



ХУТОРЯНКА



БРЕНДБУК · ВЕРСІЯ 1.0

Смак, що збирає родину

Сучасні м'ясні традиції Рівненщини

Зміст брендбуку

01 Обкладинка

02 Зміст

03 Про бренд

04 Історія бренду

05 Платформа бренду

06 Місія

07 Бачення

08 Цінності

09 Позиціонування

10 Цільова аудиторія

11 Архетип бренду

12 Характер бренду

13 Обіцянка бренду

14 Слоган

15 Tone of Voice

16 Логотип

17 Конструкція логотипу

18 Основна версія логотипу

19 Горизонтальна версія

20 Вертикальна версія

21 Компактна версія

22 Знак бренду

23 Одноколірні версії

24 Інверсні версії

25 Охоронне поле

26 Мінімальні розміри

27 Використання логотипу на фонах

28 Заборонене використання логотипу

Зміст брендбуку

29 Основна кольорова палітра

30 Додаткова кольорова палітра

31 Категорійні кольори

32 Правила використання кольорів

33 Типографіка

34 Шрифт заголовків

35 Основний текстовий шрифт

36 Типографічна ієрархія

37 Графічна система

38 Фірмові патерни

39 Іконографіка

40 Лінійні ілюстрації

41 Фірмові рамки та композиції

42 Фотостиль

43 Продуктова фотографія

44 Lifestyle-фотографія

45 Заборонені фотоприйоми

46 Архітектура продуктів

47 Основна продуктова лінійка

48 Традиційна лінійка

49 Преміальна лінійка

50 Лінійка для гриля

51 HoReCa-лінійка

52 Система кольорового маркування продуктів

53 Упаковка

54 Структура етикетки

55 Інформаційна ієрархія упаковки

56 Розміщення обов'язкової інформації

Зміст брендбуку

57 Приклади упаковки

58 Оформлення фірмових магазинів

59 Вивіски

60 Внутрішня навігація

61 Цінники

62 Акційні матеріали

63 Форма персоналу

64 Пакети та пакування

65 Транспорт

66 Поліграфія

67 Візитки

68 Бланки

69 Комерційна пропозиція

70 Каталог продукції

71 POS-матеріали

72 Соціальні мережі

73 Шаблони дописів

74 Шаблони Stories

75 Обкладинки відео

76 Digital-айдентика

77 Сайт

78 Email-комунікація

79 Онлайн-реклама

80 Приклади правильного використання стилю

81 Приклади неправильного використання стилю

82 Контроль використання бренду

83 Контакти відповідальних осіб

84 Фінальна сторінка

Основи бренду

01

Обкладинка

Назва, стратегічна ідея, версія та статус документа. Обкладинка не нумерується.

02

Зміст

Повний перелік 84 тем із переходами до відповідних веброзділів.

03

Про бренд

М'ясні традиції Рівненщини для сучасного родинного столу.

04

Історія бренду

Розповідь має спиратися на підтверджені дати, людей і факти. Фактичну хронологію має надати виробник.

05

Платформа бренду

Концепція — «Сучасні м'ясні традиції Рівненщини». Суть — «Рідний смак, створений відповідально».

06

Місія

Створювати м'ясну продукцію, яка щодня об'єднує родини за столом і зберігає знайомі українські смаки.

07

Бачення

Стати впізнаваним гастрономічним брендом Рівненщини, якому довіряють покупці й партнери.

Стратегія

01

Цінності

Чесність, якість, родинність, традиція, відповідальність, доступність, локальність і стабільність.

02

Позиціонування

Локальний м'ясний бренд для людей, які цінують знайомий смак, чесний продукт і родинні традиції.

03

Цільова аудиторія

Родини, щоденні покупці, поціновувачі локальних продуктів, роздрібні мережі, HoReCa та дистриб'ютори.

04

Архетип бренду

Основний архетип — Турботливий. Додатковий — Майстер.

05

Характер бренду

Теплий, щирий, надійний, родинний, апетитний, сучасний, локальний і впевнений без агресії.

06

Обіцянка бренду

Знайомий смак і відповідальний підхід у продукті, який легко обрати для щоденного столу.

07

Слоган

Основний слоган: «Смак, що збирає родину». Не змінювати порядок слів і не додавати знаків оклику.

08

Tone of Voice

Говоримо просто, тепло, чесно й конкретно. Не використовуємо пафос, перебільшення та непідтверджені переваги.

Логотип

01

Логотип

Використовувати наявний векторний знак і словесну частину. Поточна версія має статус робочої концепції.

02

Конструкція логотипу

Знак, назва і вільний простір утворюють незмінну систему. Не змінювати пропорції окремих елементів.

03

Основна версія логотипу

Повноколірна горизонтальна версія на теплому світлому фоні — базова для більшості носіїв.

04

Горизонтальна версія

Пріоритетна для сайту, вивісок, транспорту та документів із широким форматом.

05

Вертикальна версія

Для квадратних і вузьких форматів. Потребує завантаження затвердженого SVG.

06

Компактна версія

Знак із коротким словесним блоком для малих форматів. Потребує затвердження.

07

Знак бренду

Окремий знак застосовується як favicon, аватар і декоративна печатка, але не замінює логотип у першому контакті.

Правила логотипу

01

Одноколірні версії

Бордовий, темно-коричневий або білий варіант.
Один макет — один суцільний колір.

02

Інверсні версії

На бордовому й темному фоні використовується світлий логотип із достатнім контрастом.

03

Охоронне поле

Мінімальне поле навколо логотипу дорівнює висоті віконця у знаку (x).

04

Мінімальні розміри

Горизонтальний логотип: від 34 мм у друці та 150 рх на екрані. Знак: від 8 мм або 32 рх.

05

Використання логотипу на фонах

Обирати версію з найвищим контрастом; на фото розміщувати лише у спокійній зоні або на плашці.

06

Заборонене використання логотипу

Не стискати, не нахиляти, не перемальовувати, не додавати тіні, обведення чи випадкові кольори.

Кольорова система

01

Основна кольорова палітра

Burgundy, Cream, Warm White і Dark Brown формують основну впізнавану систему.

02

Додаткова кольорова палітра

Warm Red, Mustard Gold і Heritage Green використовуються як контрольовані акценти.

03

Категорійні кольори

Колір допомагає розрізняти категорії, але назва категорії завжди залишається текстом.

04

Правила використання кольорів

Рекомендована пропорція: 55% світлих фонів, 25% бордового, 15% темного тексту, 5% акцентів.

Кольорова система · система

Burgundy · #7A1822

RGB 122, 24, 34

CMYK 0, 80, 72, 52

Основний колір бренду

Warm Red · #B72A2F

RGB 183, 42, 47

CMYK 0, 77, 74, 28

Акцент і навігація

Cream · #F4E9D6

RGB 244, 233, 214

CMYK 0, 5, 12, 4

Теплий базовий фон

Warm White · #FFFDF8

RGB 255, 253, 248

CMYK 0, 1, 3, 0

Чистий світлий фон

Dark Brown · #33231F

RGB 51, 35, 31

CMYK 0, 31, 39, 80

Основний текст

Mustard Gold · #C28A2C

RGB 194, 138, 44

CMYK 0, 29, 77, 24

Преміальний акцент

Heritage Green · #526345

RGB 82, 99, 69

CMYK 17, 0, 30, 61

Локальність і свіже м'ясо

Варені ковбаси
#D96A6EНапівкопчені
#7A1822Варено-копчені
#9B3A35Сирикопчені
#4B2B25Сосиски
#D8733EСардельки
#D6A53CДелікатеси
#C28A2CДля гриля
#982122Свіже м'ясо
#526345Преміальна серія
#221B19Сімейна серія
#E9D2B1HoReCa
#5B5964

CMYK розраховано математично від RGB. Фактичний друкарський колір залежить від профілю, фарби й матеріалу; перед тиражем потрібна кольоропроба.

Типографіка

01

Типографіка

Lora створює теплий редакційний характер;
Manrope відповідає за ясність тексту й технічних
даних.

02

Шрифт заголовків

Lora 500–700. Реченнєвий реєстр, компактний
ритм і без надмірного курсиву.

03

Основний текстовий шрифт

Manrope 400–600. Мінімум 16 px у браузері та 9.5
pt у друці.

04

Типографічна ієрархія

Display 64/68, H1 48/52, H2 36/42, H3 24/30, Lead
20/30, Body 16/26, Caption 12/18.

Типографіка · система

LABEL · MANROPE BOLD · UPPERCASE

Смак, що збирає родину

Manrope забезпечує читабельність описів, інтерфейсів і технічних даних.

Lora формує теплий, впевнений характер заголовків.

Графічна система

01

Графічна система

Мінімальна геометрія: літера X, лінії поля, пагорби, зерно, листя, хвиля й ритм вишивки.

02

Фірмові патерни

Патерн має підтримувати композицію, а не конкурувати з логотипом або інформацією.

03

Іконографіка

Єдина товщина лінії, округлені завершення, прості силуети й зрозумілий зміст.

04

Лінійні ілюстрації

Одноколірні сюжети про стіл, поле, виробництво та локальність без буквального псевдофольклору.

05

Фірмові рамки та композиції

М'які прямокутники, печатки, кола-тарілки й стримані контурні рамки.

Графічна система · система



Фотостиль

01

Фотостиль

Теплий, природний, апетитний і реалістичний.
Відчуття справжнього моменту, а не
декоративного реквізиту.

02

Продуктова фотографія

М'яке світло, правдива текстура, крупний план,
чиста композиція та мінімум штучного блиску.

03

Lifestyle-фотографія

Родина за столом, сніданок, гриль, пікнік,
команда, магазин і реальне виробництво.

04

Заборонені фотоприйоми

Без агресивного сирого м'яса, забою, дешевих
стоків, псевдокостюмів, надмірної темряви та AI-
артефактів.

Продуктова архітектура

01

Архітектура продуктів

Єдина марка, стабільне місце логотипу й зрозуміла система лінійок та категорій.

02

Основна продуктова лінійка

Щоденна продукція для родини. Кремова база, бордовий логотип, прості назви.

03

Традиційна лінійка

Регіональні й домашні рецептури. Робоча назва — «З рідного краю».

04

Преміальна лінійка

Делікатеси й подарункові продукти. Темний фон, золота деталь, стримана подача.

05

Лінійка для гриля

Продукти для вогню й теплих зустрічей. Динамічний темно-червоний код.

06

HoReCa-лінійка

Професійні формати для закладів і дистриб'юторів із максимально чітким технічним маркуванням.

07

Система кольорового маркування продуктів

Категорійний колір займає сталу зону етикетки та дублюється текстовою назвою.

Упаковка

01

Упаковка

Пакування захищає продукт, швидко пояснює вибір і виглядає цілісно на полиці.

02

Структура етикетки

Логотип → категорія → назва → характеристика
→ вага → обов'язкова інформація.

03

Інформаційна ієрархія упаковки

Назва продукту має найвищу візуальну вагу після бренду; технічні дані згруповані окремо.

04

Розміщення обов'язкової інформації

Склад, цінність, умови, виробник, партія, штрихкод, стандарт і контакти якості — у стабільній зоні.

05

Приклади упаковки

Показані концепти є демонстраційними.
Фактичні юридичні та продуктові дані має надати виробник.

Упаковка · система



Преміальна серія



Традиційна серія



Сучасна серія

Демонстраційні макети. Фактичні склад, маркування, вага, штрихкод, стандарт і юридичні дані має надати та затвердити виробник.

Фірмові магазини

01

Оформлення фірмових магазинів

Простір продовжує упаковку: кремова база, бордові акценти, зрозуміла навігація й тепле світло.

02

Вивіски

Контрастний горизонтальний логотип, без декоративного шуму, із перевіркою читабельності здалеку.

03

Внутрішня навігація

Категорія позначається кольором, текстом та простою іконкою.

04

Цінники

Ціна, назва, одиниця виміру й акційна умова читаються з першого погляду.

05

Акційні матеріали

Одна пропозиція — один макет. Без фальшивого дефіциту та агресивних обіцянок.

06

Форма персоналу

Бордовий фартух, світла сорочка, компактний знак і читабельний бейдж.

07

Пакети та пакування

Світла база, великий логотип, слоган і мінімальний патерн. Матеріал обирається практично.

08

Транспорт

Великі поля кольору, логотип, коротка фраза та контакти; не перетворювати авто на каталог.

Ділові носії

01

Поліграфія

Єдина сітка, Lora для заголовків, Manrope для інформації, стабільні поля й контроль кольоропроби.

02

Візитки

Ім'я, роль і контакти на світлому боці; бордовий знак або патерн на звороті.

03

Бланки

Логотип угорі, реквізити внизу, достатній простір для ділового тексту.

04

Комерційна пропозиція

Коротка цінність, асортимент, умови, логістика, контакти й дата актуальності.

05

Каталог продукції

Категорії, реальні фото, ключові характеристики та технічні дані без рекламного перевантаження.

06

POS-матеріали

Кожен носій вирішує одну практичну задачу: навігація, новинка, ціна або пояснення якості.

Digital та комунікації

01

Соціальні мережі

Рубрики: продукт, рецепт, новинка, виробництво, команда, магазини, локальні історії та відповіді технолога.

02

Шаблони дописів

Фото займає головну роль; фірмова рамка, короткий заголовок і категорійний акцент підтримують впізнаваність.

03

Шаблони Stories

Вертикальна сітка, безпечні поля, великий заголовок, одна дія та читабельна ціна.

04

Обкладинки відео

Справжній кадр, 3–6 слів у заголовку, стабільне місце знака та високий контраст.

05

Digital-айдентика

Ті самі кольори, типографіка, патерн, радіуси й тон спілкування в усіх цифрових точках.

06

Сайт

Швидкий каталог, історія бренду, якість, магазини, рецепти та партнерський розділ. Mobile first.

07

Email-комунікація

Зрозуміла тема, короткий вступ, одна головна дія, юридично коректний футер.

08

Онлайн-реклама

Один продукт або одна ситуація, мінімум тексту, реальна перевага й чіткий заклик.

Застосування й контроль

01

Приклади правильного використання стилю

Тепла палітра, достатній простір, правдиве фото, зрозуміла ієрархія та незмінний логотип.

02

Приклади неправильного використання стилю

Випадкові шрифти, надмірний декор, слабкий контраст, деформація логотипу й непідтверджені обіцянки.

03

Контроль використання бренду

Усі макети проходять перевірку логотипу, кольору, типографіки, тексту, даних продукту й формату носія.

04

Контакти відповідальних осіб

Потребує підтвердження: бренд-менеджер, маркетинг, служба якості, юридичний контакт і відповідальний за файли.

05

Фінальна сторінка

Смак, що збирає родину. Версія документа та дата актуалізації завершують брендбук.

Застосування й контроль · система

Так

Тепла палітра, правдиве фото, чиста сітка, достатній контраст, незмінний логотип і конкретна мова.

Ні

Псевдофольклор, випадкові шрифти, деформація знака, агресивна «м'ясна» естетика та недоведені обіцянки.