

Стандарти візуальної комунікації

Брендбук розроблено у межах Проєкту «Імпульс», що реалізовується Міжнародним фондом «Відродження» та Фондом Східна Європа за фінансування Норвегії (Norad) та Швеції (Sida). Зміст матеріалу не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Східна Європа, Уряду Норвегії та Уряду Швеції.



ЗМІСТ

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ (БАЗОВІ ЕЛЕМЕНТИ)

Опис логотипа та його значення	02	Неправільне використання логотипу	12
Головна монохромна версія логотипу	04	Захисне поле логотипу	13
Головна кольорова версія логотипу	05	Типографіка	14
Вертикальні версії логотипу	06	Типографіка. Ієрархія	16
Варіант логотипу з дисклеймером праворуч	07	Кольорова система бренду	17
Варіант логотипу з дисклеймером знизу	08	Приклади застосування	
Використання логотипу у партнерському блоці	09	Ролап	18
Використання іконки / фавіконки / app icon	10	Презентація	19
		Канцелярія	20
		Підпис електронного листа	21
		Бейдж	22
		Шопер	23
		Блокноти	24
		Бейсболка	25
		Рюкзак	26
		Футболка	27
Використання логотипу на кольорових фонах	11	Табличка	28

ОПИС
ЛОГОТИПА
ТА ЙОГО
ЗНАЧЕННЯ



Логотип ACSA відображає професійність, структурність та аналітичний характер організації. Стримана геометрія, чіткі пропорції та мінімалістичний підхід підкреслюють системність, точність та орієнтацію на факти. **Абревіатура ACSO у логотипі означає Association for Community Self-Organization – «Асоціація самоорганізації населення» (АСН).**



Використання великої літерної композиції підсилює відчуття стабільності, надійності та експертизи. Чіткість форми забезпечує впізнаваність у різних масштабах і цифрових середовищах.

Цей візуальний підхід відповідає суті організації – підтримувати розвиток аналітичних інституцій, зміцнювати їхню професійну спроможність та сприяти формуванню доказової, обґрунтованої публічної політики.

ОПИС
ЛОГОТИПА
ТА ЙОГО
ЗНАЧЕННЯ



Символ побудований на негативному просторі, де літера А (перша з абрєвіатури ACSO) структурує форму, розділяючи її на три сегменти – як у аналітичних діаграмах.



Середній штрих «А» утворює стрілку, що натякає на розвиток, фокус і цифровий контекст.



Поєднання двох площин утворює силует «олівця», що підкреслює творче, освітнє та дослідницьке начало програми.

Стандарти
візуальної комунікації

ГОЛОВНА МОНОХРОМНА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПУ

Це основний варіант логотипу,
який використовується у більшості
комунікацій.

Композиція включає графічний
знак та текстову частину – ACSO.

Варіанти:



Монохромна версія на світлому фоні



Інверсна версія на темному фоні

Коли використовувати:

Якщо фон перевантажений, текстурний або не забезпечує достатній контраст – використовується монохромна версія.

Стандарти
візуальної комунікації

ГОЛОВНА КОЛЬОРОВА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПУ

Головна кольорова версія логотипу використовується як базовий варіант айдентики ACSO у більшості випадків.

Цей варіант забезпечує максимальну впізнаваність та відтворення бренд-кольорів.

Варіанти:



Кольорова версія на світлому фоні

Кольорова інверсна версія на темному фоні

Коли використовувати:

- офіційні комунікації та представлення організації
- веб-сайт, соціальні мережі, презентації
- друковані матеріали (буклети, постери, поліграфія)
- документи, шаблони, звітні матеріали
- заходи, партнерські та публічні формати

Стандарти
візуальної комунікації

ВЕРТИКАЛЬНІ ВЕРСІЇ ЛОГОТИПУ

Вертикальні версії логотипу застосовуються у випадках, коли горизонтальна композиція обмежена простором або не забезпечує візуальної збалансованості.

Використовуйте
вертикальний варіант, коли:

- доступний вузький вертикальний простір
- носій має витягнуту вертикальну пропорцію
- логотип розміщується у колонці або в стовпчику
- використовується блок логотипів, у якому інші знаки мають вертикальну орієнтацію
- потрібна симетрична композиція або центральне вирівнювання

Монохромні
варіанти:



Кольорові
варіанти:



Рекомендації:

- зберігайте пропорції та розміри відповідно до горизонтальної версії
- використовуйте кольорову або інверсну версію залежно від фону
- на складних або текстурних фонах віддавайте перевагу монохромній версії

Стандарти
візуальної комунікації

ВАРІАНТ ЛОГОТИПУ З ДИСКЛЕЙМЕ- РОМ ПРАВОРУЧ

Застосовується у випадках, коли
необхідно підкреслити
приналежність до програми
або донорської ініціативи.

Це асиметрична композиція:

текстовий дисклеймер
вирівнюється праворуч від
логотипа та формує чітку
горизонтальну структуру. Такий
варіант рекомендований для
матеріалів з переважно
горизонтальною орієнтацією.



Логотип має дві мовні версії:

англійська — **ACSO**
українська — **ACH** (адапована
абревіатура)

Обидві версії використовуються
відповідно до мови матеріалу
та контексту комунікації.

Коли використовувати:

- офіційні звіти та проєктна документація
- титульні сторінки презентацій
- зовнішні та партнерські комунікації
- цифрові та друквані носії, де важлива чітка атрибуція програми

Стандарти
візуальної комунікації

ВАРІАНТ ЛОГОТИПУ З ДИСКЛЕЙМЕ- РОМ ЗНИЗУ

Використовується у випадках,
коли потрібна симетрична та
центрована композиція з чіткою
ієрархією елементів.

Цей формат застосовується для
носіїв, де логотип має виступати
основним візуальним акцентом,
а текстовий дисклеймер –
доповнювати його, залишаючись
читабельним та збалансованим.

Цей варіант підсилює офіційність та забезпечує чисту вертикальну структуру,
підходящу для формальної комунікації та матеріалів з інформаційним фокусом.

- титульні сторінки презентацій та документів
- офіційні звітні матеріали
- вступні слайди, обкладинки, афіші
- ситуації, коли потрібен формальний та врівноважений вигляд



ACSO

Developed within the framework of the
Initiative to Develop Think Tanks in Ukraine



ACH

Розроблено в межах Ініціативи
з розвитку аналітичних центрів України



ACSO

Developed within the framework of the
Initiative to Develop Think Tanks in Ukraine



ACH

Розроблено в межах Ініціативи
з розвитку аналітичних центрів України

Стандарти
візуальної комунікації

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА У ПАРТНЕРСЬ- КОМУ БЛОЦІ

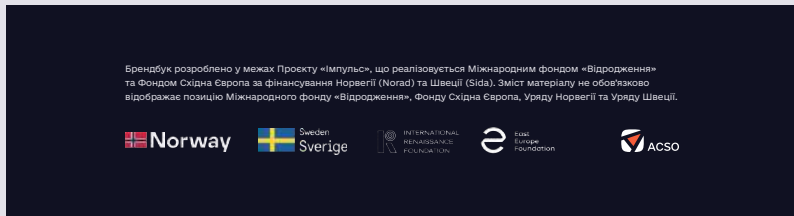
Логотип ACSO розміщується поруч із логотипами партнерів у єдиній композиції.

Логотип ACSO не може бути більшим за логотипи донорів і не розміщується над ними. Усі логотипи мають однакову візуальну вагу та пропорції.

Висота логотипів партнерів прив'язується до висоти текстової частини логотипа ACSO, щоб зберегти баланс і забезпечити коректне сприйняття всіх учасників комунікації.

Між логотипами застосовуються однакові відступи.

Використовується відповідна мовна версія – ACSO або ACH.



Стандарти
візуальної комунікації

ВИКОРИСТАННЯ ІКОНКИ / ФАВІКОНКИ / APP ICON

Іконка бренду повинна коректно відображатися в усіх цифрових середовищах – веб, мобільні застосунки та соціальні мережі. Для цього використовуються стандартизовані розміри під favicon, iOS, Android та аватарки соцмереж, з урахуванням масок платформ і ретина-дисплеїв.

Рекомендовано експортувати іконку у кількох фіксованих розмірах, зберігаючи пропорції, зони безлечності та цілісність графічного знака.

Основний формат іконки



Основний формат іконки

Використовується офіційний символ бренду без змін пропорцій, обводок чи додаткових елементів.

Мінімальний розмір

Іконка повинна залишатися читабельною у малих розмірах. Не зменшувати нижче рекомендованих значень для веб та мобільних платформ.

Стандартна favicon	16×16 px
Модерн-браузери	32×32 px
Retina favicon	48×48 px

Фавіконка

Використовується спрощена версія знака (без тексту).

Круглі маски (соцмережі)



Одноколірний варіант

Допускається застосування монохромної іконки на однотонних фонах з високим контрастом.

Круглі маски (соцмережі)

Для круглих аватарів, де зміна форми неможлива дозволено використання знака без підкладки / супереліпса, головне – зберегти пропорції і читабельність.

Заборонено

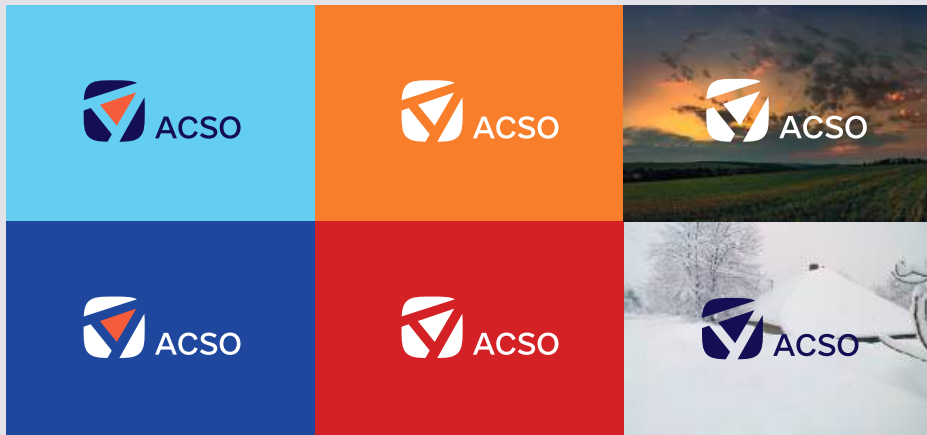
- додавати обводки, тіні, ефекти
- змінювати форму символу
- розміщувати на строкатих фонах без підкладки
- спотворювати пропорції

Стандарти
візуальної комунікації

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ НА КОЛЬОРОВИХ ФОНАХ

Під час розміщення логотипу на кольорових фонах необхідно забезпечувати достатній контраст і чітку читабельність знака.

Усі елементи логотипу мають добре відокремлюватися від фону. Жодна частина знака або напису не повинна зливатися з кольором фону чи втрачати свою форму.



Рекомендації:

- обирайте версію логотипу (кольорову або інверсну), що забезпечує максимальний контраст
- не розміщуйте логотип на фонах, близьких за кольором до його елементів
- перевіряйте читабельність знака на різних носіях і масштабах
- на складних або насичених фонах надавайте перевагу монохромній або інверсній версії логотипу

Стандарти
візуальної комунікації

НЕПРАВИЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПУ

Щоб зберегти цілісність
і впізнаваність бренду, логотип
слід використовувати лише
у затверженому вигляді.
Уникайте наведених варіантів
застосування.



повертати або нахилити знак



розтягувати чи деформувати логотип



використовувати кольори, не передбачені брендбуком



додавати обводку, тінь або інші ефекти



змінювати пропорції елементів логотипу

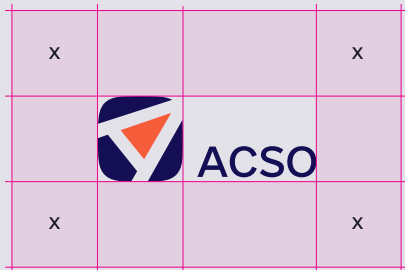


розміщувати дескриптор у не передбачених позиціях

Стандарти
візуальної комунікації

ЗАХИСНЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПУ

Не розміщуйте елементи надто близько до логотипу. Під час розміщення інших елементів поруч необхідно забезпечити мінімальну зону вільного простору для збереження цілісності бренду.



Зона вільного простору розраховується відносно фіксованого елемента логотипу.

Дивіться приклад.

Стандарти
візуальної комунікації

ТИПОГРАФІКА

е-Ukraine – основний шрифт
візуальної ідентичності АССО
(ВГО «Асоціація самоорганізації
населення», англ. Association for
Community Self-Organization)

е-Ukraine Medium

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

Використання шрифту е-Ukraine підкреслює зв'язок бренду
з сучасною українською державною та громадянською екосистемою,
формуючи послідовний і впізнаваний стиль у всіх матеріалах
організації.

е-Ukraine Thin

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

е-Ukraine Regular

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

е-Ukraine Bold

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

Стандарти
візуальної комунікації

ТИПОГРАФІКА

e-Ukraine – основний шрифт
візуальної ідентичності АССО
(ВГО «Асоціація самоорганізації
населення», англ. Association for
Community Self-Organization)

e-Ukraine Medium

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

Використання шрифту e-Ukraine підкреслює зв'язок бренду
з сучасною українською державною та громадянською екосистемою,
формуючи послідовний і впізнаваний стиль у всіх матеріалах
організації.

e-Ukraine Thin

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

e-Ukraine Regular

абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./

e-Ukraine Bold


абвггдеєжзиіїклмн
опрстуфхцчшщьюя
АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМ
НОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
!@£\$%^&*()-=_+[];'\,./


Стандарти
візуальної комунікації

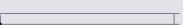
ТИПОГРАФІКА. ІЄРАРХІЯ

Розмір, масштаб і розташування відіграють важливу роль у тому, як сприймається інформація. Завжди забезпечуйте свідомо задану різницю між розмірами шрифтів.

Щоб створити чітку ієрархію між заголовками, підзаголовками та основним текстом, використовуйте пропорцію 1,68 між розмірами шрифтів цих текстових рівнів.

Headlines nulla vitae
euismod sem. Integer  z = 1.68y
ut vehicula mauris.

Subheads suspendisse aliquet at
dui eu pellentesque. In dui turpis,  y = 1.68x
mollis vel est ullamcorper,
bibendum consectetur massa.

Body phasellus at ornare mauris, eu viverra
tellus. Curabitur sit amet lorem lorem. Praesent
vel turpis ex. Pellentesque in felis ante. In massa  x
dolor, porta sed dictum non, gravida et urna.
Phasellus imperdiet ligula eu neque blandit,
vitae lacinia augue consequat.

Стандарти
візуальної комунікації

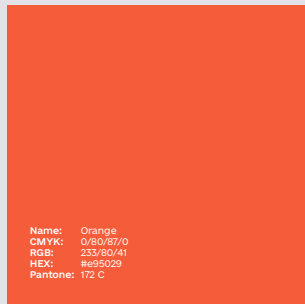
КОЛЬОРОВА СИСТЕМА БРЕНДУ

Основна палітра формує візуальну основу ідентичності організації та використовується у більшості комунікацій.

Підбір основних і додаткових кольорів покликаний створити сучасну, зрозумілу та емоційно збалансовану візуальну мову, що відображає характер діяльності організації – розвиток громад, підтримку самоорганізації населення та зміцнення місцевого самоврядування.

Палітра поєднує енергію дії, надійність інституцій та природну основу громадського життя.

Основні кольори



Помаранчевий

Символізує енергію громад, ініціативність та активну участь людей у розвитку своїх спільнот. Цей колір передає відкритість, взаємодію та рух до змін.

Темно-синій

Уособлює інституційну надійність, професійність та стабільність. Він підкреслює серйозність діяльності організації, її експертність і довіру до громадських процесів.

Додаткова палітра розширює можливості комунікації та допомагає створювати різноманітні візуальні сценарії для різних типів матеріалів.

Додаткові кольори



Блакитний

Підкреслює відкритість, прозорість та співпрацю між громадами й органами місцевого самоврядування.

Жовтий

Додає світла, оптимізму та відчуття позитивних змін у розвитку громад.

Сірий

Використовується як нейтральний балансуєчий колір, що підтримує структурованість і читабельність інформації.

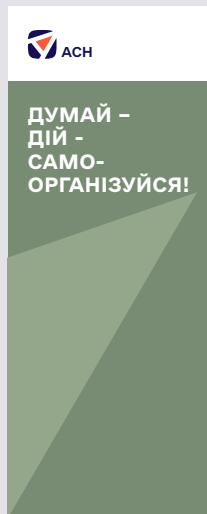
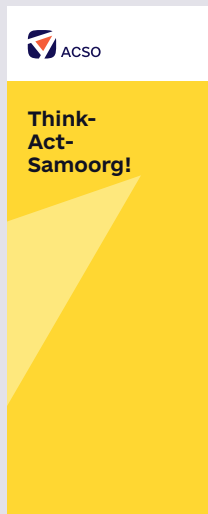
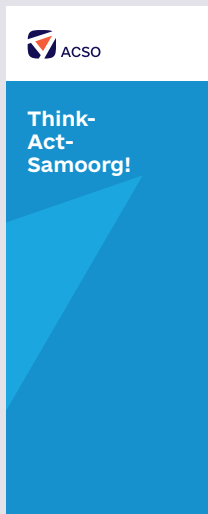
Оливковий

Нагадує про зв'язок із територіями, громадами та природним середовищем, у якому розвивається місцеве самоврядування.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Ролап



Ролап 0,8 x 2 м

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Презентація



Візуальні приклади шаблону презентації, наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Канцелярія

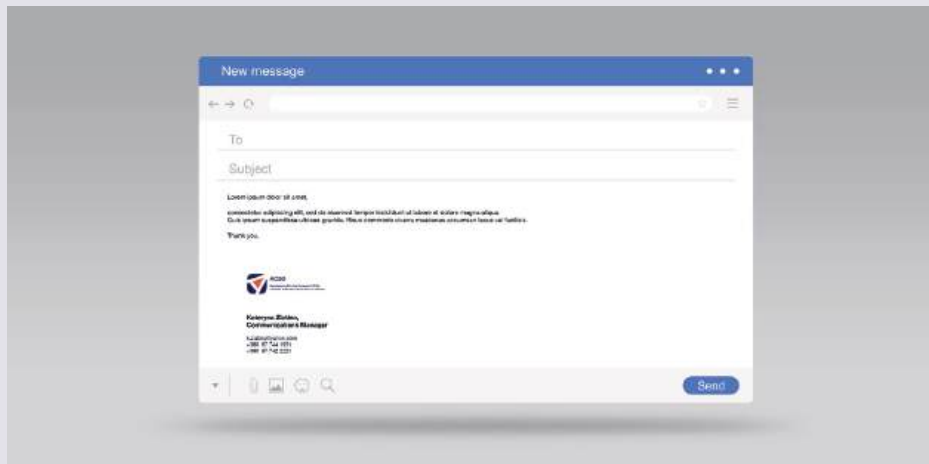


Візуальні приклади канцелярії, наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Підпис електронного листа



Візуальні приклади шаблону підпису імейла, наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Бейдж

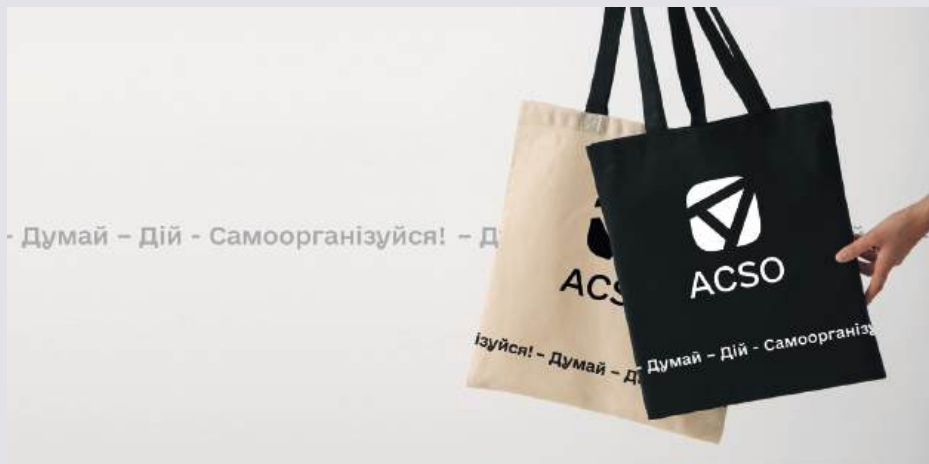


Візуальні приклади бейджей, наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Шопер



Візуальні приклади сумок-шоперів наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Блокноти



Візуальні приклади дизайну блокнота наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Бейсболка



Візуальні приклади наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Рюкзак



Візуальні приклади наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Футболка



Візуальні приклади наведені вище, подані виключно з ілюстративною метою для натхнення і не є обов'язковими до використання.

Стандарти
візуальної комунікації

ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Табличка



Брендбук розроблено у межах Проекту «Імпульс», що реалізовується Міжнародним фондом «Відродження» та Фондом Східна Європа за фінансування Норвегії (Norad) та Швеції (Sida). Зміст матеріалу не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Східна Європа, Уряду Норвегії та Уряду Швеції.

