



BRANDBOOK

КРИЖЕВСЬКА
МАРІЯ

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ
ПРО БРЕНД
НАЗВА КОМПАНІЇ 3
ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ 4
МІСІЯ 5
ЦІННОСТІ 6
ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ 7
ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА
ХАРАКТЕР БРЕНДУ
ПОЗИЦІОНУВАННЯ 8
TONE OF VOICE 9
ХАРАКТЕР БРЕНДУ 10
ЛОГОТИП
ОСНОВНА ВЕРСІЯ ЛОГО
11
АЛЬТЕРНАТИВНІ ЛОГО 12
ОХОРОННЕ ПОЛЕ 13

ЗАБОРОНЕНО
РОБИТИ З ЛОГО 14
КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА
ФІРМОВІ КОЛЬОРИ 15
ТИПОГРАФІЯ
ФІРМОВИЙ ШРИФТ 16
ГРАФІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ
ІКОНКИ 17
ДЕКОРАТИВНІ
ЕЛЕМЕНТИ 18
ФОТОСТИЛЬ
СОЦ МЕРЕЖІ 19
ДІЛОВА
ДОКУМЕНТАЦІЯ
ВІЗИТКА 21
БЛАНК 22
СЕРТИФІКАТ 23

МАРКЕТИНГОВІ
МАТЕРІАЛИ
РЕКЛАМНІ БАНЕРИ 24
БИЛБОРД 26
СИТИЛАЙТ 27
ВІДСТУПИ 29
DIGITAL-НОСІЇ
ВЕБ САЙТ 30
МЕРЧ ТА ФІЗИЧНІ НОСІЇ
РОБОЧИЙ ОДЯГ 31
ІНТЕР'ЄР 32
ЕКСТЕР'ЄР 33
ПОСУД 34
ПАКУВАННЯ 35
СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ
36
СТІКЕРИ 37

НАЗВА КОМПАНІЇ

СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ – ГРОМАДСЬКЕ ХАРЧУВАННЯ (КАВ'ЯРНЯ).

НАЗВА – 33 ОБЕРТА.

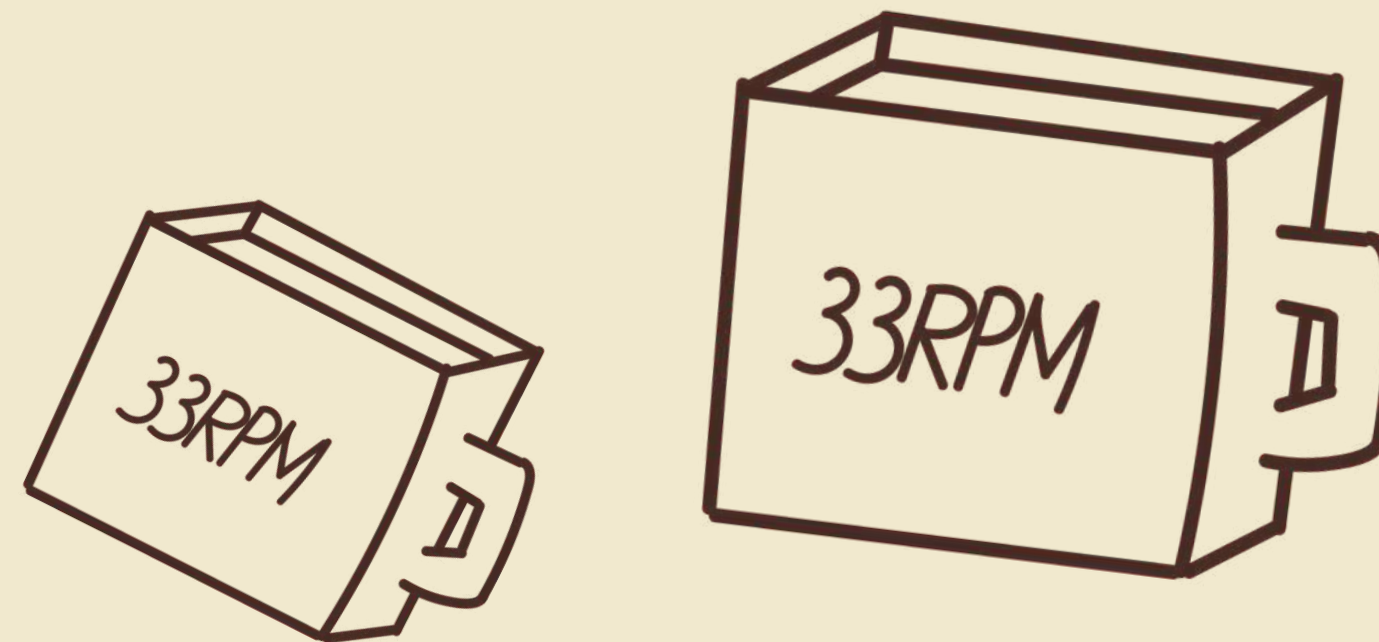
НЕЙМІНГ 33 ОБЕРТА БУЛО СТВОРЕНО НЕПРОСТО, А З ПОСИЛАННЯМ НА МУЗИКУ (ТАК ЯК У МУЗИЦІ ПОЛЯГАЄ ОСОБЛИВІСТЬ КАФЕ). 33 ОБЕРТИ ЦЕ СТАНДАРТНА ШВИДКІСТЬ ПРОГРАВАННЯ ОДНІЄЇ ДОВГОГРАЮЧОЇ ПЛАТІВКИ. ДЛЯ ЗРУЧНОСТІ ТАКОЖ Є АНГЛІЙСЬКА ВЕРСІЯ НЕЙМІНГУ – 33RPM, ЩО РОЗШИФРОВУЄТЬСЯ ЯК REVOLUTION PER MINUTE (ОБЕРТ ЗА ХВИЛИНУ)

ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ

ІДЕЯ ДЛЯ ЇЇ СТВОРЕННЯ ВИНИКЛА ІЗ ВЛАСНОЇ ПРОБЛЕМИ. АВТОРУ ЧАСТО ХОЧЕТЬСЯ ВІДВІДАТИ НЕСТАНДАРТНІ, СУЧАСНІ ЗАКЛАДИ, АЛЕ ВІН НІКОЛИ НЕ ЗАХОДИТЬ В НИХ ТАК ЯК СТАЄ ДИСКОМФОРТНО ВІД МЕТУШЛИВОГО ПЕРСОНАЛУ, ГУЧНОЇ МУЗИКИ ТА ШУМУ. ПОДІБНЕ МОЖНО ЧАСТО ПОЧУТИ І ВІД ІНШИХ ЛЮДЕЙ, ТОЖ ЩОБ ЗАКРИТИ ЦЮ ПРОБЛЕМУ НАЗАВЖДИ – БУЛО ПРИЙНЯТЕ РІШЕННЯ ЗРОБИТИ КАФЕ, В ЯКЕ ЗМОЖЕ ЗАЙТИ КОЖЕН.

МІСІЯ

МІСІЯ КАВ'ЯРНІ – СТВОРИТИ МІСЦЕ В ЯКЕ ЗМОЖЕ ЗАЙТИ НАВІТЬ СОЦІОФОБ. МІСЦЕ ДЕ ЛЮДИ ЗМОЖУТЬ ВІДПОЧИТИ ВІД СУЄТИ, ПОБУТИ НА САМОТІ З СОБОЮ І РОЗСЛАБИТИСЯ В ТИХІЙ АТМОСФЕРІ, ПРИ ЦЬОМУ НЕ ВІДЧУВАЮЧИ СЕБЕ САМОТНЬО.



ЦІННОСТІ

ГОЛОВНОЮ ЦІННІСТЮ КАФЕ Є ЗАДОВОЛЕННЯ
ПОТРЕБ ГОСТЕЙ У ПРИЄМНІЙ ОБСТАНОВЦІ, ДЕ
МОЖНА ЗАБУТИ ПРО ВСІ ПРОБЛЕМИ, ТА ТРОХИ
ВІДІЙТИ ВІД РЕАЛЬНОСТІ



ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ – ЛЮДИ 18–35 РОКІВ. ДЛЯ БАГАТЬОХ ЦЕ ОДИН ІЗ НАЙСКЛАДНІШИХ ПЕРІОДІВ У ЖИТТІ, ЧЕРЕЗ НАВЧАННЯ, РОБОТУ ТА ІНШІ ФАКТОРИ. ДАНЕ КАФЕ ДОЗВОЛИТЬ ПОЗБУТИСЯ НАКОПИЧЕНОГО СТРЕСУ ТА НАПРУГИ ВІД ПРАЦІ.

ТАКОЖ КАВ'ЯРНЯ ЗРОБЛЕНА В ТАКОМУ СТИЛІ, ЩО ДОЗВОЛИТЬ НАВІТЬ ЛЮДЯМ З РІЗНИЦЕЮ В 20 РОКІВ ПОЧУВАТИСЯ У СВОЇЙ ТАРІЛЦІ, ОСКІЛЬКИ КЛІЄНТІВ ТА ПЕРСОНАЛ ОБ'ЄДНАЄ ЛЮБОВ ДО ЄДИНОЇ АТМОСФЕРИ.



ПОЗИЦІОНУВАННЯ

КАВ'ЯРНЯ СТВОРЕНА В СТИЛІ ЕКЛЕКТИКА. ГОЛОВНІ ЇЇ ВІДМІННОСТІ: ПРИГЛУШЕНЕ СВІТЛО, ТЕПЛІ ТОНИ, ЗАТИШОК. ГОЛОВНА ОСОБЛИВІСТЬ ПОЛЯГАЄ У ВІДТВОРЕННІ МУЗИКИ. ВОНА НЕ КРИЧИТЬ З КОЛОНОК, А ГРАЄ З ВІНІЛОВИХ ПЛАТІВОК НА ПРОГРАВАЧІ, СТВОРЮЮЧИ ОСОБЛИВУ АТМОСФЕРУ. КАФЕ НЕ МАЄ ЗАКУСОК, ТА ПРОПОНУЄ ВЕЛИЧЕЗНИЙ ВИБІР НАПОЇВ (БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ) НА БУДЬ-ЯКИЙ СМАК.



VOICE TONE

ПЕРСОНАЛ РОЗМОВЛЯТИМЕ ВИКЛЮЧНО У ДОБРОЗИЧЛИВОМУ, СПОКІЙНОМУ ТОНІ, ОСКІЛЬКИ ЗАТИШОК КЛІЄНТІВ СТОЇТЬ НА ПЕРШОМУ МІСЦІ. СПІВРОБІТНИКИ НЕ НАВ'ЯЗУВАТИМУТЬСЯ ГОСТЯМ, ТА ПРИ ЦЬОМУ НЕ ЗАЛИШАТЬ ЇХ ПОЗА УВАГОЮ, ЗАБЕЗПЕЧУЮЧИ ЯКІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ

ХАРАКТЕР БРЕНДУ

ТЕПЛИЙ, СПОКІЙНИЙ, ОБЕРЕЖНИЙ.



ОСНОВНА ВЕРСІЯ ЛОГО

В ЛОГОТИПІ ГОЛОВНИМ ЕЛЕМЕНТОМ Є СИМВОЛ КАВ'ЯРНІ – ПЛАТІВКА, ВСЕРЕДИНІ ЯКОГОЇ ВМІЩЕНА ЧАШКА (ЩО Б БЕЗ ТРУДНОЩІВ МОЖНА БУЛО ЗРОЗУМІТИ, ЩО ЦЕ ТЕМАТИЧНЕ КАФЕ, А НЕ МАГАЗИН ВІНІЛУ). ОСНОВНА ВЕРСІЯ ЛОГО ЗРОБЛЕНА В СПОКІЙНИХ КОЛЬОРАХ ВЗЯТИХ З ЗОБРАЖЕННЯ КАВИ. НАЗВА ЗАКЛАДУ КОНТРАСТНА ТА ВІДПОВІДАЄ КОЛЬОРАМ ПЛАТІВКИ ТА ЧАШКИ.



АЛЬТЕРНАТИВНІ ЛОГО

КОЛЬОРИ НА ДОДАТКОВОМУ ЛОГО
ОБРАНІ БІЛЬШ АКЦЕНТНИМИ ТА ВЗЯТІ
З КОЛЬОРУ ОСВІТЛЕННЯ В ЗАКЛАДІ.
ВАЖЛИВО – ЛОГО З ВІДРІЗАНИМ
ВЕРХОМ МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ
ЛИШЕ ЗВЕРХУ ОБ'ЄКТА, БЕЗ ВІДСТУПУ.



ОХОРОННЕ ПОЛЕ

У ЛОГОТИПІ
ЛЮБОГО ФОРМАТУ
МАЄ БУТИ
ДОТРИМАНЕ
ОХОРОННЕ ПОЛЕ.
ЗВЕРХУ І ЗНИЗУ
ВОНО ДОРІВНЮЄ
ВИСОТІ ЧИСЛА "33" –
А ЛІВОРУЧ І
ПРАВОРУЧ ШИРИНІ
ТОГО САМОГО
ЧИСЛА.
МІНІМАЛЬНИЙ
РОЗМІР ЛОГО – 3СМ
ЗАВВИШКИ.





ЗАБОРОНЕНО РОБИТИ З ЛОГО

**НЕ МОЖНА ДЕФОРМУВАТИ ЗОБРАЖЕННЯ,
ДОДАВАТИ ТІНІ, ЗМІНЮВАТИ КОЛІР ТЕКСТУ,
САМОГО ЛОГОТИПУ АБО ПЛАШКИ (ЯКЩО ЦЕ НЕ
ВКАЗАНО У ДОПУСТИМИХ ВАРІАНТАХ). НЕ
МОЖНА ЗМІНЮВАТИ РОЗМІР ПЛАШКИ,
ПРОЗОРИСТІСТЬ ТА ШИРИНУ ОБВЕДЕННЯ, А ТАКОЖ
НАКЛАДАТИ ЩО-НЕБУДЬ ПОВЕРХ ЛОГОТИПУ.**



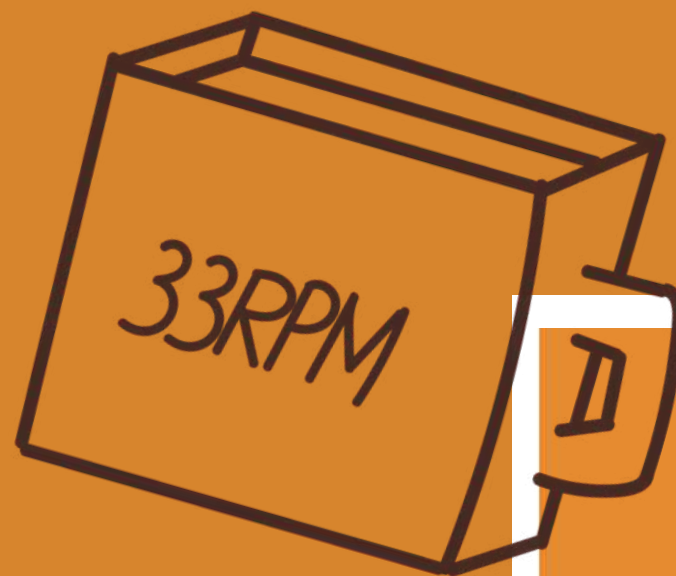
ФІРМОВІ КОЛЬОРИ

ОСНОВНІ
КОЛЬОРИ –

#F1E8CD, #9C774C

АКЦЕНТНІ
КОЛЬОРИ –

**#E68B30, #F4D537,
#58331E**

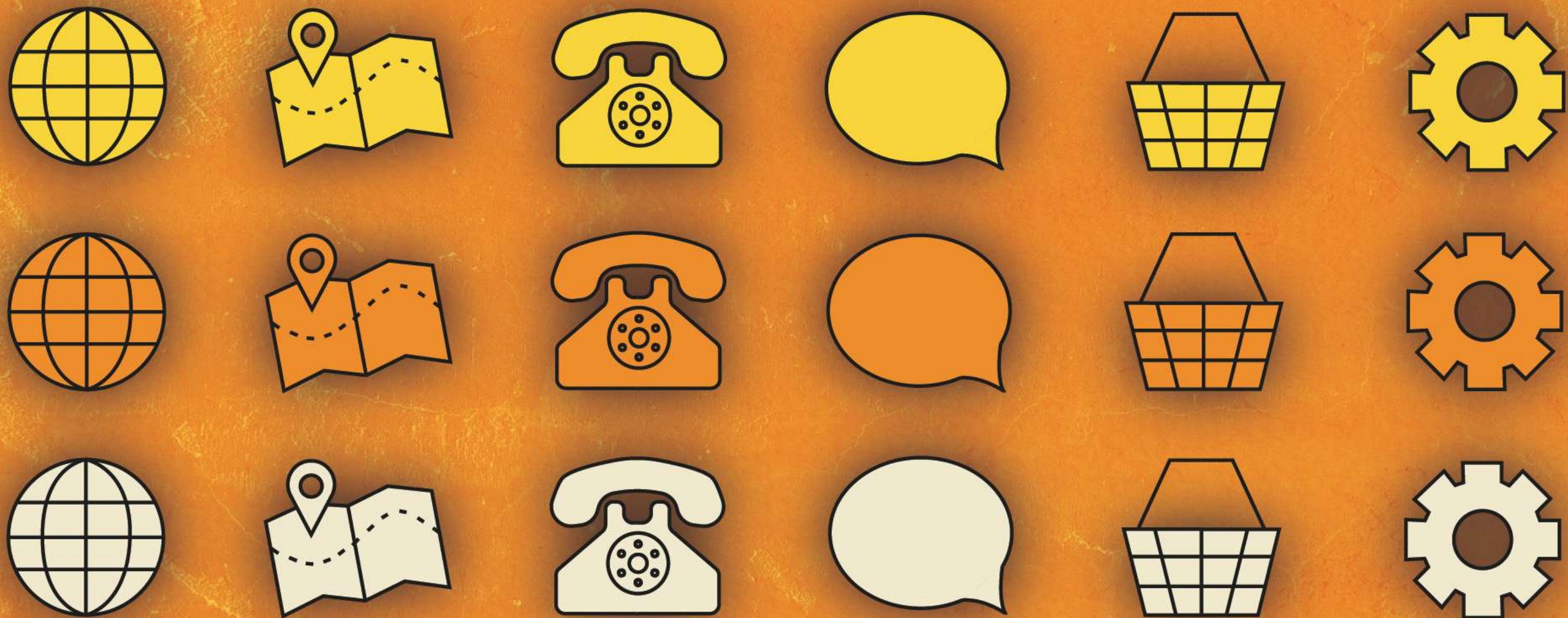


ФІРМОВИЙ ШРИФТ

ФІРМОВІ ШРИФТИ ВКАЗАНІ НА СЛАЙДІ. ПЕРШИЙ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ НАПИСАННЯ ВАЖЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА НЕЙМІНГУ. АДЖЕ ВІН ДОСТАТНЬО ВЕЛИКИЙ, ЧИТАЛЬНИЙ ТА ШКИДКО ПРИВЕРТАЄ УВАГУ. ДРУГИЙ ШРИФТ БІЛЬШ ВИТЯГНУТИЙ ЗАВШИРШКИ, ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ НАПИСАННЯ АДРЕСИ, КОНТАКТІВ, ТОЩО. ШРИФТ ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ НЕПРОПОРЦІЙНО РОЗТЯГУВАТИ, МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ ТІЛЬКИ З ЙОГО СТАНДАРТНИМИ НАСТРОЙКАМИ.

1 Barlow Condensed

2 medium cyrillic syncopate



ІКОНКИ

БРЕНД НЕ ВИКОРИСТОВУЄ ПАТЕРН, АЛЕ МАЄ СВОЇ ІКОНКИ ДЛЯ РЕКЛАМИ, МЕНЮ, ВІЗИТОК І Т.Д. ІКОНКИ ВИКОНАНІ У ФІРМОВИХ КОЛЬОРАХ ТА З ПЕВНОЮ ТОВЩИНОЮ ОБВЕДЕННЯ. КОЛІР ТА ТОВЩИНУ ОБВЕДЕННЯ ІКОНОК ЗМІНЮВАТИ ЗАБОРОНЕНО

ДЕКОРАТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ

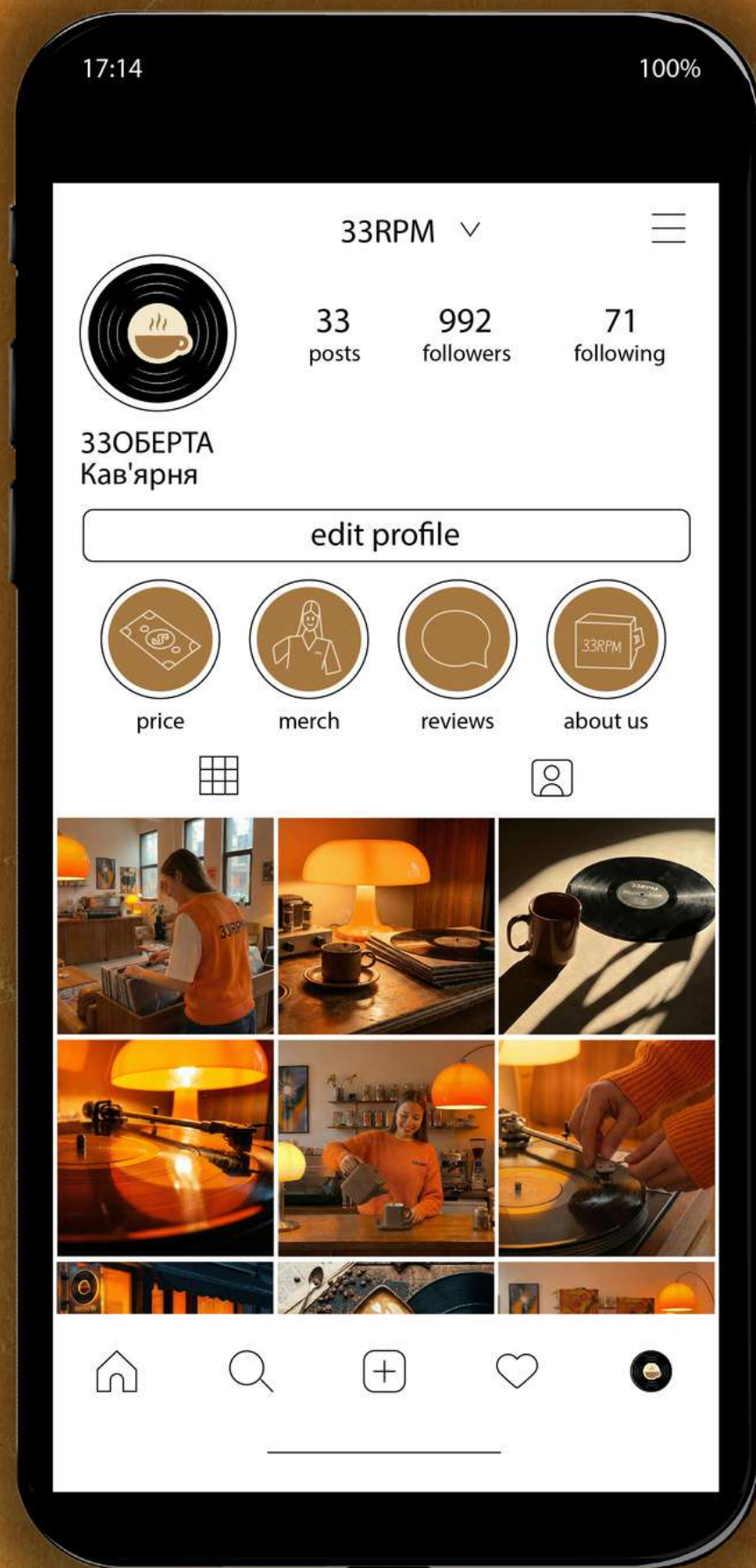


З ДЕКОРАТИВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ РЕКЛАМИ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ПРОСТІ ЛІНІЇ, НАМАЛЬОВАНІ ВІД РУКИ. ТАКІ ЛІНІЇ СТВОРЮЮТЬ ЕФЕКТ РОЗСЛАБЛЕНОСТІ, ЩО ПІДКРЕСЛЮЄ ХАРАКТЕР КАВ'ЯРНІ. ГОЛОВНЕ ЗАВДАННЯ ЛІНІЙ – АКЦЕНТУВАТИ УВАГУ НА ВАЖЛИВІЙ ІНФОРМАЦІЇ. ДЛЯ ПРИВЕРНЕННЯ УВАГИ ВИКОРИСТОВУЄМО ЯСКРАВІ ФІРМОВІ КОЛЬОРИ, ТАКІ ЯК ЖОВТИЙ АБО ПОМАРАНЧЕВИЙ (ЯКЩО ДОЗВОЛЯЄ ПАЛІТРА КОЛЬОРІВ). ЯКЩО ЦЕ ПРОСТО ДОПОВНЕННЯ ДО ІЛЮСТРАЦІЇ ДЛЯ СТИЛІЗАЦІЇ, ПЕРЕВАЖНО ВИКОРИСТОВУВАТИ НЕ ТАКІ ЯСКРАВІ КОЛЬОРИ.

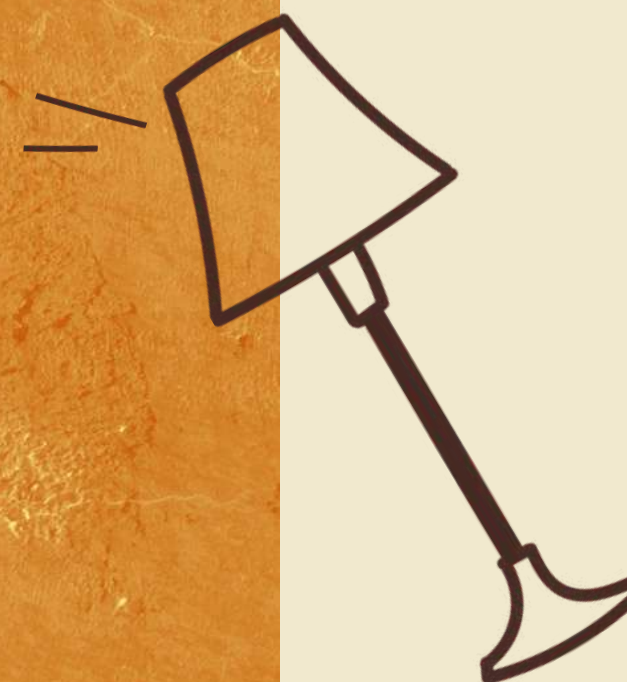
СОЦ МЕРЕЖІ

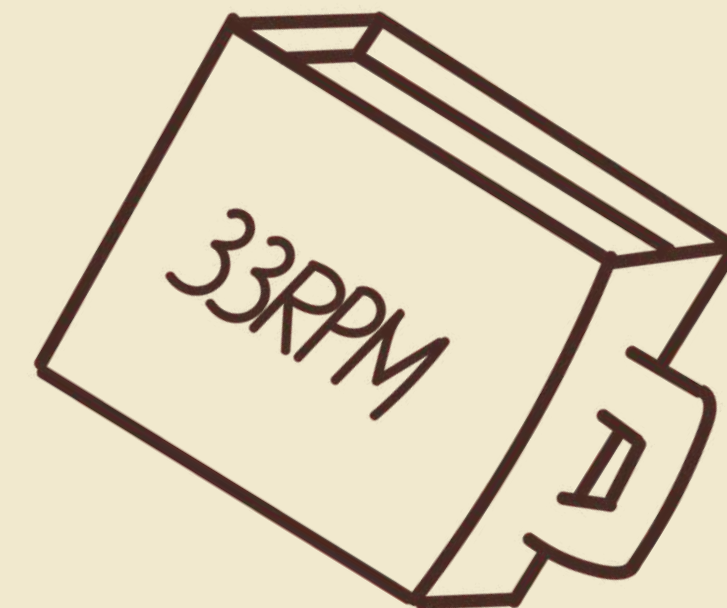


ІКОНКИ В ЗАКРІПЛЕНИХ СТОРІС ТАК САМО НАМАЛЬОВАНІ ВІД РУКИ, ЩОБ ПІДДЕРТИ СТИЛІСТИКУ. ФОТОГРАФІЇ ДЛЯ ПОСТІВ РОБЛЯТЬСЯ У ПРОЦЕСІ РОБОТИ І З ЖИВИМИ ЕМОЦІЯМИ. САМ ПЕРСОНАЛ ПЕРЕБУВАЄ В ХОРОШИХ ДРУЖНІХ ВІДНОСИНАХ МІЖ СОБОЮ, ТОМУ ВИКЛИКАТИ ПОЧУТТЯ КОМФОРТУ ТА ДОВІРИ У КЛІЄНТІВ (НАВІТЬ ВІД ПЕРЕГЛЯДУ ЗВИЧАЙНИХ ФОТО) НЕ СКЛАДНО. НА ФОТОГРАФІЯХ ПЕРЕВАЖАЮТЬ ПРИГЛУШЕНІ, ТЕПЛІ ТОНИ, В ЯКИХ ПРИСУТНІ ФІРМОВІ КОЛЬОРИ, ЩОБ СТИЛЬ СОЦМЕРЕЖ ВІДПОВІДАВ СТИЛЮ ЗАКЛАДУ. НЕБАЖАНИМИ Є РОЗМИТІ ЗОБРАЖЕННЯ ТА ФОТО У ПОГАНІЙ ЯКОСТІ. ТАКОЖ МИ УНИКАЄМО ЗНІМКІВ, ЯКІ НЕ ВІДПОВІДАЮТЬ КОЛЬОРАМ НАШОЇ КАВ'ЯРНІ



СОЦ МЕРЕЖІ





ВІЗИТКА





Dear,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor inc.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

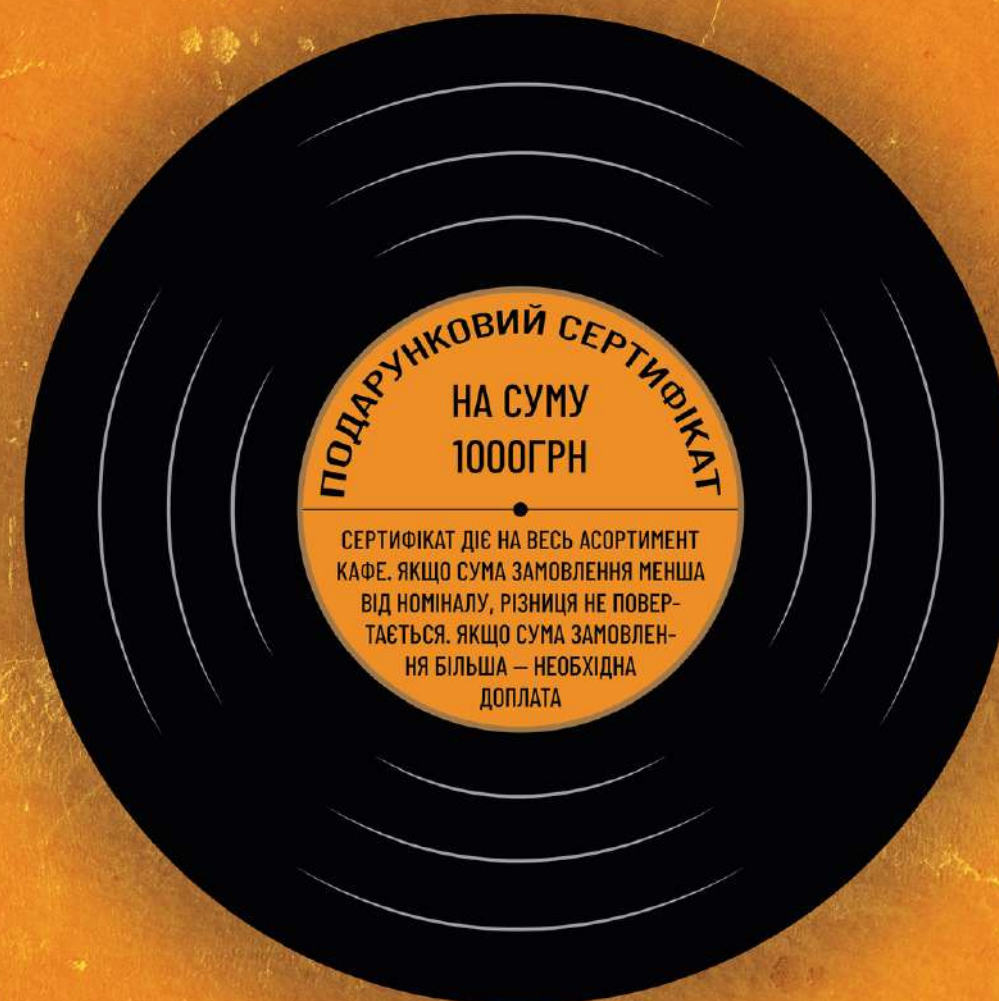
Your Sincerely,

LOREM IPSUM
LABORE ET
DOLOR MAGNA



БЛАНК





СЕРТИФІКАТ

РЕКЛАМНІ БАНЕРИ



ДЛЯ РЕКЛАМИ НА ВУЛИЦІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ТІЛЬКИ СПРАВЖНІ ФОТОГРАФІЇ, У ЖОДНОМУ РАЗІ НЕ ГРАФІКА ЧИ ІЛЮСТРАЦІЇ. ЦЕ ШВИДСЬЕ ПРИВЕРНЕ УВАГУ. СІТІЛАЙТИ БУДУТЬ ВСТАНОВЛЕНІ В ЦЕНТРИ МІСТА, БІЛЯ ЗУПИНОК, ОФІСІВ ТА ВИШІВ (КРІМ ШКІЛ), ОСКІЛЬКИ ТАМ НАЙЧАСТІШЕ ЗНАХОДИТЬСЯ НАША АУДИТОРІЯ. ЦЕ ЗБІЛЬШИТЬ ПОТІК ВІДВІДУВАЧІВ: СТУДЕНТИ ПІСЛЯ НАВЧАННЯ ТА ПРАЦІВНИКИ ПІСЛЯ СКЛАДНОГО ДНЯ ОСОБЛИВО СПРИЙНЯТЛИВІ ДО ТАКОЇ ПРИВАБЛИВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ. ТАКОЖ У РЕКЛАМІ ЗАСТОСОВАНО ПРОДУМАНИЙ ХІД ІЗ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ. ОСКІЛЬКИ МОЛОДІ ЛЮДИ ЧАСТІШЕ ПЕРЕСУВАЮТЬСЯ ГРОМАДСЬКИМ ТРАНСПОРТОМ І ГУЛЯЮТЬ, ЇМ НА ОЧІ ТРАПЛЯТИМУТЬСЯ СІТІЛАЙТИ ІЗ ЗОБРАЖЕННЯМ АЙС-ЛАТТЕ, ЩО БІЛЬШЕ ПІДХОДИТЬ ЦІЙ АУДИТОРІЇ. А ДЛЯ ДОРΟΣЛИХ, ЯКІ ПЕРЕСУВАЮТЬСЯ ОСОБИСТИМ ТРАНСПОРТОМ, ПРИЗНАЧЕНІ БІЛБОРДИ ВЗДОВЖ ДОРОГИ. НА НИХ ЗОБРАЖЕНІ КЛАСИЧНІШІ НАПОЇ, ТАКІ ЯК КАПУЧИНО, ЩОБ ЗАЦІКАВИТИ ЇХ МОЖЛИВІСТЮ ПІДБАДЬОРИТИСЯ. НА ВСІХ НОСІЯХ БУДЕ НАПИСАНО НЕ ЗАКЛИК "ЗАЙТИ ЗА КАВОЮ", А СКОРІШЕ ПРОПОЗИЦІЮ ДАТИ СОБІ ВІДПОЧИТИ

НА КОЖНОМУ РЕКЛАМНОМУ ЗОБРАЖЕННІ ОБОВ'ЯЗКОВО МАЄ БУТИ АБО ВІНІЛОВА ПЛАТІВКА, АБО НАПІЙ, АБО ОБИДВА ЕЛЕМЕНТИ ОДНОЧАСНО. БЕЗ ЦИХ ОБ'ЄКТІВ – НІЯК. В ІЄРАРХІЇ НА ПЕРШОМУ МІСЦІ СТОЇТЬ НАПІЙ, ЩОБ ЛЮДИ РОЗУМІЛИ СУТЬ ЗАКЛАДУ (ЩО ЦЕ КАВ'ЯРНЯ). НА ДРУГОМУ МІСЦІ МОЖНА РОЗМІСТИТИ ВІНІЛОВУ ПЛАТІВКУ, ЯКА ПІДКРЕСЛЮЄ ОБРАЗ ТА СТИЛЬ. АКЦЕНТНІ ЕЛЕМЕНТИ ОПИСУЮТЬСЯ ЛІНІЯМИ ДЛЯ ПРИВЕРНЕННЯ УВАГИ. ЛОГОТИП НЕ ОБОВ'ЯЗКОВО МАЄ БУТИ ПРИСУТНІМ, АЛЕ ОБОВ'ЯЗКОВО ПОТРІБНО ВКАЗАТИ НАЗВУ КАВ'ЯРНІ "ЗЗ ОБЕРТИ" У ВЕЛИКОМУ РОЗМІРІ ДЛЯ БІЛЬШОЇ ПОМІТНОСТІ (БАЖАНО АКЦЕНТНИМ КОЛЬОРОМ). ЯКЩО ФОН ДОЗВОЛЯЄ, МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ ЗВИЧАЙНІ ФІРМОВІ КОЛЬОРИ: БЕЖЕВИЙ, ТЕМНО-КОРИЧНЕВИЙ. БАЖАНО ВИКОРИСТАТИ НАЗВУ НА КИРИЛИЦІ, А НЕ АНГЛІЙСЬКУ "ЗЗ RRM". "ЗЗ RRM" МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ НА ВІЗИТІВКАХ ТА ПОДІБНИХ НОСІЯХ, ДЕ МАЛО МІСЦЯ . ДЛЯ НЕВЕЛИКОГО ТЕКСТУ (СЛОГАНА, ЗАКЛИКУ ДО ВІДВІДУВАННЯ АБО КОРОТКОГО ОПИСУ) ПОТРІБНО ВИКОРИСТОВУВАТИ МЕНШИЙ ШРИФТ. АДРЕСА, НОМЕР І САЙТ ВКАЗУЮТЬСЯ НАЙМЕНШИМ, АЛЕ ШРИФТОМ, ЩО ЧИТАЄТЬСЯ З ВІДСТАНІ

33 ОБЕРТА

КЛАСИКА ЗВУКУ
КЛАСИКА СМАКУ

РОЗБАВ ВАЖКИЙ
ДЕНЬ ЧАШКОЮ
КАВИ ТА
СПОКІЙНОЮ
АТМОСФЕРОЮ



+38068512695



ПІВДЕННА1



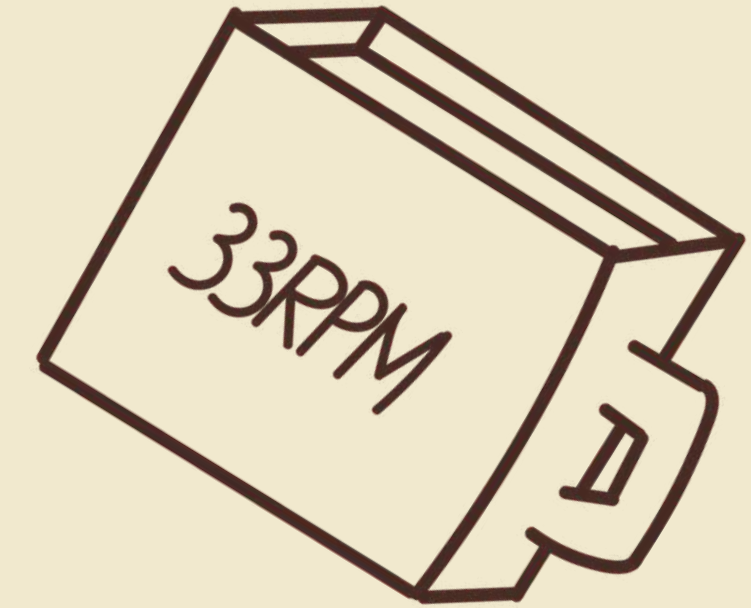
33RPM.COM

БІЛБОРД

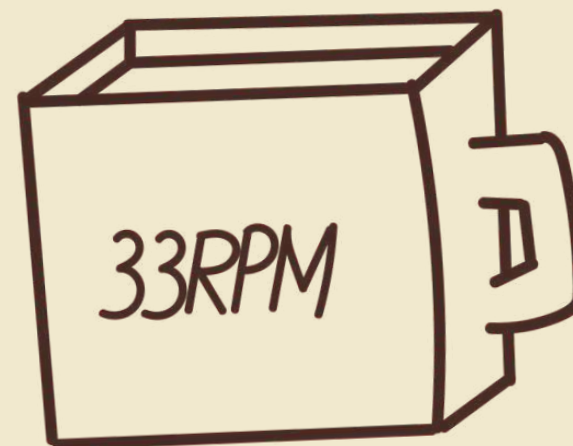
ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ
НАПІЙ ЗАЧЕКАВСЯ
НА ТЕБЕ

33RPM

33 ОБЕРТА



СІТІЛАЙТ





РЕКЛАМНІ БАНЕРИ

ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ
НАПІЙ ЗАЧЕКАВСЯ
НА ТЕБЕ

33 ОБЕРТА



33 ОБЕРТА

КЛАСИКА ЗВУКУ
КЛАСИКА СМАКУ

РОЗБАВ ВАЖКИЙ
ДЕНЬ ЧАШКОЮ
КАВИ ТА
СПОКІЙНОЮ
АТМОСФЕРОЮ



+38068512695 ПІВДЕННА1 33RPM.COM

СКРІЗЬ ДОТРИМАНІ ВІДСТУПИ: НА БІЛБОРДІ, ВІЗИТІВКАХ
І Т. Д. ЄДИНИЙ ВИНЯТОК - 1/4 ЧАСТИНА ПЛАТІВКИ АБО ЇЇ
ПОЛОВИНА(ЯК НА ВІЗИТЦІ ТА СЕРТИФІКАТІ). ЯКЩО Є
ПОТРЕБА ПОКРИТИ ВЕЛИКИЙ ПРОСТІР І НЕ МОЖНА
ЗРОБИТИ ВІДСТУП ВІД КРАЮ, МОЖНА
ВИКОРИСТОВУВАТИ ТІЛЬКИ ЦЕЙ ДИСК. У БУДЬ-ЯКИХ
ІНШИХ ВИПАДКАХ РОЗМІЩУВАТИ ЕЛЕМЕНТИ ВПРИТУЛ
ДО КРАЇВ ЗАБОРОНЕНО

ВІДСТУПИ

29



ВЕБ САЙТ





РОБОЧИЙ ОДЯГ





INTER'EP



32



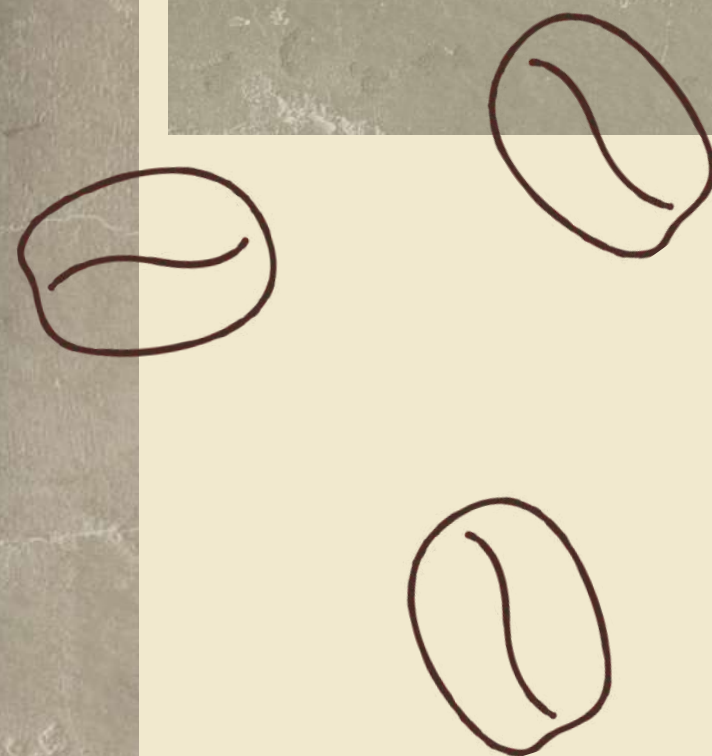
ЕКСТЕР'ЕР

33



ПОСУД





ПАКУВАННЯ



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ



СТІКЕРИ

**СТИЛЬ СТІКЕРІВ –
РУКОПИСНИЙ ТА
МІНІМАЛІСТИЧНИЙ, З
ВИКОРИСТАННЯМ
М'ЯКИХ ТОНІВ
ЗАКЛАДУ ТА
ВІДПОВІДНИМ
НАСТРОЄМ.
МАЛЮНКИ ВИКОНАНІ
БЕЗ ЗАЛИВАННЯ,
ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ
ЛИШЕ КОНТУР. У
ФОРМАХ ВІДСУТНІ
ГОСТРІ КУТИ**

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ
