



BRAND GUIDELINES

Ключові елементи
фірмового стилю

Ідеологія бренду



Фонд Василя Хмельницького K.FUND створений для підтримки проєктів у галузях освіти та економіки.

Його місія – надавати ключі до розвитку та реалізації, забезпечувати можливості для отримання сучасних знань і навичок, сприяти відкриттям та допомагати вийти на новий рівень.

Український підприємець Василь Хмельницький системно інвестує у розвиток інноваційного мислення в країні.

Мета діяльності фундації – сприяти безперервному розвитку особистості в процесі

навчання, обміну інформацією, пошуку та втіленню в життя креативних ідей.

Ми віримо в те, що, отримавши якісну освіту та шанс реалізувати себе в Україні, нове покоління змінить її на краще. K.FUND забезпечує нові можливості для особистого та професійного зростання.

Логотип

Новий логотип K.FUND є графічним продовженням ідейних цінностей фонду та демонструє еволюцію ідентичності бренду — спрощену, модернізовану та оптимізовану для digital-середовища.

Нове та глибоке шрифтове рішення написання назви фонду підкреслює репутацію засновника — впевненого, сильного, цілеспрямованого.



[Завантажити логотип eps](#)



[Завантажити логотип png](#)

Інверсія

Логотип рекомендовано розміщувати на білому тлі.

Якщо такої можливості немає, коли фоном є кольорова ілюстрація (наприклад, фотографія), або фон контрастний, кольоровий, однорідний, то обов’язковим є використання логотипу з інверсією.

Якщо є можливість вибору однорідного фону, використовуйте фірмові колірні пари.



[Завантажити логотип eps](#)



[Завантажити логотип png](#)

СИМВОЛ

Буква «К» стала більш стабільною і стійкою. Кінці літери «К» торкаються кола, ніби штурвал, символізуючи те, що Василь Хмельницький (як засновник фонду) бере активну участь в управлінні, працюючи разом із командою однодумців.

«К» у реальному житті, у реальному контакті формує цілісне оточення людей, яких об'єднує жага до знань і розвитку.



[Завантажити символ eps](#)



[Завантажити символ png](#)



[Завантажити символ інверсія eps](#)



[Завантажити символ інверсія png](#)



Охоронна зона

Охоронна зона визначає мінімальну відстань від логотипу до інших графічних або текстових елементів макету, а також до лінії розмежування. Охоронне поле забезпечує найкраще візуальне сприйняття логотипу.

При використанні логотипу (або символу) необхідно розташовувати його у такий спосіб, щоби вільне поле навколо було не менше висоти літери "K", вписаній у коло.



Мінімальні розміри

Щоби забезпечити якісну візуалізацію логотипу (або символу) та друк без викривлень, не масштабуйте основну символіку до розмірів, які є меншими від зазначених.

За потреби використовувати символіку у великих розмірах можливе лише з пропорційним збільшенням до необхідного розміру.

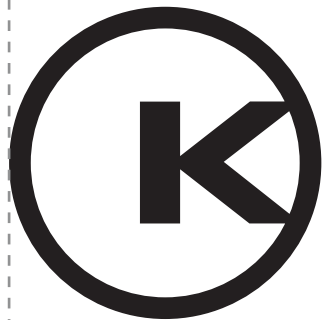
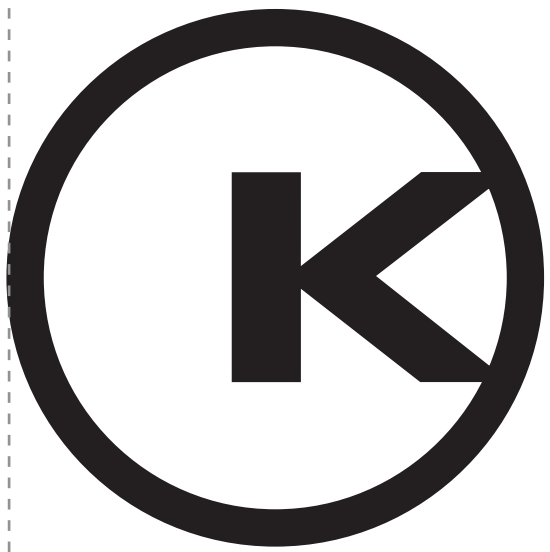
Збільшення логотипу (або символу) може здійснюватися лише у векторних файлах (eps або ai).



30-35 mm

Поліграфічний друк: 30 mm офсет вище 175 lpi/шовкографія 100 lpi; 35 mm офсет до 175 lpi/шовкографія 50 lp

Web: 150 px desktop/100 mobile & apps



6-7 mm

Поліграфічний друк: 6 mm офсет вище 175 lpi/шовкографія 100 lpi; 7 mm офсет до 175 lpi/шовкографія 50 lp

Web: 30 px desktop/20 mobile & apps

Пріоритетні варіанти розміщення

Верхній кут ліворуч

Застосовується в рекламно-інформаційній продукції та діловій документації

Нижній кут ліворуч

Адресний блок у рекламних макетах, футер у web тощо

Посередені вертикально або ліворуч/праворуч

Застосовується в рекламно-інформаційній продукції та діловій документації

Нижній кут праворуч

Рекламні буклети, листівки, внутрішній блок блокнота тощо.



Заборонені варіанти використання

- 01
Не розміщувати на будь-яких кольорових та сірих плашках
- 02
Не розміщувати на нерівномірному кольоровому фоні з низькою контрастністю
- 03
Не розміщувати з додаванням ефектів: тіні, об'єм (крім рішень у декорі)
- 04
Не надавати забарвлення логотипу, крім затверджених кольорів
- 05
Не перекручувати логотип по вертикалі, горизонталі або під кутом
- 06
Не змінювати розміри складових частин логотипу один до одного



01



02



03



04



05



06

Спільний брендинг

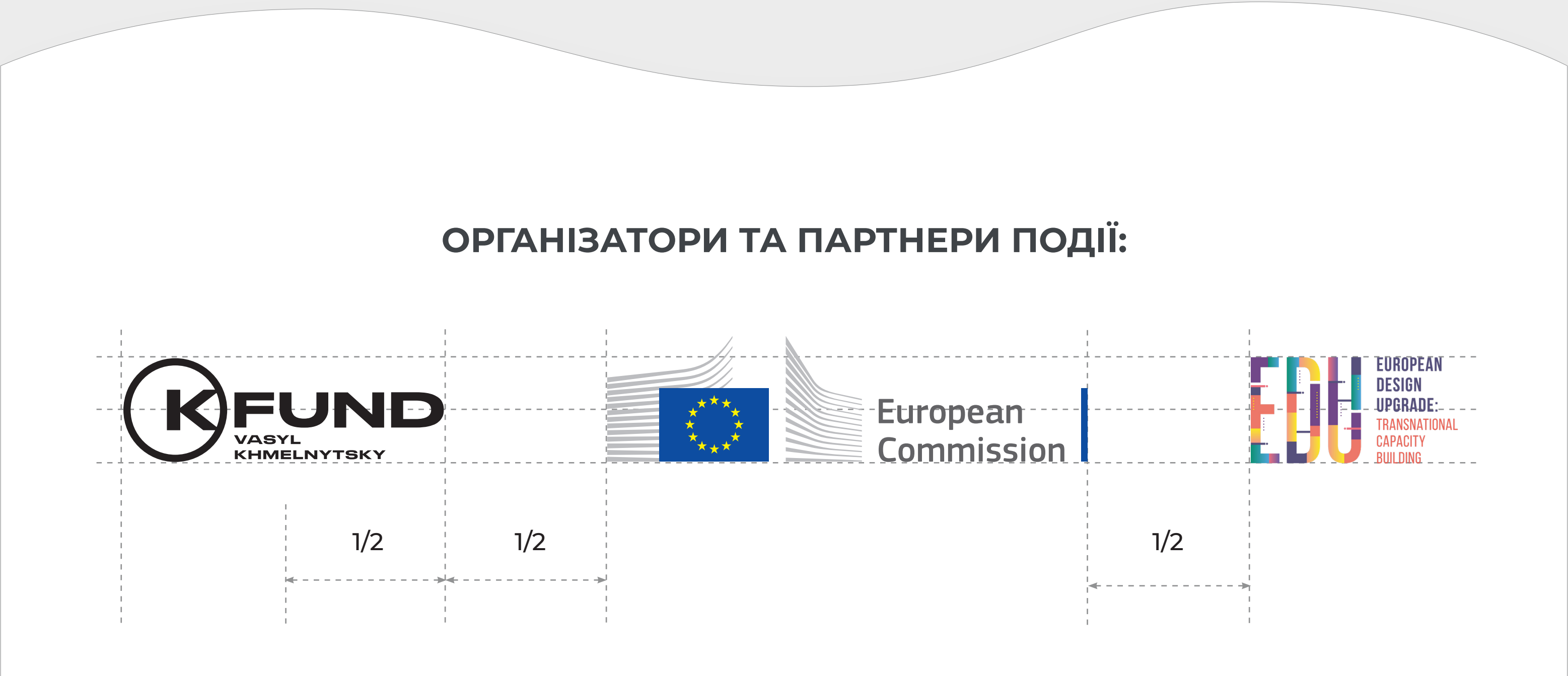
Спільний брендинг застосовується для проєктів та заходів, в яких бере участь K.FUND як організатор або партнер.

У разі спільного розміщення логотипів переконайтеся, що всі логотипи рівні за розміром і мають збалансовану зорову вагу та вирівняні один до одного горизонтально.

Логотип K.FUND рекомендовано розміщувати разом з логотипами інших організаторів. Він повинен бути пропорційно однакового розміру щодо логотипів інших організацій.

Порядок розміщення логотипів повинен визначатися кожного разу, якщо це доречно.

Якщо логотип розміщується окремо, тоді він також повинен бути пропорційно однакового розміру щодо логотипів інших організацій та також мати збалансовану зорову вагу.



Приклад спільного брендингу.
Оптимальна відстань між логотипами дорівнює 1/2 довжини логотипу K.FUND.

Написання назви

Обов’язково в усіх текстових або графічних друкованих та електронних матеріалах назва бренду має напис тільки латинськими літерами у верхньому регістрі. Дозволяється виділення.

Якщо законодавство тієї чи іншої країни вимагає переклади оригінальної назви бренду, тоді оригінальна назва обов’язково перекладається за допомогою перекладацької транскрипції, а не прямим перекладом.

Дозволено:

Фонд Василя Хмельницького K.FUND
Фонд Василя Хмельницького **K.FUND**

Заборонено написання назви у змішаному регістрі:

Фонд Василя Хмельницького K.Fund
Фонд Василя Хмельницького **K.Fund**

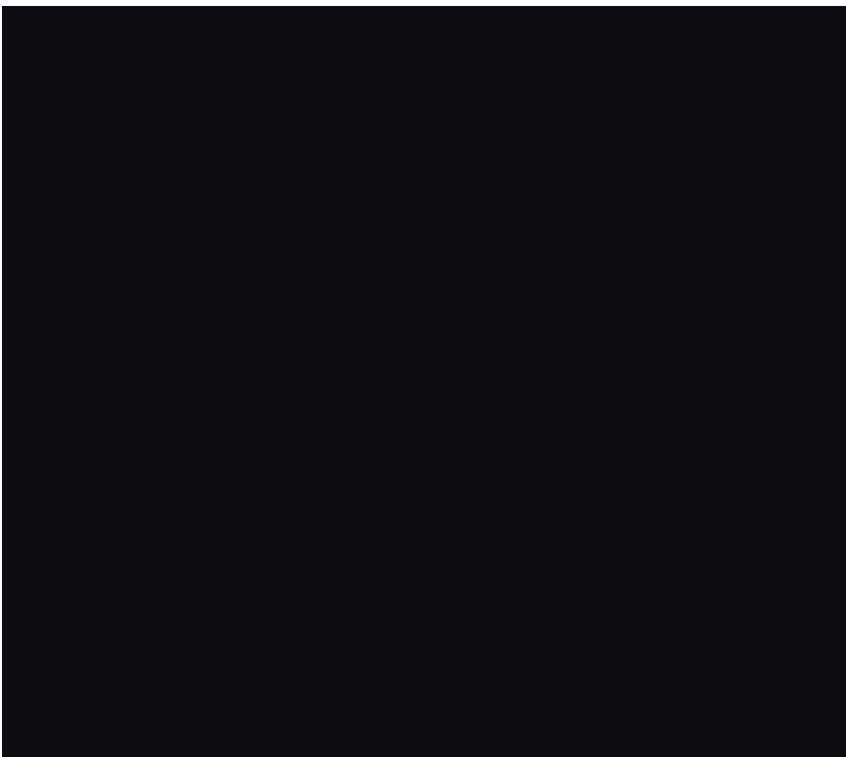
Приклади написання назви у текстовому блоці:

Фонд Василя Хмельницького K.FUND створений для підтримки проєктів у галузях освіти та економіки. Його мета – сприяти безперервному розвитку особистості в процесі навчання, обміну інформацією, пошуку та втіленню в життя нових ідей.

K.FUND забезпечує нові можливості для особистого та професійного зростання.

Vasyl Khmelnytsky’s fund – K.FUND – was set up to support projects related to education and the economy. Its key goal is to provide support for the sustainable development of an individual in education, information exchange, and in the search for and implementation of new ideas.

Колірна гама



Основний колір:
чорний

RGB: R13 G14 B019
CMYK: C081 M67 Y550 K83
Pantone: 426 C
Web: 0d0e13



Додатковий колір:
світло-блакитний

RGB: R139 G211 B230
CMYK: C48 M0 Y10 K0
Pantone: 636 C
Web: 8bd3e6



Додатковий колір:
блакитний

RGB: R65 G182 B230
CMYK: C71 M5 Y4 K0
Pantone: 298 C
Web: 45b6e6



Додатковий колір:
бірюзовий

RGB: R46 G181 B177
CMYK: C74 M2 Y38 K0
Pantone: 2398 C
Web: 2eb5b1



Додатковий колір:
фіолетовий

RGB: R101 G78 B163
CMYK: C72 M77 Y0 K0
Pantone: 2096 C
Web: 654ea3

Колірна гама



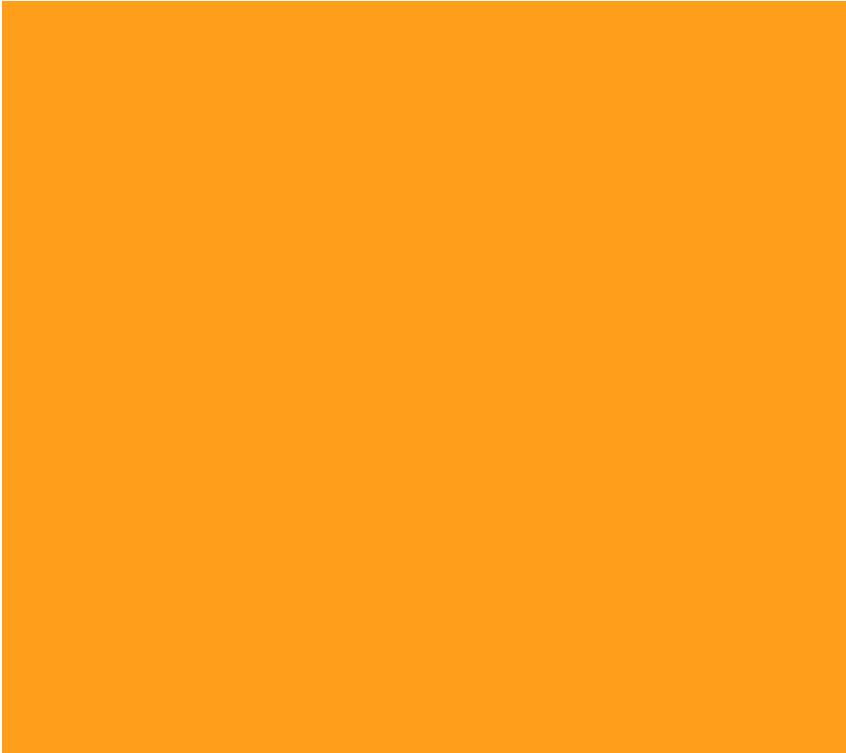
Додатковий колір:
жовто-зелений

RGB: R192 G223 B22
CMYK: C24 M0 Y96 K0
Pantone: 2297 C
Web: c0df16



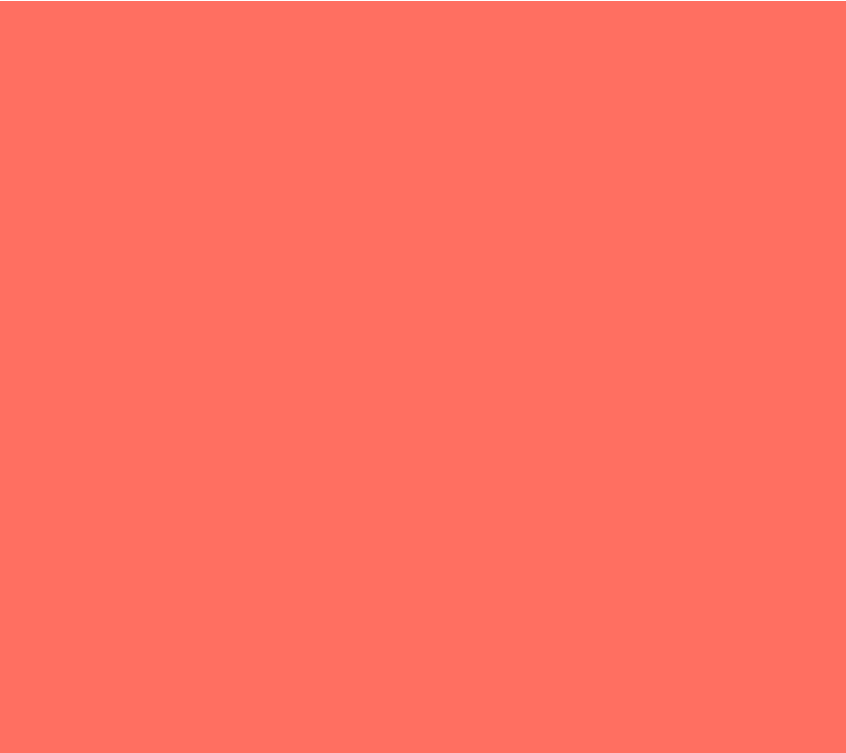
Додатковий колір:
жовтий

RGB: R250 G225 B0
CMYK: C1 M12 Y93 K0
Pantone: Yellow C
Web: fae100



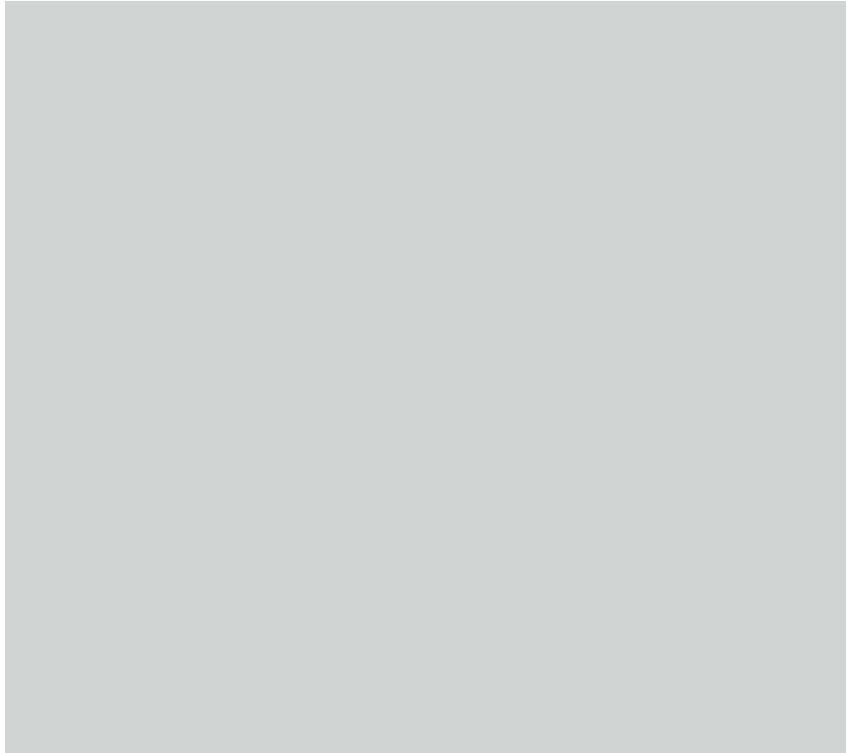
Додатковий колір:
помаранчевий

RGB: R255 G158 B27
CMYK: C0 M48 Y92 K0
Pantone: 1375 C
Web: ff9e1b



Додатковий колір:
кораловий

RGB: R255 G111 B97
CMYK: C0 M66 Y56 K0
Pantone: 2345 C
Web: ff6f61



Додатковий колір:
світло-сірий

RGB: R217 G217 B219
CMYK: C18 M11 Y13 K0
Pantone: Cool Gray 1 C
Web: d9d9d6

Колірні пари

Кожен напрямок активностей фонду буде мати свій особливий, яскравий колір, який при поєднанні з відповідним кольором логотипу, створює унікальну колірну пару.

Життєстверджуючі комбінації логотипу з яскравим фоном заряджають енергією, додають сил і заохочують креативну діяльність.



Післямова

Цей посібник розроблено для створення корпоративних матеріалів за єдиними стандартам, з суворою відповідністю фірмовому стилю бренду K.FUND.

У брендбуці представлені правила використання логотипу, правила його застосування, ряд інших елементів корпоративної ідентифікації.

Всі положення цієї інструкції («брендбук») повинні бути ретельно дотримані. Брендбук є найважливішим інструментом для всіх користувачів фірмового стилю бренду K.FUND.

У всіх випадках, коли виникає необхідність використовувати логотип K.FUND, повинно здійснюватися тільки відповідно до вимог даного документу.

Контакти

У разі виникнення питань щодо спеціальних випадків використання елементів корпоративної ідентифікації, які не знайшли свого відображення в представленому брендбуці, слід звернутися за роз’ясненнями до відділу маркетингу K.FUND

E-mail: info@kfund.ua

