

БРЕНДБУК

«ЯРМАРКИ ВЫХОДНОГО ДНЯ».



ВВЕДЕНИЕ

Брендбук ярмарок выходного дня — это универсальные правила для организаторов этих мероприятий и их участников (производителей и продавцов «ярмарочных» товаров). В документе вы найдете не только основы применения фирменного стиля, но и важную информацию о позиционировании.

Все рекомендации нужно соблюдать для достижения визуального и смыслового единства фирменных элементов: оно упрощает восприятие ярмарок и благоприятно влияет на имидж Краснодарского края. Выстраивайте коммуникацию с целевой аудиторией без ошибок и контролируйте корректное использование фирменного стиля. Пусть грамотная работа с этим брендом станет привычкой.



СОДЕРЖАНИЕ

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА



ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА

Ярмарки выходного дня проводятся в городах, административных центрах и поселках Краснодарского края много лет. В 2017 году стали очевидны проблемы, связанные с их восприятием:

1) Нет единообразия в оформлении торговых площадей и палаток

Визуальный язык не сформирован, в лучшем случае используются палатки одинакового цвета.

2) Нет стандартов предоставления информации о производителе и товаре

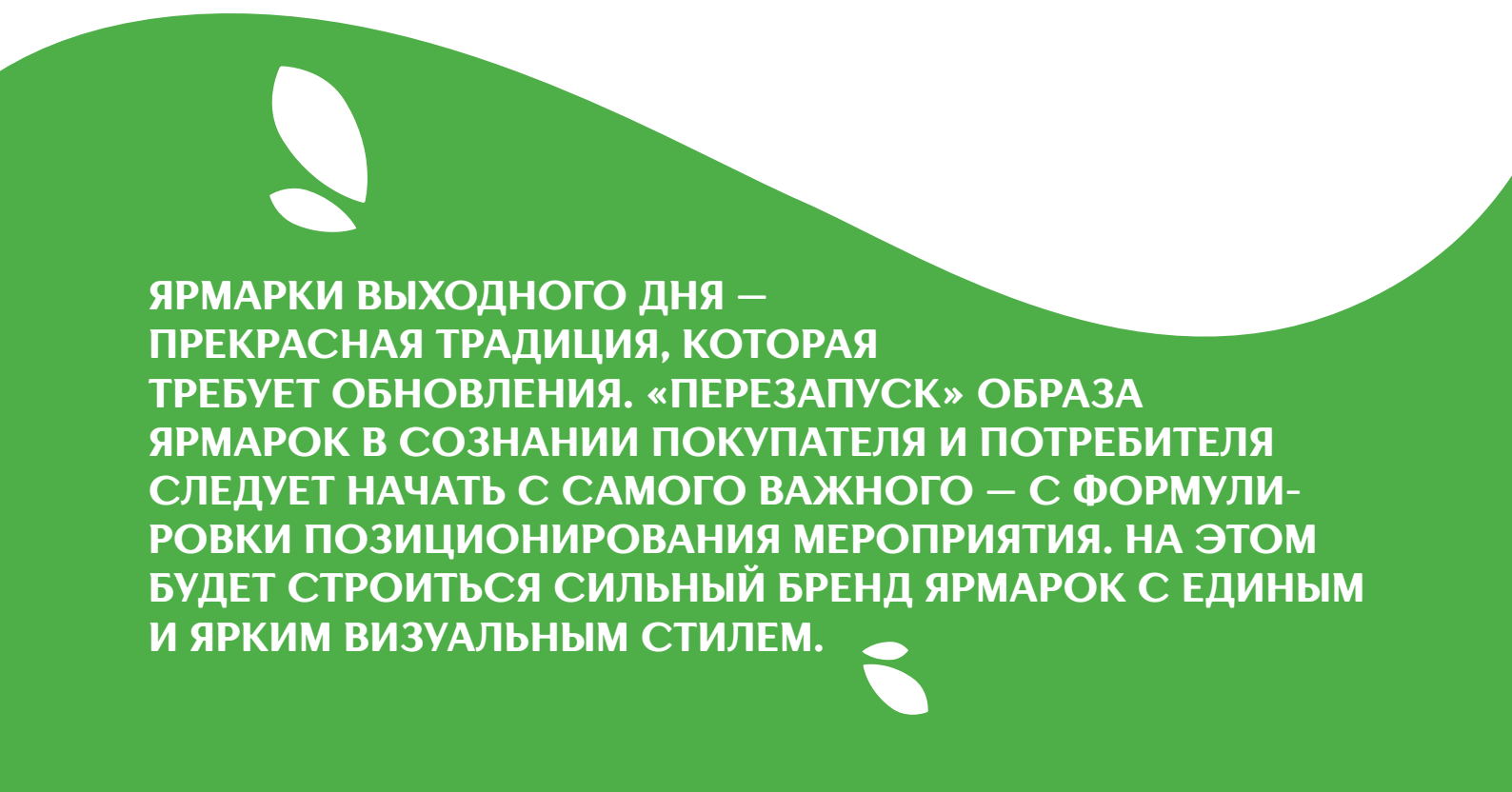
Недобросовестным торговцам или производителям легко ввести покупателя в заблуждение.

3) Нет элементарных удобств

Покупателям и продавцам некомфортно: нет возможности отдохнуть, перекусить, вымыть руки.

4) У ярмарок архаичный образ

Это отталкивает значительную часть потенциальной аудитории — активных молодых людей.



**ЯРМАРКИ ВЫХОДНОГО ДНЯ —
ПРЕКРАСНАЯ ТРАДИЦИЯ, КОТОРАЯ
ТРЕБУЕТ ОБНОВЛЕНИЯ. «ПЕРЕЗАПУСК» ОБРАЗА
ЯРМАРОК В СОЗНАНИИ ПОКУПАТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ
СЛЕДУЕТ НАЧАТЬ С САМОГО ВАЖНОГО — С ФОРМУЛИ-
РОВКИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ. НА ЭТОМ
БУДЕТ СТРОИТЬСЯ СИЛЬНЫЙ БРЕНД ЯРМАРОК С ЕДИНЫМ
И ЯРКИМ ВИЗУАЛЬНЫМ СТИЛЕМ.**

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевая аудитория — это те люди, которые посещают краевые ярмарки выходного дня регулярно или время от времени.

Аудитория состоит из двух групп:

1) Местные жители

Привыкли доверять «своим» производителям. Считают кубанскую продукцию качественной и одновременно с тем доступной по цене.

2) Гости Краснодарского края

Пробуют местную продукцию из любопытства или по рекомендации знакомых. Впечатления сильно влияют на образ Краснодарского края.

ПОТРЕБНОСТИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЯРМАРОК

Местному жителю нужно:

- быть уверенным в качестве, свежести и безопасности продукции;
- приобретать товар по лучшей цене;
- покупать необходимые продукты недалеко от дома;
- заботиться о своем здоровье и о здоровье членов своей семьи.

Гостю края нужно:

- узнать Краснодарский край лучше, в том числе через местную еду;
- быть уверенным в качестве, свежести и безопасности продукции;
- пробовать непривычные для себя продукты и напитки;
- делать покупки в приятном благоустроенном месте.





ОБНОВЛЕННОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Жизнеспособный бренд опирается на позиционирование — на отличительные особенности, выраженные в выгоде, которую получают клиенты при взаимодействии с этим брендом.

Ключевые особенности ярмарок выходного дня в Краснодарском крае:

- 1) Ярмарки — стратегически важное мероприятие, влияющее на имидж края с точки зрения туристов и инвесторов
- 2) Ярмарки повышают уровень развития местного рынка продуктов питания
- 3) Представленная продукция местных производителей соответствует стандартам качества



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ЯРМАРОК ВЫХОДНОГО ДНЯ

Ярмарки — это мобильный рынок, где в комфортной обстановке и по выгодным ценам вы покупаете свежие товары кубанских производителей.

ИДЕЯ БРЕНДА

Участие в ярмарке выходного дня — это повод для гордости продавца/производителя и повод для радости посетителя/покупателя.



ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

Чтобы обновленный образ ярмарок прижился, нужно позаботиться об участниках и посетителях. То есть:

- 1) Создать единый фирменный стиль для оформления торговых площадей
- 2) Перестроить ярмарочное пространство с учетом современных требований к комфорту
- 3) Реализовать на ярмарках удобную информационно-навигационную систему
- 4) Разработать технические требования к оформлению торговых точек (стандартной палатки, мобильной палатки, общего тента с прилавками)
- 5) Донести до производителей/продавцов основные принципы современной выкладки товара

ЦЕЛИ БРЕНДИНГА ЯРМАРОК ВЫХОДНОГО ДНЯ

- привлекать больше посетителей
- повысить лояльности аудитории к производителям-участникам и к мероприятию в целом
- поддержать здоровую конкуренцию производителей-участников
- сделать бренд ярмарок узнаваемым по всему Краснодарскому краю



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Идеей логотипа стало основное для посетителя преимущество — натуральность предлагаемых на ярмарках продуктов.

Основная версия состоит из знака (стилизованной первой буквы названия из растительных элементов) и четкой шрифтовой части.





ЯРМАРКА
ВЫХОДНОГО ДНЯ



ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Фирменный блок состоит из знака и уникального шрифтового начертания. Это основная версия, которая используется в большей части фирменных материалов.



ЗНАК

ЛОГОТИП

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА И ЗНАКА

Знак — ярко-зеленую букву — можно использовать и вместе с шрифтовой частью, и без нее. Выбор зависит от коммуникационной задачи и рекламного носителя.

Рекомендуемые варианты ниже на странице.

ЗНАК



Брендирование палаток
Сувенирная продукция
Бейдж
Пакет

ЛОГОТИП



Вывеска
Ценники
Наружная реклама



ВАРИАНТЫ КОМПОНОВКИ ЛОГОТИПА

Используйте основную версию фирменного блока или скомпонуйте его по-другому, как показано ниже. Есть три дополнительные версии компоновки.



МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Существует два варианта монохромного логотипа — для темного и для светлого фона. Используйте один из них, когда цветная печать невозможна.



ОХРАННОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА

Охранное поле — это свободное пространство вокруг логотипа. Благодаря ему люди замечают логотип быстрее. За модуль берется диагональный штрих (нога) буквы «Я».



Важно: охранное поле вокруг знака логотипа всегда оставляйте свободным. Соседние элементы макета должны располагаться за границами поля.

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Любые искажения оригинального начертания знака и его элементов запрещены.



✗ Не меняйте местами цвета основной версии логотипа



✗ Не крутите надпись относительно знака логотипа



✗ Не меняйте шрифт надписи



✗ Не меняйте пропорции и расстояние элементов друг относительно друга

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

У бренда ярмарок есть основной шрифт для набора любых текстов и особый (акцидентный) для крупных надписей, заголовков, ярлыков, плакатов и т. п.



АКЦИДЕНТНЫЙ ШРИФТ LAYS-BOLD

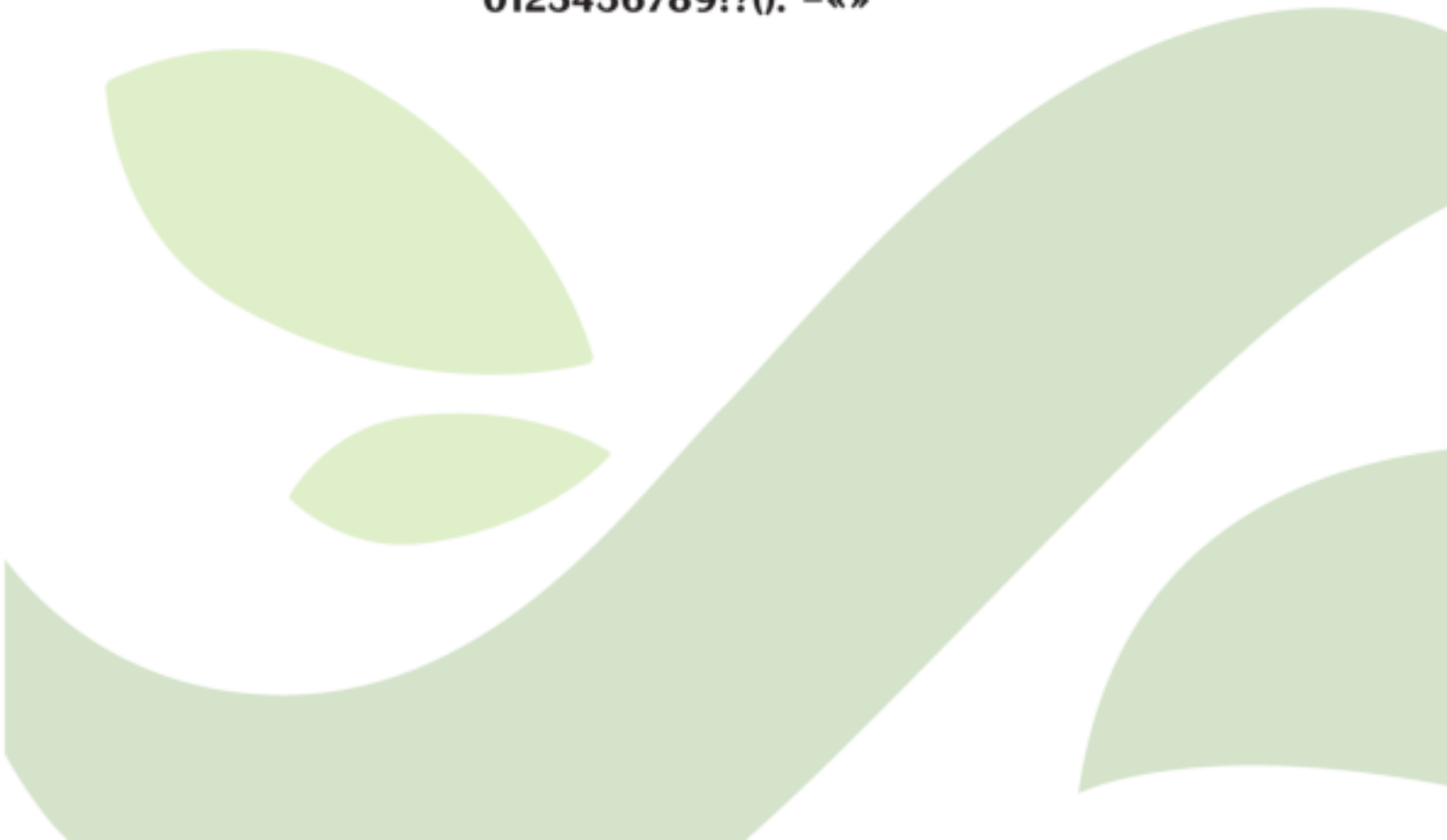
Для заголовков или призывов используйте «мягкий» на вид шрифт **Lays-Bold**. Он позволяет выделить информацию.

BOLD

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ

АБВГДЕЖЗИКЛМНОРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ

0123456789!?:*—«»



ОСНОВНОЙ ШРИФТ

Fira Sans Regular

Основной фирменный шрифт ярмарок — Fira Sans Regular.
Он относится к гуманистическим гротескам и производит впечатление серьезного, аккуратного и современного. Набирайте этим шрифтом любые тексты, кроме заголовком.

Thin	абвгдежзиклмнопрстуфхцшщъыьэюя абвгдежзиклмнорстуфхцшщъыьэюя 0123456789!?():*—«»
Light	абвгдежзиклмнопрстуфхцшщъыьэюя абвгдежзиклмнорстуфхцшщъыьэюя 0123456789!?():*—«»
Book	абвгдежзиклмнопрстуфхцшщъыьэюя абвгдежзиклмнорстуфхцшщъыьэюя 0123456789!?():*—«»
Regular	абвгдежзиклмнопрстуфхцшщъыьэюя абвгдежзиклмнорстуфхцшщъыьэюя 0123456789!?():*—«»
Bold	абвгдежзиклмнопрстуфхцшщъыьэюя абвгдежзиклмнорстуфхцшщъыьэюя 0123456789!?():*—«»

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

CMYK 72 5 100 0
RGB 78 175 72

CMYK 75 68 67 90
RGB 0 0 0



CMYK 58 0 100 0
RGB 118 191 67

CMYK 78 17 100 3
RGB 61 152 70

Фирменная палитра состоит из двух основных цветов — черного и зеленого.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Выбор дополнительного цвета зависит от вида продукции, представленной на ярмарке. Для сладостей, овощей, фруктов и т. д. — свой дополнительный цвет.



CMYK 26 46 87 6
RGB 185 136 65



CMYK 2 98 93 0
RGB 234 36 42



CMYK 73 16 30 0
RGB 51 165 177



CMYK 43 0 3 0
RGB 134 212 239



CMYK 10 67 100 1
RGB 220 113 39



CMYK 39 8 100 0
RGB 170 193 56



CMYK 7 22 100 0
RGB 239 195 25



CMYK 74 36 99 26
RGB 69 107 51



CMYK 18 100 16 0
RGB 202 24 124



CMYK 30 89 81 32
RGB 135 46 45



CMYK 11 41 88 0
RGB 225 158 62



CMYK 72 82 33 19
RGB 88 63 105

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Для дополнительного брендирования рекламных и информационных материалов используйте специальные графические элементы — растительные элементы (части знака). Их можно компоновать как в рамках макета, так и навывлет за край.



Пример использования элементов в афише ярмарки



ЯРМАРКА
ВЫХОДНОГО ДНЯ

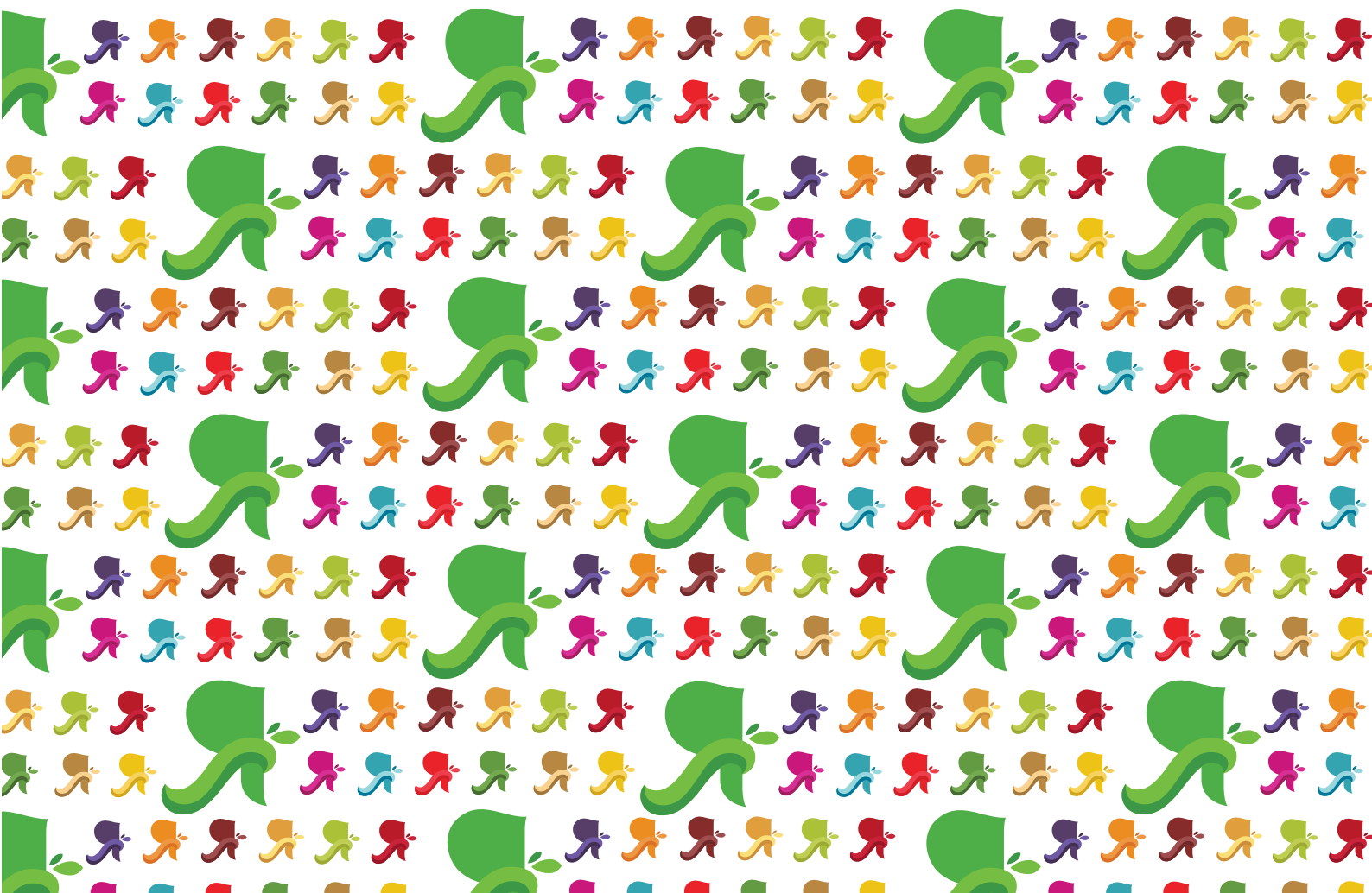
5-15 НОЯБРЯ

ПРИХОДИ И ПОКУПАЙ



ПАТТЕРН

Фирменный паттерн ярмарок — это оригинальный узор, в основе которого буква «Я». Используйте его как фоновый рисунок или декоративный элемент в рекламе, полиграфии, оформлении торговых точек. Узор работает на узнаваемость ярмарок.



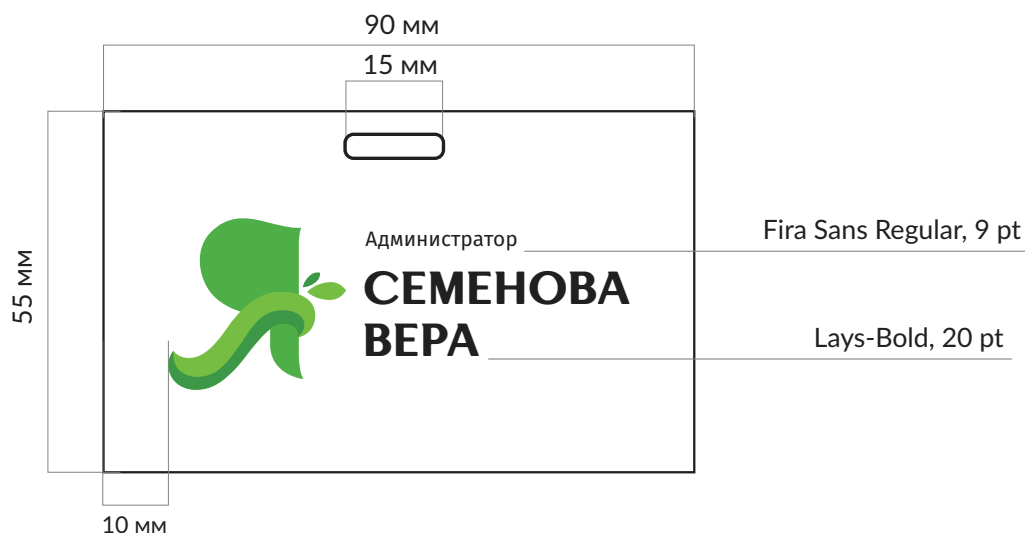


**НОСИТЕЛИ
ФИРМЕННОГО
СТИЛЯ**



БЕЙДЖ

Обратите внимание на разную форму бейджей: для администратора они горизонтальные, для участника (продавца и/или производителя) — вертикальные.





Александр Михайлов

ООО
«КУБАНЬ»

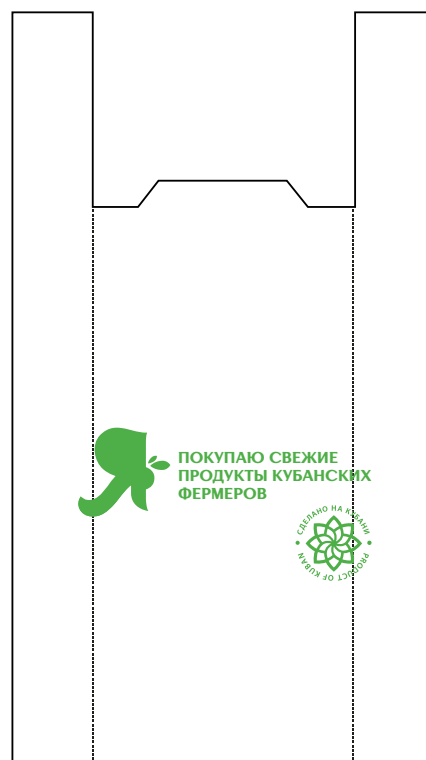
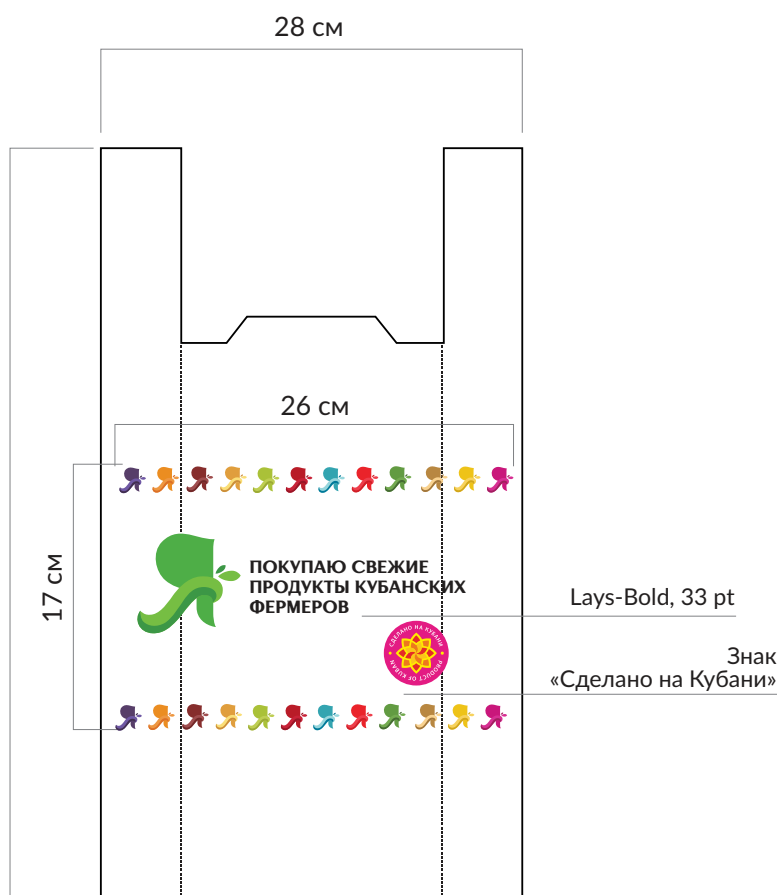


Администратор

СЕМЕНОВА
ВЕРА

ПАКЕТ

Фирменный пакет ярмарки — это «шуршащий» пакет-майка из полиэтилена низкой плотности. Есть два варианта принта: многоцветный и монохромный зеленого цвета.



Рекомендованные цвета



Белый
СМΥΚ 7 22 100 0
RGB 239 195 25



Желтый
СМΥΚ 4 0 93 0
RGB 255 242 0

Не экономьте на качестве пакета. Для удешевления производства используйте одноцветную печать.

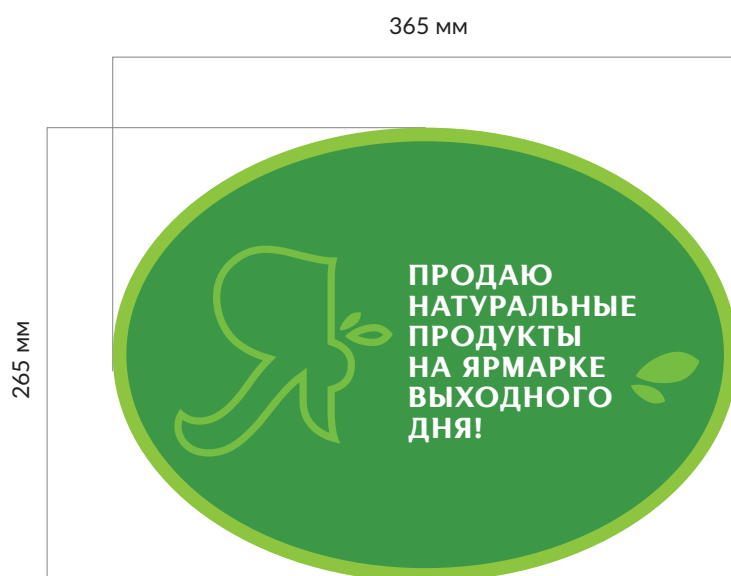


ПОКУПАЮ СВЕЖИЕ
ПРОДУКТЫ КУБАНСКИХ
ФЕРМЕРОВ



НАКЛЕЙКА

Каждый участник-продавец может разместить на транспорте заметную фирменную наклейку.





ЯРМАРКА

ЦЕННИК

Фирменный ценник — вертикальный указатель с логотипом и достоверной информацией о наименовании товара и его цене. Благодаря ножке из дерева или пластика ценник легко разместить даже в густе развешного товара.



Все участники ярмарок обязаны использовать ценники такого вида.



ЯРМАРКА
ВЫХОДНОГО ДНЯ

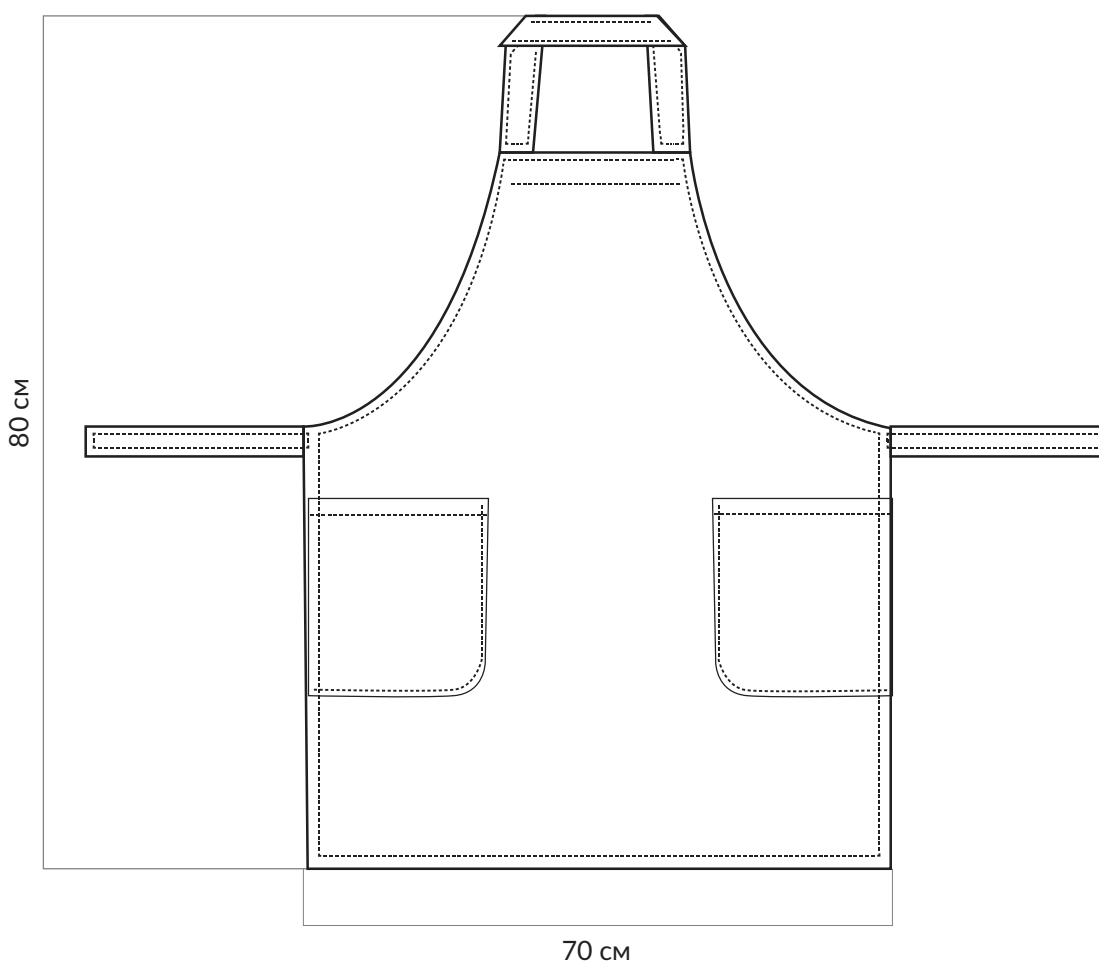
888.88

цена за 1 кг



УНИФОРМА ПРОДАВЦОВ, АДМИНИСТРАТОРОВ

Специальная одежда персонала и продавцов помогает посетителям ярмарок быстрее сориентироваться, кто есть кто.



Цвет: Зеленый
Состав: 35% Хлопок, 65% ПЭ
Размер (В x Ш): 80 x 70
Карман: Спереди 2 накладных
Завязки: Завязываются сзади



Цвет: Бежевый
Состав: 35% Хлопок, 65% ПЭ
Размер (В x Ш): 80 x 70
Карман: Спереди 2 накладных
Завязки: Завязываются сзади



СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ ЯРМАРОК



ОБЩИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СТЕНД

На таком стенде размещается официальная информация об организаторе ярмарки и контролирурующих органах, а также актуальные объявления.



Вертикальный карман
типа «уголок»
Размер: 224 x 305 мм
Материал: прозрачный
пластик (ПЭТ 0,5 мм),
вспененный скотч



Горизонтальный карман
типа «уголок»
Размер: 311 x 217 мм
Материал: прозрачный
пластик (ПЭТ 0,5 мм),
вспененный скотч



ЯРМАРКА

ВЫХОДНОГО ДНЯ



СТЕНД «УГОЛОК ПОТРЕБИТЕЛЯ»

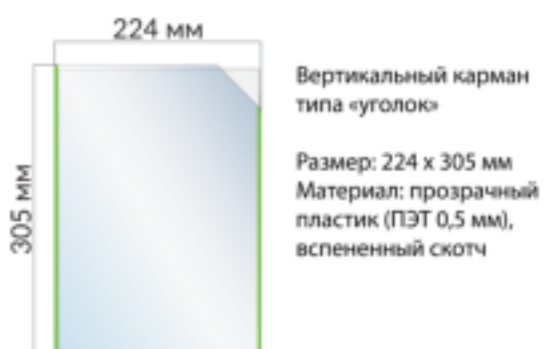
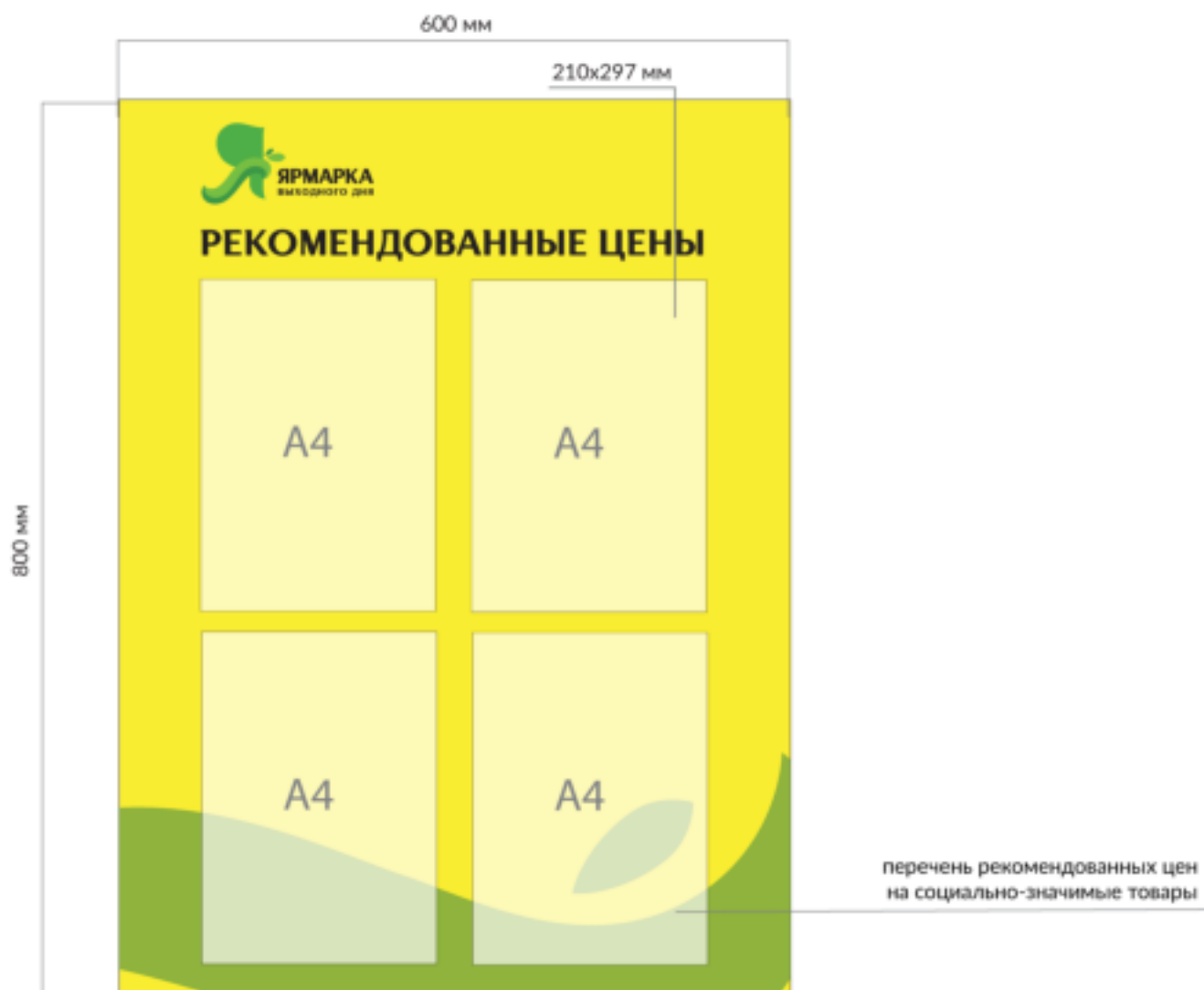
Здесь размещают информацию по защите прав потребителей: телефоны вышестоящей организации, текст закона «О защите прав потребителей», Правила торговли (Постановление Правительства РФ №55), книгу отзывов и предложений, разрешительную документацию и пр.



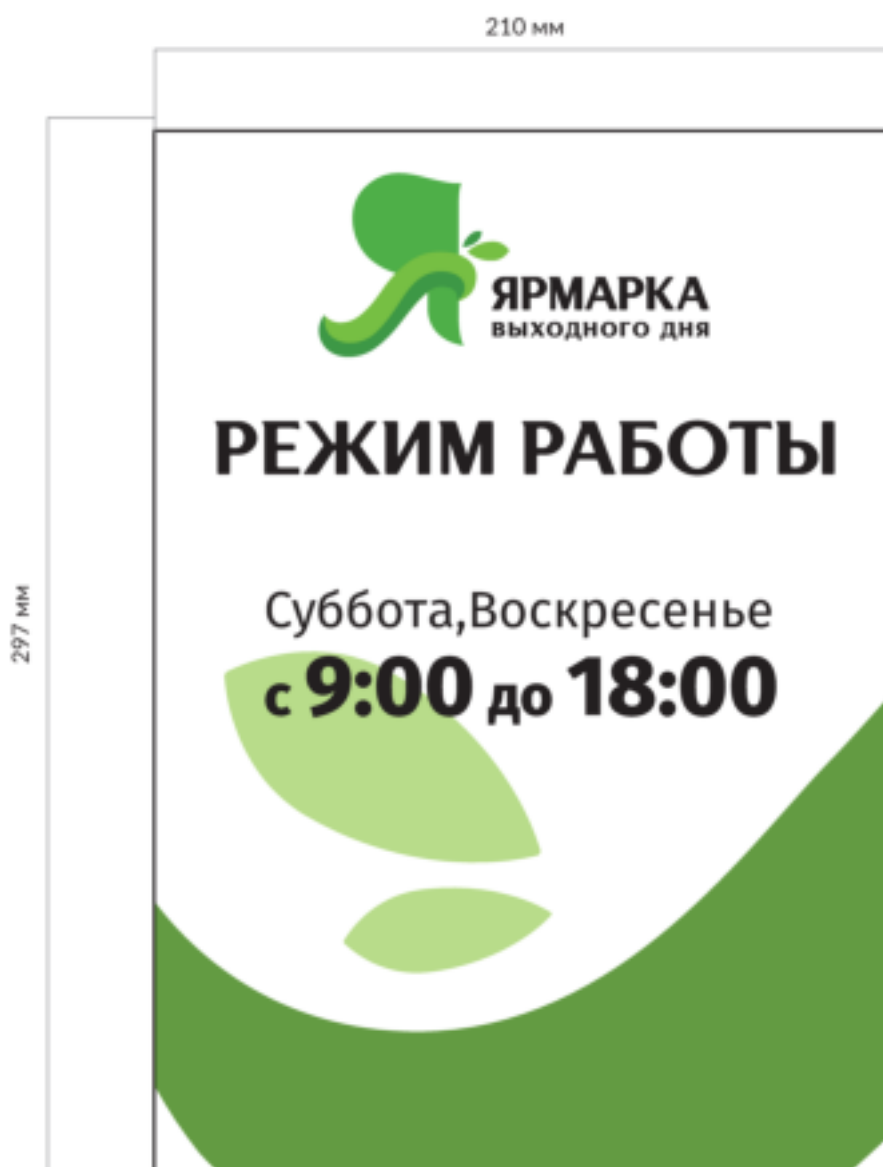
Вертикальный карман
типа «уголок»

Размер: 224 x 305 мм
Материал: прозрачный
пластик (ПЭТ 0,5 мм),
вспененный скотч

СТЕНД «РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ЦЕНЫ»



ТАБЛИЧКА «РЕЖИМ РАБОТЫ»



МОБИЛЬНЫЙ ФЛАГШТОК

Конструкция, разработанная для размещения фирменного флага ярмарки — яркого полотна с полной версией логотипа.

Особенности флагштока:

- быстро и просто установить даже в одиночку;
- можно использовать на улице и в помещениях;
- удобно переносить и перевозить;
- флаг «развевается» в любую погоду благодаря двум горизонтальным перекладинам.



ਮਰਦਾਨਾ



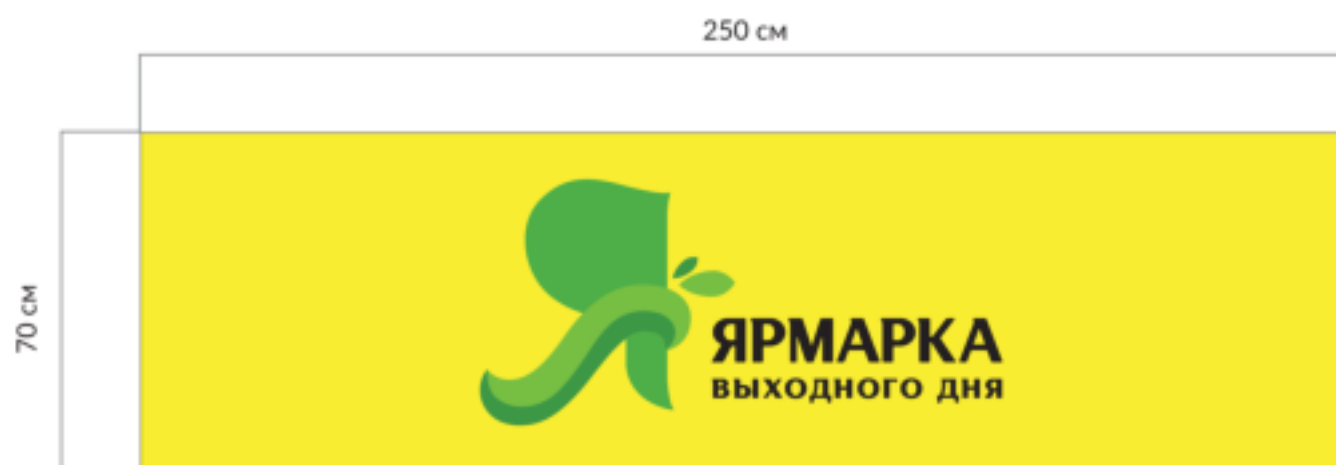
НАДУВНАЯ АРКА

Яркая ярка в фирменном стиле — первое, что встречает посетитель на входе в большое ярмарочное пространство. Если размеры ярмарки скромные, устанавливать арку необязательно.



ВЫВЕСКА

Вывеска ярмарки в фирменном стиле играет не столько информационную, сколько имиджевую роль. Важно, чтобы вывески всех краевых ярмарок выходного дня были одинаковыми.



передняя поверхность



боковая поверхность

ВХОДНАЯ ГРУППА

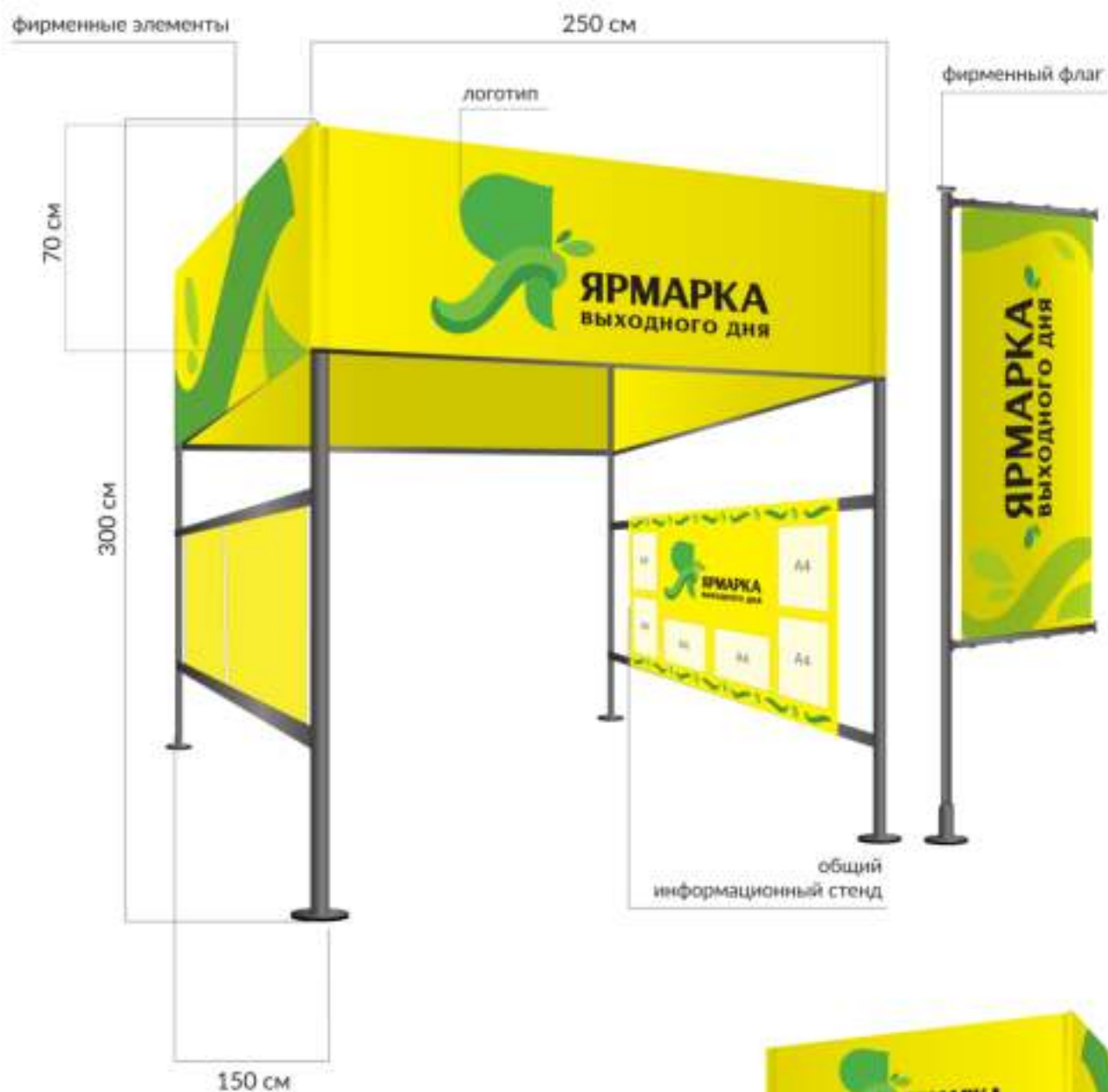
Входная группа обязательно размещается там, где главный вход на ярмарку. Этот базовый набор конструкций образует неделимую композицию и включает в себя:

- фирменную конструкцию-навес (металлический каркас, обтянутый тканью);
- вывеску;
- информационные стенды;
- фирменный флаг.

Размеры, дизайн и состав входной группы менять нельзя.

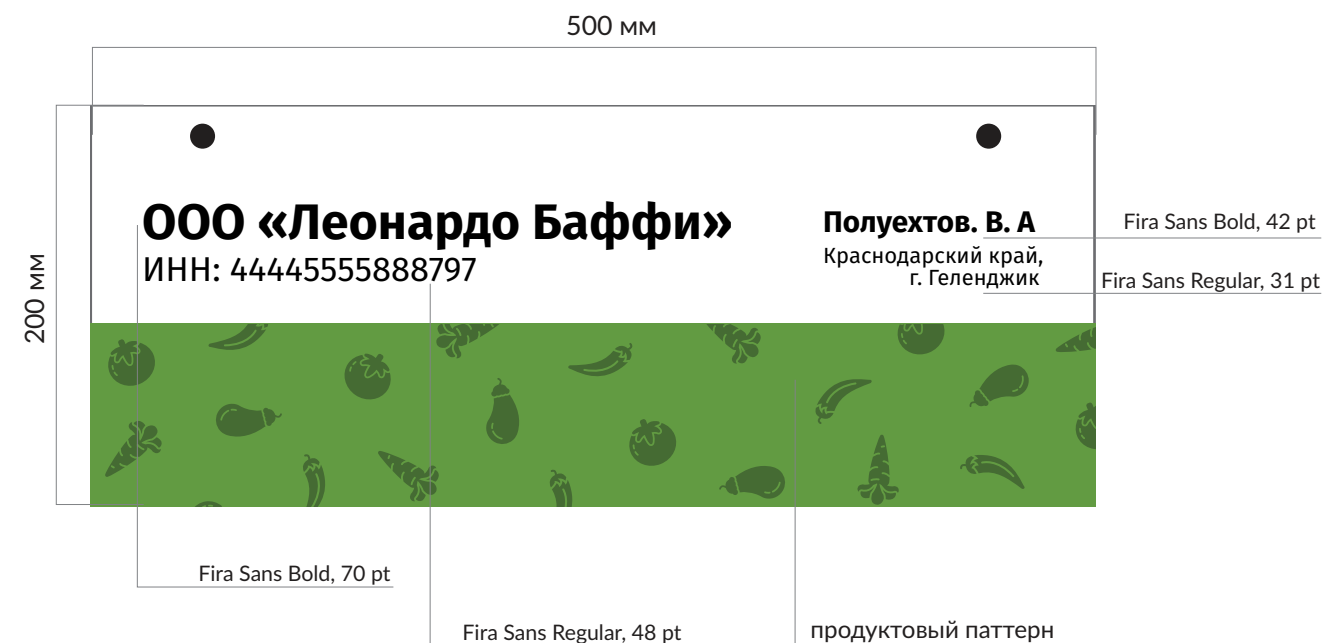


ВХОДНАЯ ГРУППА



ТАБЛИЧКА ПРОДАВЦА

У каждого участника ярмарки обязательно должна быть табличка, где есть наименование и юридический адрес его организации, а также информация о госрегистрации и наименовании зарегистрировавшего органа.



БРЕНДИРОВАНИЕ ПО ТОВАРНЫМ ГРУППАМ

Внешний вид таблички продавца зависит от того, какой вид продукции представлен в палатке. Варианты продуктового паттерна на фоне яркого цвета разработаны для нанесения на нижнюю половину таблички (см. выше).

Паттерн на нейтральном фоне размещается на треугольной поверхности в верхней части палатки (см. ниже). Элементы паттерна должны соответствовать виду представленных товаров. Цветового кодирования в палатках нет.



Паттерн на цветном фоне
для нанесения на табличку продавца

Паттерн на нейтральном фоне
для брендирования частей
торговых точек (палаток)

ПИКТОГРАММЫ

Продуктовые пиктограммы размещаются на треугольной поверхности в верхней части каждой из палаток (см. ниже). Остальные пиктограммы используются в навигационной системе ярмарок: на информационных табличках и указателях.



БАКАЛЕЯ



**КОЛБАСНАЯ
ПРОДУКЦИЯ**



**КОНТРОЛЬНЫЕ
ВЕСЫ**



ФРУКТЫ



**КОНДИТЕРСКИЕ
ИЗДЕЛИЯ**



АДМИНИСТРАЦИЯ



ОВОЩИ



МЁД



ЗОНА ОТДЫХА



РЫБА



**МОЛОЧНАЯ
ПРОДУКЦИЯ**



РУКОМОЙНИКИ



МЯСО



**ЗОНА БЫСТРОГО
ПИТАНИЯ**

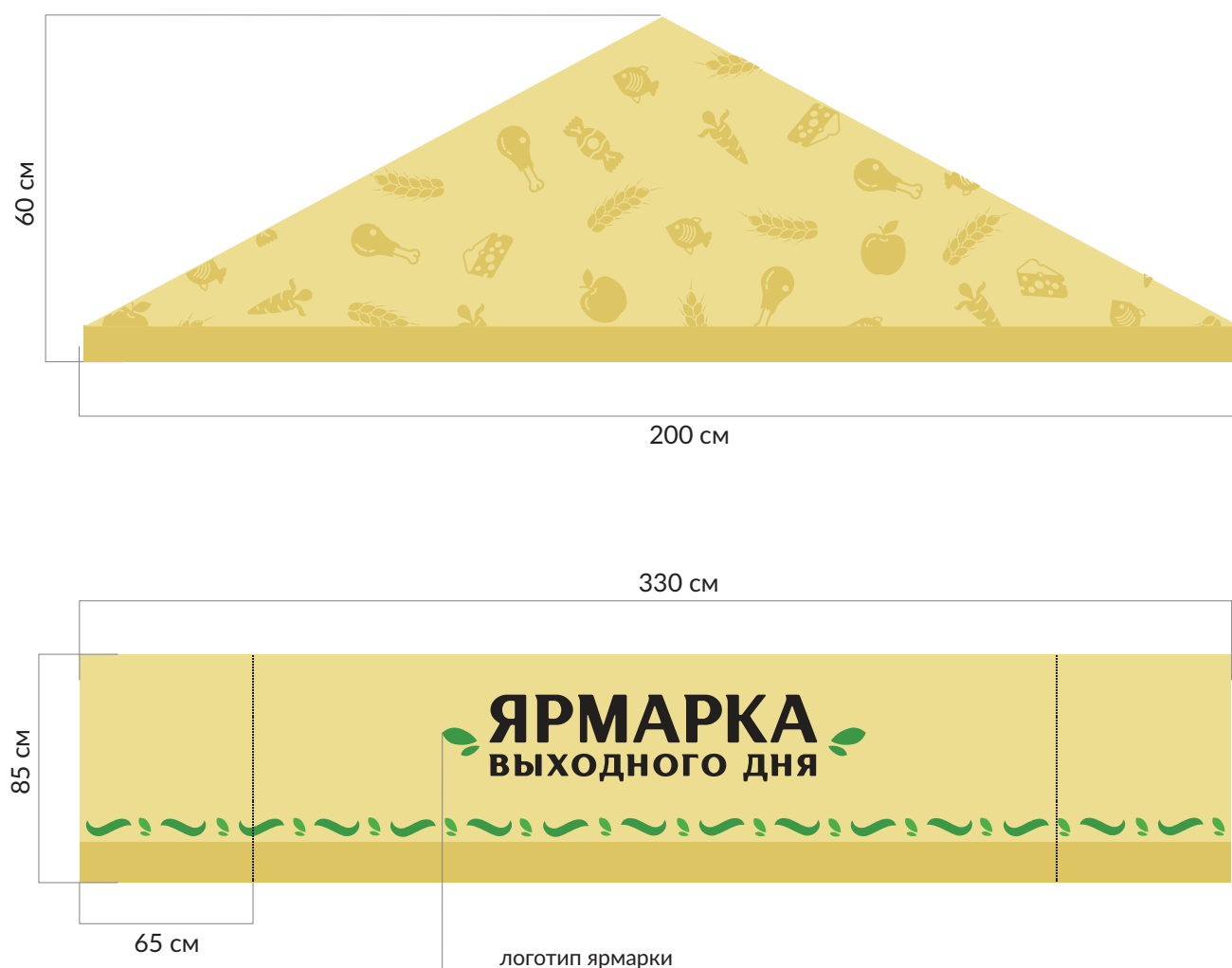


ТУАЛЕТ

БРЕНДИРОВАНИЕ ПАЛАТОК

У каждой палатки есть две обязательные для брендинга составляющие:

- треугольная поверхность в верхней части,
- бортик прилавка.



PANTONE 7403
CMYK 8 8 52 0
RGB 237 221 145

PANTONE 143
CMYK 15 18 74 0
RGB 221 198 100

СТАНДАРТНАЯ ПАЛАТКА 2 X 2 М

Тент каждой фирменной ярмарочной палатки должен быть двухцветным.



PANTONE 357
CMYK 81 41 89 40
RGB 42 85 50

ПАЛАТКА С МОЛНИЕЙ НА ЗАДНЕЙ СТЕНКЕ 3 X 1,9 М

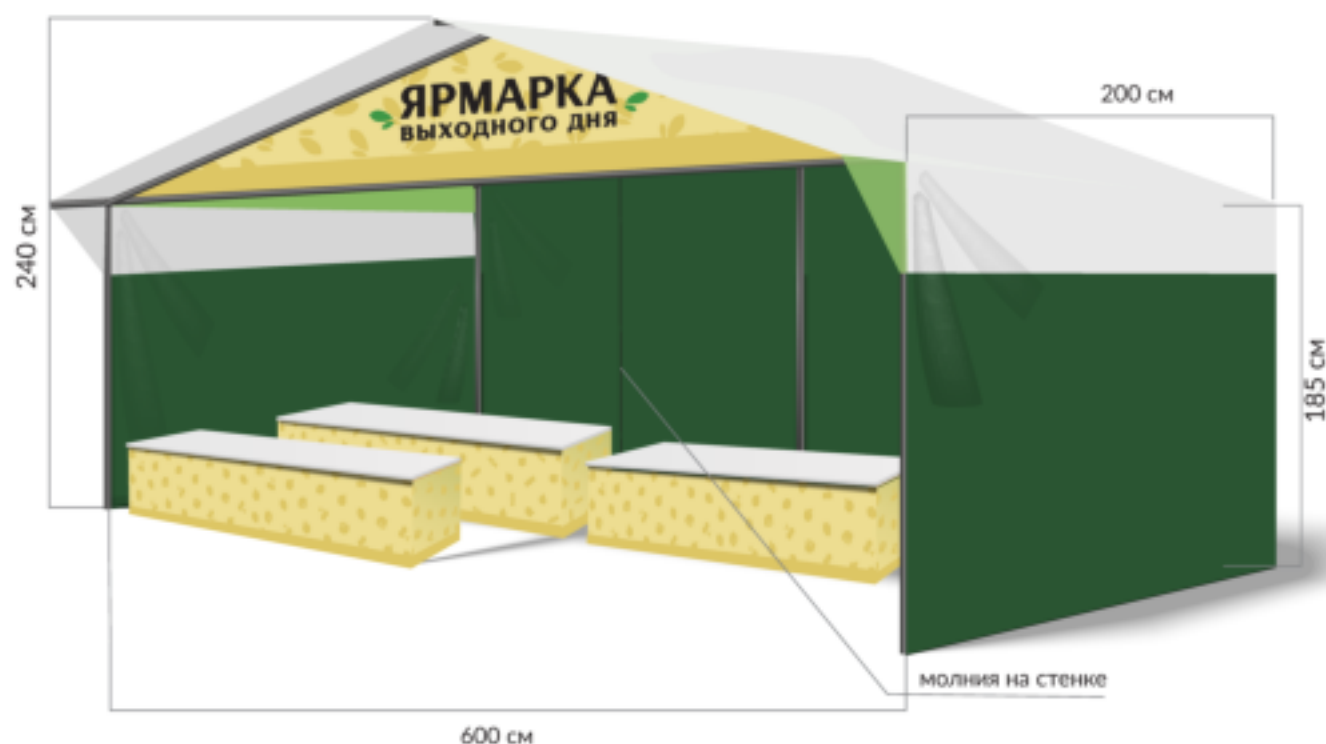
Молния обеспечивает доступ к палатке сзади. Продавцу удобно пополнять ассортимент прямо из подъехавшей грузовой машины.



PANTONE 357
CMYK 81 41 89 40
RGB 42 85 50

ОБЩИЙ ТЕНТ С ПРИЛАВКАМИ 6 X 2 М

В такой торговой зоне могут объединиться разные продавцы товаров одной категории или нескольких близких, например, фруктов и овощей.





СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ НЕТОРГОВЫХ ЗОН



ЗОНА КОНТРОЛЬНОГО ВЗВЕШИВАНИЯ

