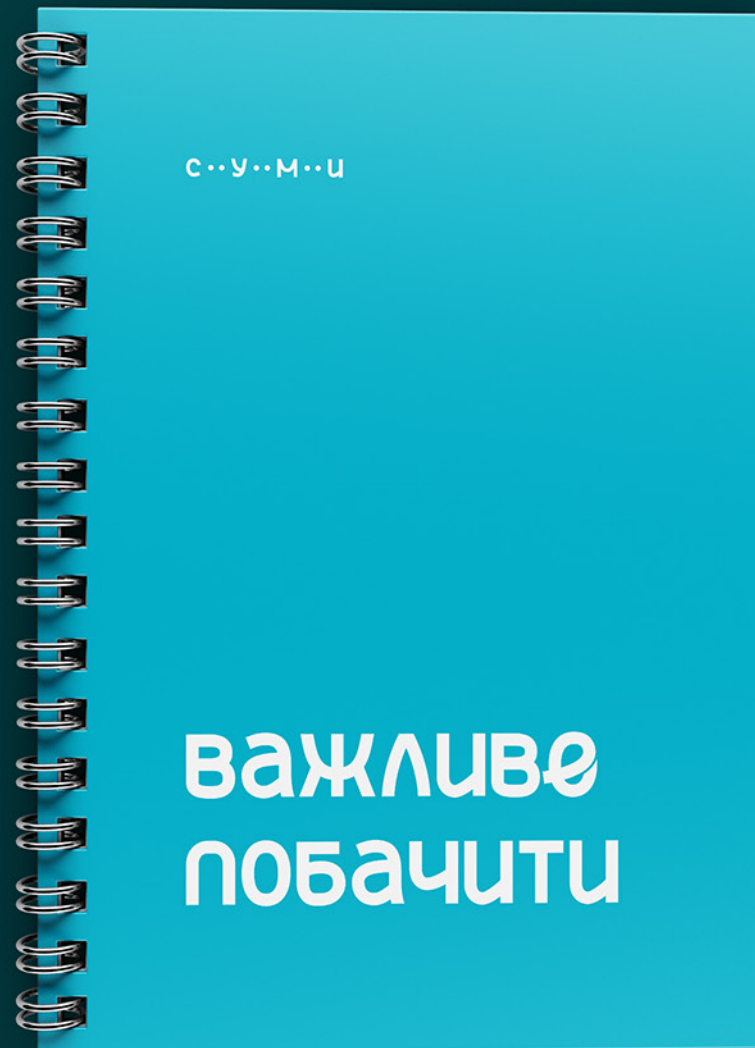
9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція

с..у..м..и

**важливе
побачити**

9.3. акцидентна та
сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та
сувенірна продукція

важливе
побачити

с..у..м..и

9.3. акцидентна та сувенірна продукція



9.3. акцидентна та
сувенірна продукція



9.3. акцидентна та сувенірна продукція

**важливе
побачити**

с..у..м..и

9.4. постери, борди та сітлайти



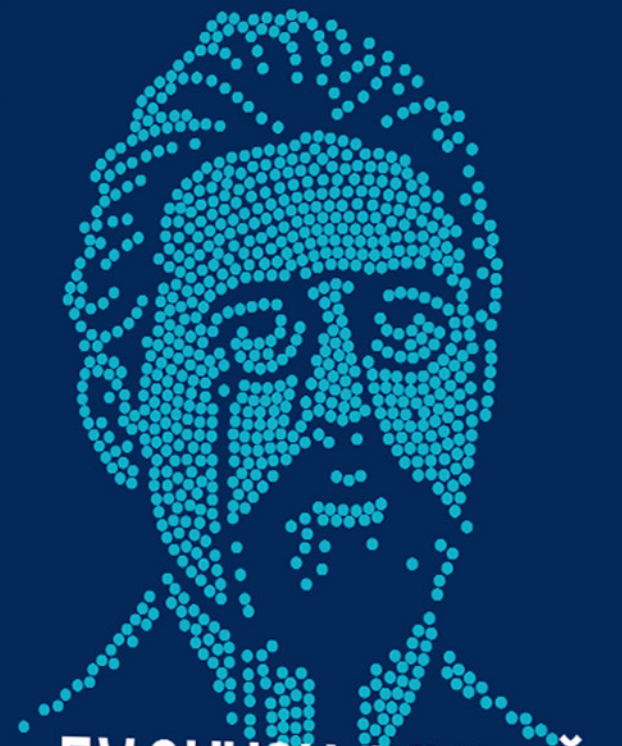
9.4. постери, борди та сітлайти



9.4. постери, борди та сітілайти



«УКРПРОМБАНК»



БУДИНОК-МУЗЕЙ
а. н. чехова

С...У...М...И

Дізнавайтесь про всі актуальні події
на міському порталі

9.4. постери, борди та сітілайти



«УКРПРОМБАНК»

класика
повертається
у вересні

Дізнавайтесь про всі актуальні події
на нашому порталі

СУМ

9.4. постери, борди та сітлайти



9.5. MICTO



9.5. МІСТО



Центральний міський парк



кав'ярня набережна



вул. набережна р. стрілки

9.5. МІСТО



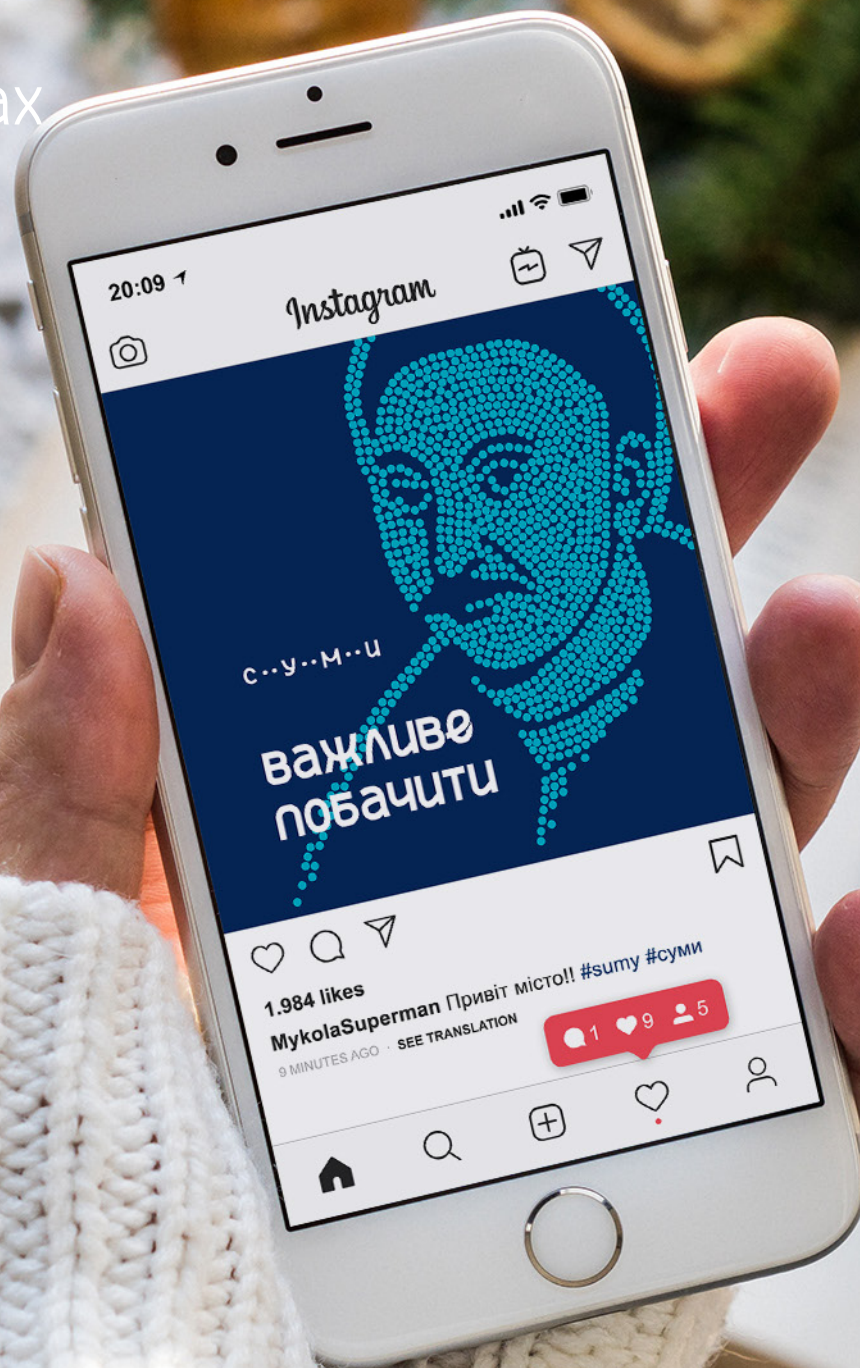
9.5. МІСТО



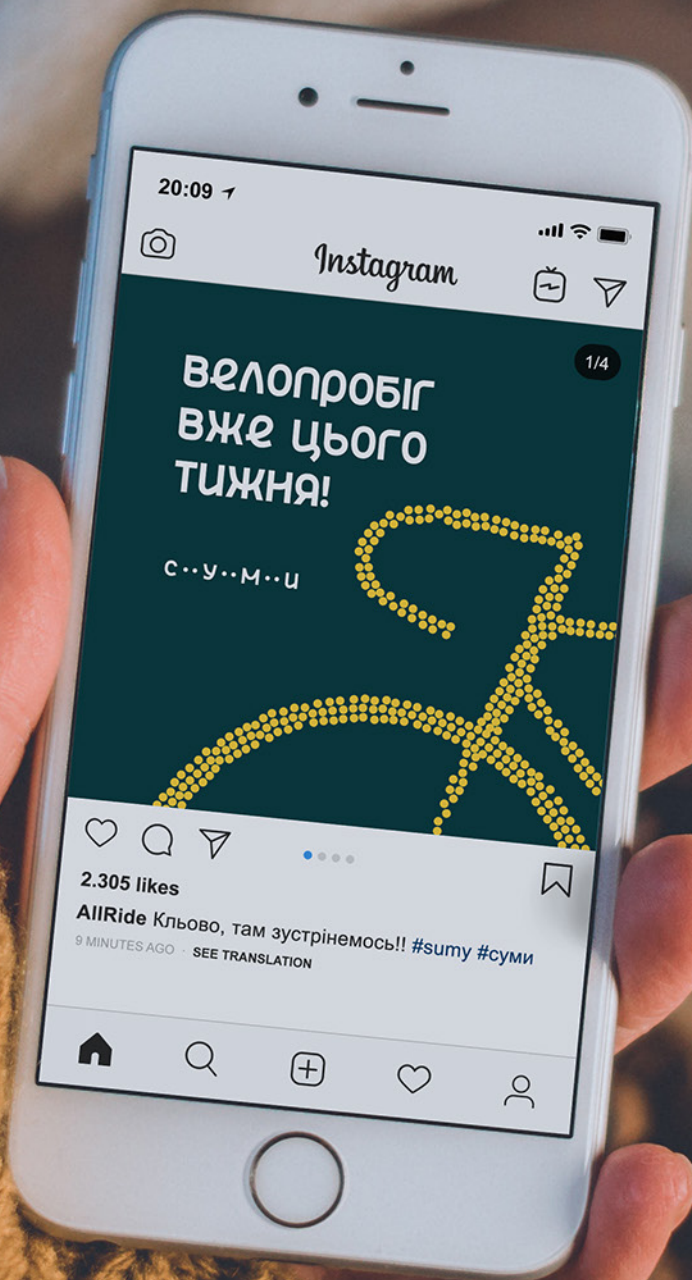
9.5. МІСТО



9.6. Банери в соц. мережах



9.6. Банери в соц. мережах





С..У..М..У



С...У...М...И



с..у..м..и

Авторське право на розроблений брендбук міста Суми цілком належить Сумській міській раді.

Використання атрибутів бренду міста Суми здійснюється на безоплатній основі.

При використанні атрибутів бренду міста Суми дотримання правил брендбуку є обов'язковим.

Розробником бренду міста та його атрибутів (позиціонування, легенда, логотип, слогани, фірмовий стиль та його елементи) є ТОВ «РВО «Шоколад».