

АЙДЕНТИКА ПАРКА

Разработка фирменного стиля – сложный процесс создания визуального имиджа проекта. Прежде всего, это выбор четкого стратегического направления рекламной, сувенирной продукции и печатной полиграфии, расстановка ориентиров относительно концепции.

Традиционно фирменный стиль включает следующие элементы:

- Логотип
- Фирменный знак
- Фирменные графические элементы
- Цвет или комбинация цветов
- Шрифты

Логотип — это основа фирменного стиля. Он представляет собой название, оформленное определенным образом: с помощью уникального шрифтового начертания или написанное в технике каллиграфии. Логотип помогает потребителю понять, какому бренду принадлежит продукт или реклама, и быстрее запомнить компанию. Важно, чтобы слово можно было без труда прочесть, начертание хорошо смотрелось в любом масштабе, а пластика букв отражала характер бренда.

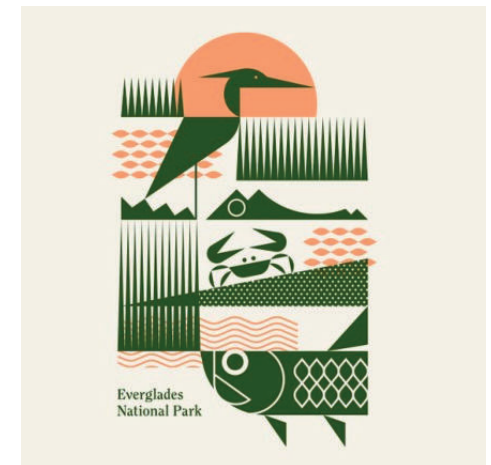
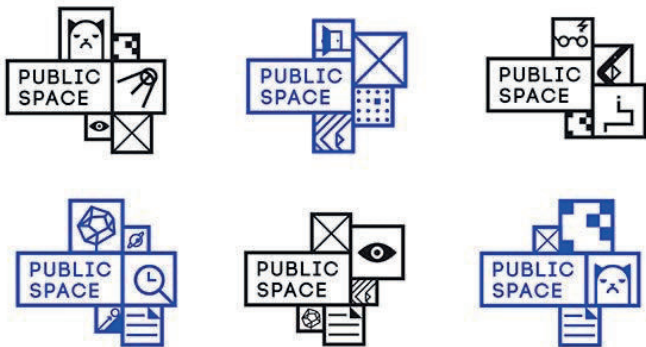
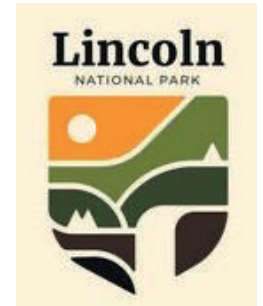
ПРИМЕРЫ ЛОГОТИПОВ ПАРКОВ В ГОРОДАХ РОССИИ



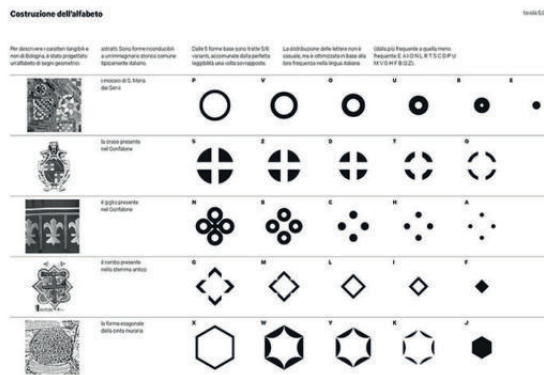
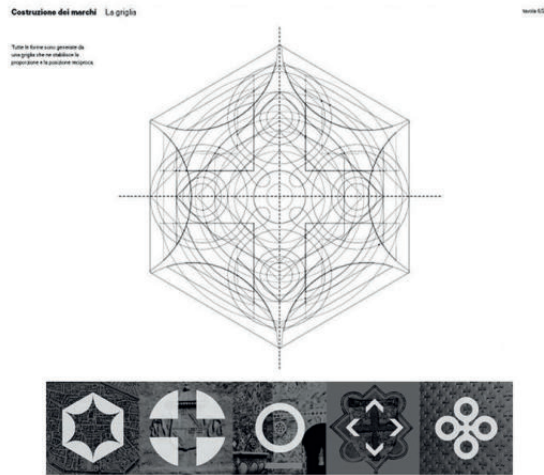
МИРОВОЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ЛОГО ДЛЯ ПАРКА

National
Parks
of Japan

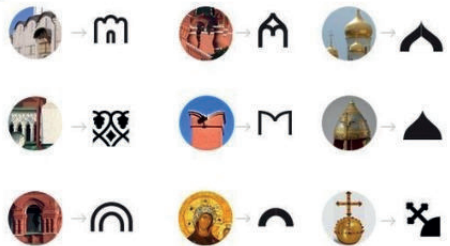
国立公園



Фирменные графические элементы—более сложный инструмент для отстройки от конкурентов и способ донести образ бренда до аудитории. Это могут быть паттерн, иллюстрация, геометрические объекты и т. д.



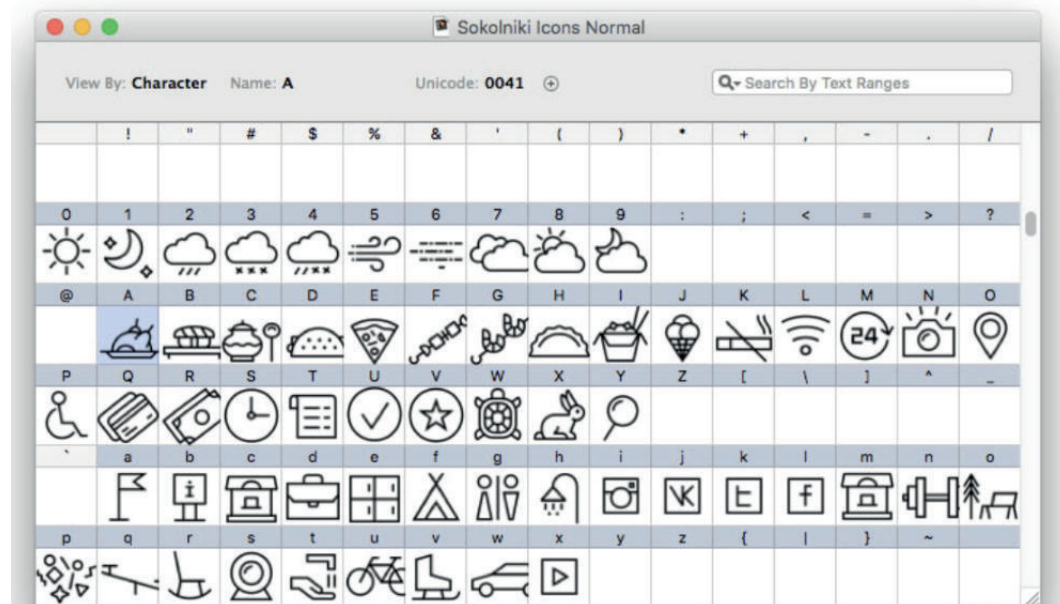
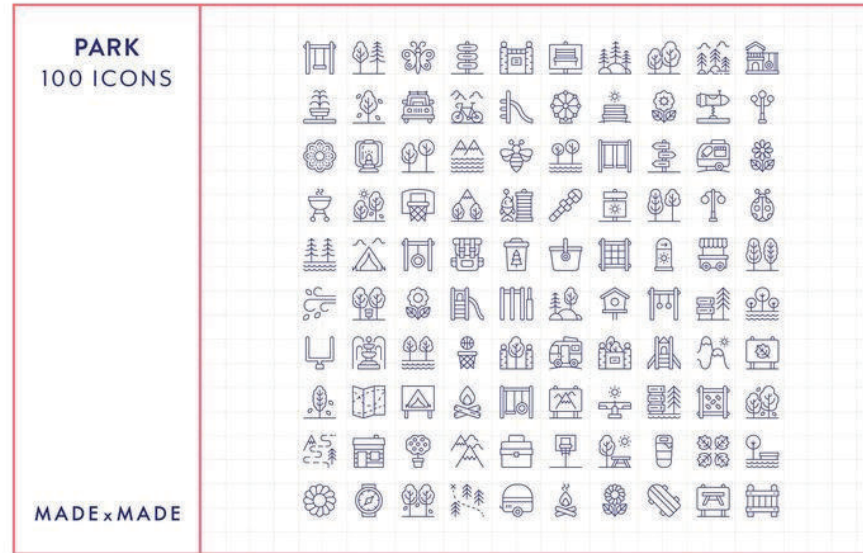
Elementi che sono necessari e questo è buono



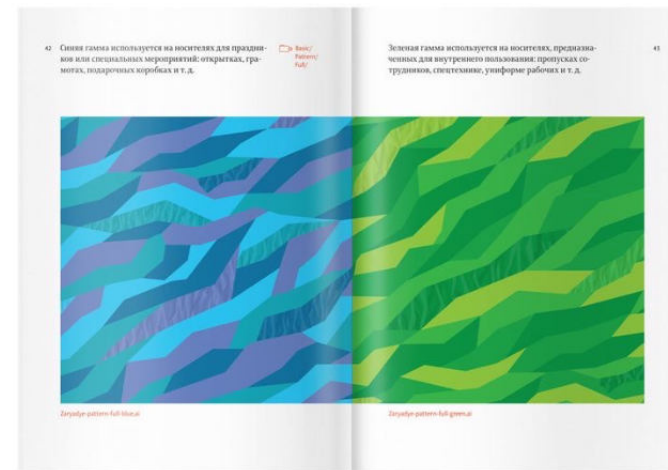
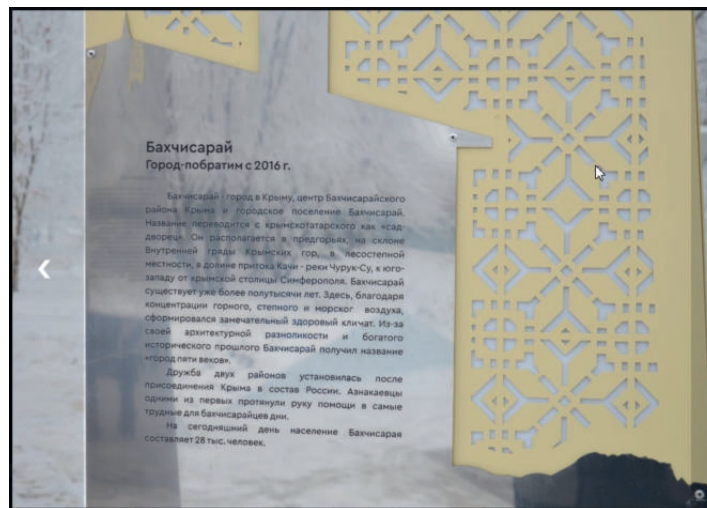
Talora mi hanno detto che sono molto bravo



Отдельно для парка необходимо разработать фирменные иконки для плана и навигации.

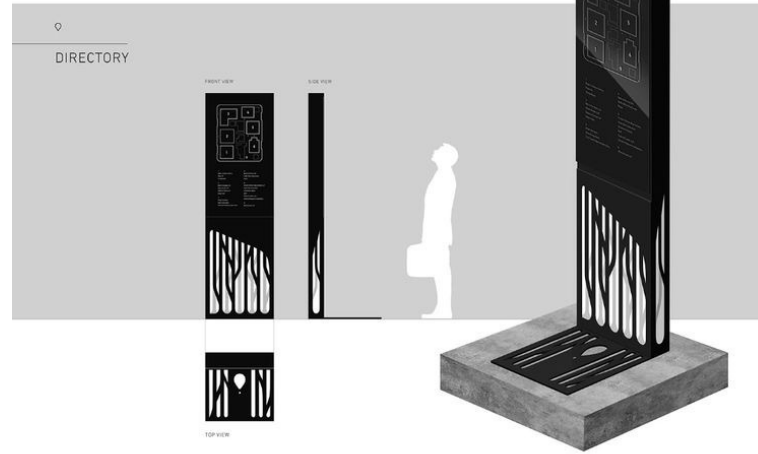


В качестве фирменной графики можно использовать паттерн.



НОСИТЕЛИ

КАК ЧАСТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВА • ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ



НОСИТЕЛИ

КАК ЧАСТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВА • НАВИГАЦИЯ



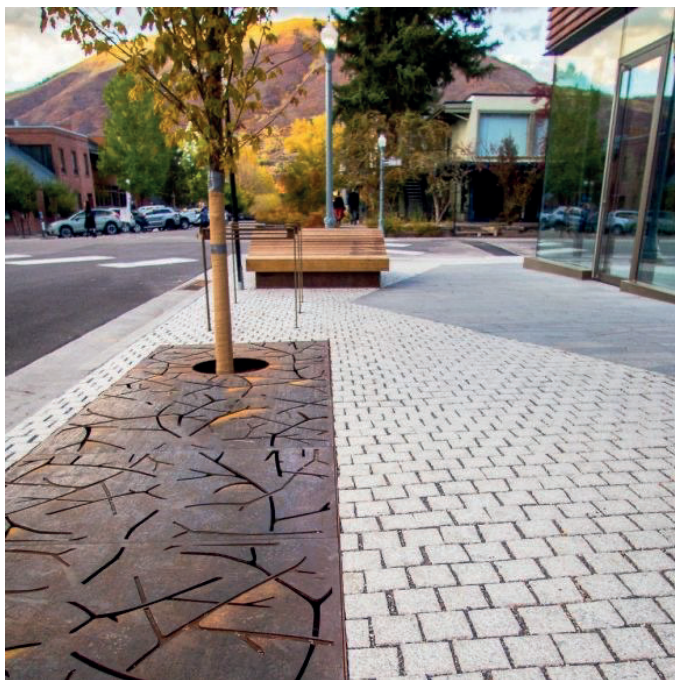
НОСИТЕЛИ

КАК ЧАСТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВА • СКАМЕЙКИ



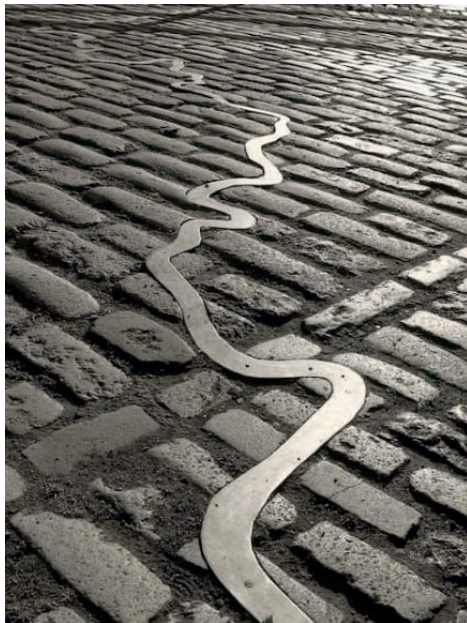
НОСИТЕЛИ

КАК ЧАСТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВА • ЛИВНЕВКИ



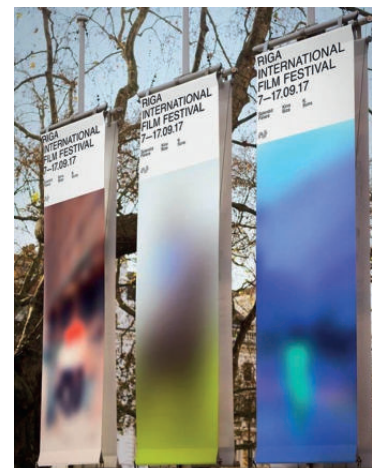
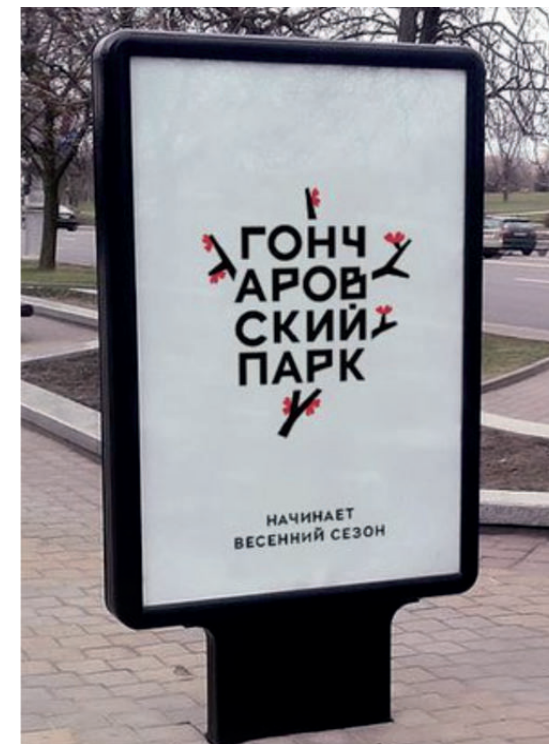
НОСИТЕЛИ

КАК ЧАСТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВА • ПРОЧЕЕ



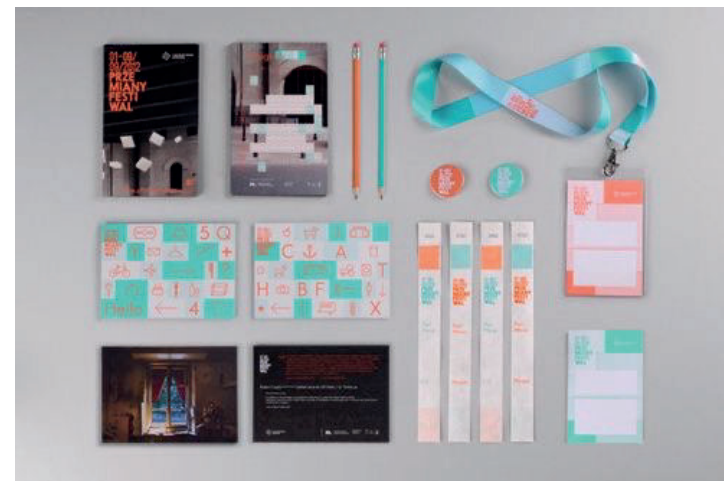
НОСИТЕЛИ

РЕКЛАМА И СИТИФОРМАТ



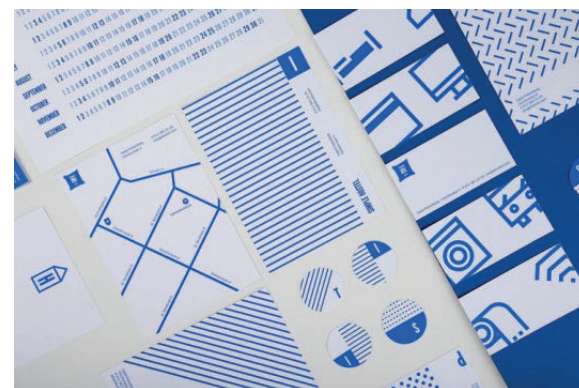
НОСИТЕЛИ

МЕРЧ



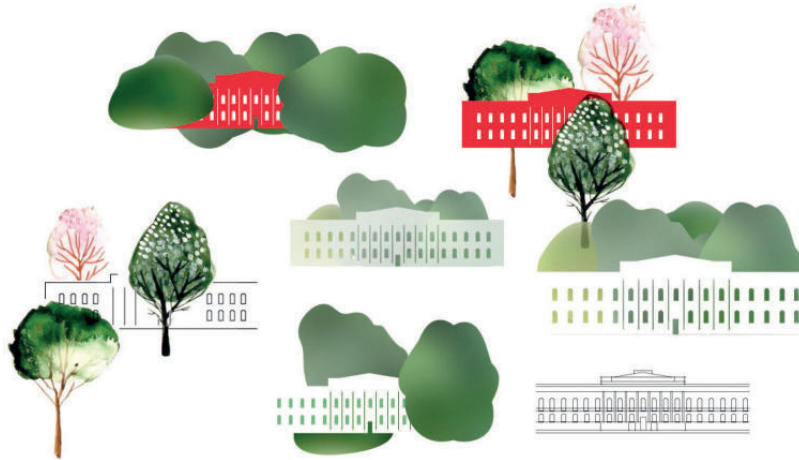
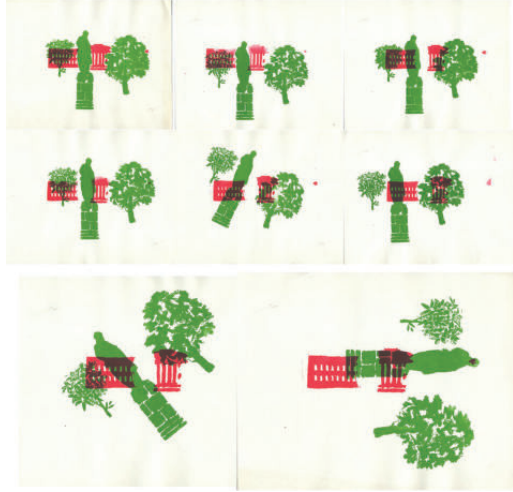
17

холщевые сумки



ПАРК ШЕВЧЕНКО

ПАРК ШЕВЧЕНКО



ПАРК ШЕВЧЕНКА



СОКОЛЬНИКИ

2.2 Основная версия логотипа (кириллица)

Предложенный логотип — это олицетворение природы и культуры на основе лесной структуры парка. Прямые и изогнутые линии, которые имитируют естественный природный узор, и линии вывета дополнительно охватывают ветви характерной деятельности.

Сдвинуто логотип является олицетворением на индивидуальности парка, которое подчеркивает широкую культурную основу, которую имитирует выветривание в жизни работы и отпуску одним из главных направлений России на отдыхе.

3.1 Визитка

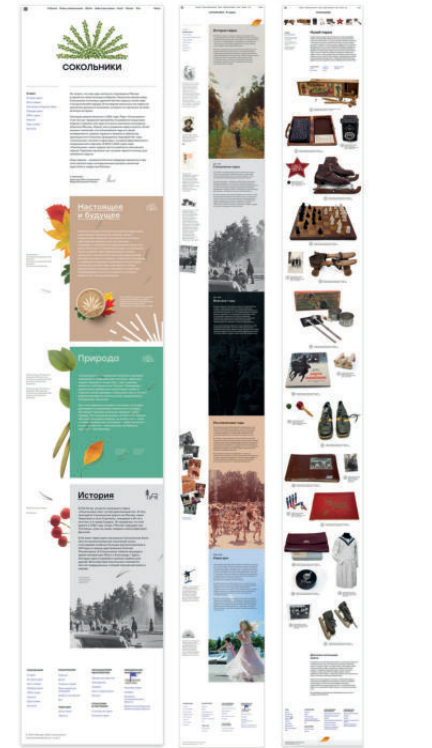
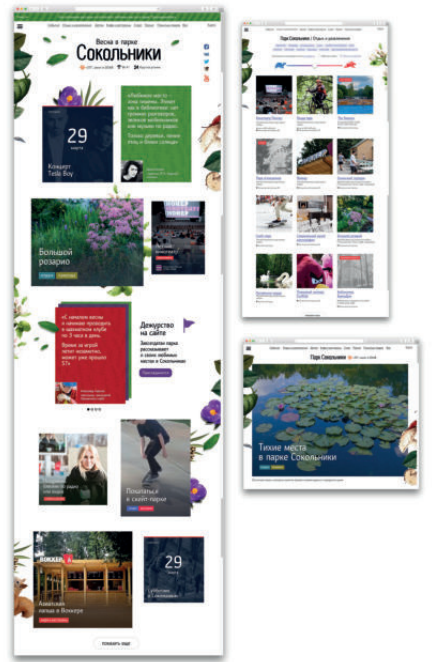
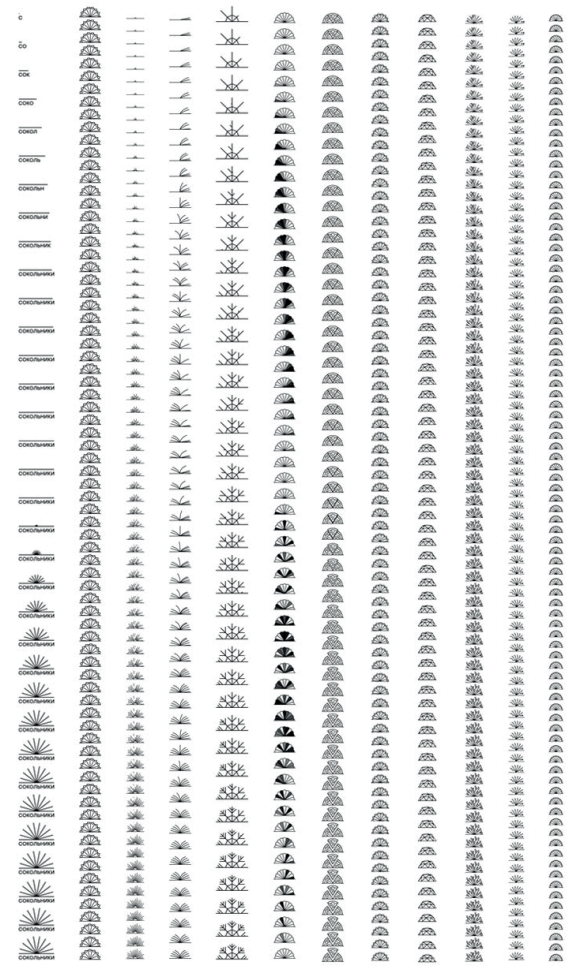
Визитки должны быть индивидуальными, выделенными, и содержать информацию о парке.

ЮЛТБ, Москва, Сокольнинский вал 1 +7 (499) 319-319-222 hi@park.sokolniki.com

2.9 Графическое развитие логотипа

2.14 Материалы

4.1 Карта парка



1

Весна в парке
СОКОЛЬНИКИ

+25°, закат в 20:48 Wi-Fi 24 Круглосуточно

Графика, нарисованная от руки

2

Свободная верстка подборок



Сезонный гербарий

ПАРК ЗАРЯДЬЕ

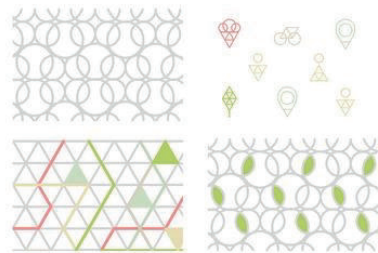




ПИКТОГРАММЫ



ФИРМЕННЫЕ ПАТТЕРНЫ



中英文指定字體群
Chinese & English Fonts

小塚ゴシック Pro

Light 內文使用 | Medium 副標使用 | Bold 大標使用

金門縣政府
視覺識別系統設計
規範手冊

金門 | 固若金湯、雄鎮海門
名始於明洪武年間，鑿城隍廟於此，內得海靈，外制台澎。「固若金湯、雄鎮海門」，名「金門」。明末鄭成功反清復明，親駐金門，東渡台灣驅荷蘭復台。

Din Next Slab

Light for Text | Medium for Title | Bold for Headline

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890-!@#\$%^&'()*_+=~{|}:"'/?

KINMEN history

Kinmen safeguarded Zhangzhou and Xiamen up close and controlled Taiwan and the Pescadores from afar.

色彩計畫
Color Plan

金門各地建築富含人文歷史，透過色彩影響每個村落、每個人，以石碑、紅磚顏色為主要色彩計畫，搭配石頭的輔助色。



形象標誌背景色使用規範
Background Color Standard



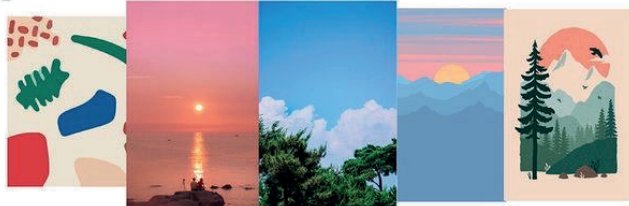


휴식을 위해
FO REST #

제작기간 2019년6월~11월
창간인원 1인



Motive Image



Brand Story

포 레스트 산은 다양한 스프리드아웃과 각종 스포츠 환경을 갖추고 있는 브랜드입니다. 포 레스트가 가지고 있는 건강과 행복을 이루었던 다양한 디자인 스토리들을 보실 수 있습니다.

Keyword



FOR REST 휴식을 위해

우리가 원, 그들이 되어주는 숲을 표시하여 만들어 되었습니다. 잠재적인 디자인 또한 자연적인 형태들로 제작되었습니다.



*자연 후느반딩?

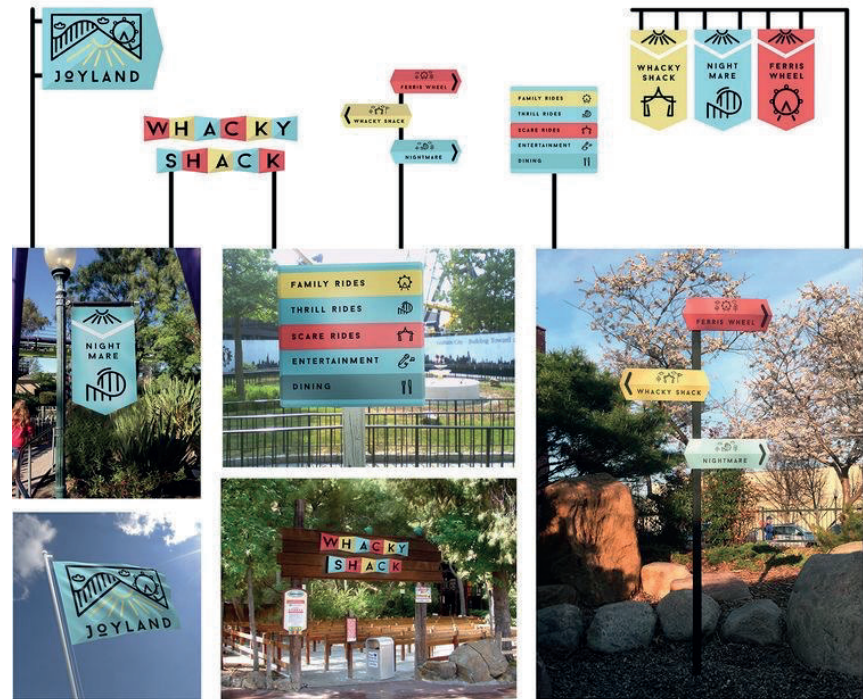
한편을 향하고 싶었던 다양한 스토리들을 자연스럽게 표현해내고, 숲에서 모든 환경에서 자연스럽게, 휴식과 자연을 만들고, 그곳을 공유하는 데 있어 많은 환경들이 필요하고, 혼자서 생각할 수 없는, 신중하게 만드는 것은, 모두가 함께, 브랜드가 의미있는, 가치있게 만들어 줄수 있는, 디자인이 되었습니다.



JOYLAND IS THE NEXT GENERATION THEME PARK THAT ALLOWS INDIVIDUALS OF ALL AGES TO FACE GRAVITY, FACE FIRST.



BARON NEUE:
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ



RACHEL WHITE