



Brand book

Рекомендації з використання
графічних елементів стилю



Місія та цінності



Місія

Покращуємо якість життя медичних працівників
та пацієнтів завдяки науці, інноваціям та доступності.

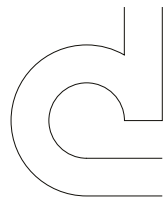


Наше бачення

У компанії «Дарниця» ми щодня залучаємо найкращих фахівців та науковців, новітні фармацевтичні технології та прогресивні відкриття.

Дотримуємося найвищих стандартів GMP і турбуємося про доступність нашої продукції та її безумовну якість у 16 країнах світу.

90 років довіри серед пацієнтів та науково-медичної спільноти надихають нас на нові фармацевтичні розробки, а ми зі свого боку надихаємо піклуватися про здоров'я на найвищому рівні разом із компанією «Дарниця».



Бренд- айдентика

Вступ

Даний брендбук фармацевтичної компанії «Дарниця» розроблено для того, щоб візуальна комунікація бренда відповідала єдиному стилю, щоб при використанні бренд мав єдиний формат, визначений спеціально розробленими правилами.

У випадках, якщо жодний розділ брендбука не охоплюватиме певних варіацій використання айдентики бренда «Дарниця», варто керуватися принципом відповідності розроблених матеріалів фірмовому стилю бренда.



Логотип

СИМВОЛ

Логотип – невід’ємна частина бренда, це його обличчя, візуальна форма, яка створює перше враження і дає можливість поєднати різні складові в єдину цілісну форму.

Як основний візуальний код для нового логотипа компанії «Дарниця» було використано стилізоване зображення мікроскопа.



Мікроскоп – це символ дослідження й постійного пошуку, без яких неможливі жодні інновації та рух вперед.

Через поєднання літери D та стилізованого зображення мікроскопа вдалося отримати сучасний, динамічний та легкий для сприйняття й розуміння символ. Він чітко відокремлює компанію від інших гравців ринку.

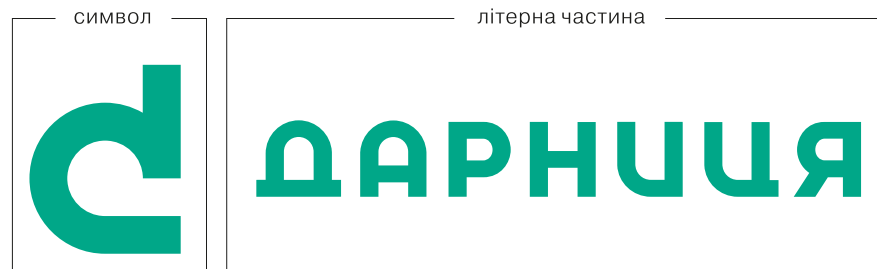
Літера D на кожному пакуванні лікарського засобу означає відоме ім'я фармацевтичної компанії «Дарниця», яка власною репутацією відповідає за результат.



Варто розрізняти використання символу окремо та логотипа в цілому. Символ може виконувати роль спрощеного логотипа, але також допустиме його використання для графічного оформлення макета (як це зроблено на обкладинці брендбука).

Логогрупа

Повний логотип складається з графічного символу та літерної частини.



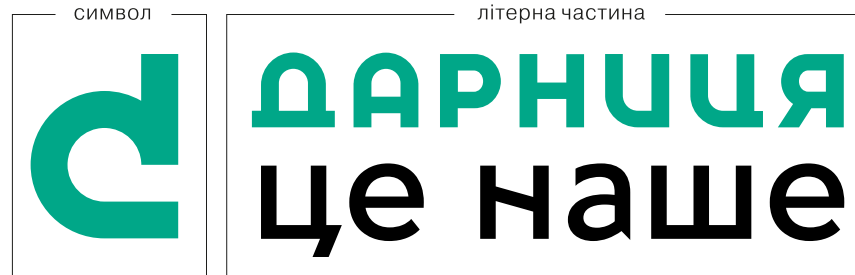
Вся композиція називається логогрупою, або логотипом.

Логогрупа з теглайном

Повний логотип складається з графічного символу та літерної частини.

Теглайн «Це наше» — комунікаційне повідомлення, покликане актуалізувати цінності бренду, та втілене у літерній частині нової версії логотипу. Ця версія є пріоритетною для використання у комунікаційних матеріалах в діджитал форматах (соцмережі, спецпроекти, сайт, презентації), друкованій продукції (зовнішня реклама, постери, статті в друкованих медіа) та сувенірній продукції (мерч).

Для пакування продукції, офіційних документів та вивісок/оформлення архітектурних рішень рекомендовано використовувати основну версію логотипа.



Вся композиція називається логогрупою, або логотипом.

Вертикальний логотип

Основною версією є горизонтальна логогрупа, яка використовується найчастіше.



ДАРНИЦЯ



Вертикальна логогрупа є опціональною — її використання доречне тоді, коли горизонтальна версія погіршуватиме читабельність, розмір або порушуватиме баланс композиції.

Загальний приклад — розміщення на круглій плашці.

Вертикальна версія логотипа з теглайном



ДАРНИЦЯ
це наше



Вертикальна логогрупа є опціональною — її використання доречно тоді, коли горизонтальна версія погіршуватиме читабельність, розмір або порушуватиме баланс композиції.

Загальний приклад — розміщення на круглій плашці.

Латиниця

Міжнародна версія логотипу



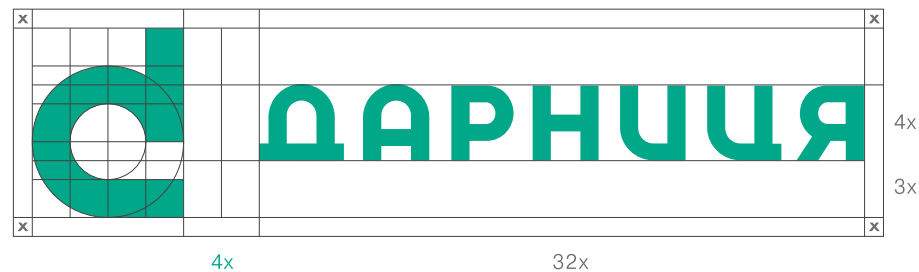
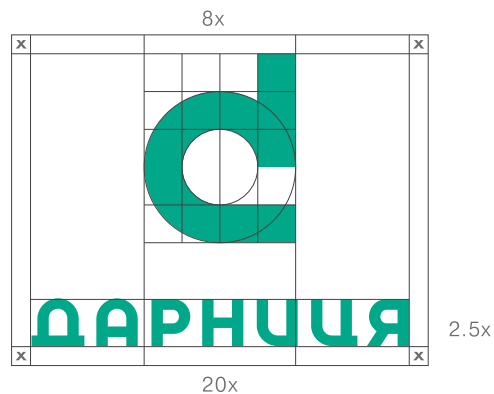
Літери із закругленнями (Д, А)
виходять за базову лінію,
це необхідна візуальна
компенсація.

Побудова логотипа за модульною сіткою

× – умовна величина, яка нічого не означає.

Ширина фірмового знака становить $8\times$, висота – $10\times$.

Розмір літерної частини визначається так,
щоб висота літери Н становила $4\times$.



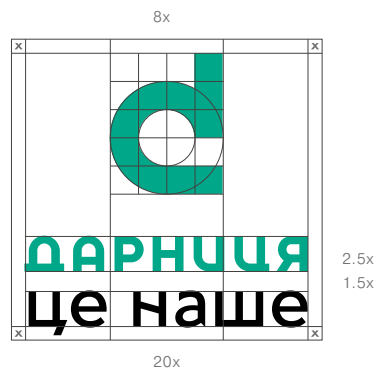
Літери із закругленнями (Д, А, Е)
виходять за базову лінію,
це необхідна візуальна
компенсація.

Побудова логотипа з теглайном за модульною сіткою

× – умовна величина, яка нічого не означає.

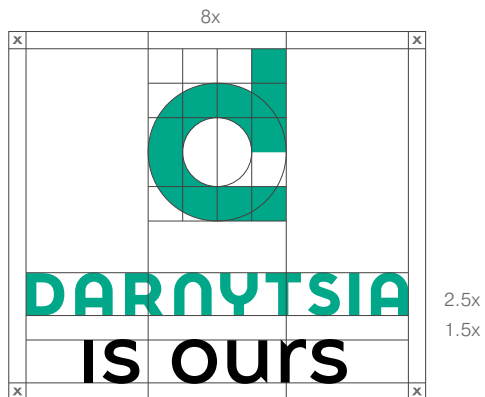
Ширина фірмового знака становить $8\times$, висота – $10\times$.

Розмір літерної частини визначається так,
щоб висота літери Н становила $4\times$.



Побудова логотипа за модульною сіткою / латиниця

Частини логотипу в латинському написанні мають співвідношення розмірів, аналогічні кириличній версії.



Захисне поле

Загальне правило: захисне поле логотипа – прямокутна ділянка, що охоплює логогрупу, розмір якої – логогрупа + символ «Н» (те саме 4х) у кожному напрямку.



Однак у виняткових випадках – наприклад, якщо потрібне вписування логотипа в круглу форму нагрудного знака – для вертикальної логогрупи можна розглядати захисне поле неправильної форми.

Захисне поле логотипа з теглайном

Загальне правило: захисне поле логотипа – прямокутна ділянка, що охоплює логогрупу, розмір якої – логогрупа + символ «Н» (те саме 4х) у кожному напрямку.



Однак у виняткових випадках – наприклад, якщо потрібне вписування логотипа в круглу форму нагрудного знака – для вертикальної логогрупи можна розглядати захисне поле неправильної форми.

Колірні опції логотипа

Логотип та логогрупа відтворюються переважно одним із трьох кольорів: основним зеленим, білим або чорним – залежно від кольору фону.



Це правило не виключає можливості відтворення логотипа іншими кольорами — здебільшого на носіях із нетиповим кольоровідтворенням, наприклад, маркування ампул фарбою, гравірування, відбиток на м'якій обкладинці.

Колірні опції логотипа з теглайном



Це правило не виключає можливості відтворення логотипа іншими кольорами — здебільшого на носіях із нетиповим кольоровідтворенням.



Білий варіант логотипа, що також називається інверсним, рекомендовано використовувати переважно на корпоративних фонах. Втім, відтворення цієї версії допускається в рідкісних випадках, наприклад, коли логотип стоїть поруч з білими монохромними логотипами інших компаній на темному або неоднорідному фоні.

Монохромний

Будь-яка версія логотипа фактично є монохромною. Розміщуючи логотип, варто керуватися критеріями достатнього контрасту (див. додаток).



Не можна зображувати логотип напівпрозорим на будь-якому фоні, за винятком випадків, у яких напівпрозорість викликана технічними обмеженнями. У такому разі варто забезпечити достатній контраст та читабельність символу.

Винятком з цього правила є використання графічного знаку без літерної частини у якості декоративного елемента.



Білий варіант логотипа, що також називається інверсним, рекомендовано використовувати переважно на корпоративних фонах. Втім, відтворення цієї версії допускається в рідкісних випадках, наприклад, коли логотип стоїть поруч з білими монохромними логотипами інших компаній на темному або неоднорідному фоні.

Монохромна версія логотипа з теглайном

Розміщуючи логотип варто керуватися критеріями достатнього контрасту



Не можна зображувати логотип напівпрозорим на будь-якому фоні, за винятком випадків, у яких напівпрозорість викликана технічними обмеженнями. У такому разі варто забезпечити достатній контраст та читабельність символу.

Винятком з цього правила є використання графічного знаку без літерної частини у якості декоративного елемента.



Інверсія

Білий варіант логотипа, що також називається інверсним, рекомендовано використовувати переважно на корпоративних фонах. Втім, відтворення цієї версії допускається в рідкісних випадках, наприклад, коли логотип стоїть поруч з білими монохромними логотипами інших компаній на темному або неоднорідному фоні.





Інверсія

Білий варіант логотипа, що також називається інверсним, рекомендовано використовувати переважно на корпоративних фонах. Втім, відтворення цієї версії допускається в рідкісних випадках, наприклад, коли логотип стоїть поруч з білими монохромними логотипами інших компаній на темному або неоднорідному фоні.

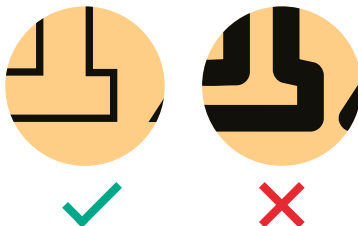




Контур

Контурне відтворення не призначене для широкого вжитку, але можливі ситуації з технічними обмеженнями, що потребують використання такої версії – наприклад, лазерне шоу або специфічне тиснення на обкладинці.

У друкованих матеріалах та на екранних носіях (фільмах, банерах чи сайтах) використовується виключно суцільнофарбована версія.



Немає єдиного співвідношення товщини лінії до логотипу – варто вибирати таку ширину, завдяки якій можна відтворити й не втратити графічних особливостей логотипа. Найменший елемент, який має візуально розрізнятися – прямі кути та відрізки у хвостіку літери «Ц».



Допустимий мінімальний розмір відтворення

Мінімальний розмір відтворення логотипа в друкованих матеріалах або брендуванні речей залежить також від якості технології його відтворення. Узагальнене правило — можливість прочитати назву бренда.



За умови друку грубим растром зменшення логотипа допускається доти, доки ширина вертикального штриха літери вміщує три лінії або точки растра в ширину.

Мінімальний розмір відтворення логотипа на екрані вимірюється у пікселях. Схеми наведено в довільному масштабі.

Уникайте грубих помилок



Зміна розташування елементів логотипу.



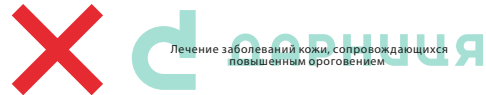
Зміна пропорцій логотипу чи відстані між графічною та текстовою частинами.



Порушення охоронної зони логотипа.



Деформація логотипа або його окремих частин.



Використання логотипа як фон (не стосується використання графічного символу окремо, як фонового елемента).



Накладання додаткових ефектів на логотип.



Хоча поворот на 90° проти годинникової стрілки не є грубим порушенням, таке рішення повинно бути цілком виправдане практичною метою



Використання на кольорових фонах, що ускладнюють прочитання.

Уникайте грубих помилок



Зміна розташування елементів логотипу.



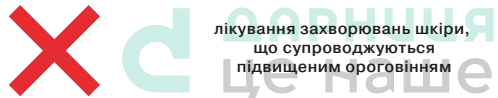
Зміна пропорцій логотипу чи відстані між графічною та текстовою частинами.



Порушення охоронної зони логотипу.



Деформація логотипу або його окремих частин.



Використання логотипу як фон (не стосується використання графічного символу окремо, як фонового елемента).



Накладання додаткових ефектів на логотип.



Хоча поворот на 90° проти годинникової стрілки не є грубим порушенням, таке рішення повинно бути цілком виправдане практичною метою



Використання на кольорових фонах, що ускладнюють прочитання.



Декоративні елементи



Всередині фірмового графічного елемента можливе розміщення тексту. На схемі заштриховано зону, в межах якої це допускається.



Основа декору

Основою брендованого декору є форма графічного символу логотипа.

Треба розрізняти використання символу для декору або як спрощеного логотипа — в залежності від ролі правила щодо його розміщення і відтворення є більш або менш суворими (декоративне застосування дозволяє більш вільні візуалізації).

Суворе правило: пропорції символу не може бути змінено за будь-яких умов — навіть у разі його повороту або виходу за межі макета.

Далі наведено приклади допустимого застосування символу саме у декорі.



Обрамлювальна смуга

У друкованих матеріалах використовується тільки при друкуванні під обріз або на краю формату встик з бігуванням.

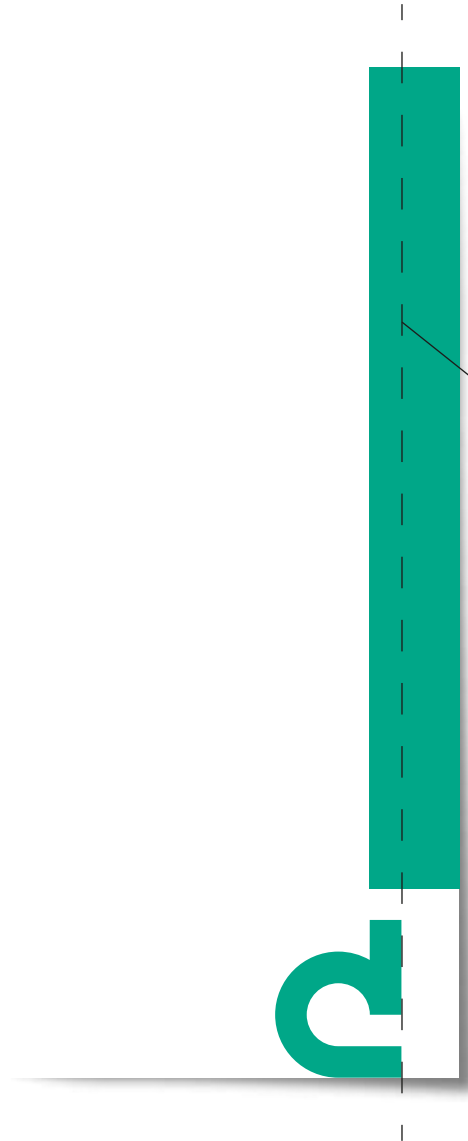
Кольори: основний, додатковий, другорядні — включаючи послаблені відтінки (90%, 80%, 70% ... 10%).

Декоративний елемент (символ із вертикальною смугою) розміщується праворуч. Якщо правий край сторінки запресовується у палітурці, можливо збільшити ширину верхньої полоси на ширину палітурки.

Однак рекомендується розглядати розворот сторінки як єдиний макет і застосовувати декор до нього цілком (тобто тільки до правої сторінки).

Декоративна обрамлювальна смуга також використовується без фірмового графічного елемента — як це зроблено на сторінках цього брендбука. Ширина такої окремої смуги не регламентується, але бажано зберігати її єдиною для всіх розворотів однієї брошури.

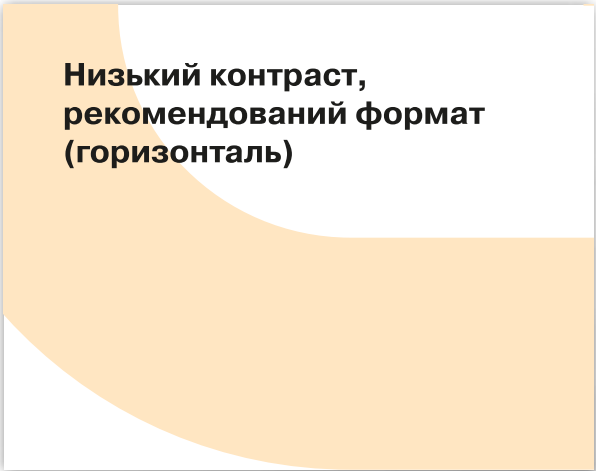
Розміщення нумерації сторінки не рекомендується.



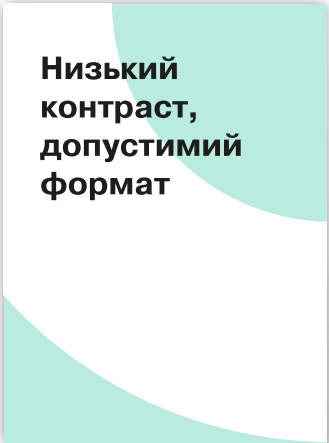
Геометричний фон

Цей графічний елемент трансформується під більшість прямокутних форматів і буває у двох варіантах контрасту:

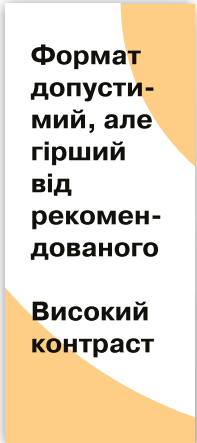
- висококонтрастний (основний колір + білий) — потребує особливої верстки сторінки,
- низькоконтрастний (основний зелений менш як 25% або додатковий менш як 50% + білий) — дозволяється використовувати як однорідний фон.



**Низький контраст,
рекомендований формат
(горизонталь)**



**Низький
контраст,
допустимий
формат**



**Формат
допусти-
мий, але
гірший
від
рекомен-
дованого**

**Високий
контраст**

Правила діють як для безпосереднього колірного поєднання, так і для інверсних поєднань.

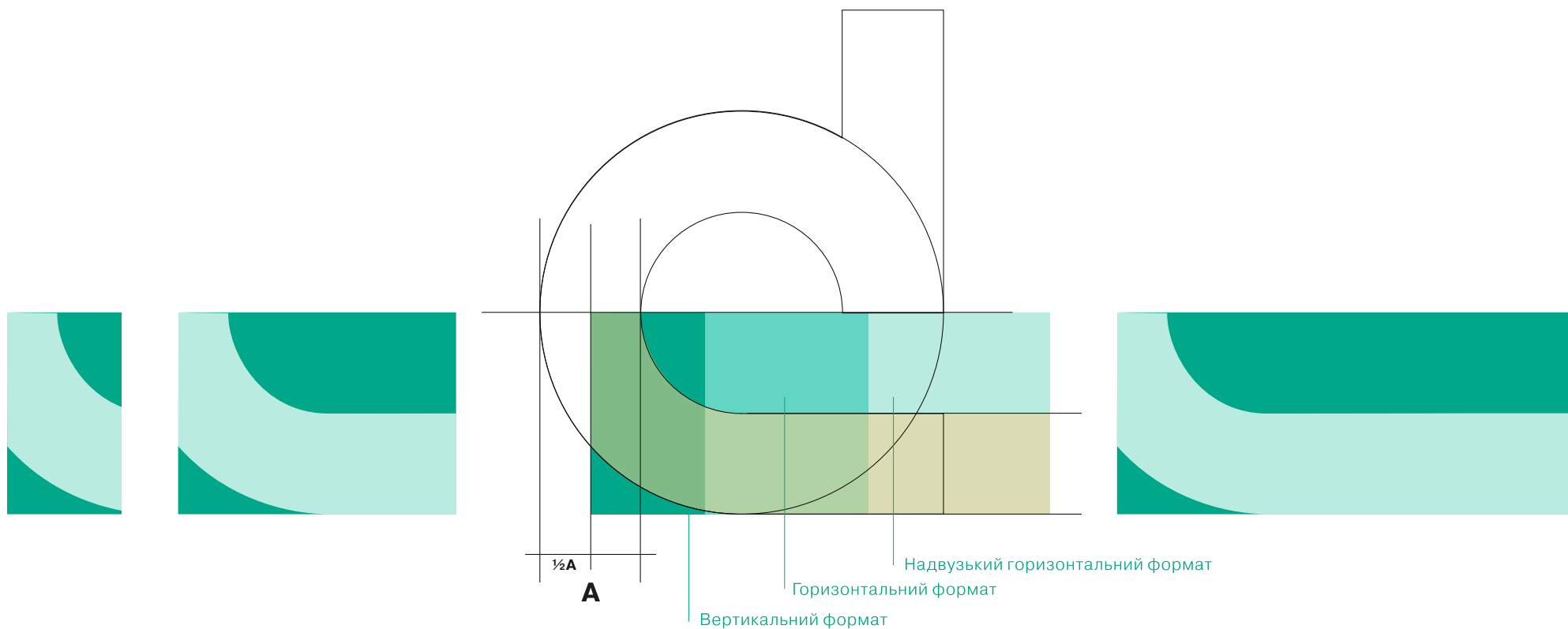
Приклади форматів



**Низький контраст,
рекомендований формат (горизонталь)**

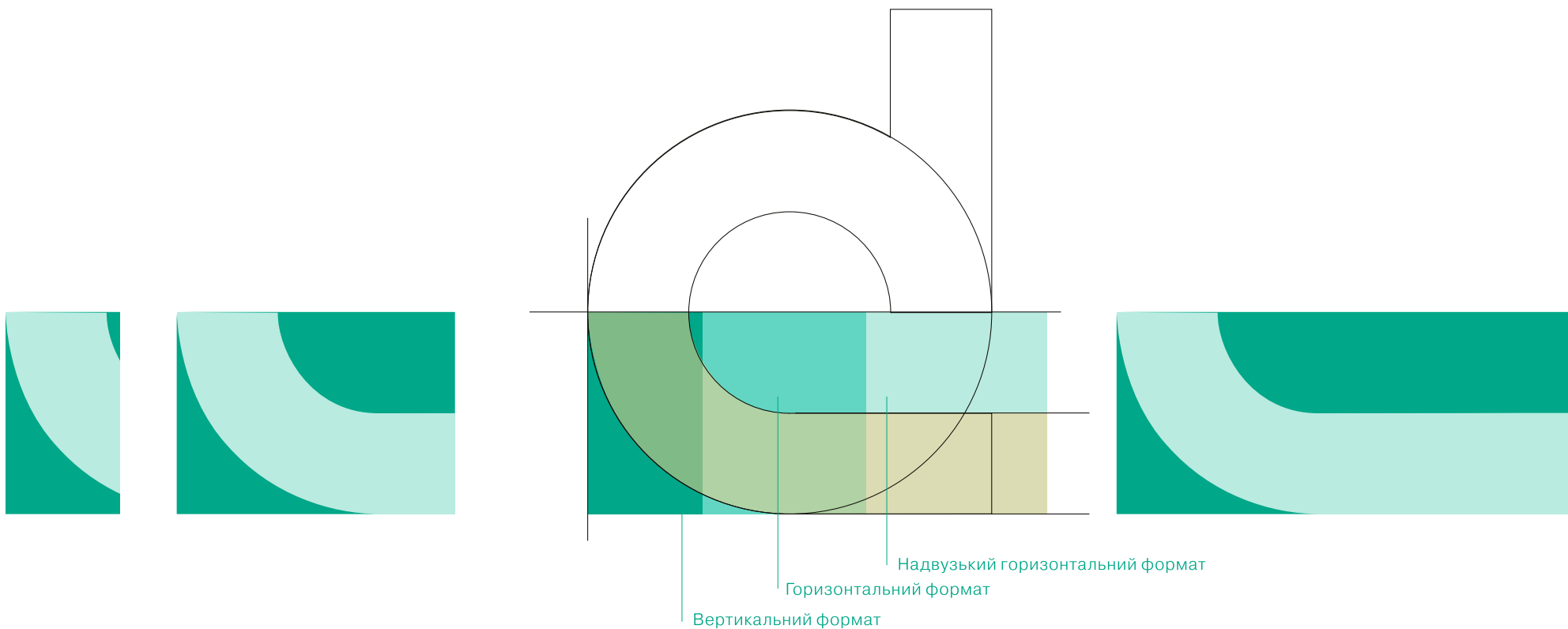
Побудова геометричного фону

Варіант I



Побудова геометричного фону

Варіант II





Основний символ як фоновий елемент

У разі використання основного символу як геометричного фонових елемента варто дотримуватися його пропорцій, масштабуючи до максимальної висоти макета.

Елемент притискається правим боком до краю макета, лівий може бути випущено під обрізання.





Колір

Основний колір

PANTONE	Green C
CMYK	95 0 60 0
RGB	0 168 134

Допустиме використання послаблених відтінків основного кольору — крім логотипа

100%

75%

50%

35%

25%

Якщо текст розміщується поверх основного кольору, то рекомендований колір шрифту залежить від щільності відтінку: більш як 75% — шрифт білий, 75% або менше — чорний.

Додатковий колір

PANTONE 1345 C
CMYK 0 19 54 0
RGB 255 209 134

Допустиме використання послаблених відтінків основного кольору

100%

75%

50%

35%

25%

Якщо текст розміщується поверх
основного кольору,
то рекомендований колір шрифту – чорний.

CMYK 0 14 39 0

Якщо текст розміщується поверх цих кольорів,
то рекомендований колір шрифту — білий.

Другорядні кольори

Цей кольоровий ряд призначений в першу чергу для розробки ілюстрованої інфографіки та пакування. Колірне кодування продукції описане у розділі «Дизайн пакування».

Ці кольори розділені на два півряди — верхній та нижній. Рекомендується використовувати обмежену кількість кольорів з палітри, обираючи насамперед кольори з одного півряду.

**PANTONE
185 C**

**PANTONE
Process Cyan**

**PANTONE
123 C**

**PANTONE
376 C**

**PANTONE
570 C**

**PANTONE
258 C**

**PANTONE
207 C**

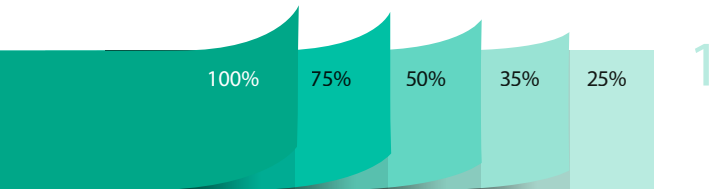
**PANTONE
2935 C**

**PANTONE
165 C**

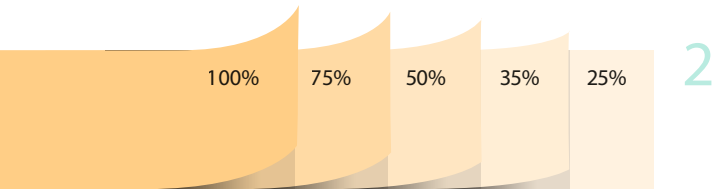
**PANTONE
361 C**

**PANTONE
7713 C**

**PANTONE
205 C**



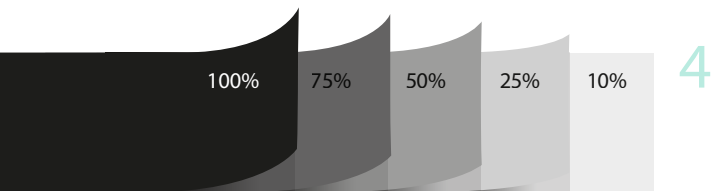
1



2



3



4

Правила використання кольорів

До фірмового стилю входять чотири групи кольорів:

- 1) основний зелений та його градації;
- 2) додатковий піщаний та його градації;
- 3) другорядні кольори;
- 4) білий, чорний та градації сірого.

Геометричні фони формуються монохромним поєднанням білого та будь-якого іншого кольору з фірмової палітри.

У схемах, графіках та векторних ілюстраціях можна поєднувати декілька кольорів із палітри.

Немає обмежень на кольори растрових зображень, що використовуються в матеріалах як окремі ілюстрації.

а

**Шрифти
та розмітка**

Extra Light / Oblique
Light / *Oblique*
Book / *Oblique*
Bold / *Oblique*
Black / *Oblique*

Крім поданих варіантів,
можна використовувати
інші залежно від потреб
комунікації. При цьому
варто враховувати
читабельність тексту
та баланс композиції.

Основний шрифт

Гарнітура Pragmatica призначена для більшості матеріалів візуальної комунікації.

Pragmatica Light

А а	Б б	В в	Г г	Ґ ґ	Д д	Е е	Є є	Ж ж	З з	И и
І і	Ї ї	Й й	К к	Л л	М м	Н н	О о	П п	Р р	С с
Т т	У у	Ф ф	Х х	Ц ц	Ч ч	Ш ш	Щ щ	Ь ь	Ю ю	Я я

Pragmatica Bold

А а	Б б	В в	Г г	Ґ ґ	Д д	Е е	Є є	Ж ж	З з	И и
І і	Ї ї	Й й	К к	Л л	М м	Н н	О о	П п	Р р	С с
Т т	У у	Ф ф	Х х	Ц ц	Ч ч	Ш ш	Щ щ	Ь ь	Ю ю	Я я

Рекомендація щодо використання

У блоках тексту з темним шрифтом на світлому фоні варто використовувати більш легкий *Pragmatica Cond Extra Light*.

Pragmatica Cond Book призначений для набору інверсних блоків — світлий текст на темному фоні.

Розставити акценти у тексті допоможуть *італізовані* та **темні** набори символів *Pragmatica Cond Book Oblique*
Pragmatica Cond Book Oblique
Pragmatica Cond Book Oblique

Набірний шрифт

Масивні блоки з великою кількістю тексту можуть набиратися гарнітурою *Pragmatica Cond* замість основної.

Pragmatica Cond Extra Light

А а	Б б	В в	Г г	Ґ ґ	Д д	Е е	Є є	Ж ж	З з	И и
І і	Ї ї	Й й	К к	Л л	М м	Н н	О о	П п	Р р	С с
Т т	У у	Ф ф	Х х	Ц ц	Ч ч	Ш ш	Щ щ	Ь ь	Ю ю	Я я

Pragmatica Cond Book

А а	Б б	В в	Г г	Ґ ґ	Д д	Е е	Є є	Ж ж	З з	И и
І і	Ї ї	Й й	К к	Л л	М м	Н н	О о	П п	Р р	С с
Т т	У у	Ф ф	Х х	Ц ц	Ч ч	Ш ш	Щ щ	Ь ь	Ю ю	Я я

Сучасний геометричний
гротеск, натхненний українським
модернізмом минулого

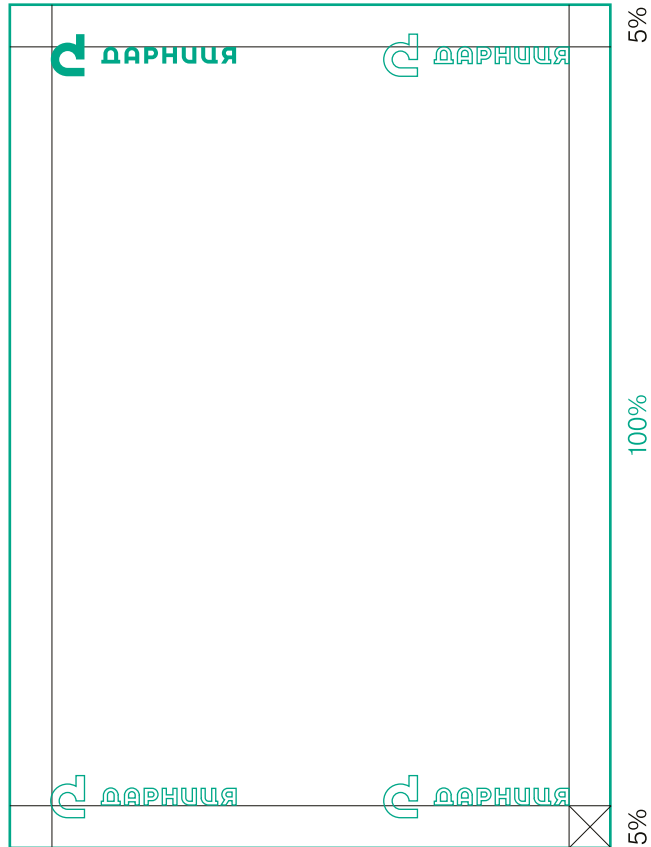
Шрифт теглайну

Гарнітура Almaz в накресленні Medium використовується
для теглайну “це наше”

Almaz medium

Аа	Бб	Вв	Гг	Ґ ґ	Аа	Ее	Єє	Жж	Зз	Ии
Іі	Її	Йй	Кк	Лл	Мм	Нн	Оо	Пп	Рр	Сс
Тт	Уу	Фф	Хх	Цц	Чч	Шш	Щщ	Ьь	Єє	Яя

Розмітка сторінки

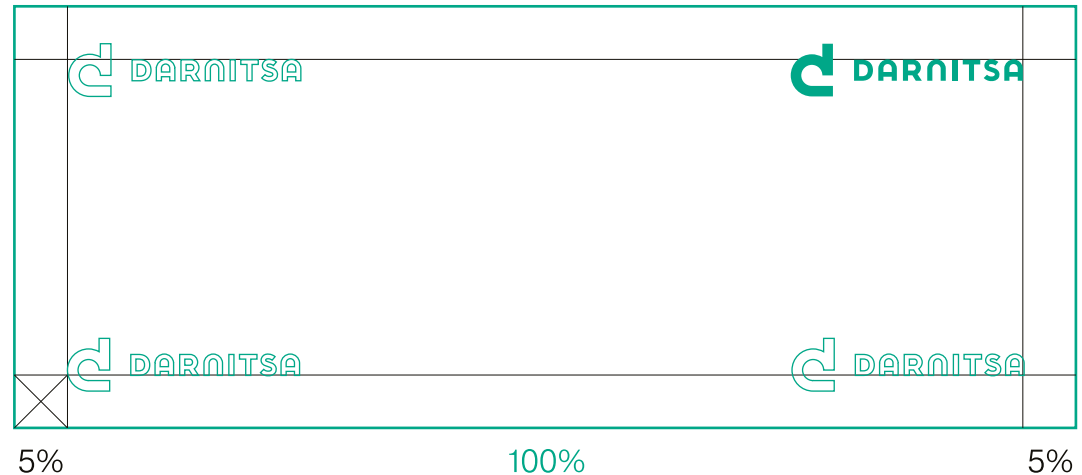


Рекомендоване захисне поле для друкованих сторінок дорівнює 5% від довжини більшої сторони — поля за всіма напрямками однакові.

При розміщенні горизонтального логотипа в макеті рекомендується вибрати його висоту, що дорівнює ширині поля, а сам логотип вирівняти в одному з кутів за умовним прямокутником із шириною всієї логогрупи та висотою тільки його текстові частини.

Варто мати на увазі: рекомендація щодо розміщення логогрупи не є абсолютним правилом, за потреби розмір логотипа може бути більшим або меншим.

Треба пам'ятати про захисну частину логотипа — вона може виступати за межі полів сторінки, але не за її край.



Зверніть увагу:


Випадки, що описує ця сторінка, не є загальною практикою — це виключення, що можуть мати місце за нагальної потреби.

У будь-якому разі таке використання фірмових елементів повинно мати чітке обоснування зі сторони дизайнера, що прийняв таке рішення.

Логотип в тексті

Особливий випадок — використання логотипа сумісно з текстом.

Логогрупу може бути включено у текстовий блок виключно за умови дотримання захисної зони (див. розділ «Логотип»). Логогрупа вирівнюється в рядку за базовою лінією літерної частини (напис «ДАРНИЦЯ» або «DARNITSA») — літери повинні стояти на базовій лінії рядка. Рекомендовані розміри логогрупи — літерна частина дорівнює висоті великої літери текста.

За підтримки компанії 

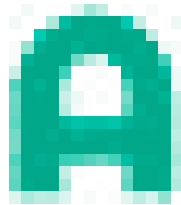
Завдяки компанії  та її партнерам

У край необхідних випадках допускається включати графічний символ у текст в якості шрифтового елемента.

Такий символ не потребує збереження охоронних зон — навпаки, він має розміщуватись згідно із загальною версткою тексту та міжлітерною відстанню, що відповідає налаштуванням шрифту.

Розмір символу обирається таким, що він спиратиметься на нижню базову лінію текстового рядка, а верхня базова лінія буде дотичною до верхнього скруглення:

Підключайтесь до -колективу!



Растрова графіка


Фонові абстракції

У візуальному оформленні доречним є поєднання абстрактних растрових зображень із векторними геометричними елементами фону.

Сюжети абстракцій: градієнти, рідина, молекули, динамічні частки тощо.

Рекомендовано зберігати єдність кольорової гами елементів фірмового стилю: зображення тонуються в один із фірмових кольорів.

Приклад тонування у двотонову палітру фірмових відтінків.



Можливе поєднання фонових абстракцій із геометричним оформленням

Фотоілюстрації

Візуальний стиль бренда — лаконізм композиції та чистота кольору.

Варто віддавати перевагу фотографіям без занадто дрібних чітких елементів, із чистим або сильно розмитим фоном.

Кольорова гама — натуральна, переважно теплі за балансом.

За яскравістю бажаною опцією є світлі фотографії.

Настрій — сонячне світло, здоровий колір шкіри, блакитний текстиль, сповільнений час.



Брендування зображень

Правила взаємодії векторних елементів стилю із растровими зображеннями залежать від світлового тону зображення.

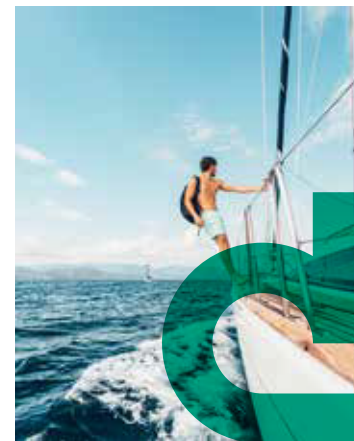
Їх можна розділити на три типи:

1. Зображення у світлому ключі
2. Зображення у темному ключі
3. Особливий стиль — білі об'єкти й текстури



Зображення у світлому ключі

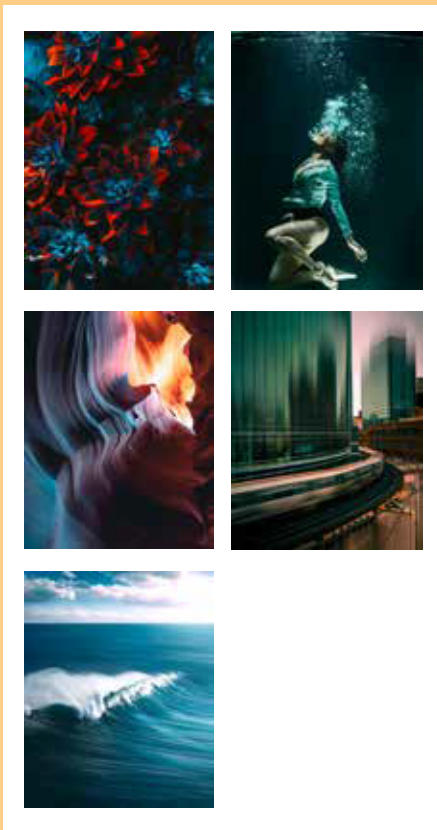
Логотип та елементи фірмового зеленого кольору розміщуються на растровому зображенні у режимі Multiply.



Зображення у темному ключі

Два варіанти брндування:

1. Логотип та векторні елементи білого кольору
2. Елементи фірмового зеленого кольору розміщені на растровому зображенні у режимі проекції світла (Screen)





*У деяких випадках варто змінити яскравість і контраст таким чином, щоб зображення стало однозначно темним або світлим.

Окремі випадки

Якщо однозначно віднести зображення до темних або світлих не вдається, варто протестувати обидва стилі.

На фото забагато деталей.

Завеликий контраст між світлим верхом та темним низом



Особливий стиль

Особливий підхід, що підкреслює лаконізм і чистоту фірмового стилю — білі об'єкти й текстури.

Білі об'єкти візуально мають об'єм та розташовані переважно на білому або однорідному фоні.

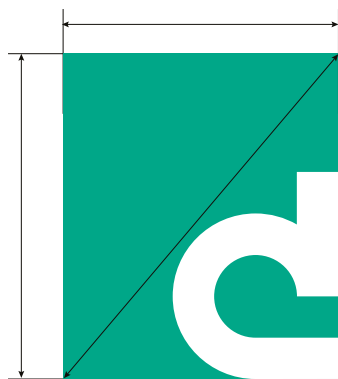
Логотип та елементи фірмового зеленого кольору розміщуються на растровому зображенні у режимі Multiply.





Tone Of Voice

- Допомога, а не експертиза
- Стаємо партнером, а не диктуємо правила
- Позитивний настрій
- Чітке та зрозуміле повідомлення
- Зрозуміла кінцева вигода
- Трендовий look & feel
- Просто, розумно та влучно
- Готове рішення



Правила макетування

Вертикальний формат

(безрецептурний препарат)

Розміри наведено для формату А4.
Для інших форматів А слід
дотримуватися пропорційних
масштабувань.

Хелсворнінг «Самолікування може бути
шкідливим для вашого здоров'я»
повинен мати площу, не меншу за 17%
від загальної площини рекламного
матеріалу. Площа обчислюється
без урахування виносних елементів.



Вертикальний формат

(безрецептурний препарат)

Приклад.

12 mm 65 mm

ДАРНИЦЯ
це наше

ДВАЦЕ
ЧАС ПОПРОЩАТИСЯ
З КАШЛЕМ!*

**Розчинні таблетки
при кашлі¹**

Діє до 24 годин² Розчиняти у воді

ДВАЦЕ 200
ацетилсаліцил
ЗМЕНШІТЬ
ВІЗКОСТІСТЬ СЛІЗИ
ТА ПОСЛАБИТЬ
ВІДКАРХУВАННЯ
20 таблеток по 100 мг
Застосовувати
двічі на день

ДВАЦЕ ЛОНГ
ацетилсаліцил
Застосовувати двічі на день по 12 таблеток

* У даному макеті використано лише рекламний слоган. ¹ Як засіб з основним симптомом гострого та хронічного захворювання бронхіальної системи, що супроводжується підвищенням утворення мокротиння з боку легень. ² Для швидкого засвоєння ДВАЦЕ ЛОНГ. Ретельно вивчайте інструкцію. Після застосування лікарського засобу необхідно обов'язково проконсультуватися з лікарем та ознайомитися з інструкцією на лікарський засіб. Лікарський засіб має протипоказання. Зберігати у недоступному для дітей місці. Листок АБ № 598096. Р1 МСЗ України ДВАЦЕ 200. № UA/18/08/01/01. ДВАЦЕ ЛОНГ – № UA/18/08/01/01. Завник: ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», Україна, м.Київ. «Фармацевт Рівень – Віта Громада», 2 – 38 123 Тренінг (ІН), Італія.

САМОЛІКУВАННЯ МОЖЕ БУТИ
ШКІДЛИВИМ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я

QR code

Вертикальний формат

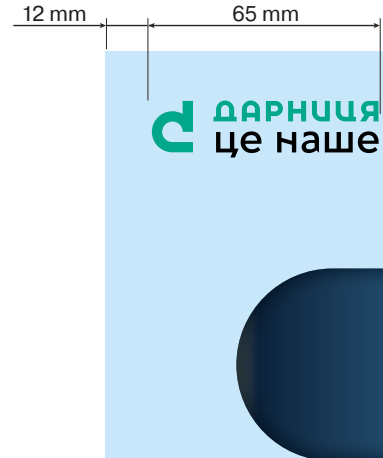
(рецептурний препарат)

Розміри наведено для формату А4.
Для інших форматів А слід
дотримуватися пропорційних
масштабувань.



(рецептурный препарат)

Приклад.



Допомога при депресії та нейропатичному болю

* Станом на 04.08.2021 р.

[illegible]

ІНФОРМАЦІЯ НАВЕДЕНА В СКОРОЧЕНОМУ ВИГЛЯДІ. БІЛЬШ ДЕТАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ВИКЛАДЕНА В ІНСТРУКЦІЇ ДЛЯ МЕДИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЛІКАРСЬКОГО ЗАСОБУ

ІНФОРМАЦІЯ ПРИЗНАЧЕНА ВИКЛЮЧНО ДЛЯ РОЗМІЩЕННЯ У СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ВИДАННЯХ, ПРИЗНАЧЕНИХ ДЛЯ МЕДИЧНИХ УСТАНОВ ТА ЛІКАРІВ, А ТАКОЖ ВИКЛЮЧНО ДЛЯ РОЗПОВСЮДЖУВАННЯ НА СЕМІНАРАХ, КОНФЕРЕНЦІЯХ, СИМПОЗІУМАХ З МЕДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

darnitsa.ua



Горизонтальний формат

(безрецептурний препарат)

Розміри наведено для формату А4.
Для інших форматів А слід
дотримуватися пропорційних
масштабувань.

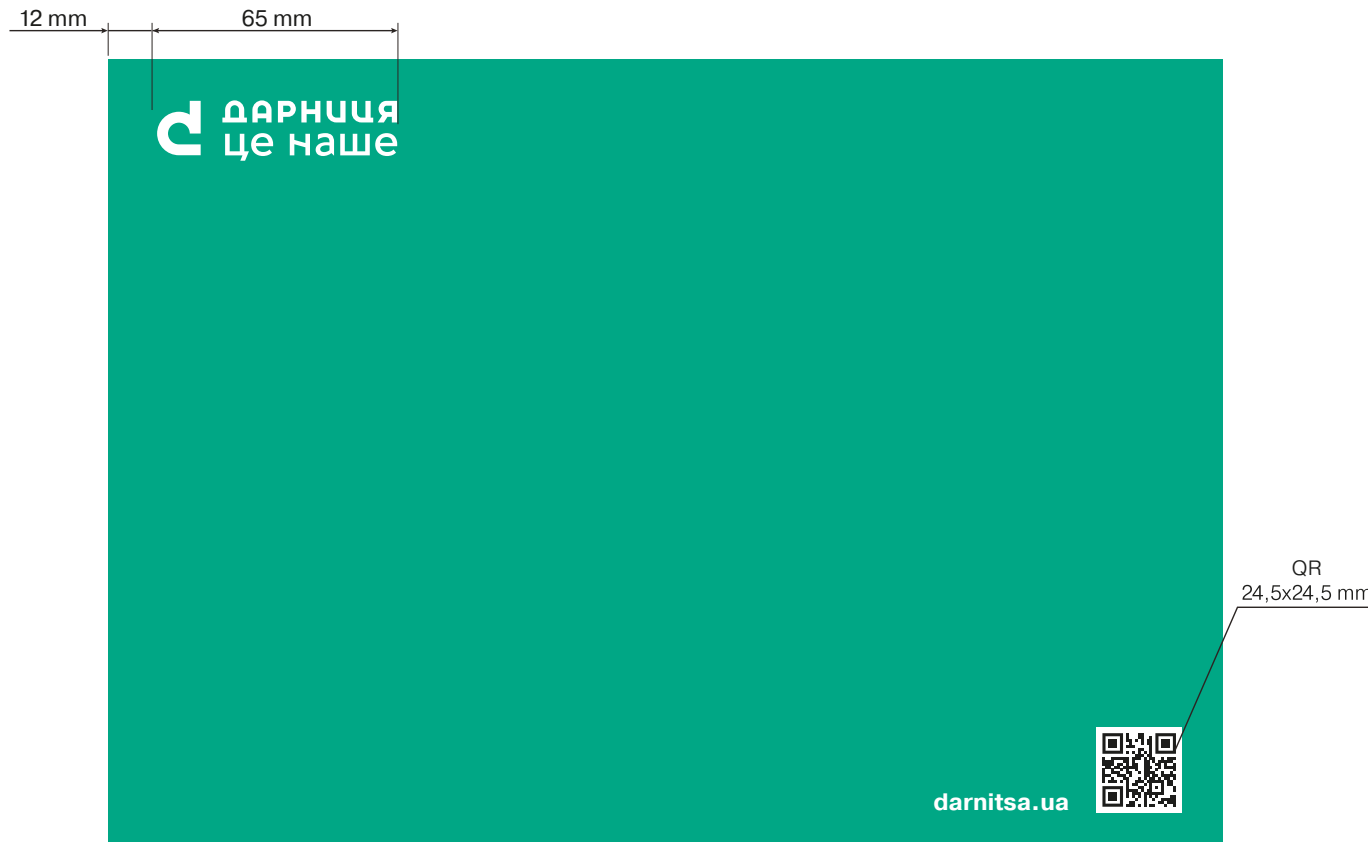
Хелсворнінг «Самолікування може бути
шкідливим для вашого здоров'я»
повинен мати площу, не меншу за 17%
від загальної площини рекламного
матеріалу. Площа обчислюється
без урахування виносних елементів.



Горизонтальний формат

(рецептурний препарат)

Розміри наведено для формату А4.
Для інших форматів А слід
дотримуватися пропорційних
масштабувань.





**Корпоративний
логошот**

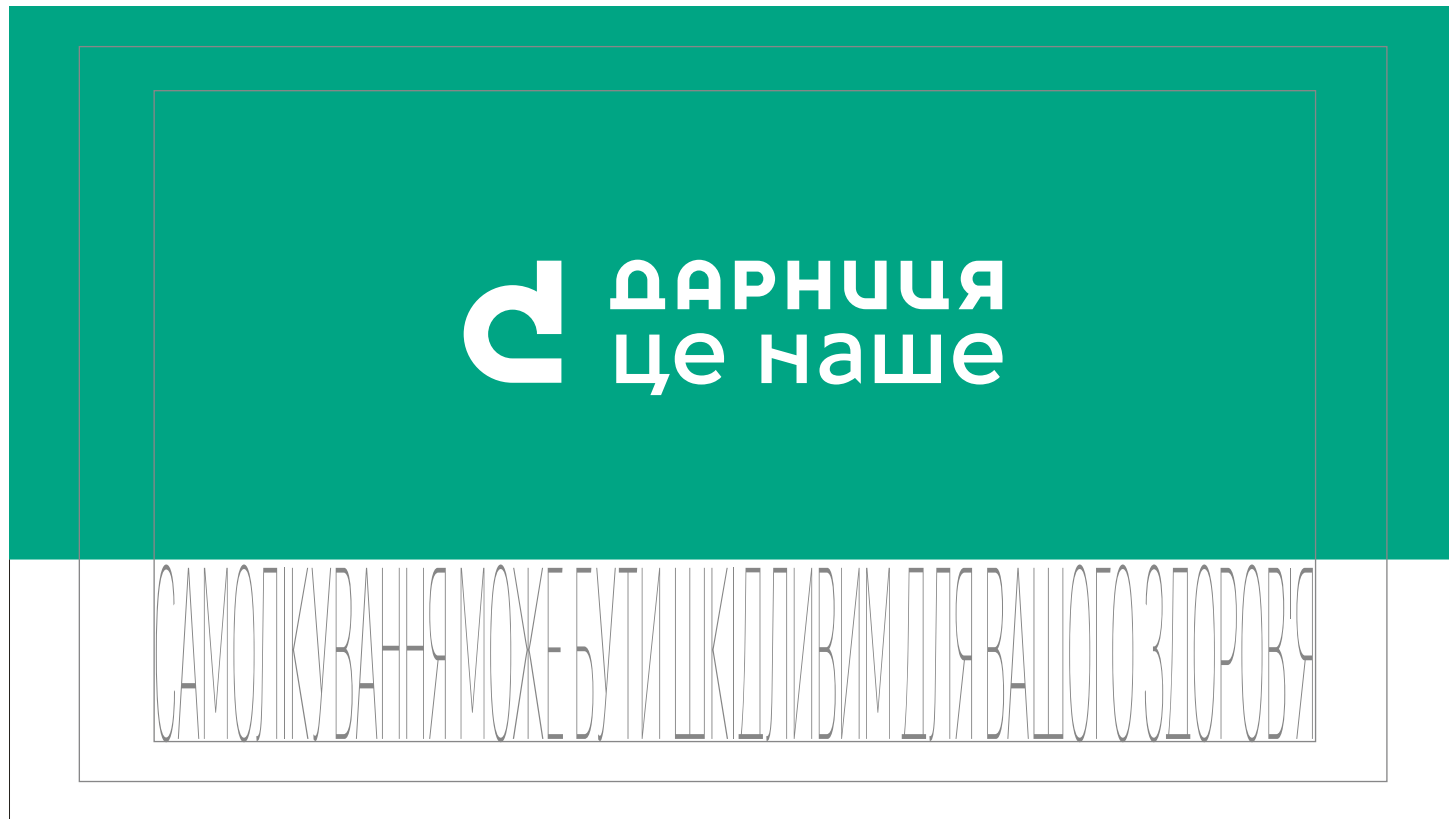
Горизонтальний формат

1920x1080 px

16:9

Розташування елементів наведено
з урахування безпечних зон для TV
формату та не може бути зміненим.

Хелсворнінг «Самолікування може бути
шкідливим для вашого здоров'я»
повинен мати площу, не меншу за 17%
від загальної площини рекламного
матеріалу. Площа обчислюється
без урахування виносних елементів.



Горизонтальний формат

Наведено приклад на фоні основного кольору. В якості кольору фону може бути використаний будь-який колір з наведених на стор. 41-42.



ДАРНИЦЯ
це наше

САМОЛІКУВАННЯ МОЖЕ БУТИ ШКІДЛИВИМ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я

Вертикальний формат (Instagram)

1080x1920 px

9:16

Розташування елементів наведено
з урахування безпечних зон для формату
Instagram та не може бути зміненим.

Хелсворнінг «Самолікування може бути
шкідливим для вашого здоров'я»
повинен мати площу, не меншу за 17%
від загальної площини рекламного
матеріалу. Площа обчислюється
без урахування виносних елементів.



Вертикальний формат (Instagram)

Наведено приклад на фоні основного кольору. В якості кольору фону може бути використаний будь-який колір з наведених на стор. 40-42.



ДАРНИЦЯ
це наше

The image shows a vertical rectangular template for an Instagram post. The top portion is a solid teal color, while the bottom portion is white. The logo, consisting of a stylized 'd' and the text 'ДАРНИЦЯ це наше', is centered in the teal section. The bottom white section contains a thin horizontal line of text that is mostly illegible due to its small size and vertical orientation.

Вертикальний формат (Facebook)

1080x1920 px

9:16

Розташування елементів наведено для розміщення у Facebook та не може бути зміненим.

Хелсворнінг «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я» повинен мати площу, не меншу за 17% від загальної площини рекламного матеріалу. Площа обчислюється без урахування виносних елементів.



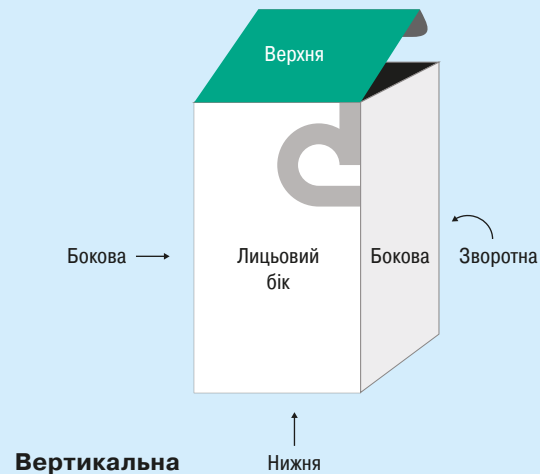
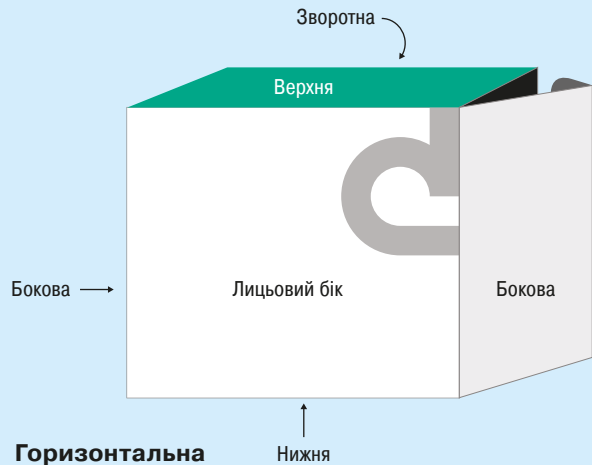
Вертикальний формат (Facebook)

Наведено приклад на фоні основного кольору. В якості кольору фону може бути використаний будь-який колір з наведених на стор. 41-42.





Упаковка



Частини прямокутних коробок

Вторинні упаковки — картонні коробки з графічним оформленням. Поділяються на два типи за геометрією: горизонтальні (або плоскі) та вертикальні.

Горизонтальні

Ці коробки містять первинні упаковки, завдяки чому не потрібно зберігати коробку у вертикальному положенні.

Сюди належать і коробки з квадратним лицьовим боком — брендуючи, їх потрібно орієнтувати клапаном вбік.

Вертикальні

Коробки, що містять первинну упаковку виключно у вертикальному положенні, — це здебільшого флакони.

Коробки такого типу мають лицьову та бокову поверхні, близькі за розміром, та відкриваються зазвичай зверху.

Загальна колірна схема

Основним фоном для всіх сторін, окрім верхньої, є білий.

Верхня сторона вторинних упаковок завжди має фон фірмового зеленого кольору. Винятком є зони, відведені для технічного маркування, які не можуть бути зафарбованими фірмовим кольором.

Лицьовий бік

Дизайн лицьового боку

Лицьовий бік має білий фон, на якому розміщуються графічні елементи та текст.

Порядок побудови дизайну:

- I. Розміщується фірмовий графічний елемент та будується модульна сітка.
- II. За сіткою розміщуються всі необхідні графічні елементи, залишається вільний простір для тексту.
- III. Верстається текст із дотриманням сейф-зон наявних елементів.

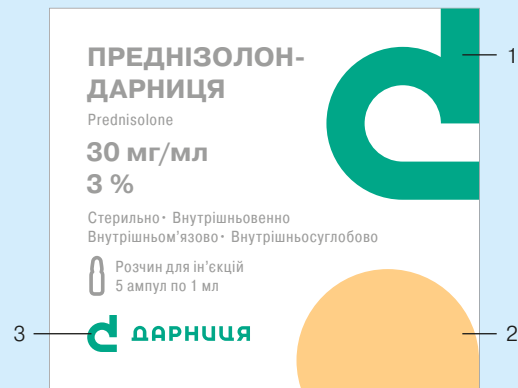
Типи графічних елементів

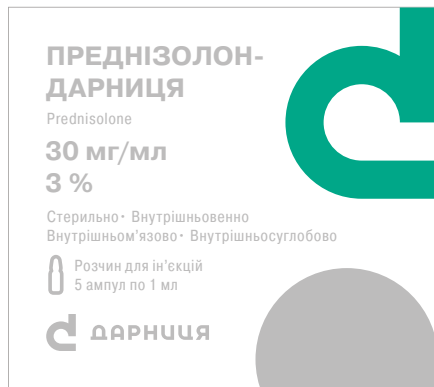
На лицьовому боці розміщують три типи графічних елементів:

1. Фірмовий графічний елемент (ФГЕ) — стилізована латинська літера d
2. Плашка для ілюстрації
3. Повний логотип

Фірмовий графічний елемент є обов'язковим, плашка для ілюстрації використовується за потреби.

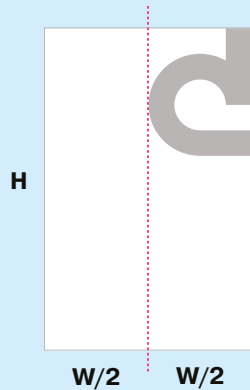
Повного логотипа може не бути тільки за критичним браком простору, в такому разі він має обов'язково бути хоча б на одному боці упаковки.



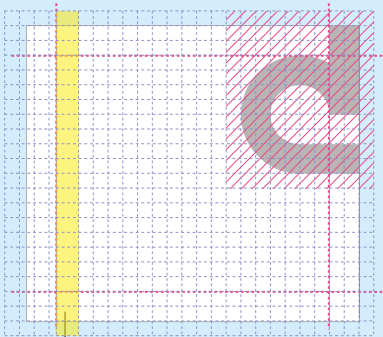
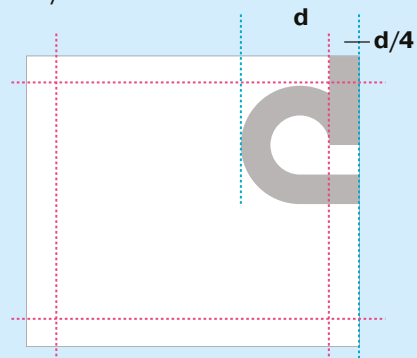
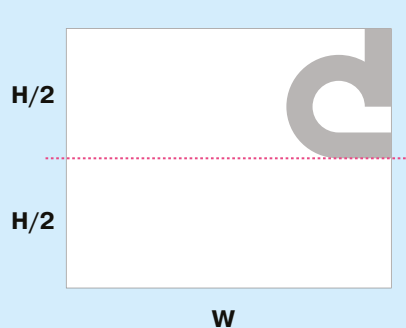


**Фірмовий графічний елемент
та модульна сітка**

$W < H$



$W > H$



Комірка розширюється до базового поля

Фірмовий графічний елемент

На лицьовому боці розміщується фірмовий графічний елемент (ФГЕ) — графічний символ логотипа (стилізована латинська **d**).

ФГЕ розміщується так, щоб латинська **d** була притиснута до правого краю прямокутної лицьової сторони у правильному вертикальному положенні. Розмір визначається як половина меншого виміру лицьового боку — за висотою для горизонтальної коробки або за шириною — для вертикальної.

На лицьовому боці ФГЕ притискається до верхнього краю, утворюючи у поєднанні з малюнком зверху та збоку тривимірну композицію (див. розділ «Утворення тривимірного ФГЕ»).

Колір ФГЕ визначається згідно з кодуванням (див. розділ «Колір фірмового графічного елемента»).

Поля

Для подальшого розміщення тексту та повного логотипа на лицьовому боці визначаються поля, що дорівнюють одній чверті ширини ФГЕ.

Можливий виняток — у разі нестачі простору для всіх елементів поля можуть бути зменшені вдвічі в усіх напрямках.

Модульна сітка

Модульна сітка складається зі стовпців $1/8$ ширини логотипа та рядків такої самої висоти. Сітка будується, починаючи з кута, де розміщено ФГЕ. Цілом можливо, щоб лінія сітки не збігалася з одним із полів — у цьому разі ближчий до поля ряд комірок (стовпець або рядок) таблиці розширюється до цього поля і залишається нестандартно широким.

Сейф-зона ФГЕ

Після побудови модульної сітки встановлюється сейф-зона ФГЕ — це прямокутник, що охоплює графічний елемент із запасом в один ряд комірок модульної сітки.

Колір фірмового графічного елемента

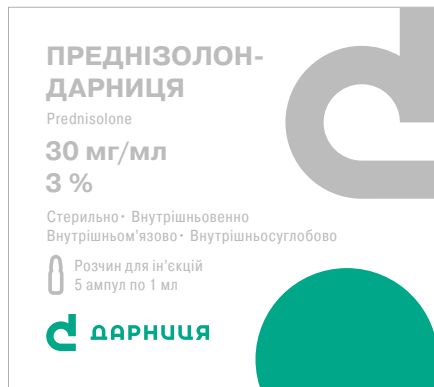
У кольорі ФГЕ заковано призначення або симптоматику препарату.

Використовуються такі кольори:

	PANTONE	CMYK
НЕВРОЛОГІЯ	207	0 100 48 27
ЗАСТУДА	2935	100 52 0 0
АНТИБАК	361	77 0 100 0
ЧОЛОВІЧЕ	258	43 76 0 0
ШКТ	123	0 19 89 0
БІЛЬ	165	0 70 100 0

	PANTONE	CMYK
ДЕРМАТОЛОГІЯ	376	50 0 100 0
КАРДІОЛОГІЯ	185	0 93 79 0
ОФТАЛЬМОЛОГІЯ	570	57 0 36 0
ХІРУРГІЯ	Process Cyan	100 0 0 0
ТЕРАПІЯ	7713	100 0 30 26
ЕНДОКРИНОЛОГІЯ	205	0 83 16 0



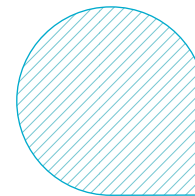


II

Плашка під ілюстрацію
та повний логотип

Плашка під ілюстрацію

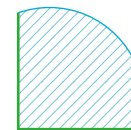
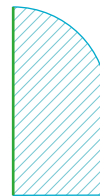
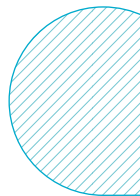
На схемі вказано базову форму плашки.



Базова форма

Розмір плашки вибирається з урахуванням розміру ілюстрації, для якої вона є контейнером.

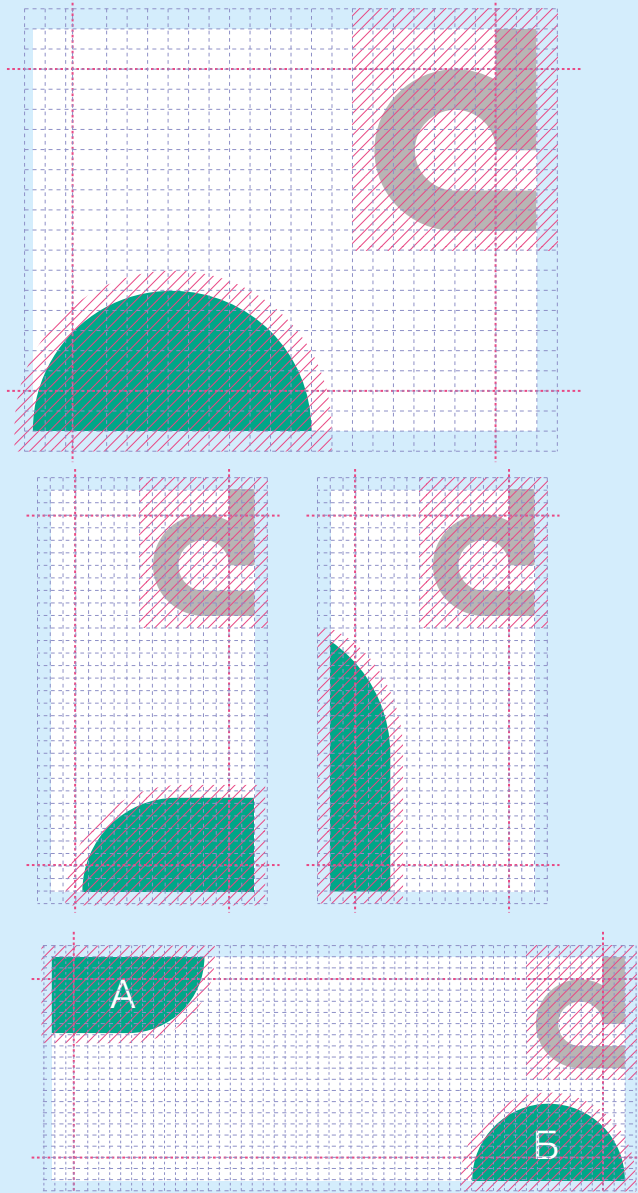
Плашка може бути будь-якою частиною базової форми. Лінія, за якою плашка відсікається від базової форми, має бути притиснута до краю упаковки (на схемі вказана зеленим кольором).

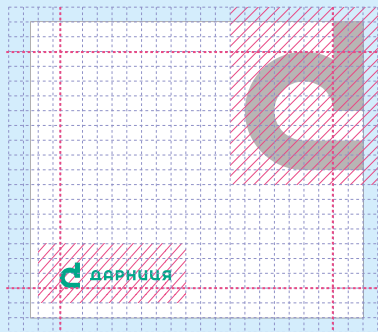
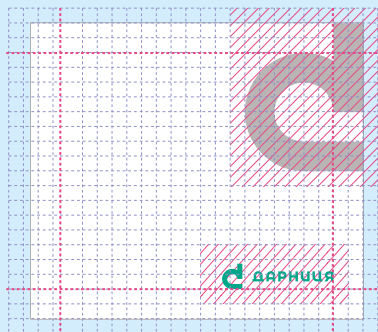


Масштаб плашки вибирається довільно. Якщо в дизайні однієї упаковки використовується декілька плашок, їхній масштаб повинен бути однаковим (на схемі масштаб А дорівнює масштабу Б).

Сейф-зона плашки

Сейф-зона плашки під ілюстрацію дорівнює ширині однієї комірки модульної сітки від абрису самої плашки (тобто повторює форму плашки на відстані від неї).





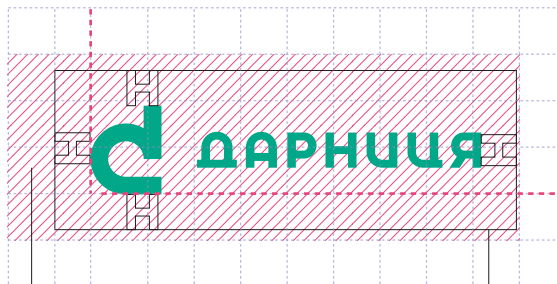
Повний логотип

Це горизонтальний логотип «Дарниця» тією мовою, яка є основною для дизайну конкретної коробки.

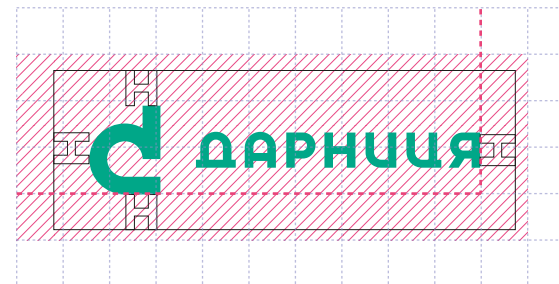
Колір логотипа — оригінальний або чорний (не рекомендовано).

Розмір логотипа вибирається довільно у проміжку між 16 та 32 мм за шириною.
Рекомендована ширина — 22...28 мм.

Логотип притискається до одного або (рекомендовано) двох полів.



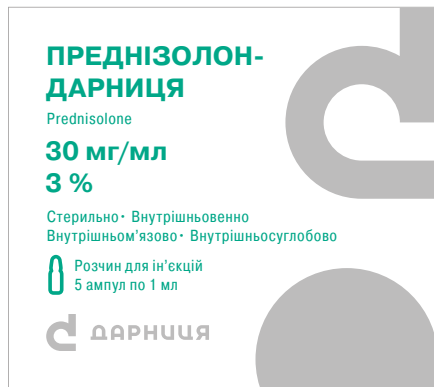
Сейф-зона за модульною сіткою



Мінімальна сейф-зона за брендбуком

Сейф-зона логотипа

Після розміщення логотипа визначають його сейф-зону за сіткою. Вона повинна займати мінімально необхідну цілу кількість комірок модульної сітки, в яку входить логотип із своєю мінімальною сейф-зоною (її визначено в розділі брендбука «Логотип»). Саме ця сейф-зона за модульною сіткою визначає межі взаємодії логотипа з іншими елементами дизайну упаковки.



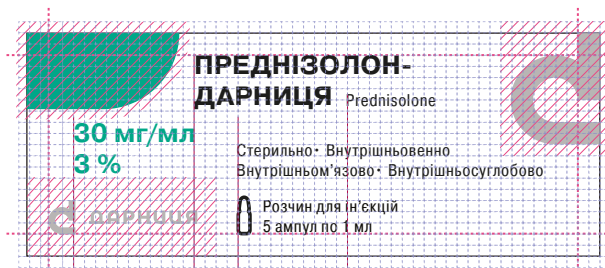
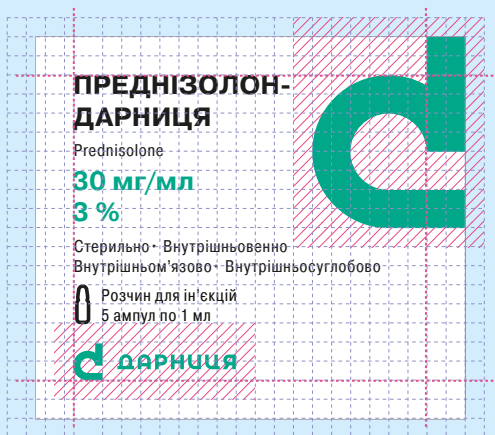
Текст

Текст

Вільна площа упаковки з урахуванням полів та сейф-зон може використовуватися під верстання тексту.

Шрифт, колір і рекомендований кегль тексту наведено далі в розділі «Типи інформаційного наповнення».

Верстка здійснюється по лівому краю. Текстові блоки вирівнюються між собою по вертикалі лівого поля. У разі потреби на одному боці текстові блоки можуть бути згруповано вирівняні до різних вертикалей, але не рекомендується робити більше ніж дві такі лінії вирівнювання.



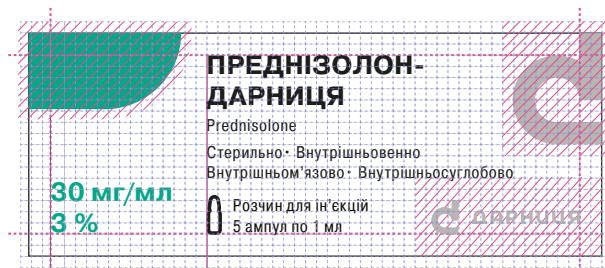
1

2

3

4

Забгато вертикалей



1

2

Рекомендацію виконано


Зауваження 1: при вирівнюванні тексту блок форми випуску потрібно розглядати як єдине ціле із піктограмою.

Зауваження 2: якщо дозування наведено в єдиному блоці з назвою препарату, його не враховують окремо.

Інтервали та сейф-зони тексту

У текстових блоках рекомендовано використовувати інтервали за замовчуванням. Дистанція між блоками не повинна бути меншою за інтервали всередині самих блоків.

Формат інформаційного наповнення:

	ТИП	ШРИФТ	КЕГЛЬ	КОЛІР	ДОДАТКОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ
ПРЕДНІЗОЛОН-ДАРНИЦЯ	Заголовок	Pragmatica Bold /опціонально All Caps on/	динамічний	чорний або комбінований чорний+додатковий*	
Prednisolone	Міжнародна непатентована назва (МНН)	Pragmatica Cond Book	8 pt	чорний	може ігнорувати сейф-зону заголовка, наближаючись до нього на відстань власної сейф-зони
30 мг/мл 3 %	Дозування та/або концентрація	Pragmatica Bold	≤ кегля заголовка	чорний або додатковий*	можливе об'єднання в блоці із заголовком
Стерильно • Внутрішньовенно Внутрішньом'язово • Внутрішньосуглобово	Дескриптор	Pragmatica Cond Book	8 pt	чорний	
 Розчин для ін'єкцій 5 ампул по 1 мл	Форма випуску	Pragmatica Cond Book	8 pt	чорний	підтограма верстається із текстом в загальному блоці, допускається виділяти числові значення шрифтом Pragmatica Bold та/або кольором симптоматики
ЗНИМАЄ СИМПТОМИ, ЛІКУЄ ПАТОЛОГІЇ	Маркетинговий текст	Pragmatica Bold All Caps on /опціонально All Caps off/	≥ 7 pt	чорний або додатковий*	може бути розміщений всередині ілюстрації – в цьому разі форматування та колір тексту вибираються індивідуально

*фірмовий зелений або колір симптоматики (колір графічного елемента)

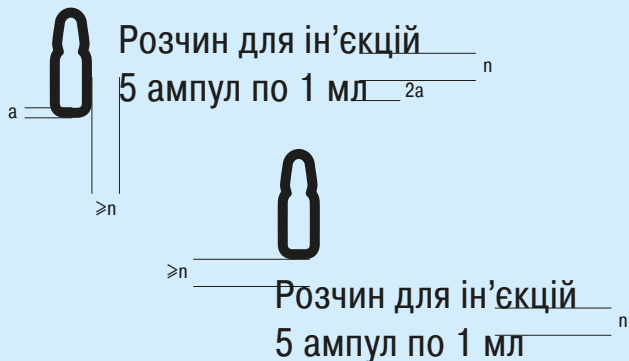
Якщо наявних піктограм не вистачає



Піктограми: знак малюється лінією однієї ширини, кінці лінії закруглені.
Масштаб лінії відносно висоти піктограми – 10–15%.

Блок «Форма випуску»

Співвідношення розмірів піктограми та тексту у блоці форми випуску: товщина основної лінії абрису піктограми дорівнює половині висоти малої літери тексту, а мінімальна відстань від піктограми до тексту дорівнює стандартному міжрядковому інтервалу.



Піктограма ставиться зліва від тексту та вирівнюється за висотою своїм центром до центру текстового блоку або над текстовим блоком із взаємним вирівнюванням за лівим краєм.

Піктограми «Форма випуску»

На упаковці наносяться піктограми, що позначають форму випуску препарату. Рекомендується верстати текстовий блок «Об'єм та форма випуску» разом із піктограмою «Форма випуску».



Таблетка
неподільна



Таблетка
подільна



Капсула



Інфузія



Ампула



Стік



Флакон



Спрей



Каплі



Порошок/
гранули



Гель/
Крем/
Мазь



Шампунь



Супозиторій



Трансдермальний
пластир

Додаткова інформація



Рослинний препарат



З компонентами натурального
походження



Допустиме вживання дітьми
+ вік дітей



<-20°C



<-20°C

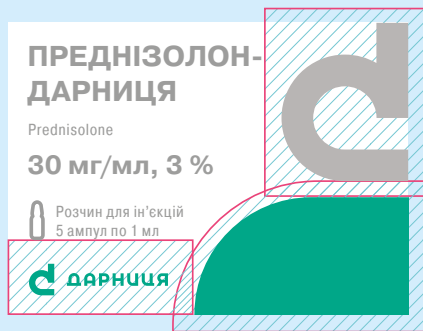


+2...8°C



+2°C
+8°C

Зберігати в холодильнику

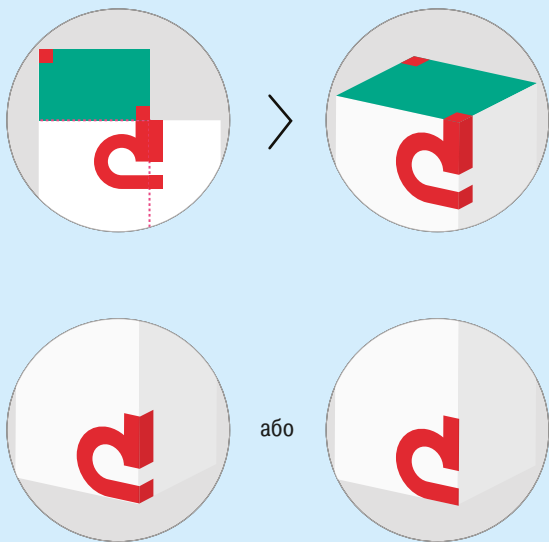


Взаємодія захисних полів

При взаємодії графічних елементів їхні сейф-зони можуть перетинатися, але самі елементи не повинні входити у сейф-зону іншого елемента.

При взаємодії текстового та графічного елементів сейф-зона тексту не враховується.

Сейф-зона текстового блока має враховуватись тільки при взаємодії текстових блоків. У цьому разі діє аналогічне правило до графічних елементів — сейф-зони можуть перетинатися, але самі елементи — не входять в сейф-зону іншого елемента (крім тих блоків, до яких вказано винятки з цього правила — див. таблицю «Формат інформаційного наповнення»).



Утворення тривимірного ФГЕ

Можна побачити, що частини кожного ФГЕ виходять із фронтальної частини упаковки на верхню і бокову сторони, утворюючи по два прямокутники на боковій стороні та квадрат на верхній частині упаковки.

У разі якщо графічний елемент розташований не під верхнім краєм (див. «Доповнююча сторона пазла») і його можна продовжити тільки на бокову поверхню, це робити можливо, але не обов'язково.

Інші боки

Верхня, нижня та бокові частини упаковки й утворення пазлів

$A = B$



$A \neq B, B < A$



$A = B$



Оформлення верхнього боку

Верхня частина завжди суцільного фірмового зеленого кольору (якщо немає технічних обмежень).

Вона містить верхній фрагмент тривимірного ФГЕ, текстову інформацію та логотип.

Логотип є рекомендованим, але не обов'язковим елементом.

Всі написи та логотип на верхній частині упаковки виконано білим кольором.
На верхньому боці продубльовано назву, міжнародну непатентовану назву препарату й дозування зі збереженням шрифтів та за можливості — кеглів.

Верхній бік має поля, що дорівнюють ширині фрагмента тривимірного ФГЕ.
Якщо не вистачає місця, поля можуть бути звужені.

Поля та рекомендовані відступи вказані на схемах.

За потреби на верхній бік наноситься також будь-який інший технічний текст. Рекмендований шрифт — *Pragmatica Cond Book*, колір — білий.

Оформлення нижньої та бокових частин упаковки

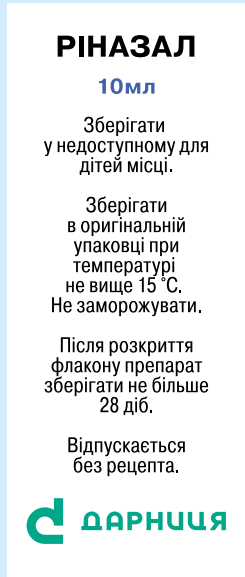
На бокових та нижній частинах упаковки друкується вся обов'язкова технічна інформація (склад, адреси, ліцензія тощо).

За технічної можливості на цих поверхнях також можна дублювати назву, дозування, логотип та інший текст з лицьового боку.

Рекомендовано дотримуватися загальних правил до дизайну лицьового боку упаковки щодо полів і сейф-зон. Для набору використовується шрифт **Pragmatica Cond Book**.

Рекомендований фон частин з інформаційним текстом — білий. Рекомендований колір тексту — чорний.

У разі завеликого обсягу технічної інформації, коли немає можливості вмістити її на бокових та нижній частинах, текст дозволяється перенести на верхній бік. В цьому разі верхній бік має залишатися фірмового зеленого кольору із білим текстом, але з нього можна прибрати повний логотип і назву препарату.



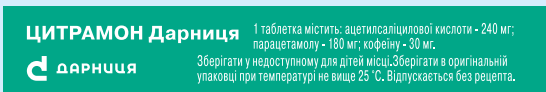
Бокова



Нижня



Нижня



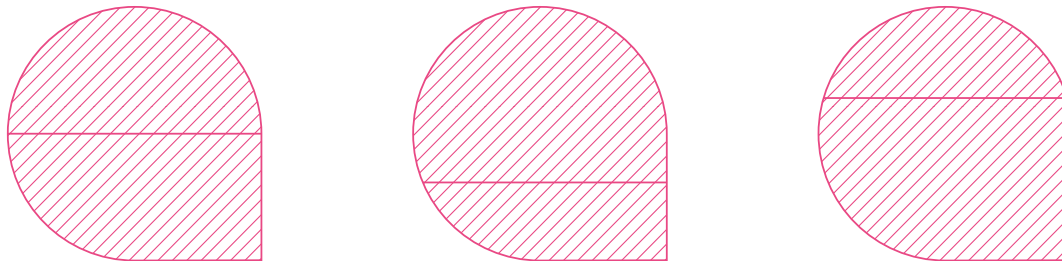
Модифікована верхня



Утворення пазла

На упаковці безрецептурних препаратів плашки декількох однакових упаковок, зіставлені одна з одною, можуть утворювати пазл. Для цього на зворотному боці коробки замість дублювання дизайну лицьового боку елементи розміщують так, щоб при зіставленні двох однакових коробок лицьовим боком до зворотного два фрагменти плашок з ілюстрацією утворювали одну суцільну плашку із доповнюючими фрагментами ілюстрації.

Плашка під ілюстрацію, обриваючись на лицьовому боці, продовжується на доповнюючому. При цьому розрізання плашки може відбуватися в будь-якій пропорції.



Зворотний бік у такому разі оформлюється із дотриманням вимог до лицьового боку, окрім місця розташування фірмового графічного елемента — на зворотному боці він має бути притиснутим до правого краю, але не обов'язково до верху.

На вертикальній упаковці зворотна й бокова частини можуть мінятися місцями. Тобто на розгортці основна та доповнююча частини пазла є сусідніми між собою, як і дві бокові.

Дизайни у прикладах

Нижче наведено низку прикладів розташування елементів у дизайні лицьової та доповнюючої частин упаковки.

Для розуміння принципів розташування дизайни містять інформацію — назву, опис, дозування тощо — що є не актуальною, а суто умовною.

До деяких дизайнів наведено коментарі, якщо певні рішення потребують пояснень.

У поданих варіантах додано маркетинговий текст, щоб навести приклад максимально щільної верстки.

Зазвичай рецептурні препарати не містять маркетингового тексту.

Рецептурні препарати

1. Таблетка

H<W

ЛІПОЇКА-ДАРНИЦЯ
Thioctic acid
300 мг

**ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ**

 **ДАРНИЦЯ**

 **30** таблеток, вкритих
плівковою оболонкою



2. Ампула

H~W

**ЛІПОЇКА-
ДАРНИЦЯ**
300 мг
Thioctic acid

**ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ**


 **10** ампул, розчин для ін'єкцій

 **ДАРНИЦЯ**




3. Туба
вертикальна


H>>W



**ЛІПОЇКА-
ДАРНИЦЯ**
300 мг
Thioctic acid

**ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ**

 Мазь у тубі 10г

 **ДАРНИЦЯ**

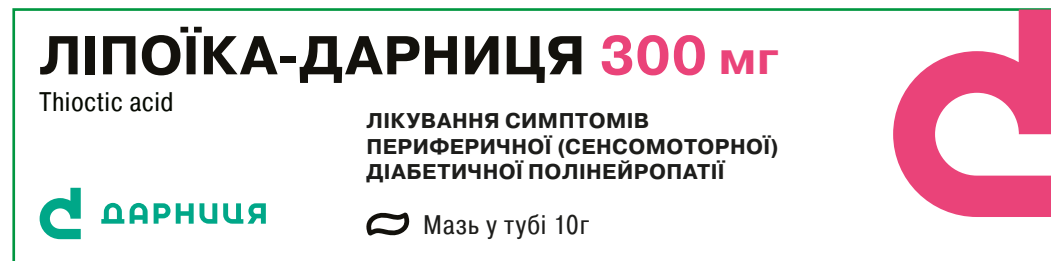
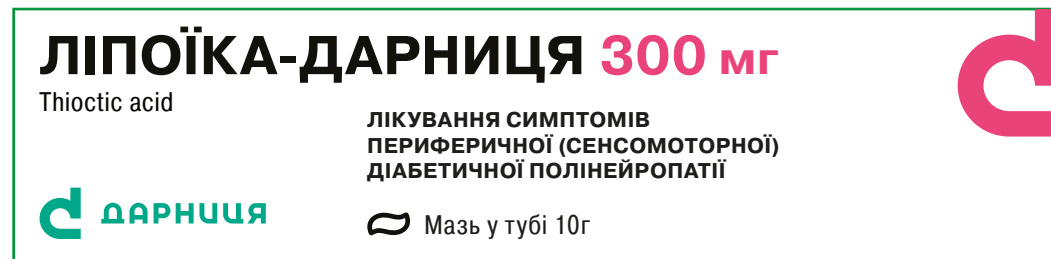
4. Флакон

H<W



5. Туба горизонтальна

H<<W



Альтернативний варіант — збільшений графічний символ.
Побудова модульної сітки відбувається із ФГЕ звичайного розміру (половина висоти упаковки), але після розміщення всіх елементів його збільшено в межах, дозволених вільним простором. Цей виняток можливий на горизонтальних упаковках із шириною, що значно перевищує висоту.

Безрецептурні препарати/пазли

Дизайни безрецептурних препаратів наведено у вигляді складених пазлів. Лицьовий бік позначено — упаковка може бути зверстана з обома лицьовими частинами, тобто не утворювати пазла.

1. Таблетка



Маркетинговий текст наведено всередині обох плашок під ілюстрацію, але може бути тільки на одному боці. Наявність маркетингового тексту на певних частинах упаковки узгоджується з відповідними підрозділами поза правилами брендбука.

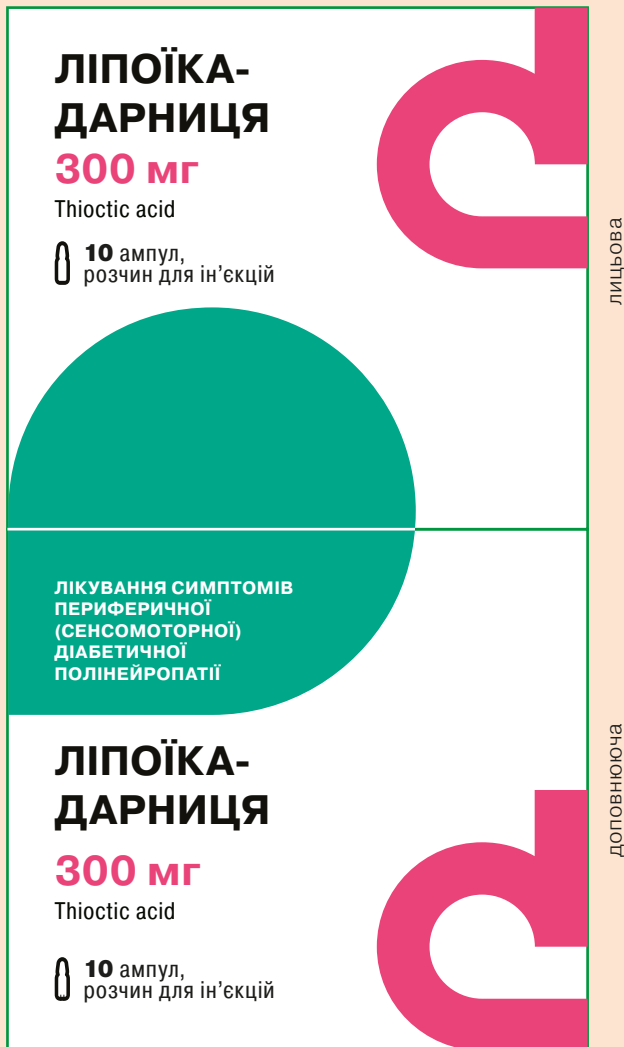
Важливо: текст всередині плашки-ілюстрації не підпадає під вимоги до текстових блоків на білому фоні, стилістично він може відповідати ілюстрації.

Лицьовий бік не містить повного логотипа, оскільки він є на інших частинах упаковки, а єдине місце для розміщення – поряд із фірмовим графічним елементом – фактично призведе до недоречного дублювання в межах одного боку: **логотип + частина логотипа поряд**.

2. Флакон

H>W





Маркетинговий текст наведено всередині обох плашок під ілюстрацію, але може бути тільки на одному боці.
Наявність маркетингового тексту на певних частинах упаковки узгоджується з відповідними підрозділами поза правилами брендбука.

Важливо: текст всередині плашки-ілюстрації не підпадає під вимоги до текстових блоків на білому фоні, стилістично він може відповідати ілюстрації.

Альтернативний варіант — відмова від логотипа задля збільшення плашки-ілюстрації (логотип має бути на боковій, нижній або верхній частині упаковки).



4. Туба горизонтальна

H<<W



ЛІПОЇКА-ДАРНИЦЯ
Thioctic acid
300 мг

 **ДАРНИЦЯ**

 Мазь у тубі 10г





ЛІПОЇКА-ДАРНИЦЯ
Thioctic acid
300 мг

 **ДАРНИЦЯ**

 Мазь у тубі 10г




ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ


 **ДАРНИЦЯ**


лицьова


доповнююча

За наявності великої кількості вільного місця можливе збільшення плашки до фактичного перетворення її на прямокутник, що заповнює край упаковки.

 Мазь у тубі 10г

 **ДАРНИЦЯ**

 Мазь у тубі 10г

 **ДАРНИЦЯ**

5. Туба

H>>W



ЛІПОЇКА-ДАРНИЦЯ
300 мг
Thioctic acid


ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ

 Мазь у тубі 10г

 **ДАРНИЦЯ**

ЛІПОЇКА-ДАРНИЦЯ
300 мг
Thioctic acid

ЛІКУВАННЯ СИМПТОМІВ
ПЕРИФЕРИЧНОЇ (СЕНСОМОТОРНОЇ)
ДІАБЕТИЧНОЇ ПОЛІНЕЙРОПАТІЇ

 Мазь у тубі 10г

 **ДАРНИЦЯ**

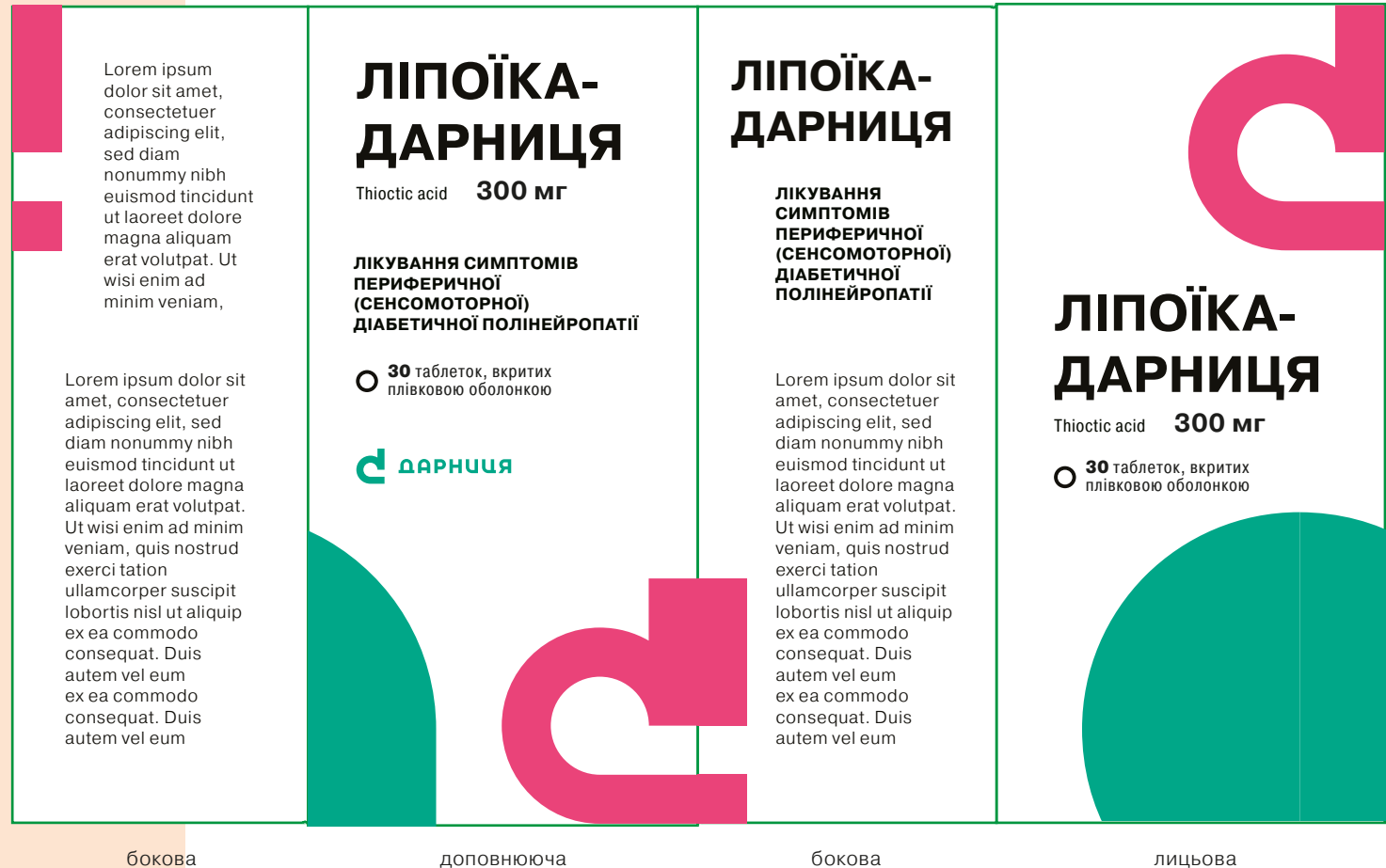


лицьова

доповнююча

6. Нестандартна вертикальна упаковка

H>W



В цій вертикальній упаковці бокова та фронтальні частини значно відрізняються за шириною.

Пазл утворюють лицьовий та зворотний боки.