



Бренд-бук Експортного бренда України

Керівні принципи



Бренд-бук Експортного бренду України
розроблено Офісом з просування
експорту за підтримки Європейського
банку реконструкції та розвитку у
рамках ініціативи EU4Business
Європейського Союзу.

© 2018, Офіс з просування експорту.
Всі права захищено.

Розділ I. Розділ I. Бренд-платформа Експортного бренду України

Вступ

1.1.	Що таке Експортний бренд України	7
1.2.	Взаємозалежність бренду країни та Експортного бренду	7
1.3.	Світові тренди формування експортних брендів у світі	8
1.4.	Місія Експортного бренду	9
1.5.	Візія Експортного бренду	10
1.6.	Цінності Експортного бренду України	11
1.7.	Цілі та завдання Експортного бренду України	12
1.8.	Цільові групи Експортного бренду	13
1.9.	Виміри, в яких живе Експортний бренд	14
1.10.	Користь від Експортного бренду для бізнесу	15
1.11.	Ключове повідомлення Експортного бренду України	16
1.12.	Слоган Експортного бренду України – Trade with Ukraine	17
1.13.	Адаптація слогану бренду до експортних галузей	17
1.14.	Взаємозв'язок загальнонаціонального бренду України	19
	UkraineNOW та Експортного бренду	

Розділ II. Графічна частина Експортного бренду України

Вступ

2.1.	Логознак та фірмовий блок	22
2.2.	Правила адаптації фірмового блоку до галузей	25
2.3.	Можливості адаптації логознака U до галузей	26

2.4.	Правила побудови галузевої піктограми	27
2.5.	Варіанти компоновання	29
2.6.	Безпечні зони	30
2.7.	Мінімальний розмір логотипа	31
2.8.	Недопустимі варіанти використання логотипа	32
2.9.	Інверсна та чорно-біла версія	33
2.10.	Використання на кольорових фонах та фотоматеріалах	34
2.11.	Фірмові кольори	36
2.12.	Фірмові шрифти	37
2.13.	Фірмовий паттерн	39

Розділ III. Приклади використання Експортного бренду

3.1.	Використання online	41
3.2.	Радіо і телебачення	42
3.3.	Друкована реклама	43
3.4.	Брендвол	44
3.5.	Інформаційне пано	45
3.6.	Використання з державною символікою	46
3.7.	Сувенірна продукція	47

Розділ IV. Ко-брендинг

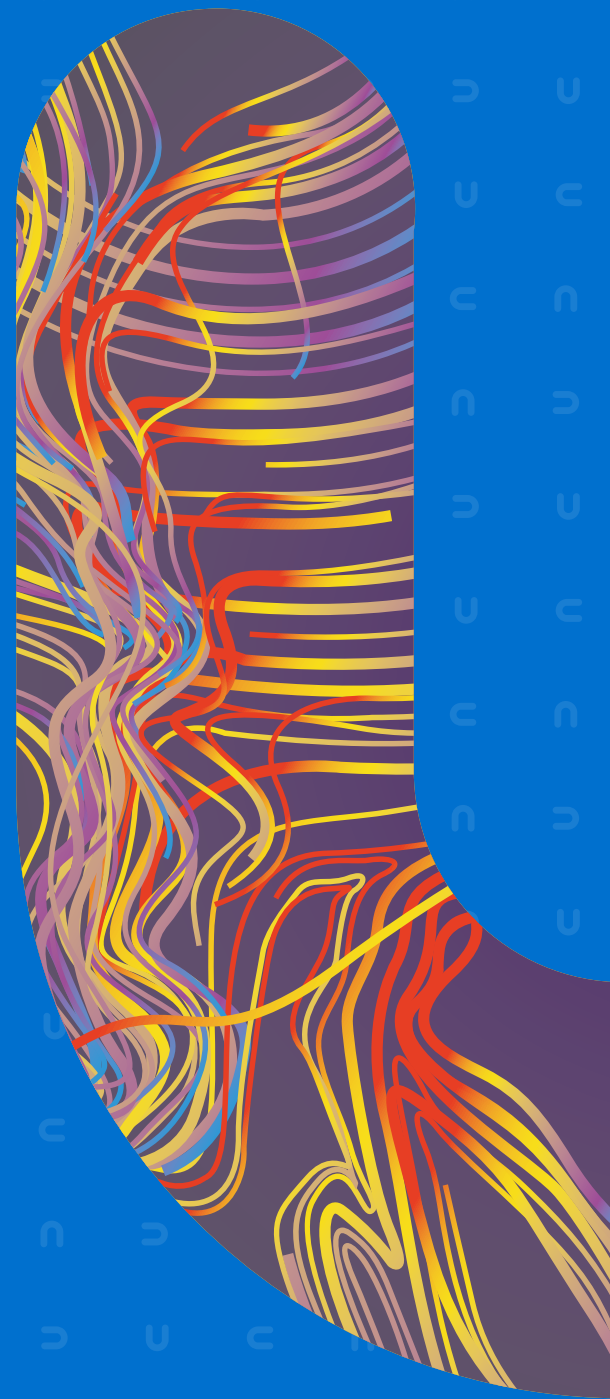
4.1.	Правила ко-брендингу Експортного бренду та бренду UkraineNOW	58
------	--	----

Розділ V. Матеріали для завантаження

5.1.	Матеріали для завантаження	60
------	----------------------------------	----

Розділ I

Бренд-платформа Експортного бренда України



Українські товари та послуги, що продаються на іноземних ринках, формують міжнародний імідж України. Кожен проданий український товар чи послуга призвичаює світ купувати й цінувати українське, формуючи бренд України як надійного торгового партнера.

НАВІЩО УКРАЇНІ ЕКСПОРТНИЙ БРЕНД?

Експортний бренд – це беззастережний кредит довіри до товару чи послуги завдяки потужному бренду країни походження.

Бренд країни походження впливає на рішення іноземного споживача обрати українське з-поміж рівнозначних товарів. Отже, сильний Експортний бренд потрібен українському бізнесу. Він спрощує вихід на нові ринки, допомагає українським експортерам продавати більше, знижує витрати на просування й рекламу українських товарів та послуг.

ОБ'ЄДНАВШИ ЕКСПОРТЕРІВ ЕКСПОРТНИМ БРЕНДОМ, УКРАЇНА ПОЗИЦІОНУЄ СВОЮ РОЛЬ ТА МІСІЮ У СВІТОВІЙ ТОРГІВЛІ

Українські експортери, об'єднані Експортним брендом, презентуватимуть Україну у світі ідентично й послідовно:

- єдине візуальне брендування українських експортерів на міжнародних ЕКСПО та галузевих виставках забезпечить впізнаваність Експортного бренда у світі;
- повсякчасна комунікація основних повідомлень Експортного бренда через маркетингові та рекламні матеріали підвищить обізнаність міжнародних споживачів про основні характеристики українських товарів;
- систематичне інформування про можливості і конкурентні переваги експортно орієнтованих галузей України підвищить попит на товари з високою доданою вартістю. Саме такі товари експортувати найвигідніше.

Про експортний брендинг

Бренд-платформа та бренд-бук Експортного бренда включають інтелектуальні смисли та візуальну айдентику Експортного бренда. Експортний брендинг України - це глибокі сенси, здатні створювати позитивні асоціації з Україною.

Робота на Експортним брендом тільки починається. До неї залучені десятки тисяч людей — від державних службовців і дипломатів до підприємців (українських експортерів товарів і послуг), бізнес асоціацій та торгово-промислових палат. Це лише перший крок у системному торговому брендуванні країни, перший – але надзвичайно важливий.

1.1. ЩО ТАКЕ ЕКСПОРТНИЙ БРЕНД УКРАЇНИ

Експортний бренд України - це цілісний комплекс емоцій, асоціацій та характеристик товарів і послуг з України, у свідомості споживачів.

Український експорт якісно змінює асоціації та емоції, які пов'язують з Україною міжнародні партнери. Якість та інноваційність українського експорту переконують світ, що Україна - країна, яка працює за міжнародними стандартами та є перспективним торговельним партнером.

1.2. ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ БРЕНДА КРАЇНИ ТА ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА

Експортний бренд – це не лише важлива частина бренду країни. Він формує 50% бренду країни, впливаючи на потужність трьох з шести його показників – товари та послуги, бізнес клімат і туризм.

Потужність бренду країни у світі оцінюють, вивчаючи асоціації респондентів з країною принаймні за шістьма показниками¹:

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ПОТУЖНОСТІ БРЕНДА КРАЇНИ

ЦІННОСТІ	ЯКІСТЬ ЖИТТЯ	БІЗНЕС-КЛІМАТ	ІСТОРІЯ ТА КУЛЬТУРА	ТУРИЗМ	ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ
політична свобода	медицина	розвиток технологій	природна краса	вартість подорожі	автентичність
толерантність	освіта	розвиток інфраструктури	історичні місця	туристичні принади	якість
екологія	рівень життя	сприятливість бізнес-середовища	розвиток культури та мистецтва	національна кухня	унікальність
	безпека				

¹ Посилання на методологію дослідження Country Brand Index компанії Future Brands.

1.3.

СВІТОВІ ТРЕНДИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНИХ БРЕНДІВ У СВІТІ

Тренди дають змогу зазирнути в майбутнє світового експорту. Подані нижче тренди визначені під час досліджень, проведених у 2017 році: дослідження *The Nation Brands Index 2017*, проведеного компанією *GfK* та дослідження *Made-In-Country Index, 2017*, проведеного компанією *Statista*.

Вивчення трендів допомагає зрозуміти, яким має бути експортний бренд України.

Тренд №1: Експортна пропозиція країни (експортний бренд) допомагає відповідати на глобальні виклики людства.

Щоб збільшувати ВВП та добробут України, українцям варто виробляти та експортувати такі товари і послуги, які приносять користь людству.

Тренд №2: Експортний бренд країни варто будувати на вже сформованому в аудиторії позитивному сприйнятті корпоративних брендів з цієї країни.

Країна походження та виробництва продукту (експортний бренд, маркування *Made in Ukraine*) визначає вибір споживача, який обирає між двома рівноцінними експортованими товарами.

Історії успіху за кордоном українських

компаній мають стати фундаментом сильного Експортного бренда.

Тренд №3: Серед цінностей сильних експортних брендів - технології, інновації та стійкий розвиток.

Конкурентоспроможні продукти – інноваційні й технологічні товари та послуги з високою доданою вартістю.

Український експорт мають складати продукти переробки, готові продукти, технології та інновації, а не сировина.

Тренд №4: Експортний бренд – це національна відзнака якості (The National Quality Mark).

Експортний бренд країни – це гарантія якості товарів та послуг, що експортуються.

Невідповідність лише одного товару, одного експортера, однієї галузі - ризик для репутації національного Експортного бренда.

Експортний бренд України з часом трансформується у національну відзнаку якості *Made in Ukraine*, яка належатиме та контролюватиметься державою.

Створити потужний бренд України як надійного
торгового партнера для світу.

Сприяти створенню потужної платформи для побудови та зміцнення позицій компаній-експортерів на світовому ринку. За рахунок якості, автентичності та вигідності української продукції збільшити інвестиції, туристичну активність та зацікавленість міжнародних партнерів у співпраці з Україною.

1.6.

ЦІННОСТІ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА УКРАЇНИ

Корисність.

Експортна пропозиція України корисна світові, допомагає відповідати на виклики людства. Україна стає заможнішою, працюючи заради добра людства.

Чесність.

Експортна пропозиція України чесна. Українські виробники виконують обіцяне. Українські товари якісні, служать довго, надійно та пропонують конкурентне співвідношення ціна - якість.

Конкурентоспроможність.

Експортна пропозиція України – технологічна, інноваційна та креативна.

Автентичність.

Товари Made in Ukraine сприймаються як виняткові, натуральні, справжні, такі, що передають код нації.

1.7.

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА УКРАЇНИ

Бажання будувати єдине, спільне майбутнє з розвинутим світом мотивує сучасних українців працювати, створювати, розповідати світові про Україну через історії окремих виробників та брендів.

Ціль Експортного бренда – закріпити у свідомості міжнародних споживачів унікальні якісні характеристики українських товарів та послуг і прискорити розвиток українського експорту.

- позиціонувати Україну як вигідного торгового партнера, що продає якісну, автентичну, інноваційну та креативну продукцію;
- збільшити обсяги українського експорту та вигідно презентувати експортно орієнтовані галузі України імпортерам;
- заявити міжнародним партнерам, що українські виробники товарів та послуг є важливими гравцями прогресивного світу, а їх продукція є унікальною, якісною та конкурентоспроможною;
- побудувати спільне майбутнє з розвинутим світом;
- знизити витрати на просування й рекламу українських товарів та послуг, спростити процес виходу на нові ринки для українських експортерів.

1.8. ЦІЛЬОВІ ГРУПИ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА

Ядро 1:

українські виробники товарів та послуг,
трейдери, професійні покупці, галузеві
та бізнес-асоціації

Ядро 2:

іноземні компанії-виробники, іноземні
асоціації та ТПП, іноземні галузеві та
бізнес-медіа

Ядро 3:

посольства та уряди

Ядро 4:

локальні та іноземні споживачі

1.9.

ВИМІРИ, В ЯКИХ ЖИВЕ ЕКСПОРТНИЙ БРЕНД

Експортний бренд існує у чотирьох вимірах: функціональному, емоційному, суспільному та духовному. Експортний бренд може співвідноситися зі споживачами українських товарів в одному, кількох або в усіх чотирьох вимірах.

Українські товари мають функціональну корисність, викликають емоцію, задовольняють потреби суспільства та передають духовні цінності.

ДЛЯ ЧОГО ЕКСПОРТЕРОВІ ЗНАТИ ПРО ЧОТИРИ ВИМІРИ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА?

Дослідивши, в якому з чотирьох вимірів експортного бренда більшою мірою зосереджені потреби покупця, експортери можуть будувати ефективніші маркетингові комунікації та переконливіше доводити, що саме українські товари якнайкраще задовольняють потреби покупця.

Функціональний

Українські товари надійні: відповідають європейським та світовим стандартам якості, довговічності, сучасності.

Емоційний

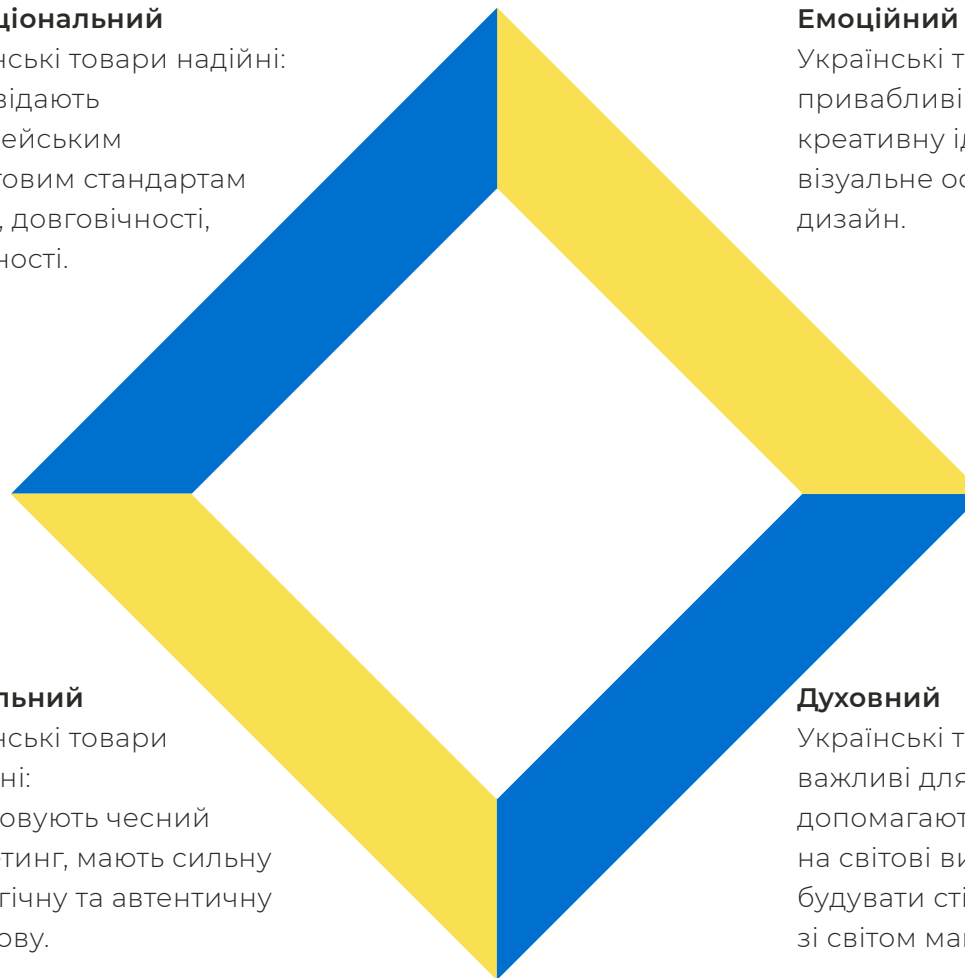
Українські товари привабливі: містять креативну ідею, сучасне візуальне оформлення і дизайн.

Суспільний

Українські товари корисні: вибудовують чесний маркетинг, мають сильну екологічну та автентичну складову.

Духовний

Українські товари важливі для світу: допомагають відповідати на світові виклики і будувати стійке, спільне зі світом майбутнє.



1.10. КОРИСТЬ ВІД ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА ДЛЯ БІЗНЕСУ

Експортний бренд спрощує вихід на нові експортні ринки.

Експортний бренд надає можливість кожному українському експортереві повсякчас користуватися репутацією всіх інших українських експортерів, незалежно від галузі. Цей ефект називають крос-категорійною підтримкою, коли споживач переносить позитивний досвід взаємодії з однією категорією товарів, походженням з України (наприклад, одяг), на незнайомі товари з іншої категорії, походженням з України (наприклад, продукти харчування). Сильний експортний бренд країни походження значно сприяє просуванню бренда компанії-виробника.

Отже, зв'язок між експортним брендом країни та корпоративними брендами експортерів - міцний, взаємозалежний та взаємовигідний.

Державна підтримка бренда Made in Ukraine дозволить виробникам значно знизити витрати на просування та рекламу і спростить процес виходу на нові ринки. Сильний експортний бренд особливо важливий для експортерів сегменту малого й середнього бізнесу. Додаткові витрати, пов'язані з просуванням на зовнішніх ринках, часто стають для них суттєвою перешкодою для розвитку експортного потенціалу.

1.11. КЛЮЧОВЕ ПОВІДОМЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА УКРАЇНИ

Україна – сучасна країна і надійний торговий партнер,
який експортує якісні, інноваційні, технологічні та
автентичні продукти.

1.12.**СЛОГАН ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА
УКРАЇНИ – TRADE WITH
UKRAINE**

Слоган - важливий елемент комунікації
ключового повідомлення Експортного
бренда країни.

Слоган Експортного бренду України – **Trade
with Ukraine**. Він спонукає до дії,
вмотивованої спільної роботи на результат,
закликає до міжнародного партнерства.

Дієслово наказового способу в поєднанні з
прийменником with сигналізують «готовність
до співпраці», що і є основною обіцянкою
бренда: «Україна готова до співпраці зі
світом».

1.13.**АДАПТАЦІЯ СЛОГАНУ БРЕНДУ
ДО ЕКСПОРТНИХ ГАЛУЗЕЙ**

Слоган Експортного бренду України – **Trade
with Ukraine** – основний експортний слоган,
що гармонійно трансформується у слогани
для різних експортних галузей.

Для здійснення трансформації необхідно
замінити дієслово “trade” у слогані бренду на
дієслово, що якнайкраще характеризує
відповідну галузь. При цьому граматична
конструкція слогану

**дієслово наказового способу +
with + Ukraine**

має зберігатися завжди.

ПРИКЛАДИ АДАПТАЦІЇ СЛОГАНА ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА

Галузь українською	Галузь англійською	Слоган	Піктограма
Харчова промисловість	Food & Beverages	Taste with Ukraine	
Кондитерська галузь	Confectionary	Taste with Ukraine	
Інформаційно-комунікаційні технології	Information & Communications Technology	Innovate with Ukraine	
Креативна галузь	Creative services	Create with Ukraine	
Виробник Іграшок	Toys	Create with Ukraine	
Парфумерія і косметика	Perfumes & Cosmetics	Create with Ukraine	
Меблева галузь	Furniture Industry	Create with Ukraine	
Машинобудування	Machinery	Manufacture with Ukraine	
Електротехніка	Electrical Machinery	Manufacture with Ukraine	
Аерокосмічна галузь: запчастини і компоненти	Aerospace: Spare parts & Components	Rocket with Ukraine	
Технічне обслуговування літаків	Aircraft Maintenance	Fly with Ukraine	

1.14.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДА УКРАЇНИ UkraineNOW ТА ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА

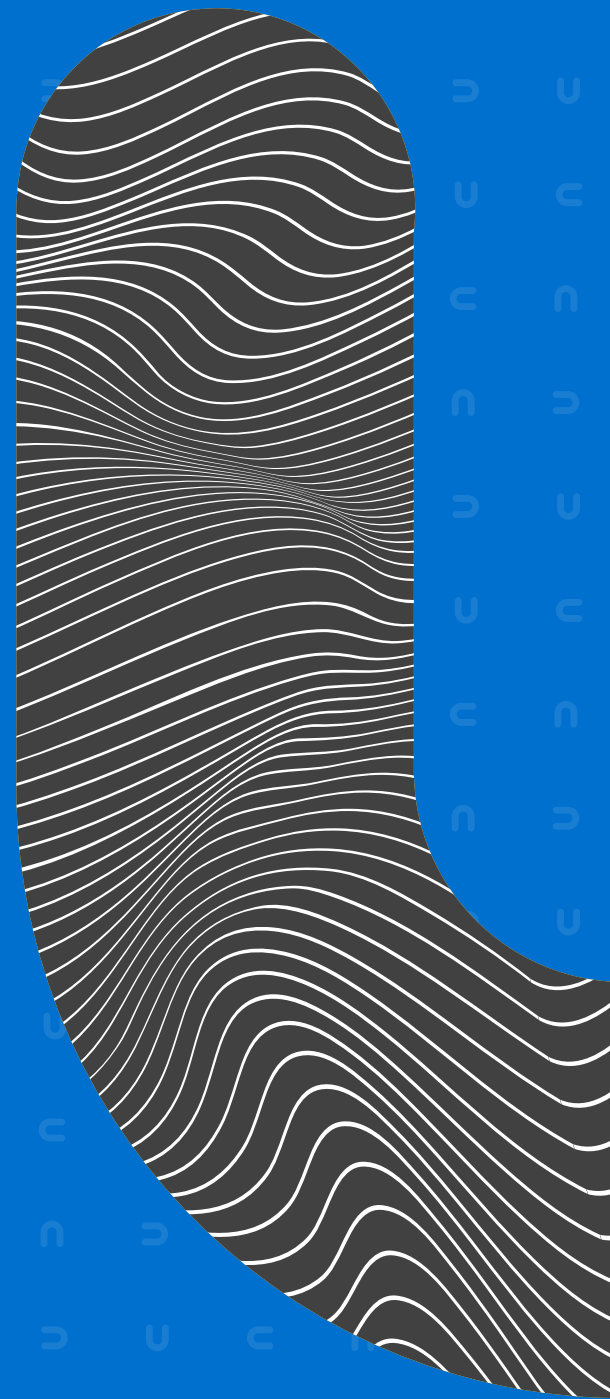
UkraineNOW – загальний бренд країни, що формує сприйняття України та українців у світі. Мета бренду UkraineNOW – позиціонування України через комунікацію повідомлень про загальнонаціональні цінності, якість життя, інвестиційні можливості, культуру і туризм.

Експортний бренд України презентує Україну як вигідного торгового партнера, що продає якісну, автентичну, інноваційну та креативну продукцію. Експортний бренд має на меті збільшити обсяги українського експорту та вигідно позиціонувати експортно орієнтовані галузі України серед імпортерів.

Експортний бренд базується на бренді UkraineNOW. Це відповідає політиці держави створювати стійкий емоційний та візуальний зв'язок між різними галузями та секторами.

Розділ II

Графічна частина Експортного бренда України



Для кого?

Бренд-бук Експортного бренда корисний індивідуальним експортерам, експортно орієнтованому бізнесові, галузям та галузевим об'єднанням.

Для чого?

Бренд-бук роз'яснює, як варто оформити виставкові площі, маркетингові та рекламні матеріали, маркувати товари для безпомилкової і послідовної ідентифікації експортної пропозиції з Україною. Експортний бренд-бук допомагає зрозуміти місію, візію, цінність та характеристики українського експорту, його основні комунікаційні повідомлення та конкурентні переваги на зовнішніх ринках.

Які завдання допомагає вирішувати бренд-бук Експортного бренда?

- послідовна, професійна та креативна ідентифікація українських експортерів на міжнародних ринках;
- ідентифікація та брендування національних та колективних виставкових площ, павільйонів та стендів на міжнародних ЕКСПО, міжнародних та національних галузевих виставках;
- системна комунікація ключового повідомлення експортної стратегії України: Україна – сучасна країна і надійний торговий партнер, який експортує якісні, інноваційні, технологічні та автентичні продукти;
- чітка та вигідна ідентифікація експортно орієнтованих галузей економіки України.

2.1. ЛОГОТИП ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА

Логотип Экспортного бренда – це фірмовий блок, який складається з логознака і слогана.

Логознак Экспортного бренда – це стилізована літера U з контекстною піктограмою.

Логознак може використовуватись як самостійно, так і з експортним слоганом.

Основним фірмовим блоком Экспортного бренда є логознак U синього кольору з піктограмою ua та основним експортним слоганом **Trade with Ukraine**.

Для ефективного використання Экспортного бренда у маркетингових та рекламних комунікаціях експортно орієнтованих галузей, всі елементи фірмового блоку – символ U, піктограма та експортний слоган – є адаптивними. Правила адаптації фірмового блоку Экспортного бренда до галузей наведені нижче.



Експортний бренд України з часом має трансформуватися у національну відзнаку якості Made in Ukraine, яка належатиме та контролюватиметься державою.

Логотип Експортного бренду органічно трансформується у візуальний знак якості Made in Ukraine. Правила побудови та використання національного знака якості Made in Ukraine є тотожними до правил побудови та використання логотипа Експортного бренду.



**Made
in
Ukraine**

Адаптивність логотипа Експортного бренда до галузей

2.2. ПРАВИЛА АДАПТАЦІЇ ФІРМОВОГО БЛОКУ ДО ГАЛУЗЕЙ

Основний фірмовий блок Експортного бренда може бути трансформований у галузевий фірмовий блок.

Галузевий фірмовий блок складається з логознака U, галузевої піктограми та галузевого слогана.

Галузева піктограма містить символ, який викликає чітку і безпомилкову асоціацію з галуззю та максимально влучно ілюструє специфіку галузі.

Галузевий слоган¹ англійською мовою завжди складається з дієслова наказового способу, прийменника with та власної назви Ukraine.



¹Правила формування галузевих слоганів наведені у п. 1.13 бренд-платформи Експортного бренда «Адаптація слогана бренда до експортних галузей»

2.3. МОЖЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ ЛОГОЗНАКА U ДО ГАЛУЗЕЙ

Основний колір логознака U – фірмовий синій колір. Однак, логознак U може використовуватися у якості трафарету для ілюстративних матеріалів, наприклад, фото зображень, графічних ілюстрацій, відео.

Зміст ілюстративних матеріалів має викликати чітку і безпомилкову асоціацію з галуззю та максимально влучно ілюструвати специфіку галузі.

Логознак U в якості трафарету можна використовувати разом із галузевою або основною піктограмою і галузевим або основним слоганом Експортного бренда.

Вимоги до матеріалів, які використовуються для трафарету:

- Журнал, буклет, флаєр, каталог: не менше 300 dpi
- Елементи оформлення виставкового стенда, зовнішня реклама, постери А1 і більше: не менше 150 dpi
- Інтернет: не менше 72 dpi
- Біл-борди: не менше 50 dpi



2.4.

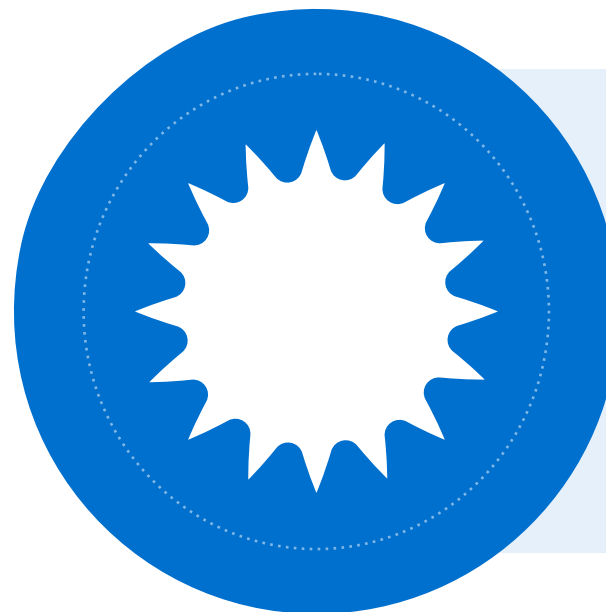
ПРАВИЛА ПОБУДОВИ ГАЛУЗЕВОЇ ПІКТОГРАМИ

Піктограма складається з двох елементів: кружечок синього кольору та символ білого кольору, який розміщується всередині кола.

Максимальний розмір символу — 80% діаметра кола.

Не допускається використання кружечка без суцільної заливки. Не допускається жоден інший колір для заливки окрім синього. Не допускається жоден інший колір символу всередині кружечка окрім білого.

Піктограма обирається відповідно до контексту використання логознака і може відповідати галузям, рубрикам, товарам, секціям, зонам тощо. Галузь або компанія може розробити дизайн власної піктограми.



80%



Правила використання логотипа Експортного бренда

2.5. ВАРІАНТИ КОМПОНУВАННЯ

Можливі три варіанти компоновки
фірмового блоку:

- (1) розташування слогана у три рядки справа від логознака U
- (2) розташування слогана в один рядок під логознаком U
- (3) розташування слогана у два рядки під логознаком U

Рекомендовано обирати варіант компоновки, що найкраще відповідає потребам брендування та інформаційним носіям.



2.6. БЕЗПЕЧНІ ЗОНИ

При використанні логотипа обов'язковим є дотримання безпечного простору навколо логотипа.

Мінімальним інтервалом між логотипом та кордонами площини, на якій він розміщується, або між логотипом та іншими візуальними елементами на одній площині, є ширина логознака U.



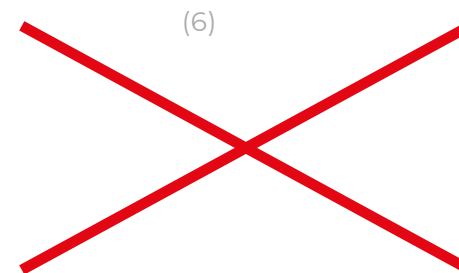
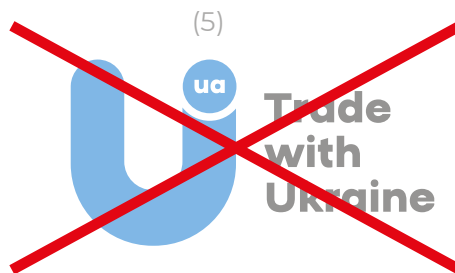
2.7. МІНІМАЛЬНИЙ РОЗМІР ЛОГОТИПА

Не допускається використання логотипа менше мінімальних розмірів.



2.8. НЕДОПУСТИМИ ВАРІАНТИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА

- (1) Не використовувати жодні інші кольори, окрім фірмових
- (2) Не використовувати жодні інші шрифти, окрім фірмових
- (3) Не деформувати елементи фірмового композивання
- (4) Не застосовувати до логотипа жодного контурування
- (5) Не робити логотип прозорим
- (6) Не використовувати растрову версію логотипа



2.9. ІНВЕРСНА ТА ЧОРНО-БІЛА ВЕРСІЯ

Логотип Експортного бренда має інверсну та чорно-білу версії.

Інверсна версія логотипа – це фірмовий блок білого кольору на чорному фоні. Якщо використання кольорового логотипа неможливе з будь-яких причин, рекомендується використовувати інверсну версію логотипа.

Використання чорно-білого фірмового блоку є найменш рекомендованим.

Чорно-білий логотип використовується лише в особливих випадках, наприклад, у зв'язку з технічними причинами при друці в однокольорових видавництвах. Не рекомендовано використовувати чорно-білий фірмовий блок, якщо можливе використання основного кольорового або інверсного логотипу.



2.10. ВИКОРИСТАННЯ НА КОЛЬОРОВИХ ФОНАХ ТА ФОТОМАТЕРІАЛАХ

Допускається розміщення основного та інверсного варіантів логотипа на кольоровому фоні або фотоматеріалах, якщо це не заважає сприйняттю графічного образу та читабельності елементів.



**Фірмові кольори,
шрифти і паттерн
Експортного бренда**

2.11. ФІРМОВІ КОЛЬОРИ

Основні кольори логотипа – синій, жовтий, білий, чорний.

Ця палітра є основою для кольорового оформлення ділової атрибутики, рекламної та сувенірної продукції.

Для продукції, яка не потребує повнокольорового друку, рекомендовано використовувати палітру PANTONE. Можливий варіант друку з палітри CMYK.

Палітра RGB використовується для визначення кольору у цифровому просторі (веб-сторінки та презентації).

СИНИЙ

Pantone **285 C**
CMYK **90 48 0 0**
RGB **0 114 206**

ЖОВТИЙ

Pantone **113 C**
CMYK **0 2 83 0**
RGB **250 224 83**

БІЛИЙ

CMYK **0 0 0 0**
RGB **255 255 255**

ЧОРНИЙ

Pantone **Black C**
CMYK **63 62 59 94**
RGB **45 41 38**

2.12. ФІРМОВІ ШРИФТИ

Основний шрифт

Основною фірмовою гарнітурою
Експортного бренда є шрифт Ermilov Bold –
сучасний масивний геометричний гротеск з
особливими скосами у кутах літер.

Ermilov Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЬЮЯ

абвггдеежзиійклмнопрстуфхцшщьюя

12345678910

±!@#\$%&*()©®~

Додатковий шрифт

Додатковою фірмовою гарнітурою Експортного бренда є шрифт Montserrat. У наборі 4 варіанти: Light, Regular, Medium, Bold.

Для великих масивів тексту варто використовувати Montserrat Light або Montserrat Regular. Розмір шрифту (кегель) залежить від формату документа або макета та обсягу тексту.

Для акцентування уваги читача на важливій інформації варто використовувати гарнітуру Bold.

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеежзиійклмнопрстуфхцчшщьюя
12345678910
±!@#\$\$%&*()©@≈

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеежзиійклмнопрстуфхцчшщьюя
12345678910
±!@#\$\$%&*()©@≈

Montserrat Medium

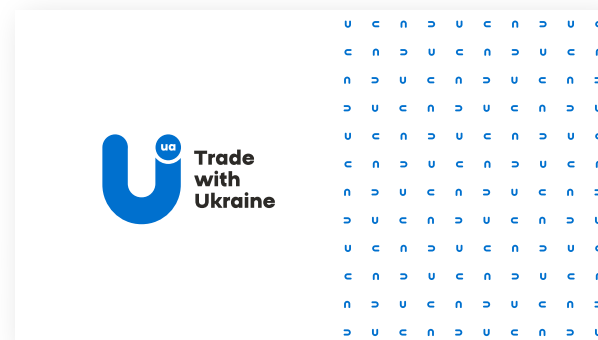
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеежзиійклмнопрстуфхцчшщьюя
12345678910
±!@#\$\$%&*()©@≈

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеежзиійклмнопрстуфхцчшщьюя
12345678910
±!@#\$\$%&*()©@≈

2.13. ФІРМОВИЙ ПАТТЕРН

Для графічного оформлення пустих просторів рекомендовано використання фірмового паттерну Експортного бренда. Фірмовий паттерн може використовуватися самостійно або у поєднанні з логотипом.



Розділ III

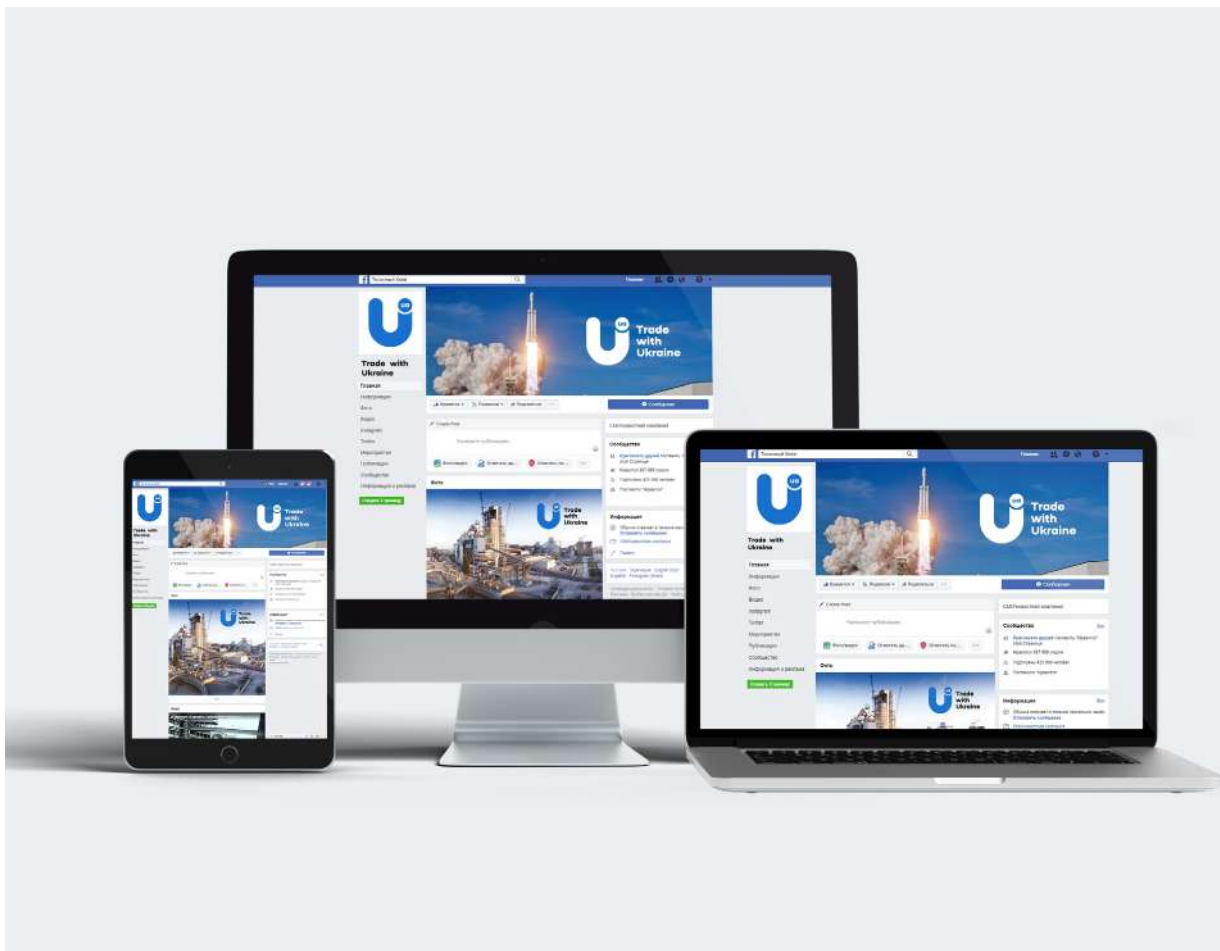
Приклади використання Експортного бренда



3.1. ВИКОРИСТАННЯ ONLINE

У разі використання Експортного бренда online, наприклад, у соціальних мережах, на веб-сайтах тощо, важливо дотримуватись загальних правил використання фірмового блоку.

У якості кольорової палітри рекомендовано використовувати RGB.

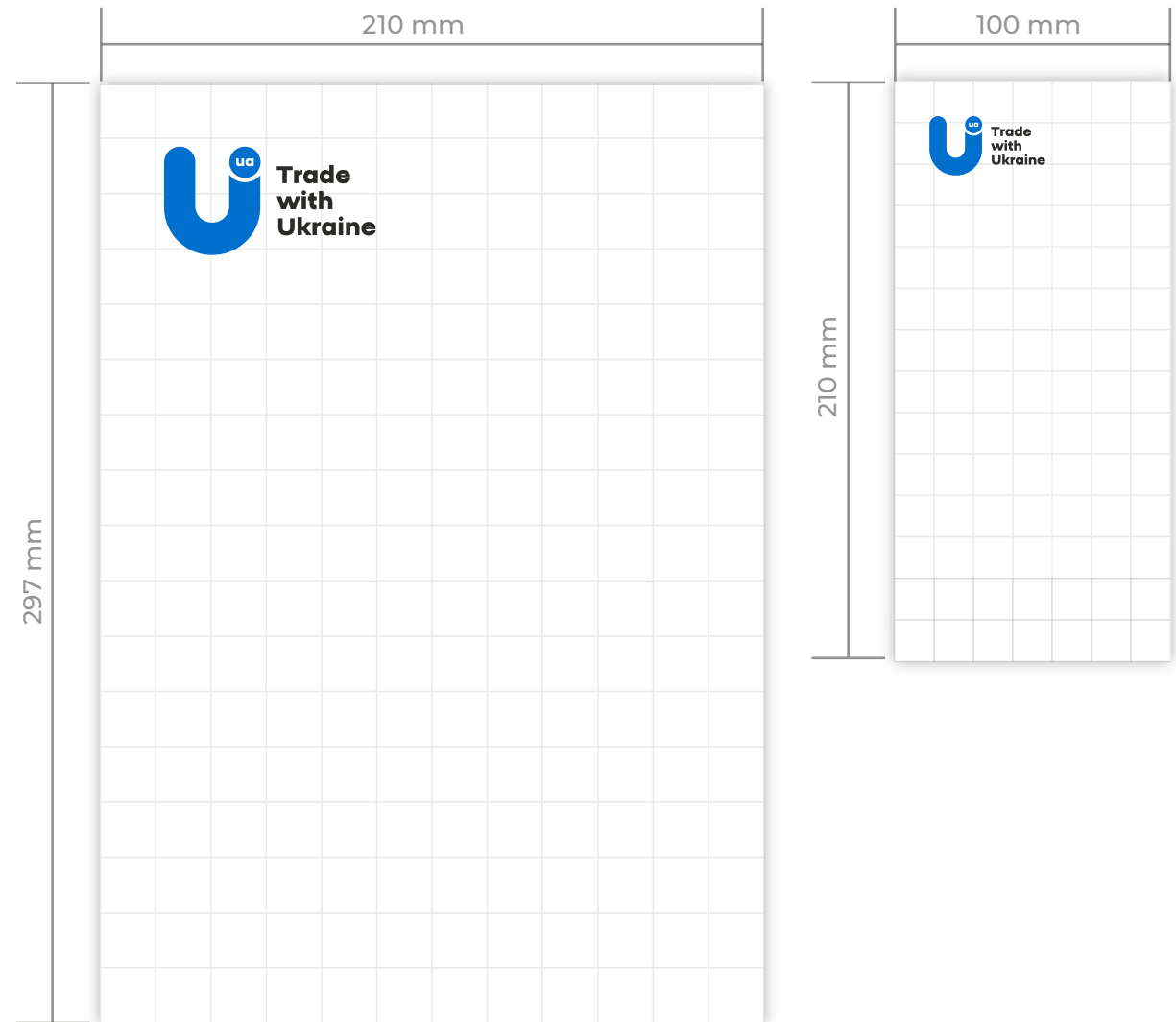


3.2. РАДІО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ

При створенні радіо та телевізійного контенту важливо дотримуватись основних смислових принципів та підходів, що описані в розділі Бренд-платформа, для комплексного та послідовного сприйняття бренда.

3.3. ДРУКОВАНА РЕКЛАМА

На ілюстрації наведені мінімальні розміри та безпечні зони логотипа при використанні у друкованих матеріалах, на обкладинках, плакатах.



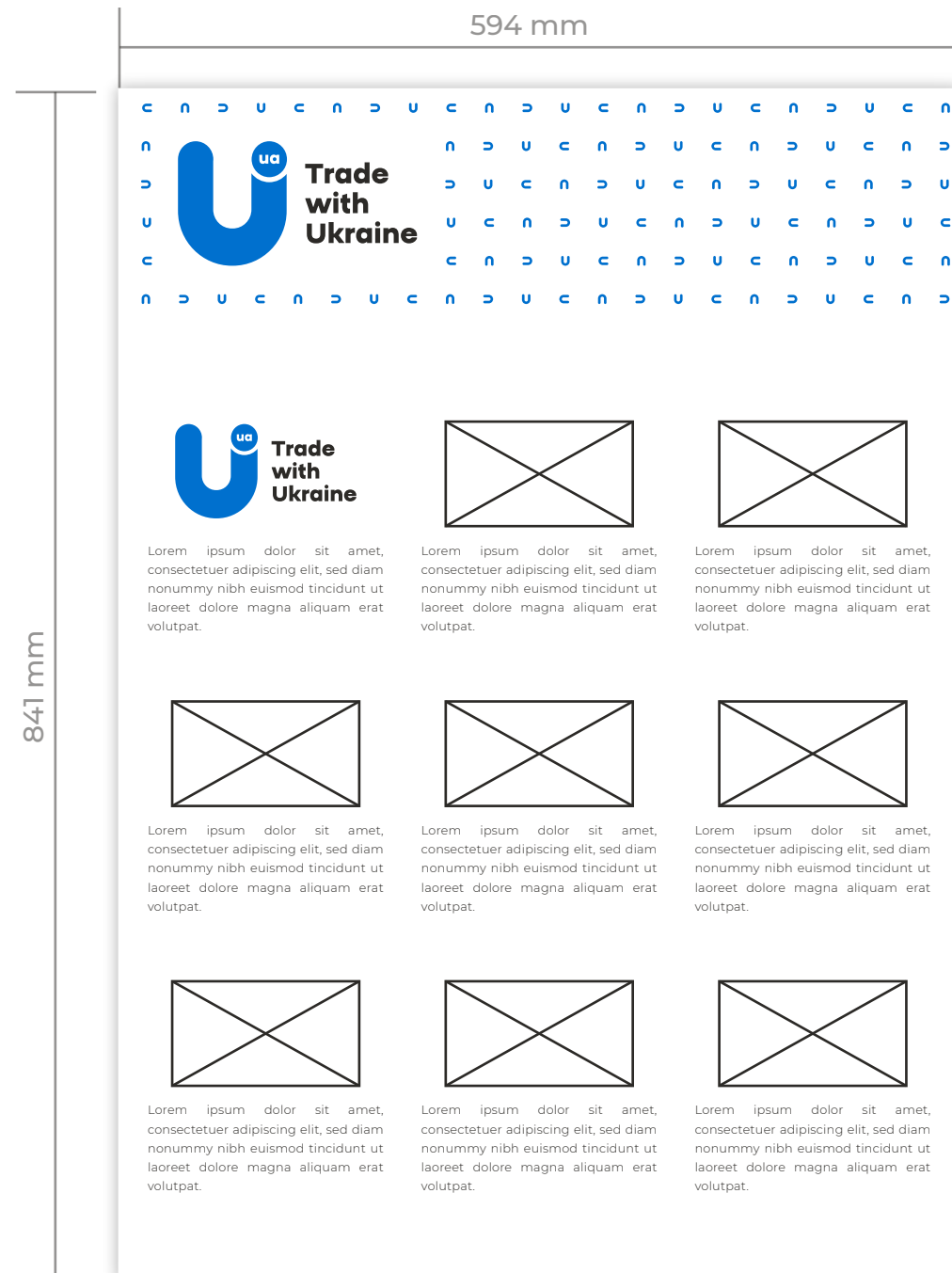
3.4. БРЕНДВОЛ

На ілюстрації наведено варіант брендвола, який може використовуватися для брендування подій, наприклад, конференцій, семінарів, форумів тощо.



3.5. ІНФОРМАЦІЙНЕ ПАНО

На ілюстрації продемонстровано підходи в оформленні інформаційних пано.



3.6.

ВИКОРИСТАННЯ З ДЕРЖАВНОЮ СИМВОЛІКОЮ

На ілюстрації продемонстровано можливі варіанти використання фірмового блоку з державною символікою.

Важливо дотримуватись безпечних зон та мінімальних розмірів фірмового блоку.



Сувенірна продукція

EKO-CYMKA



ЧАШКА



БЛОКНОТ



ΚΕΠΚΑ



ФУТБОЛКА



ФУТБОЛКА



ФУТБОЛКА



ОБКЛАДИНКА НА ПАСПОРТ



СТІКЕР НА НОУТБУК



ПРАПОР



**Trade
with
Ukraine**

Розділ IV

Ко-брендинг



4.1.

ПРАВИЛА КО-БРЕНДИНГУ ЕКСПОРТНОГО БРЕНДА ТА БРЕНДА UKRAINE NOW

Спільне використання Експортного бренда та бренда UkraineNOW можливе, якщо експортери вбачають переваги у додаванні до експортної галузевої пропозиції ширших смислів України як нації.

За умов ко-брендингу не можна взаємо замінювати графічні елементи брендів. Експортний бренд є адаптованим до потреб експортерів органічним розвитком бренда країни. Графічні рішення обох брендів є самодостатніми та цілісними, тому експортерам пропонується використовувати один з них.

При одночасному використанні графічних стилів Експортного бренда та бренда UkraineNOW, розміщення логотипів рекомендовано на різних площинах для збереження послідовної візуальної та смислової комунікації.

Розділ V

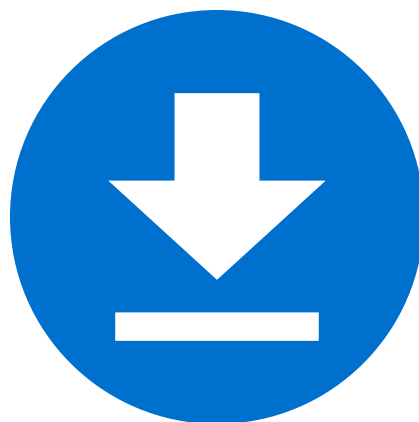
Матеріали для завантаження



5.1

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ЗАВАНТАЖЕННЯ

Для завантаження матеріалів Експортного брен-
да України у дизайнерському форматі перейдіть
за [посиланням](#).



Системну і послідовну комунікацію про цінності та переваги українського експорту проводять десятки тисяч людей – від українських експортерів товарів та послуг, галузевих асоціацій, торгово-промислових палат, державних службовців і дипломатів до ЗМІ, міжнародних баєрів та споживачів.

**Об'єднуємося єдиним Експортним брендом України!
Експортуймо українське!**

