

Книга брeнда

O'zbekim



Содержание

СТРУКТУРА	
Манифест	4
Миссия	5
Ценности	6
Аудитория	7
ДИЗАЙН	
Логотип	9
Цветовая палитра.....	13
Шрифты	14
Фирменный дизайн-элемент	15
Паттерн	17
КОНТЕНТ	
Tone Of Voice	22
Партнёрство	25
Мудборд	26
БРЕНД-НОСИТЕЛИ	29

Структура

Манифест, аудитория, миссия,
ценности бренда



Манифест

- это обращение бренда к обществу

O'zbekim - единственный ресторан, который воссоздает историю Узбекистана и транслирует её на весь мир, как это делают музеи.

Миссия бренда

- наша сверхзадача

Мы по крупицам собираем элементы истории из всех регионов Узбекистана, чтобы **подарить людям возможность** понять нашу страну.

Ценности бренда

- от чего мы никогда не откажемся

Эксклюзивность, качественный сервис, дорогие ингредиенты, трепетное отношение к истории.

Аудитория

- клиенты и их потребности

Самодостаточные люди, предприниматели.

Приходят не за едой, а за **ОПЫТОМ И ЭМОЦИЯМИ.**

Дизайн

Логотип, цвета, шрифты,
паттерны и иллюстрации



ЛОГОТИП

Логотип ресторана состоит из шрифтовой части и знака. Начертание шрифта отсылает к старому Узбекистану. В знаковой части разместились птица Хумо.

Охранное поле со всех сторон соразмерно трехлистнику в логотипе.



Допустимые варианты использования

Горизонтальный логотип



Шрифтовая подпись



Знак:
Хумо



Знак:
трехлистник



Вертикальный логотип



Допустимая палитра цветов для логотипа

*основной цвет
для использования
на светлом фоне



#5B594F
CMYK 57%, 48%, 58%, 46%

*второстепенный цвет
рекомендуется использовать
на светлом фоне



#1AB0B9
CMYK 86%, 5%, 0%, 27%

*цветовое решение для
использования на темных
поверхностях



#FFFFFF
CMYK 0%, 0%, 0%, 1%

Неправильное использование логотипа



Произвольное использование цветов в знаке и подписи



Использование визуальных эффектов



Деформация логотипа (растягивание/сжатие и т.д.)

Цветовая палитра



#1AB0B9
CMYK 86%, 5%, 0%, 27%



#FFFFFF
CMYK 0%, 0%, 0%, 1%



#E3CDA0
CMYK 0%, 10%, 30%, 11%



#89755E
CMYK 0%, 15%, 31%, 46%



#5B594F
CMYK 0%, 2%, 13%, 64%

Шрифты

Заголовок — Rangram (Bold)

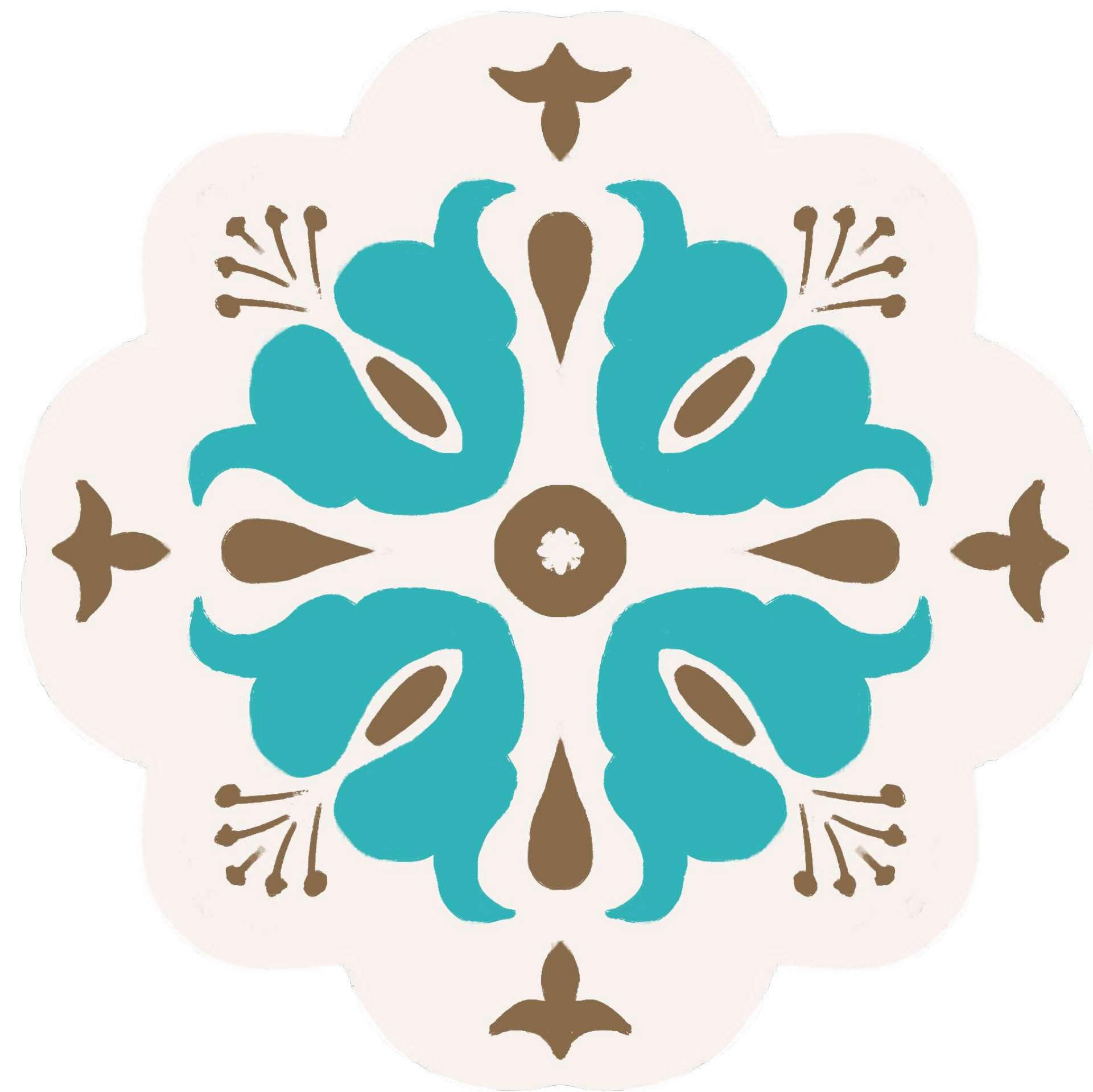
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы
Ьь Ээ Юю Яя

Основной текст — SF Pro Display

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

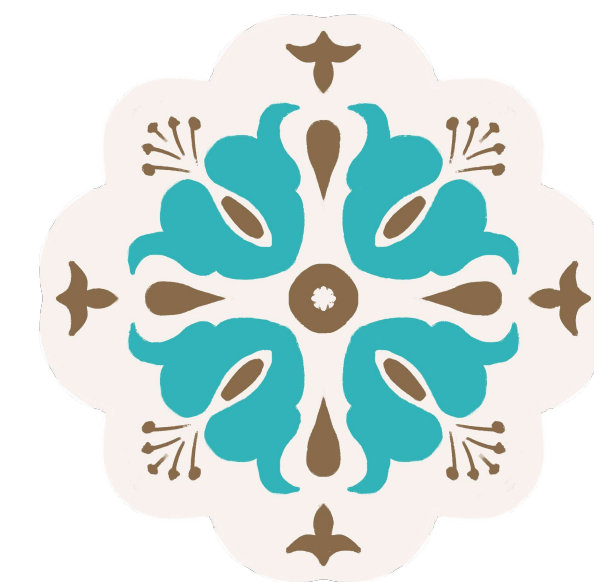
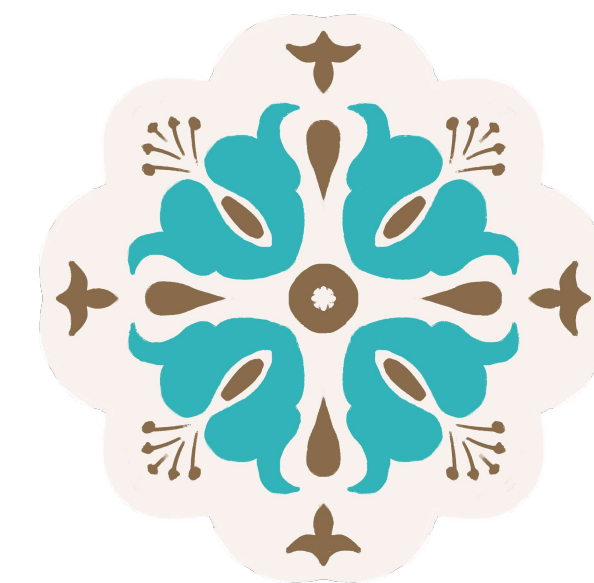
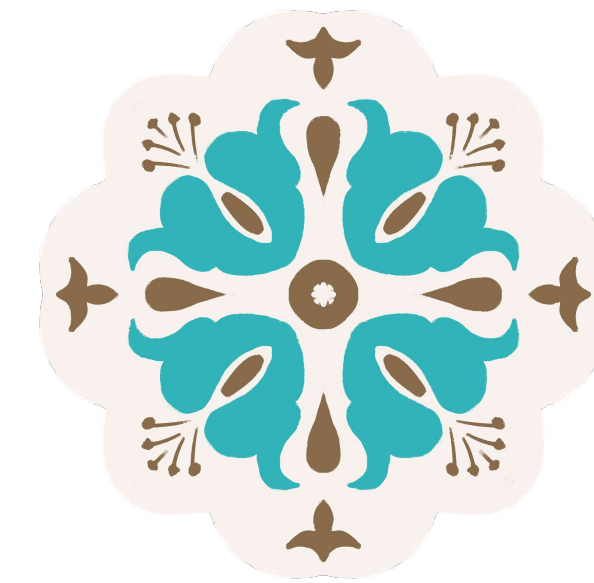
Фирменный орнамент

Включает в себя элементы, повторяющиеся изгибы в логотипе и передающие узбекские мотивы



Правила использования

Фирменный орнамент используется для обозначения бренда на гибких/мягких носителях (одежда, скатерть, салфетки, приглашения, бумажный пакет и т.д.)



Фирменный паттерн



Правила использования

Паттерн является вспомогательным элементом и используется для заполнения пространства, там где это необходимо.



Паттерн имеет два способа использования

1

- Как самостоятельный элемент дизайна:
- бренд-носители;
 - визуалы для публикаций в социальных сетях;
 - рекламные визуалы.



2

- В связке с полным логотипом или со шрифтовой подписью.
- При данном варианте использования паттерна важно соблюдать визуальную второстепенность этого дизайн-элемента:
- логотип/шрифтовая подпись всегда в фокусе внимания;
 - допустимо делать паттерн с прозрачным наложением;
 - избегать нагруженности общей картинки.



Не рекомендуется

- Использовать паттерн, перегружая им дизайн;
- Использовать паттерн в масштабе преобладающим над логотипом.



Контент

Tone of voice, партнерство



Tone of voice

- характер и тональность



**Мы не обещаем вау-эмоций и впечатлений,
мы приземлённые и практичные.**

Мы хотим сделать ваш день чуть лучше своим
внимательным отношением, отзывчивым
сервисом и вкусной едой.

Tone of voice

- характер и тональность

2

**Мы хотим, чтобы наша коммуникация
была основана не на еде,
а на людях и фактах.**

Хотим говорить о традициях, о персонале,
о ситуациях, о деталях и вдохновлять ими людей.

Tone of voice

- характер и тональность

3

O'zbekim — территория спокойствия.
Коммуникация не должна быть праздной.

Здесь есть место праздникам, но нам важно
создавать атмосферу безопасности
и комфорта для каждого.

Партнерство

- С кем нам не стоит сотрудничать
- Мы выбираем для партнёрства только компании с близкими ценностями.
- Мы не работаем с алкогольными и сигаретными брендами.
- Мы не проводим giveaway.
- Мы не делимся Stories в плохом качестве.

Муддборд

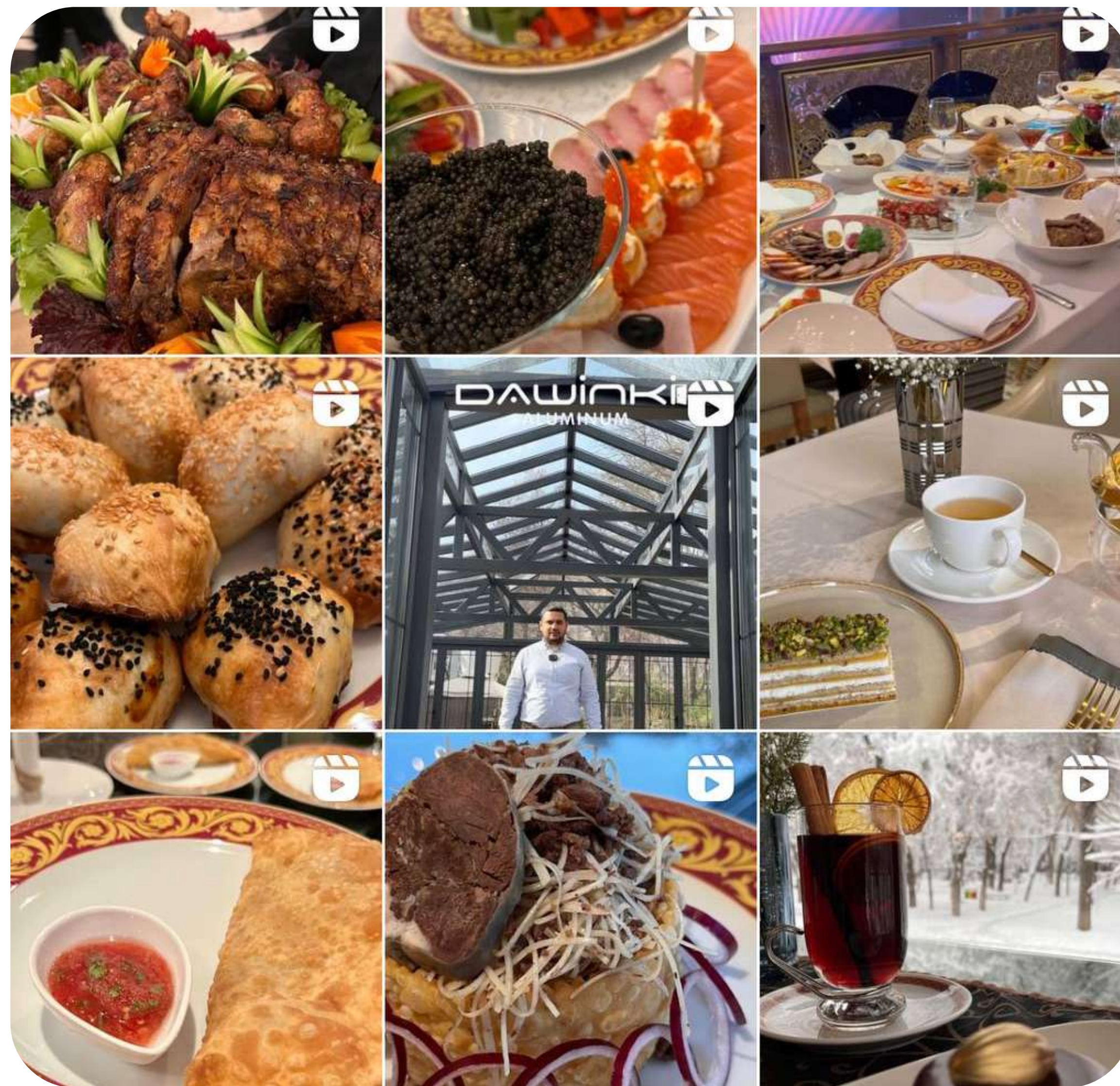
Примеры оформления
фото-контента





Фотографии создаются в моменте, с естественным светом. Оставляем больше «воздуха», фокусируемся на деталях.

Как не надо



Брендбук/O'zbekim/2023

Бренд-носители



















Упаковка для сахара



