

**WELCOME
TO THE BRAND IDENTITY
BRAND BOOK**

fregat

FREGAT

BRAND BOOK

Цей брендбук допоможе:

Зрозуміти, як виглядає бренд fregat;
Чому він виглядає саме так;
Як взаємодіяти з бренд-айдентикою.

ЗМІСТ

ПРО НАС

1.1	Огляд	4
1.2	Рекомендації	5
1.3	Обмеження	6

КОЛЬОРИ

4.1	Огляд	22
4.2	Рекомендації	23
4.3	Обмеження	24
4.4	Співвідношення	25

ЛОГОТИП

2.1	Огляд	9
2.2	Відстані	13
2.3	Розміри	15
2.4	Обмеження	16
2.5	Знак	17

КОМУНІКАЦІЯ

5.1	Принцип	27
5.2	Зовнішня реклама	28
5.3	Фото	40
5.4	Digital	41
5.5	Ілюстрація	46
5.6	Обмеження	53

ШРИФТ

3	Огляд	20
---	-------	----

МЕРЧ

6	Огляд	62
---	-------	----

БІЗНЕС КІТ

7	Огляд	74
---	-------	----

1 ΠΡΟ ΗΜΑΣ

ПРО НАС

Фрегат – понад 20 років забезпечує абонентів якісним інтернетом. Він більше ніж просто провайдер, це справжній друг, бо був поряд із самого початку появи інтернету в Дніпрі. Фрегат – СВІЙ.

Для когось він друг, або той самий коріш з району, а для когось він надійний партнер, який забезпечує стабільним інтернетом цілі компанії, або допомагає працювати з дому, але ключове, що об'єднує та визначає його ідентичність – для кожного він СВІЙ.

Фрегат поступово вдосконалює лінії, продовжує розширювати мережу та активно залучає нових абонентів з різних куточків України.

Ми знаємо ціну часу, тому хочемо, щоб абоненти витрачали його на те, що запланували, а ми будемо поруч попри все.

Ми тут були є і будемо

ПРО НАС КОДЕКС СВОГО

Свій завжди зрозуміє, підтримає.

- Не буде юлити, а скаже прямо і чітко як є.
- Свому завжди можна подзвонити навіть у ввечері чи у вихідні.
- У вас є те, що об'єднує.
- Коли виникає проблема, свій буде намагатись допомогти її вирішити.
- Свій не лупить завищену ціну.
- Радий тебе бачити, навіть якщо ви давно не спілкувались.

ПРО НАС ІЗЮМ

ВИКЛИК

Знайти силу бренду, та комунікаційно виділитись не маючи значних продуктових переваг

ВОРОГ

Байдужість

ЩО СКАЖЕМО

Поважай свій час та витрачай його на те, що дійсно важливо

ТОВ

Людяний, легкий, предметний. Не повторюємо завчені фрази, одразу кастомізуємо відповідь під запит людини, яка телефонує.

ДЕСКРИПТОР

Інтернет-провайдер

ЧОМУ МИ?

Бо тільки нам не байдуже вже 20 років

МІСІЯ

Бути поруч попри все

РОЛЬ БРЕНДУ

Свої

2 ЛОГОТИП

Огляд
Відстані
Розміри
Обмеження
Знак

Логотип Огляд

Логотип "Fregat" є ключовим елементом всієї системи ідентифікації. Основний варіант логотипу включає в себе шрифтовий блок та блок, що втілює концепцію хвиль, які виходять від "Fregat", аналогічно тому, як хвилі Інтернету розсіюються від роутера.

Він, або будь-яка інша версія логотипу повинні бути присутніми і видимими на всіх брендovаних додатках і комунікаціях, як зовнішніх, так і внутрішніх, на всіх медіа.

Логотип не повинен мати тіней, кутів, спотворень, розтягувань, відтінків (прозорості), контуру або використовуватися в кольорах, які не передбачені в цьому посібнику.



Логотип

Огляд

Наш логотип випромінює хвилі, які символізують динаміку інтернету. Таким чином, ми можемо використовувати їх з різних сторін шрифтового блоку, надаючи стилю живий рух.

Рекомендована кількість хвиль у одному макеті – 3.

Проте, ми також можемо використовувати більше хвиль у широких або високих макетах. Більше деталей на цю тему буде розкрито в розділі, присвяченому комунікації.



fregat

Логотип

Огляд

Перед нами приклад анімації, що демонструє можливі напрямки руху наших хвиль. Зверніть особливу увагу на швидкість анімації.

У рамках однієї анімації не є обов'язковим використовувати всі можливі зміни кутів хвиль. Для наочності можна обрати приклад руху хвиль з одного конкретного напрямку.



fregat

Логотип Огляд

У деяких випадках у логотипі ми можемо використовувати повну назву сайту. Проте ми рекомендуємо застосовувати цей варіант лише тоді, коли логотип повністю покриває певну поверхню, наприклад, довгу наліпку.



Логотип Відстані

Для досягнення більшої впізнаваності логотипу важливим фактором є не лише графічне виконання, але й наявність додаткового вільного простору навколо нього.

Відстані між елементами в шрифтовому блоці та блоку з логотипом відповідають одиницям квадрата, який визначається за контуром круглих літер у шрифтовому блоці.



Логотип Відстані

Для досягнення більшої впізнаваності логотипу важливим фактором є не лише графічне виконання, але й наявність додаткового вільного простору навколо нього.

Відстані між елементами в шрифтовому блоці та блоку з логотипом відповідають одиницям квадрата, який визначається за контуром круглих літер у шрифтовому блоці.



рекомендований простір від логотипа для
присутності в полі з іншими логотипами

Логотип Обмеження

Це розділ, де наводяться приклади помилок та недоречних дій, яких потрібно уникати. Цей розділ допомагає зберегти логічність, стиль та якість логотипу, запобігаючи незрозумілому або невідповідному використанню його елементів.



не рекомендуємо замінювати шрифти



Не рекомендується забирати білу плашку під шрифтовим блоком



не рекомендуємо забирати наростання хвиль



Не рекомендується змінювати розташування елементів логотипу, оскільки це може призвести до втрати ефекту хвиль, що розходяться від логотипу.

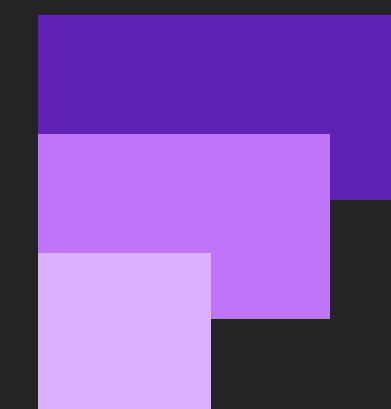
Логотип Розміри

Мінімальний розмір логотипу – 80 px, або 20 mm. В іншому випадку, його буде неможливо прочитати. Але ви можете збільшити його на власний розсуд.

У випадках обмеженого простору для брендингу можна використовувати спрощений символ - скорочений знак, що складається з трьох хвиль. Ця комбінація створює асоціацію з літерою "F".



Мінімальний розмір для друку 20 mm



При мінімальних розмірах брендинга, використовуйте знак в digital 80 px

2.5

Логотип Знак

У випадках обмеженого простору для брендингу можна використовувати спрощений символ – скорочений знак, що складається з трьох хвиль. Ця комбінація створює асоціацію з літерою "F".

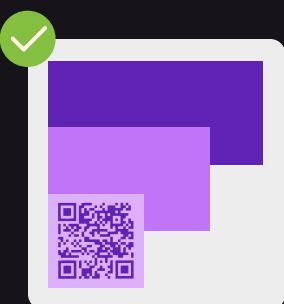


2.5

Логотип Знак

Цей спрощений символ також можна використовувати в мерчандайзі, наприклад, як пін.

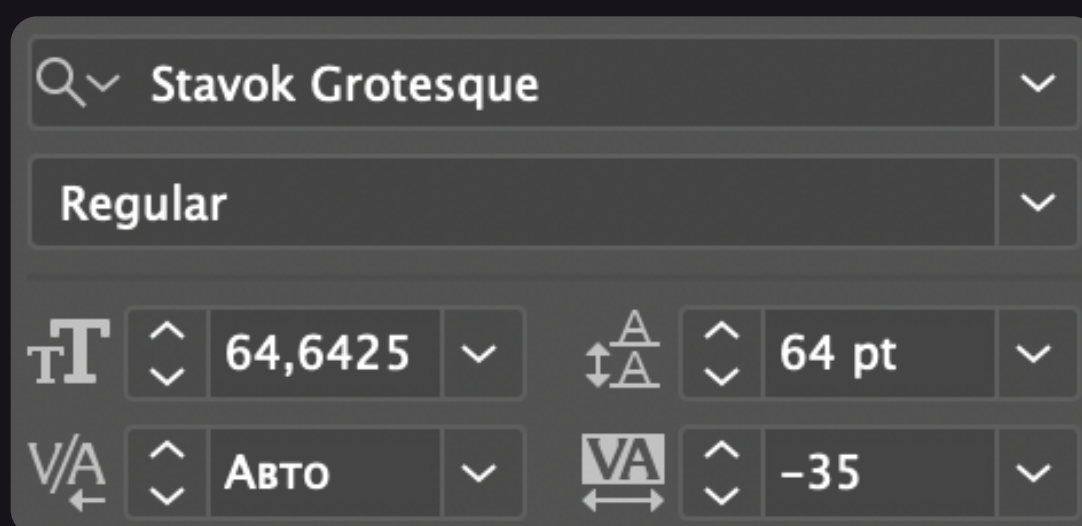
В нижній частині знаку ми можемо вставити QR-код, який приведе до нашого сайту. Однак це можливо лише тоді, коли ми використовуємо цей знак на окремому стікері чи іншому носії. Таке використання не допускається на сайті або в цифрових носіях. Також важливо зазначити, що забороняється змінювати кут нахилу "хвиль" всередині знаку.



3 ШРИФТ

Шрифт

Ми використовували шрифт "Stavok Grotesque". Це український шрифт, він має квадратну форму, тому виглядає дуже добре і сучасно в макетах на вебі та друкованих матеріалах. Цей шрифт передбачає невеликі відступи в рядках та маленькі проміжки між літерами.



Свої поруч
завжди

4 КОЛЬОРИ

Рекомендації

Обмеження

Співвідношення

Кольори Огляд

Наші кольори відображають все навколо тебе, коли ти плаваєш на фрегаті і бачиш сонячний горизонт. Ти спостерігаєш спокійні відтінки води, яка відображає небо. Наша палітра кольорів схожа на оточення навколо фрегата під час заходу сонця.

Ми використовуємо компліментарні кольори, які мають велику контрастність. Жовтий і фіолетовий особливо виділяються, вони контрастують між собою, але також гармонійно поєднуються.

Наша гама кольорів дуже зручна. Вона має три основні кольори, але фіолетовий може бути використаний у різних відтінках. Це дозволяє нам більш економно використовувати друк, змінюючи насиченість кольору в залежності від потреб.

Бурячковий

R=168 G=30 B=161
C=51 M=90 Y=0 K=0

Сонячний

R=244 G=235 B=53
C=11 M=0 Y=88 K=0

10%

R=220 G=176 B=253
C=83 M=87 Y=0 K=0

30%

R=204 G=148 B=252
C=36 M=48 Y=0 K=0

50%

R=192 G=116 B=248
C=49 M=60 Y=0 K=0

ХВИЛЬОВИЙ

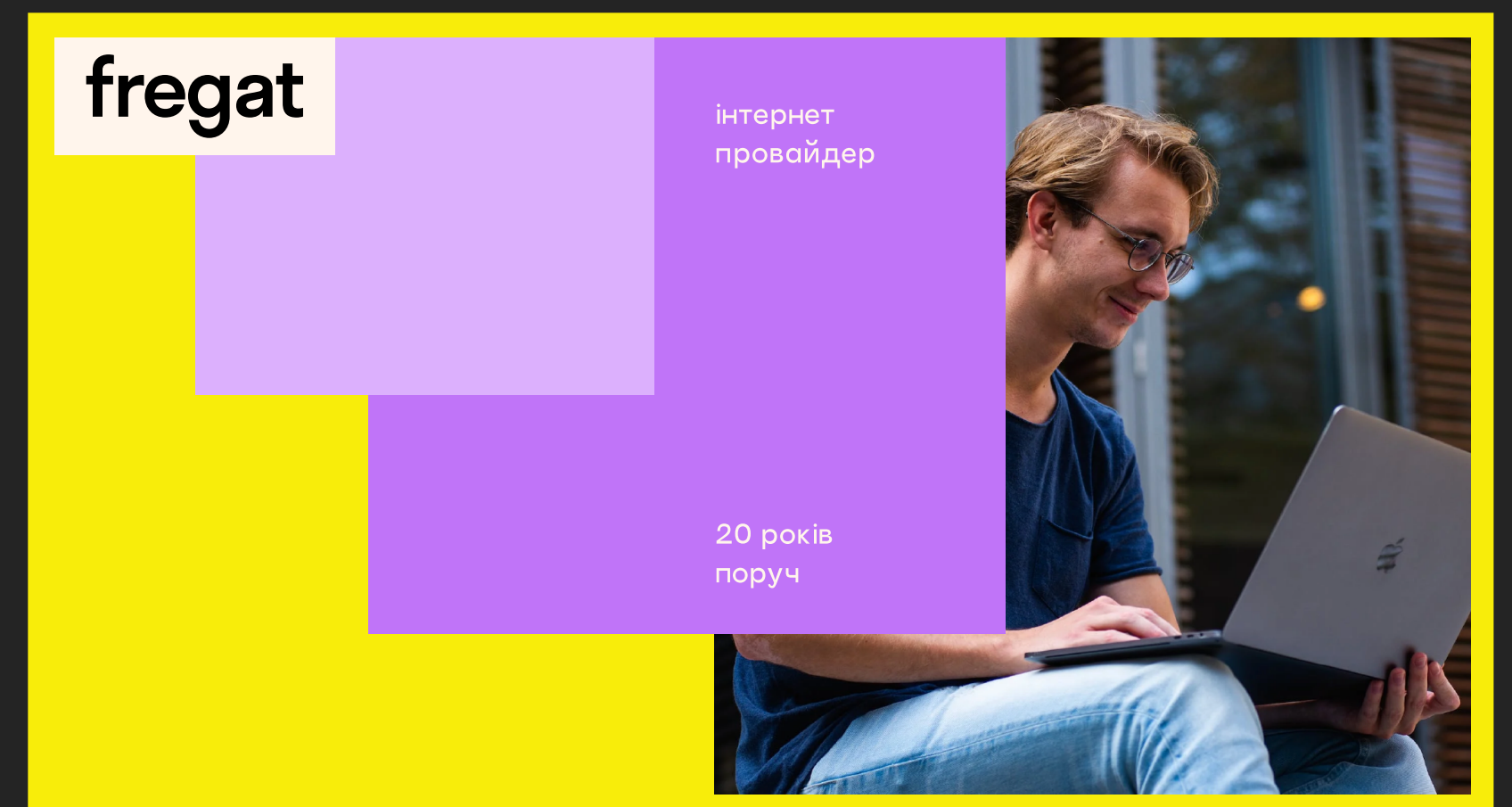
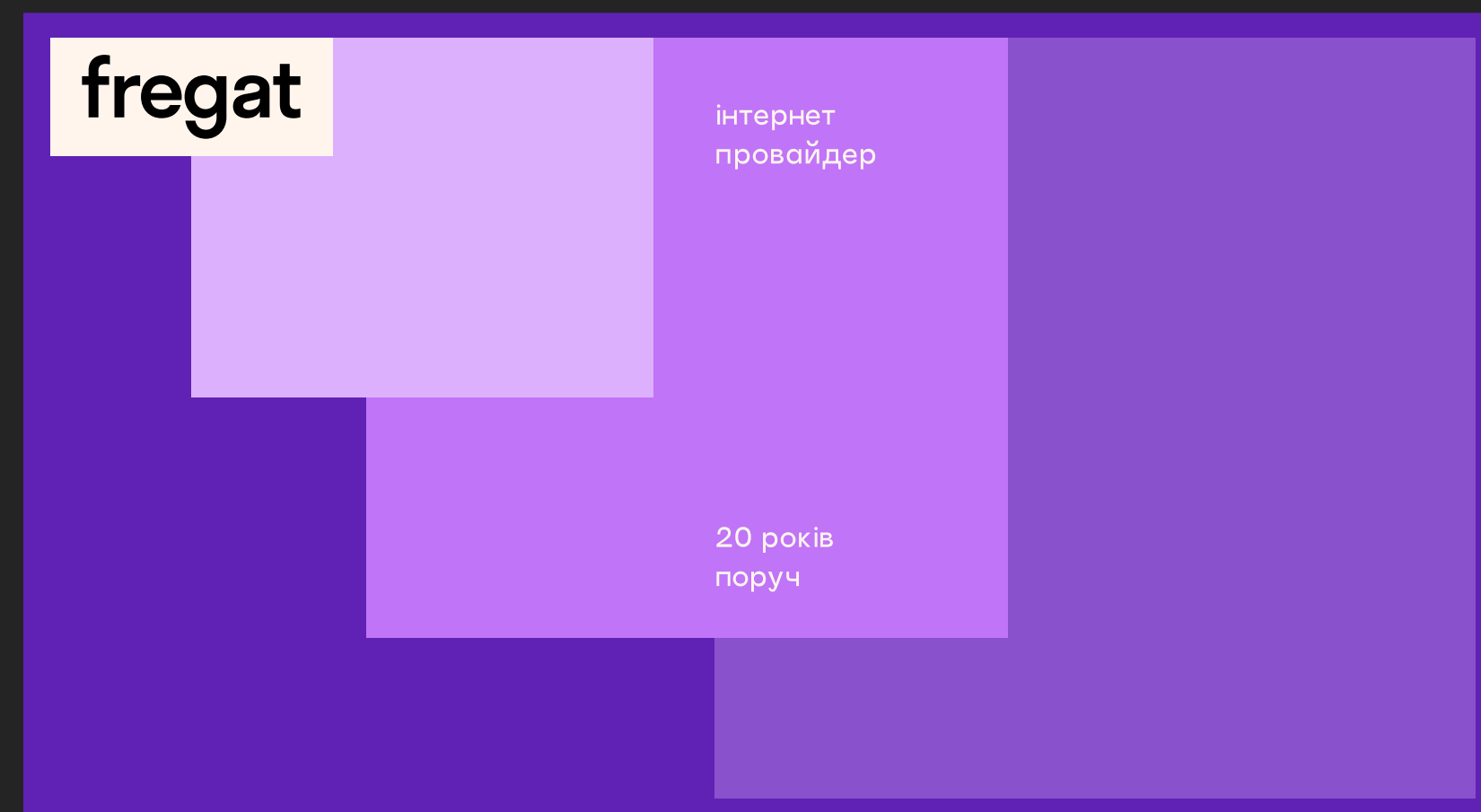
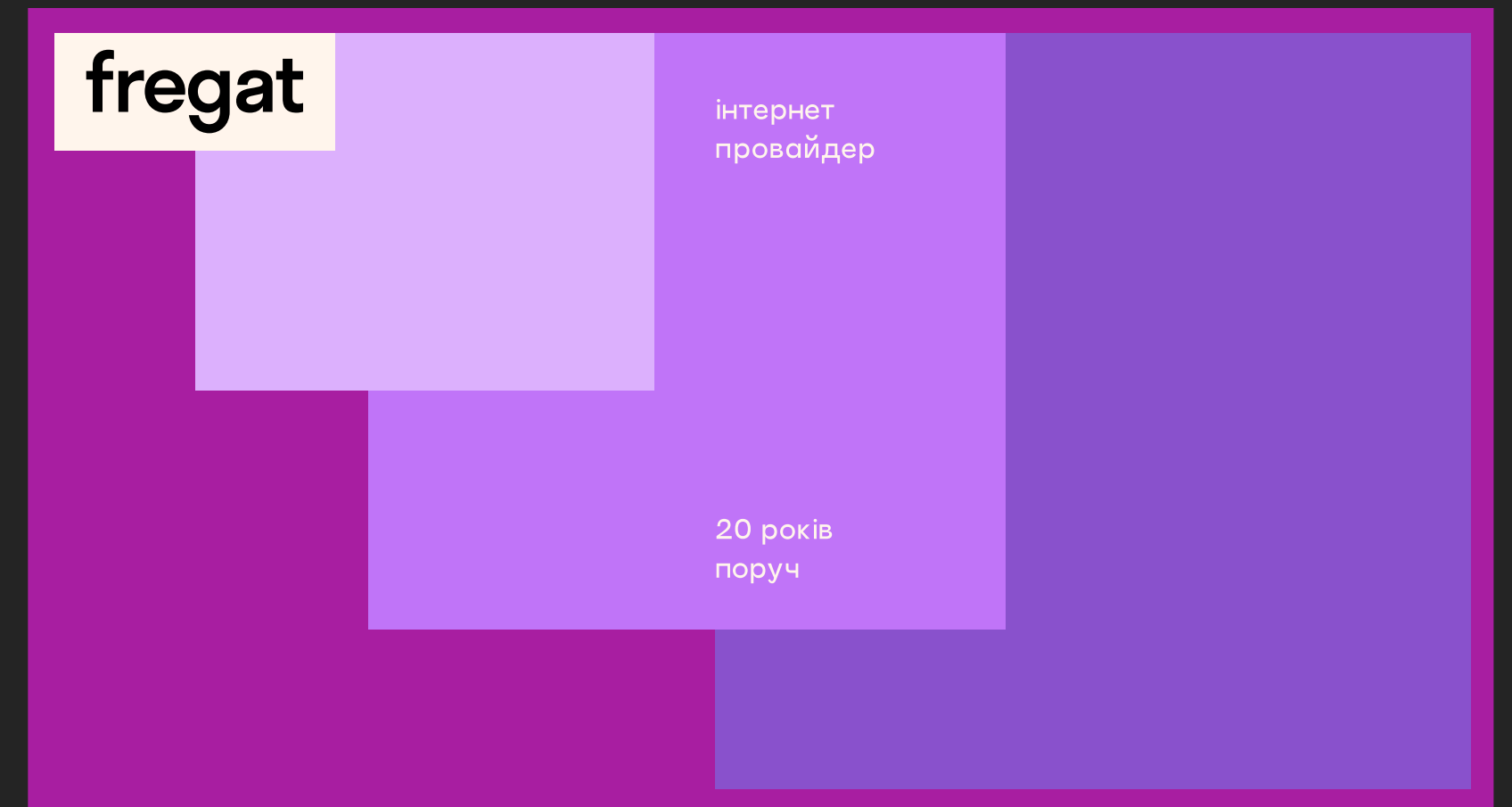
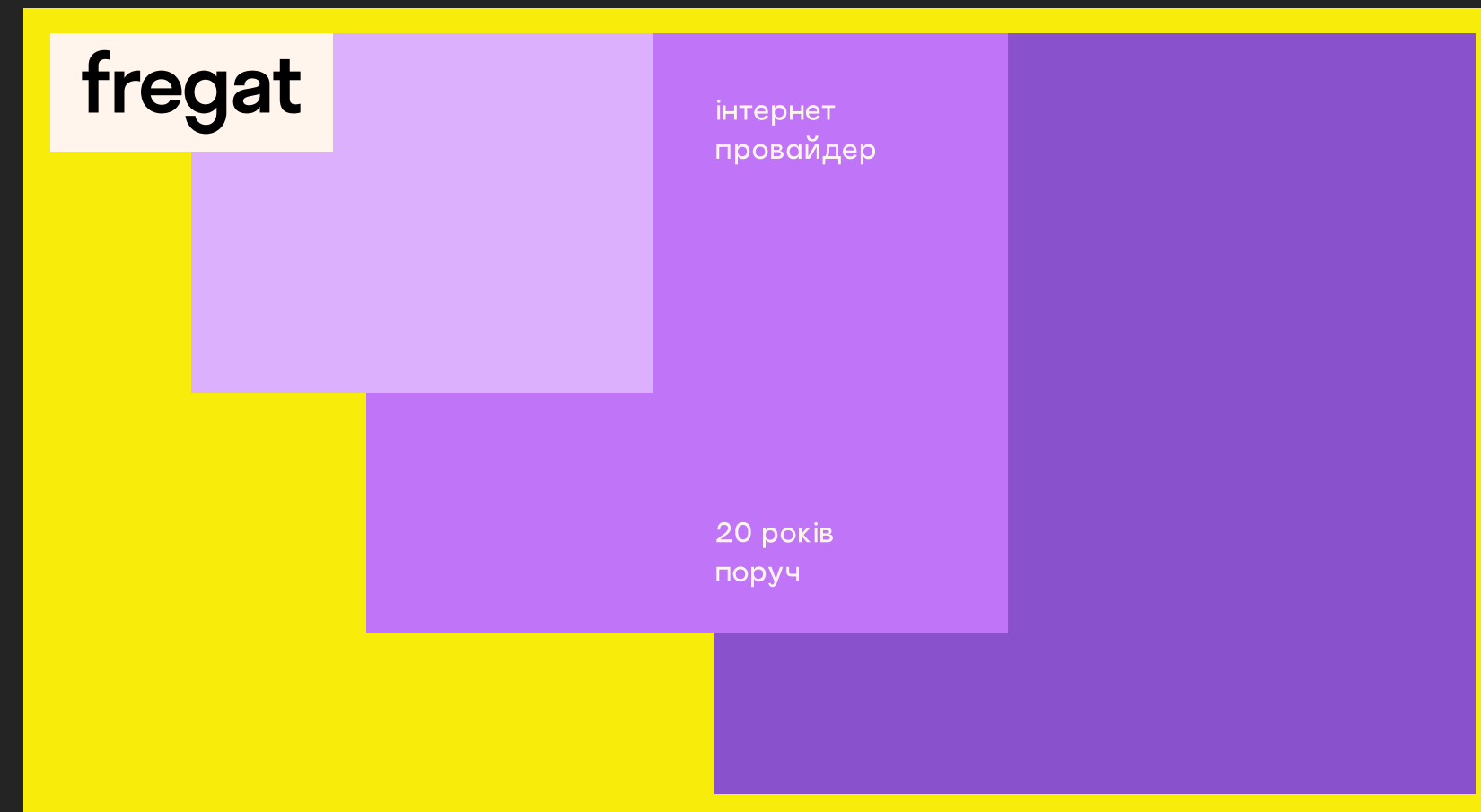
R=96 G=34 B=180
C=83 M=87 Y=0 K=0

4.2

Кольори Рекомендації

Зверніть увагу на припустиму комбінацію кольорів, що представлена на цьому слайді.

Вибір кольорової палітри відіграє важливу роль у створенні гармонійного та привабливого зовнішнього вигляду.



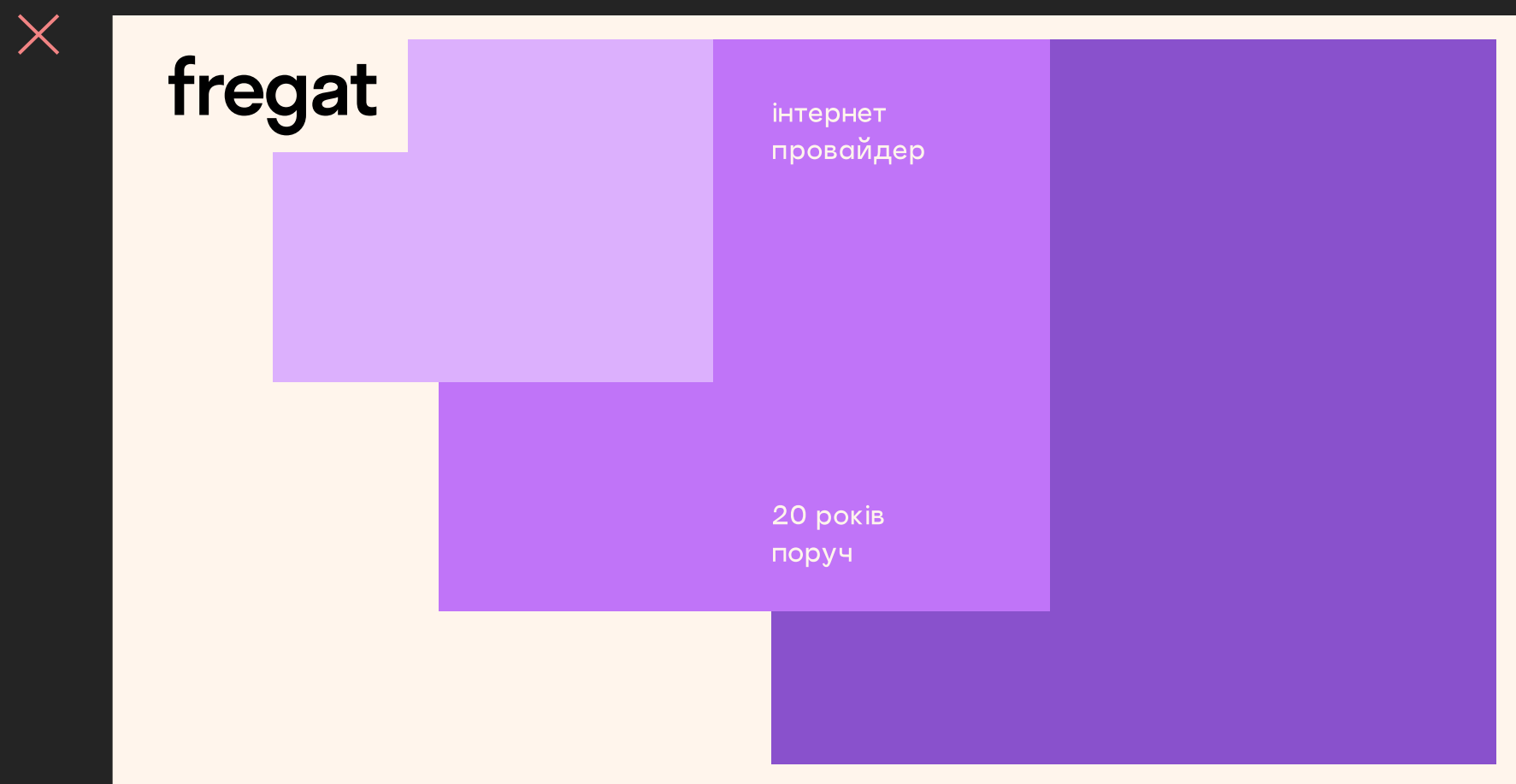
Можна використовувати світліші відтінки "Хвильового", якщо його темний відтінок використовується на тлі.

Також можна використовувати світліші відтінки "Хвильового" на "Сонячному" тлі, додавши фото з теплими відтінками.

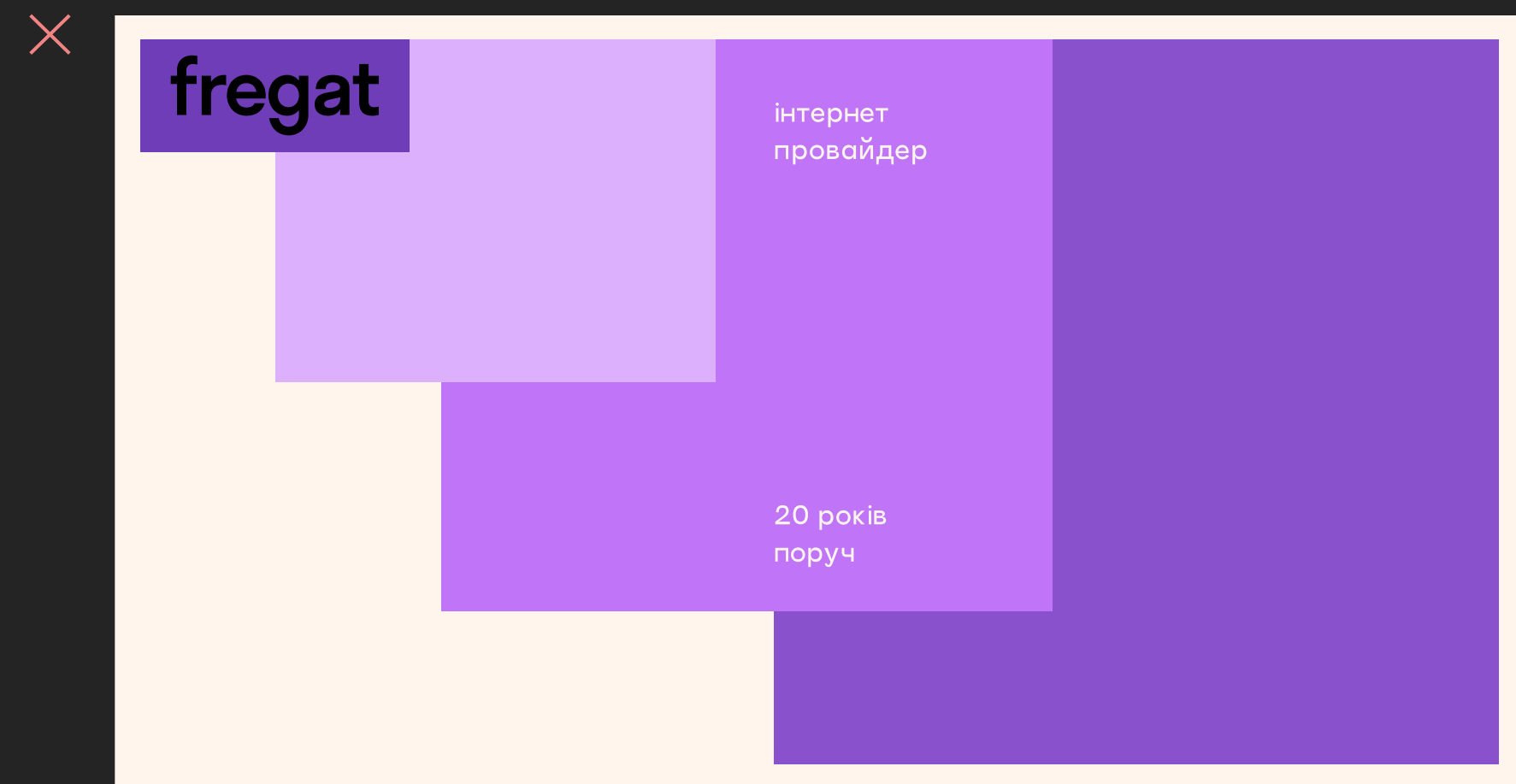
4.3

Кольори Обмеження

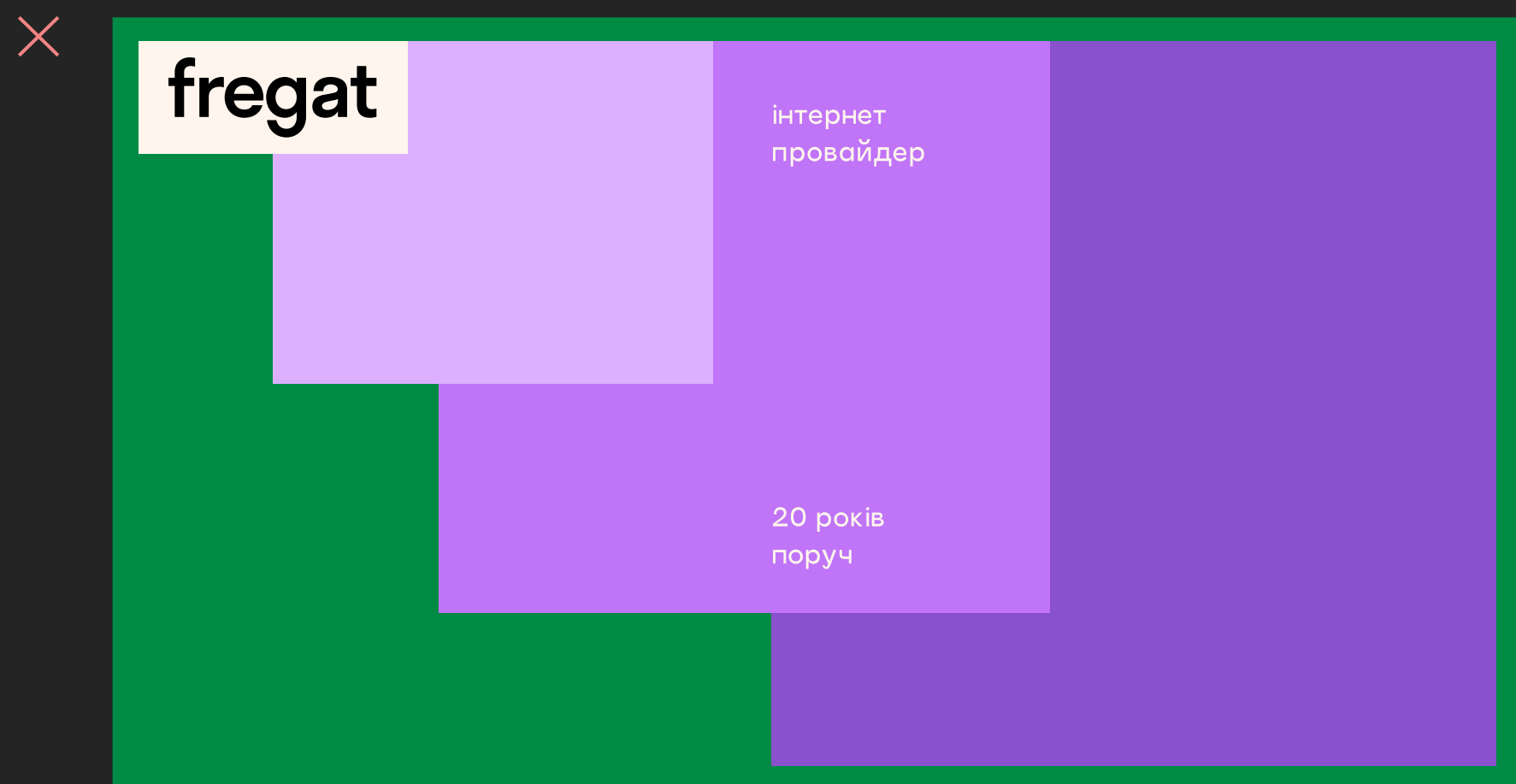
Зверніть увагу на комбінації кольорів, які ми не допускаємо в роботі з айдентикою. Ці кольори не є контрастними та не гармонують між собою в поєднанні.



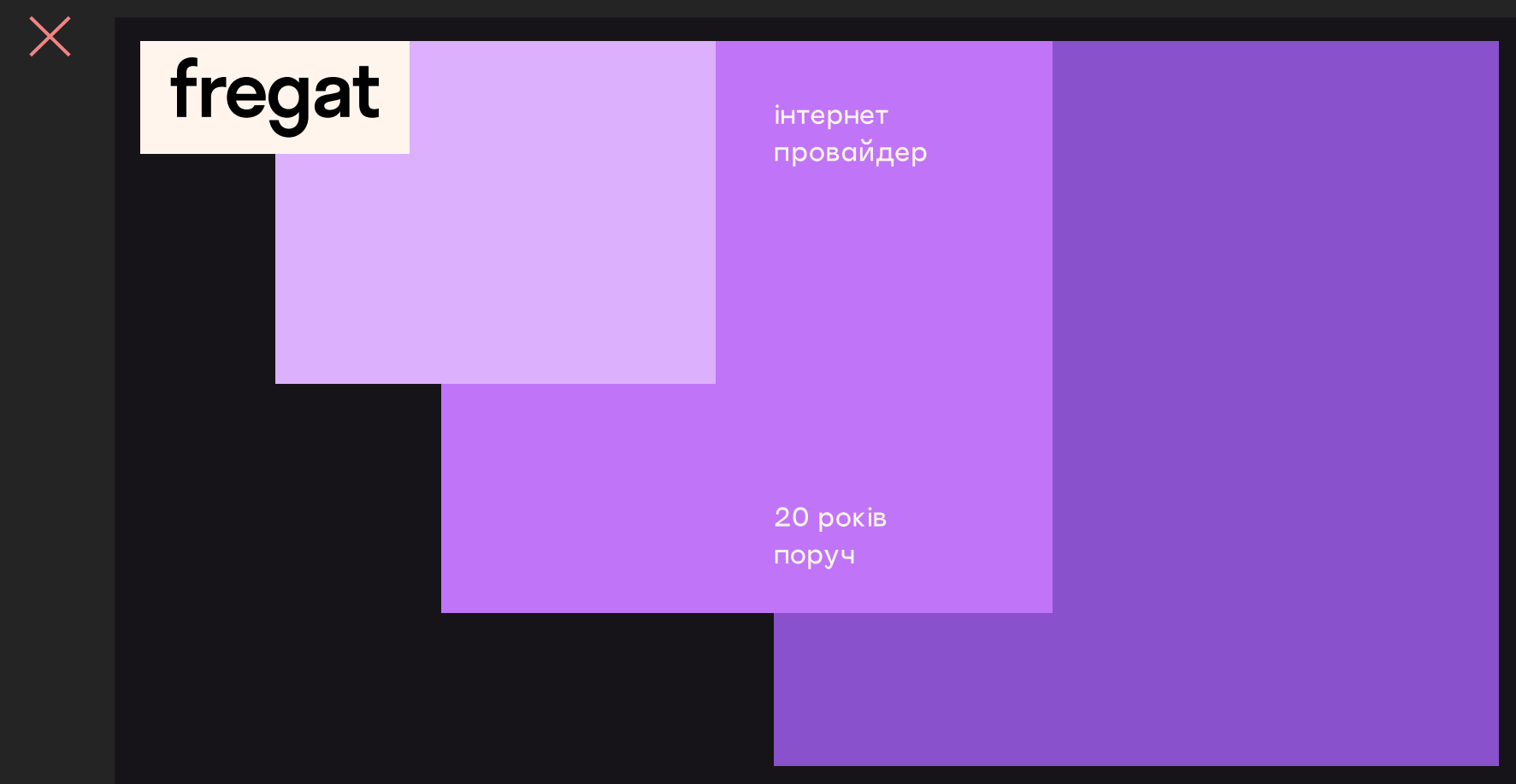
Уникайте білого тла, це призводи до втрати логоблоку



Не міняйте кольори логоблоку, заради білого тла



Використовуйте лише кольори з нашої палітри, інші кольори не допускаються.



Ми завжди уникаємо використання чорного фону.

4.4

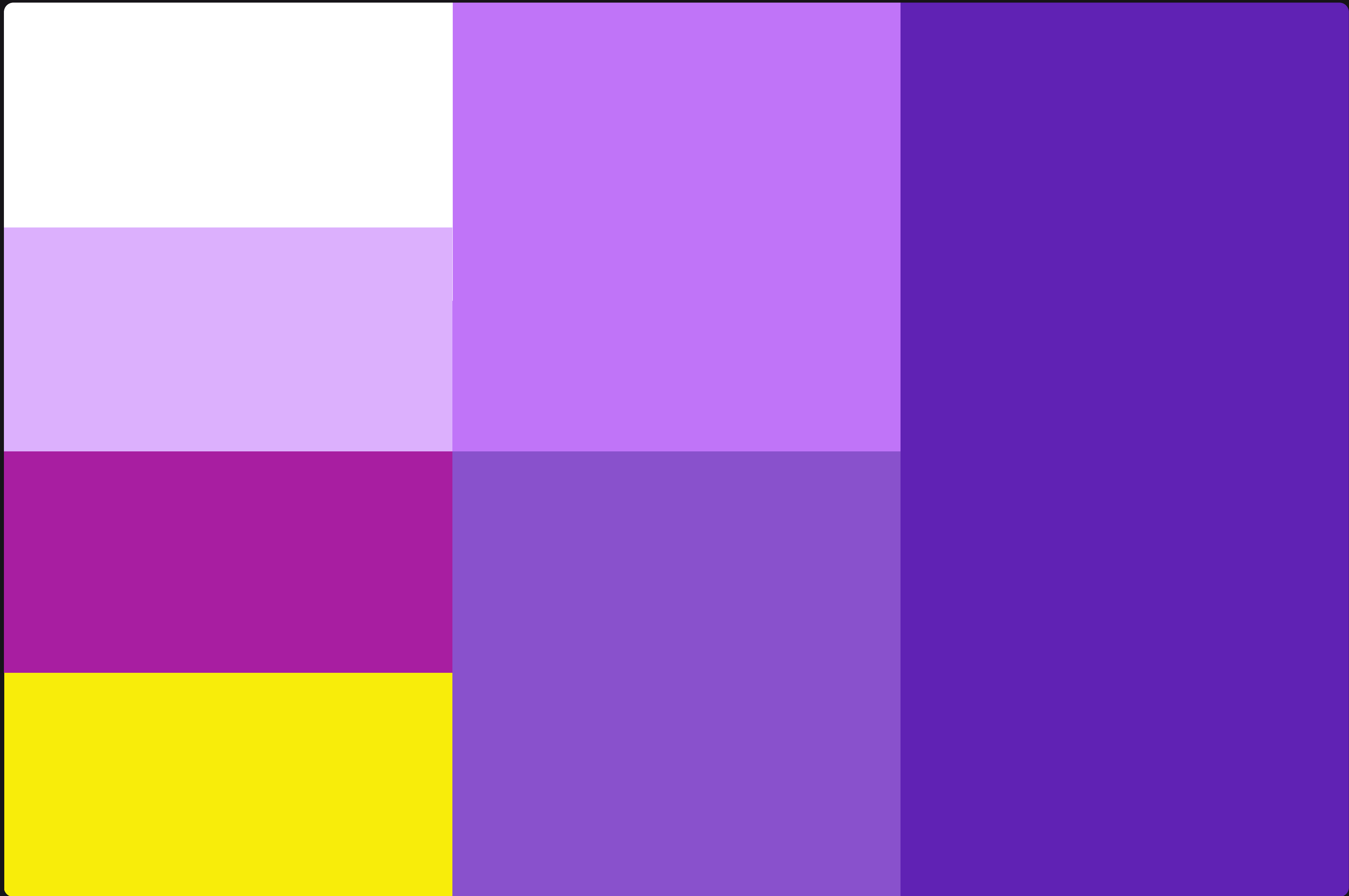
Кольори Співвідношення

Зверніть увагу на співвідношення між кольорами. Наша рекомендація полягає в наступному:

Колір "Хвильовий" слід використовувати в більшій пропорції, ніж інші кольори;

Кольори "Бурячковий", "Сонячний" рекомендується використовувати у менших пропорціях.

Вони можуть бути використані, як яскраве тло.



5 КОМУНІКАЦІЯ

Принцип

Зовнішня реклама

Фото

Digital

Ілюстрація

Обмеження

Комунікація Принцип

Наші макети завжди базуються на центральному логотипі, від якого відходять хвилі, подібні до тих, що відходять від фрегата у воді.



fregat

Комунікація Зовнішня реклама

Хвилі оформлені від світлого до темного відтінку, завжди у такому порядку.



Комунікація Зовнішня реклама

Якщо ми маємо завдання створити велику брендovanу зону, наприклад, довгий білборд або довгий паркан, де розмір великий у ширину або висоту, ми можемо зробити комунікаційні рішення більш декоративними. Це значить, що ми можемо використовувати хвилі, що відходять від логотипу, на всю доступну площу цього носія.



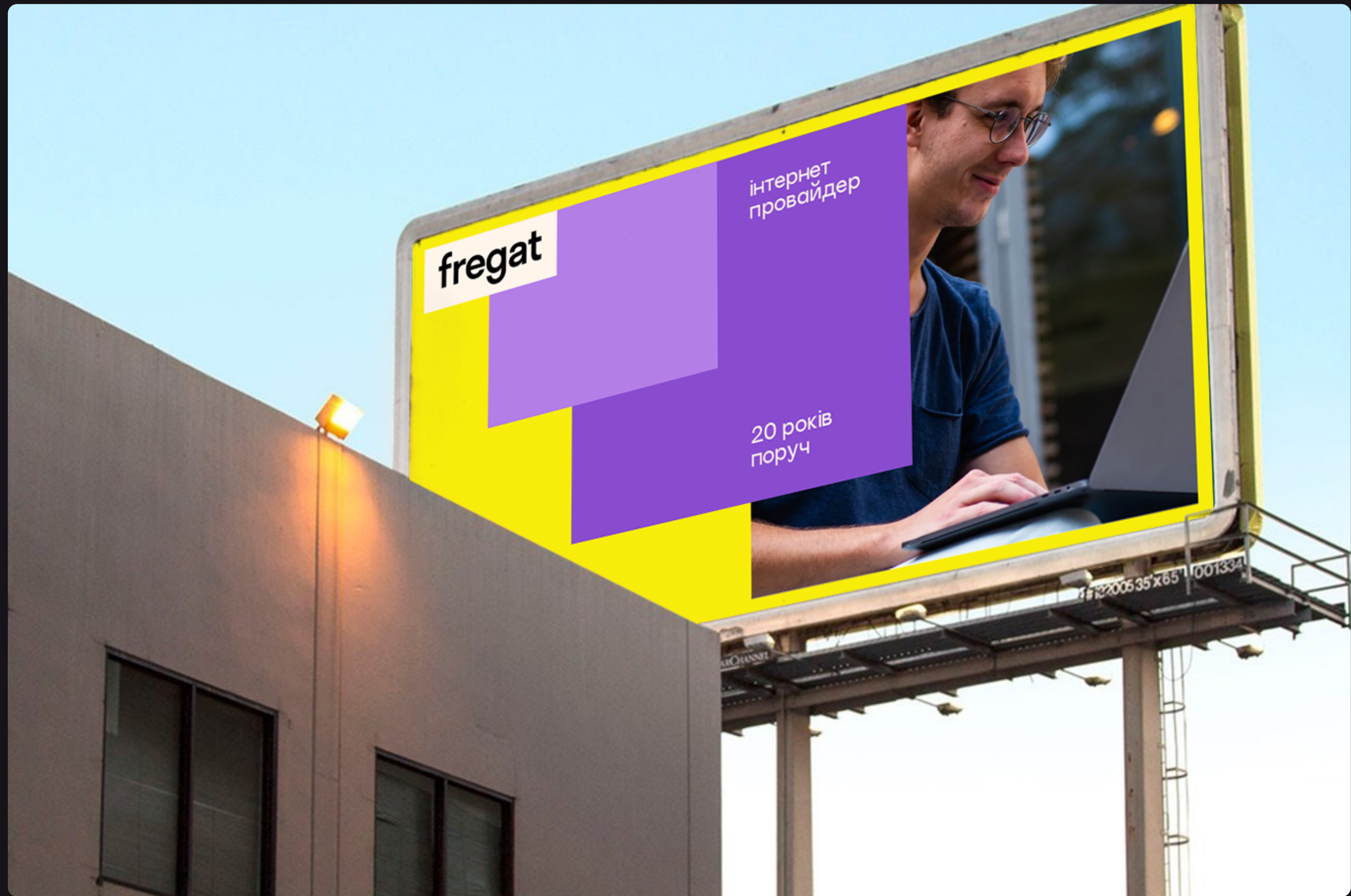
Комунікація Зовнішня реклама

З лівого боку допускається розміщення повідомлень, але у такому випадку хвилі на макеті повинні бути спрямовані вправо. Якщо хвилі рухаються вліво, то текст слід розміщувати у протилежну сторону хвиль.



Комунікація Зовнішня реклама

Кожну окрему хвилю можна використовувати як плашку для різної текстової інформації та для вставлення фото.



Комунікація Зовнішня реклама

Кожну окрему хвилю можна використовувати як плашку для різної текстової інформації.

Також у хвилі можна вставляти сюжети з ілюстраціями. Це допомагає зробити носій більш привабливим і створити емоційний зв'язок з аудиторією.



Комунікація Зовнішня реклама

Ми можемо використовувати макети з хвилями на дуже великих поверхнях, наприклад, при створенні муралів.

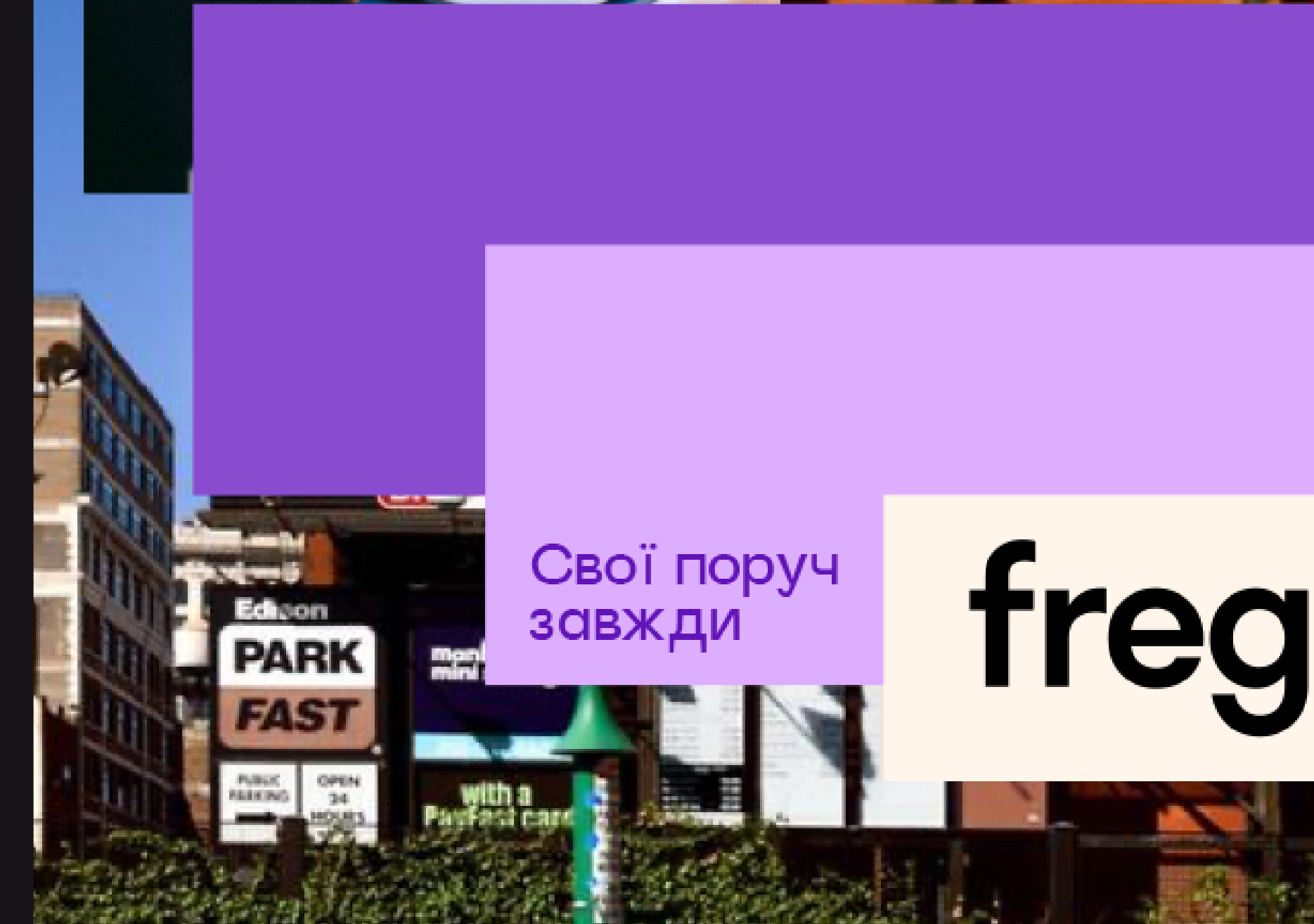
Також ми можемо ефективно використовувати хвилі у просторі, наприклад, розміщуючи поряд прапори, один за одним, з відтінками "хвильового", щоб продемонструвати цей метод у реальному просторі.



Комунікація Зовнішня реклама

Ми можемо використовувати логотип з хвилями на фотоматеріалах, таких як, рекламні кампанії. У такому випадку хвилі залишаються під логоблоком, створюючи враження перспективи.

Крім того, ми можемо використовувати хвилі як щити та створювати великі інсталяції у просторі міста.



Комунікація Зовнішня реклама

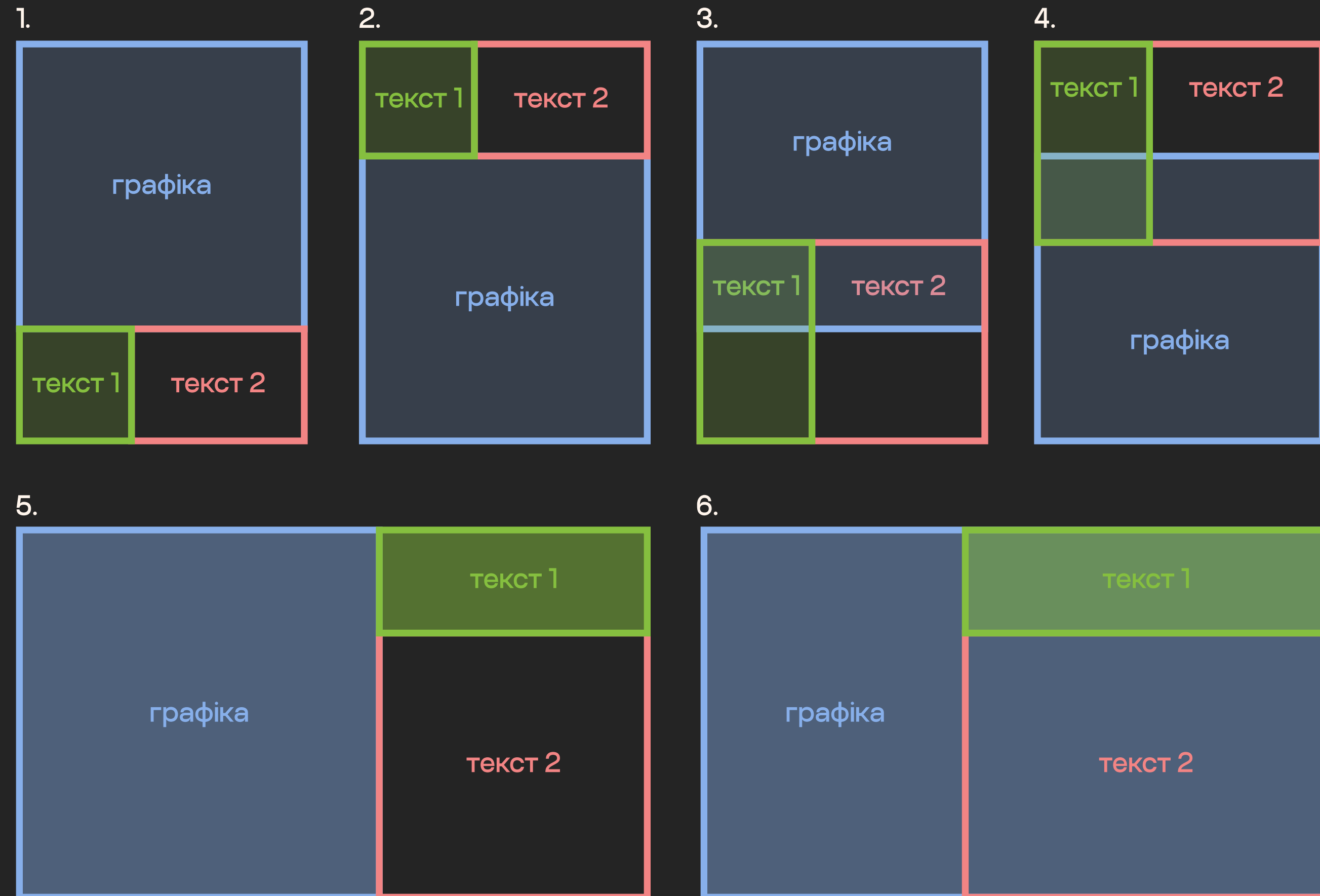
У випадку, коли в макеті присутня значна кількість тексту, рекомендується використовувати шість основних принципів будування макетів, всі з яких базуються на розділенні макету на три частини:

графіка

текст 1 (заголовок)

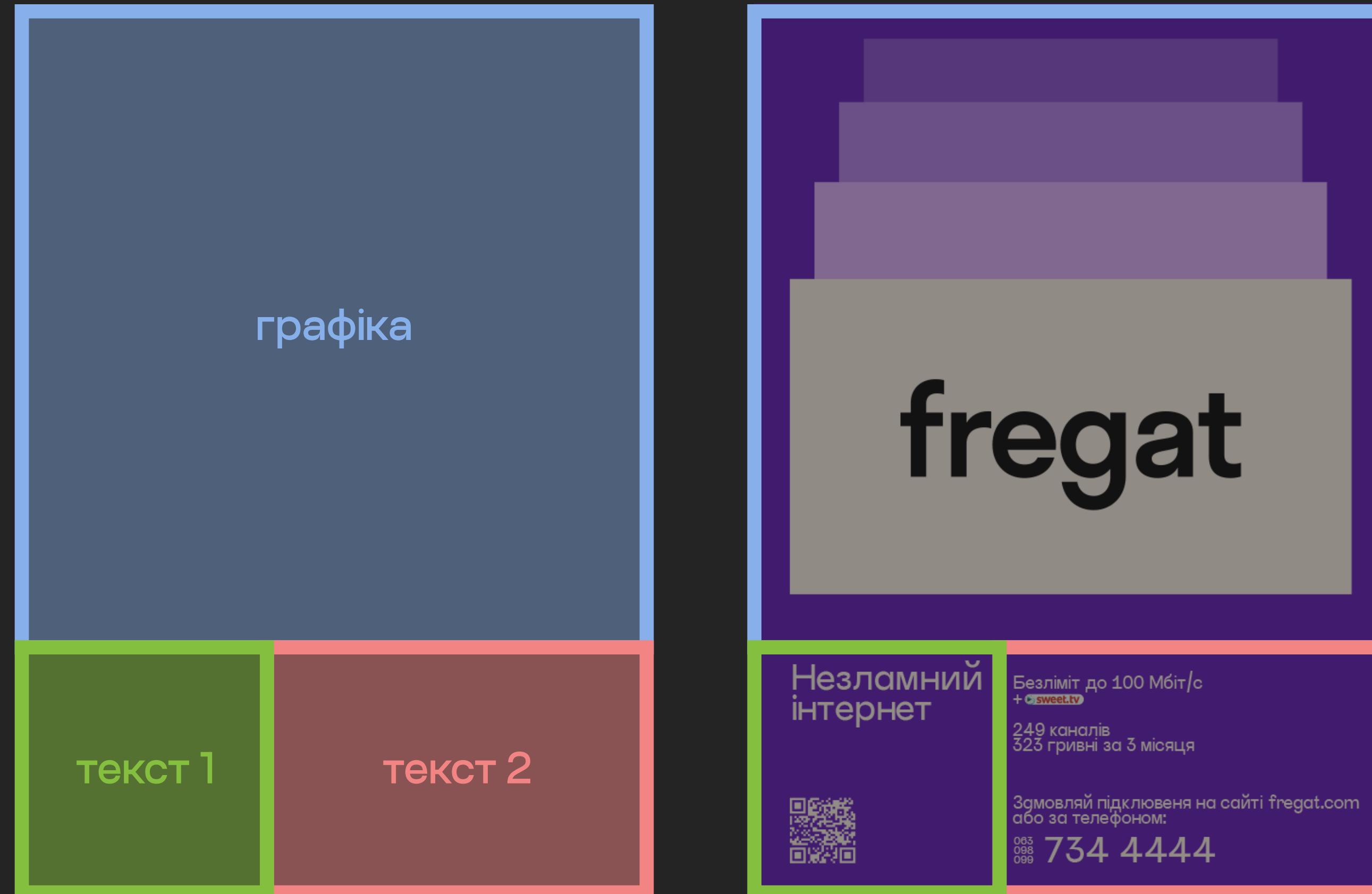
текст 2 (набор)

Ми радимо розміщувати текст на загальному фоні макету та поділяти його на заголовок і вторинний текст. Це допоможе покращити зручність читання та сприяє кращому сприйняттю контенту.



Комунікація Зовнішня реклама

Якщо у нас є значна кількість тексту, ми можемо розміщувати його на кольоровому тлі та обирати контрастний колір для літер.



Ми можемо писати текст на фоні, особливо якщо його багато,
вибираючи контрастний колір для літер.

Комунікація Зовнішня реклама

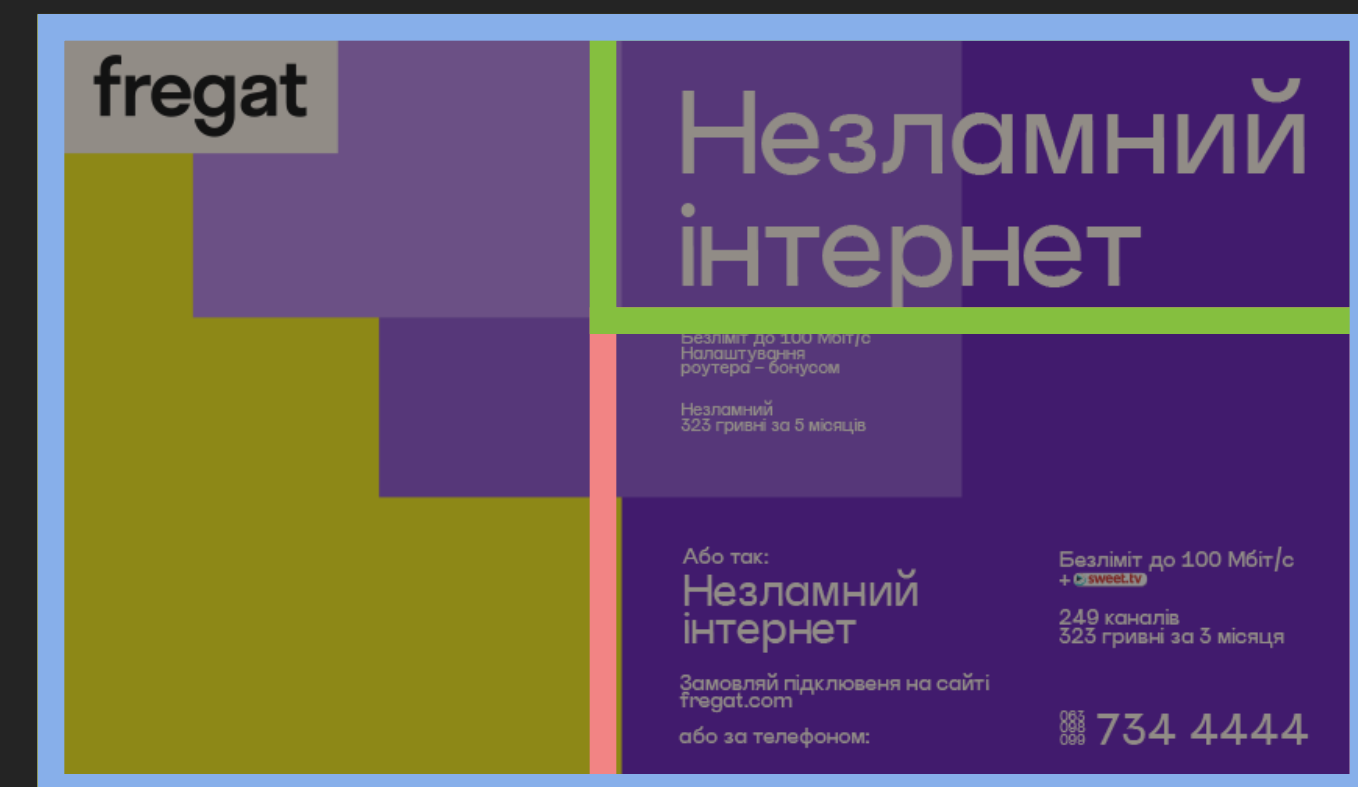
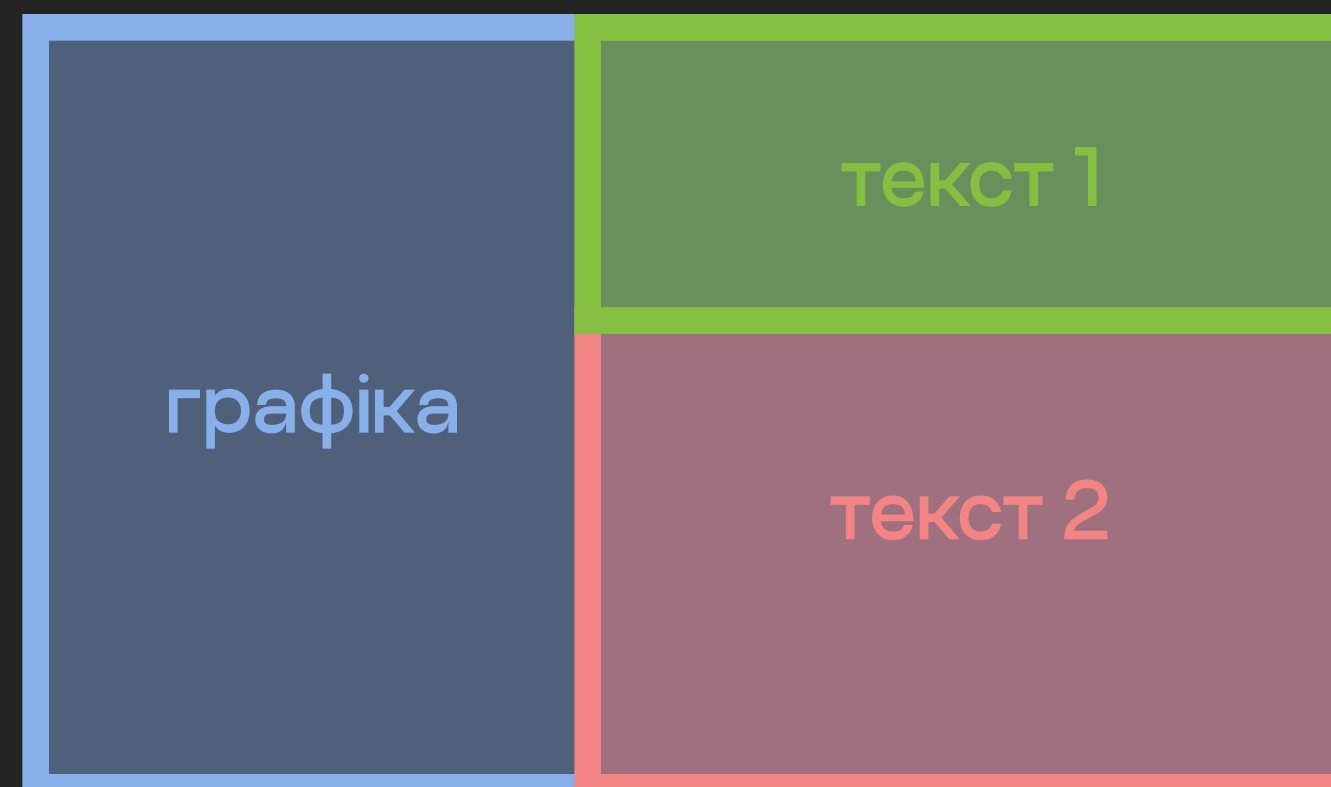
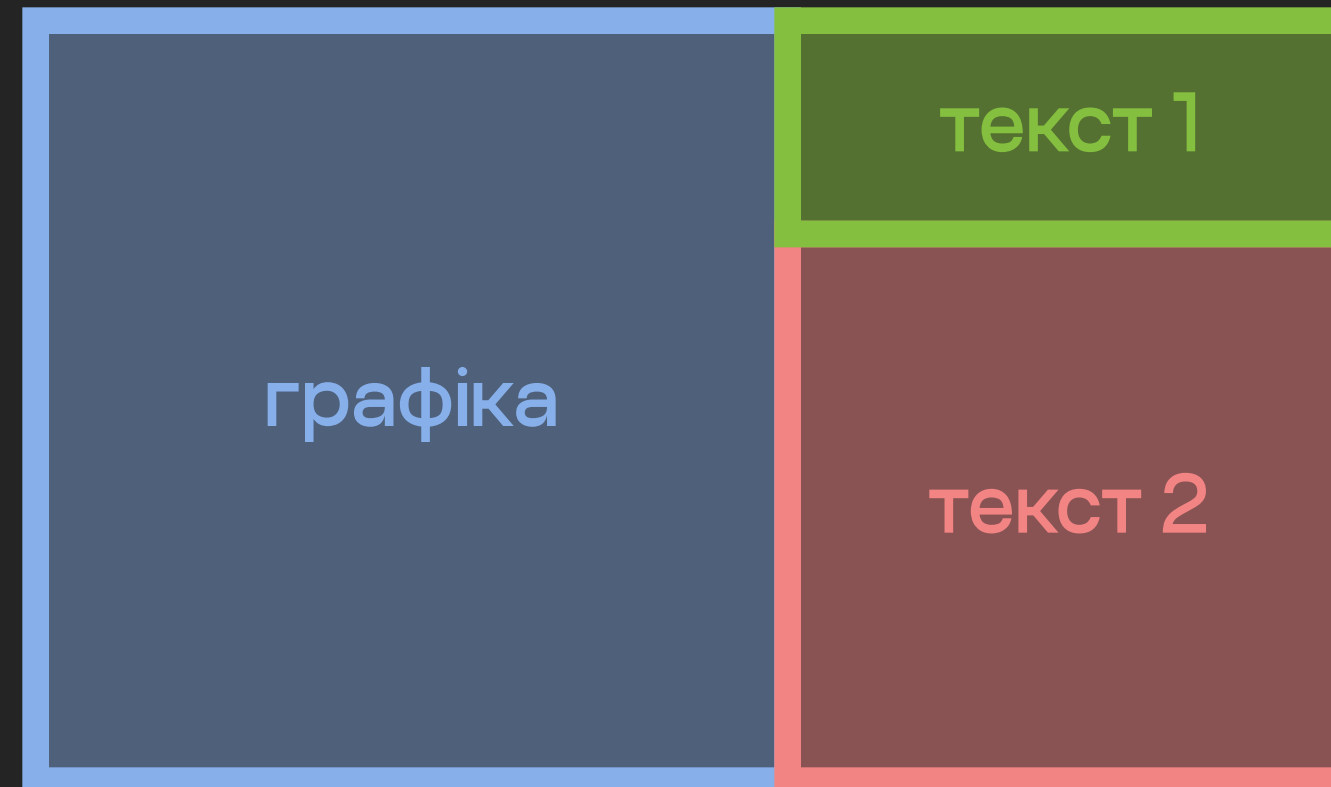
Також ми можемо одночасно розміщувати текст на хвилях і на фоні, розбиваючи його на логічні частини.

Пам'ятайте, що на одному макеті графіка не може займати площу менше ніж половина макета.



Комунікація Зовнішня реклама

У горизонтальних макетах ми можемо використовувати як зображення з лівої сторони, так і зображення як фон, під текстом.



5.1

Комунікація Зовнішня реклама

Якщо ми працюємо з фасадними групами, такими як, оформлення офісу, ми можемо використовувати хвилі у зворотньому напрямку, спрямовуючи їх у зворотній перспективі, щоб темні відтінки створювали ефект об'єму, спрямовуючись до входу.



Комунікація Фотоматеріал

Фотографії для нашого бренду повинні мати теплий відтінок фільтра.

Сюжети повинні розкривати, як наші люди користуються інтернетом.

Важливо демонструвати звичайних людей, наших сусідів, які користуються нашим провайдером.

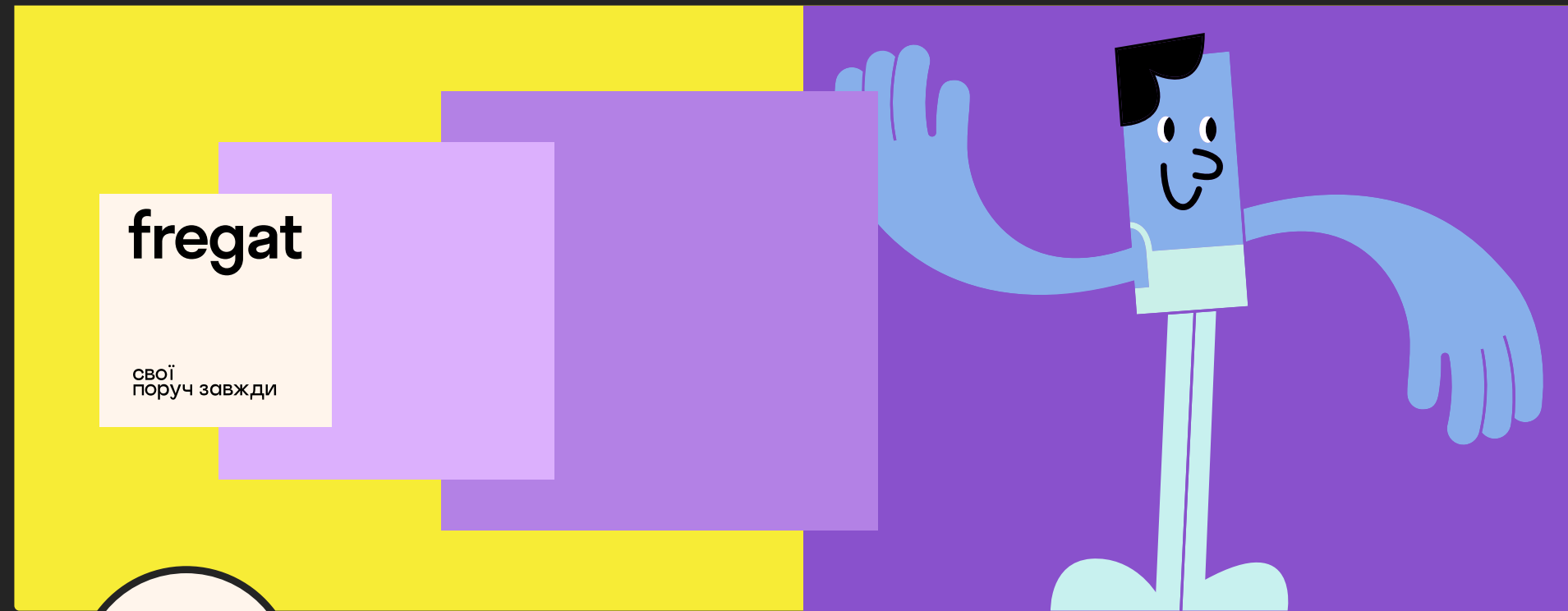


5.3

Комунікація Digital

У цифровому середовищі ми також використовуємо всі елементи, що використовуються в інших медіа.

Проте ми рекомендуємо активно включати наші ілюстрації в дизайн. Детальніше ми розповімо про них у розділі, присвяченому ілюстраціям.



fregat Fregat @fregat.ua

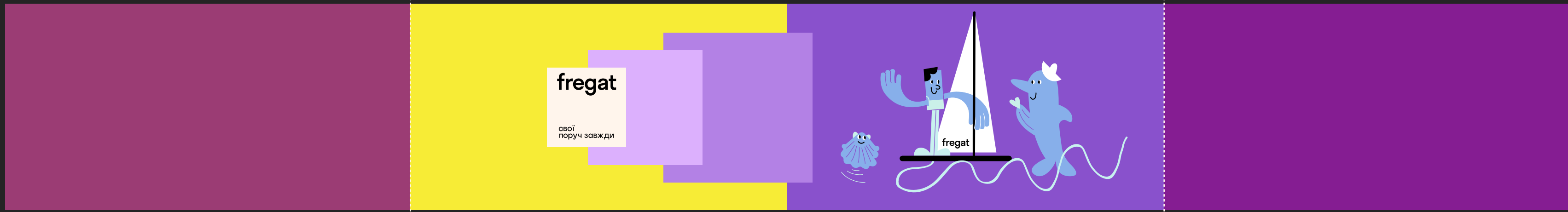


fregat Fregat @fregat.ua

5.3

Комунікація Digital

В youtube ми можемо використовувати також самі прийоми як і в усій айденциці



Desktop 2560x338

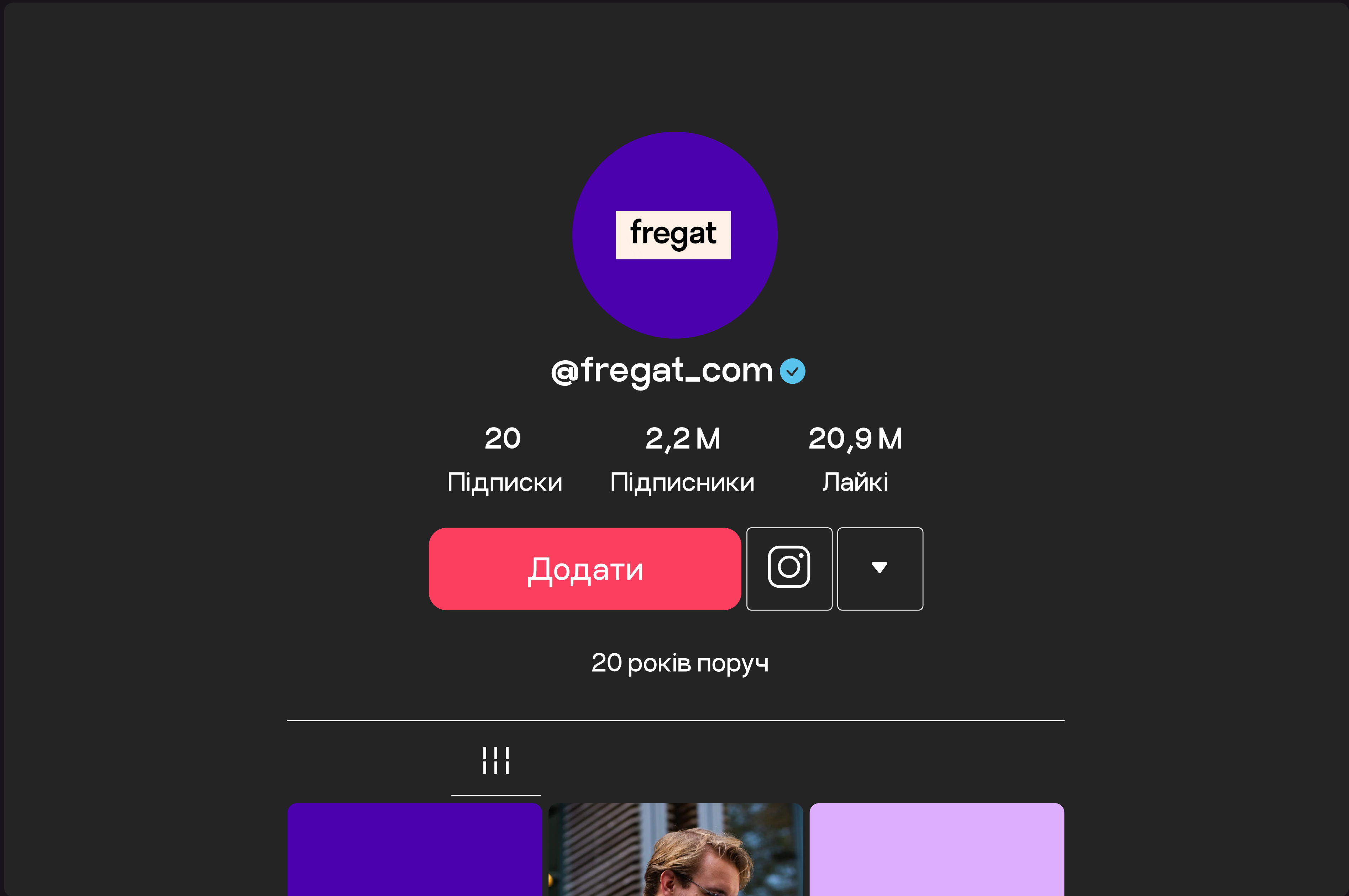
All Devices 1235x338

Desktop 2560x338

5.3

Комунікація Digital

У Tik Tok ми намагаємось активно використовувати анімований контент та навіть застосовувати анімацію для наших аватарок.



5.3

Комунікація Digital

Ми також можемо використовувати нашу графіку разом з фотографіями, подібно до прикладу ліворуч. Логотип можна розмістити в центрі, а від нього випускати хвилі.



5.3

Комунікація Digital

Ми бажаємо допомогти вам розуміти, скільки часу може зайняти робота над макетами. Це допоможе вам належним чином розпланувати час для створення матеріалів.

Перший приклад досить простий, оскільки робота з хвилями відбувається швидко, що дозволяє створити макет досить оперативно.

Другий приклад трохи складніший, оскільки нам відомо, що пошук фотоматеріалів може забрати більше часу. Тому слід відвести більше часу для роботи над такими макетами.

Малювання ілюстрацій є складнішою задачею, і залежно від сюжету ця робота може зайняти до 1,5 години.

20 хвилин



40 хвилин



1,5 години

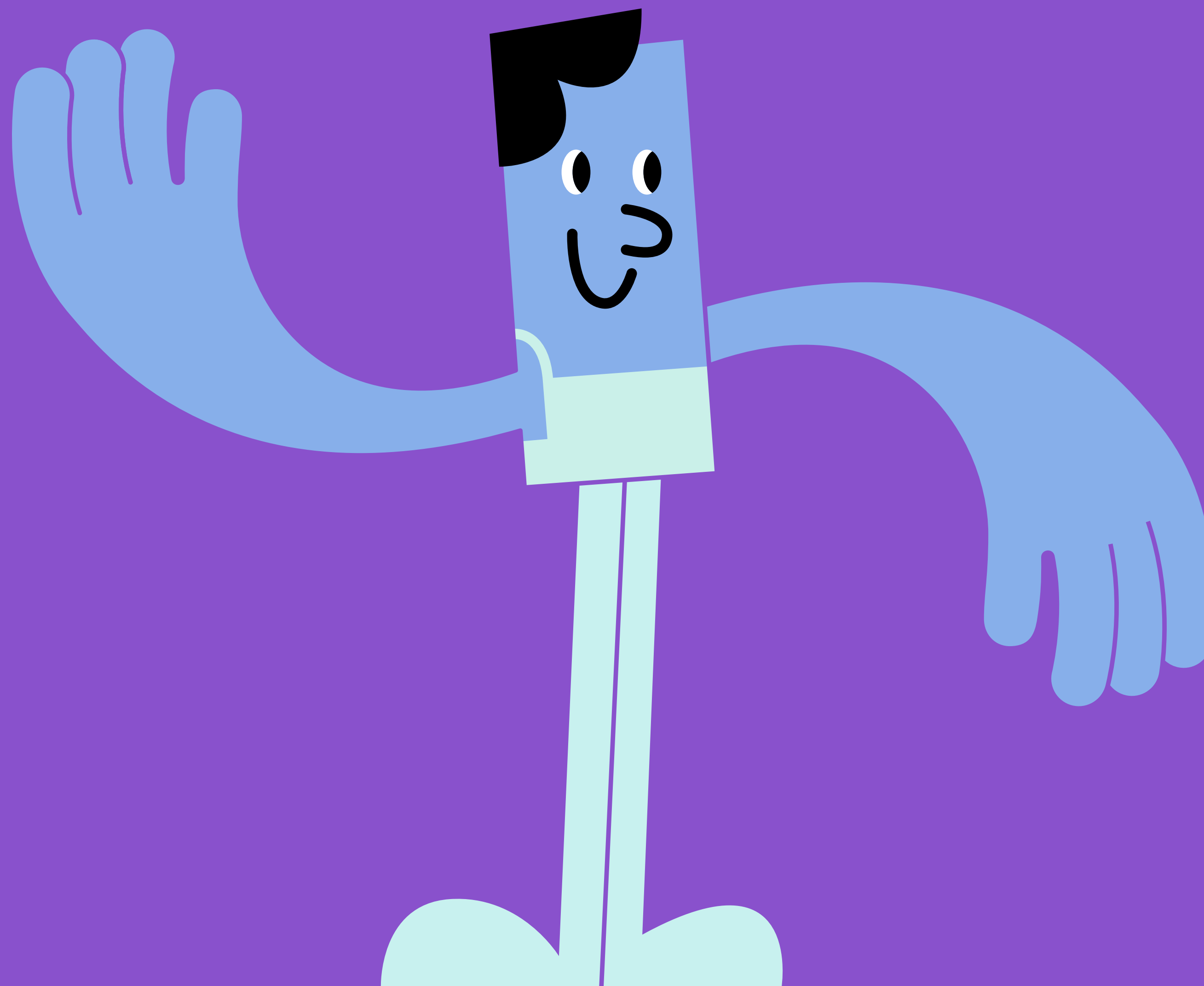


5.5

Комунікація Ілюстрація

Познайомтесь, це Жека – наш вірний помічник.

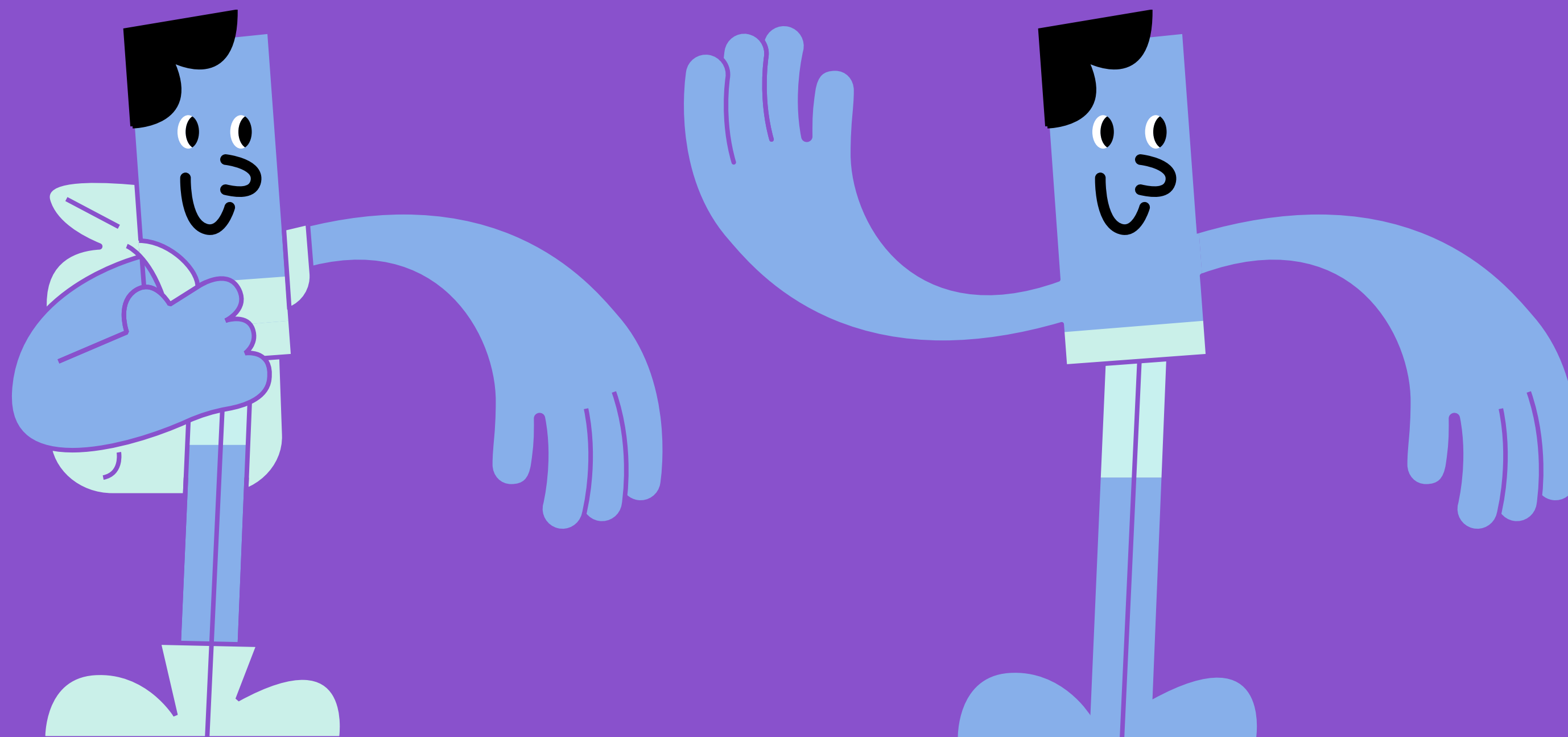
Цікавий факт: він дуже схожий на патч корд , що підключають до роутера.



Комунікація Ілюстрація

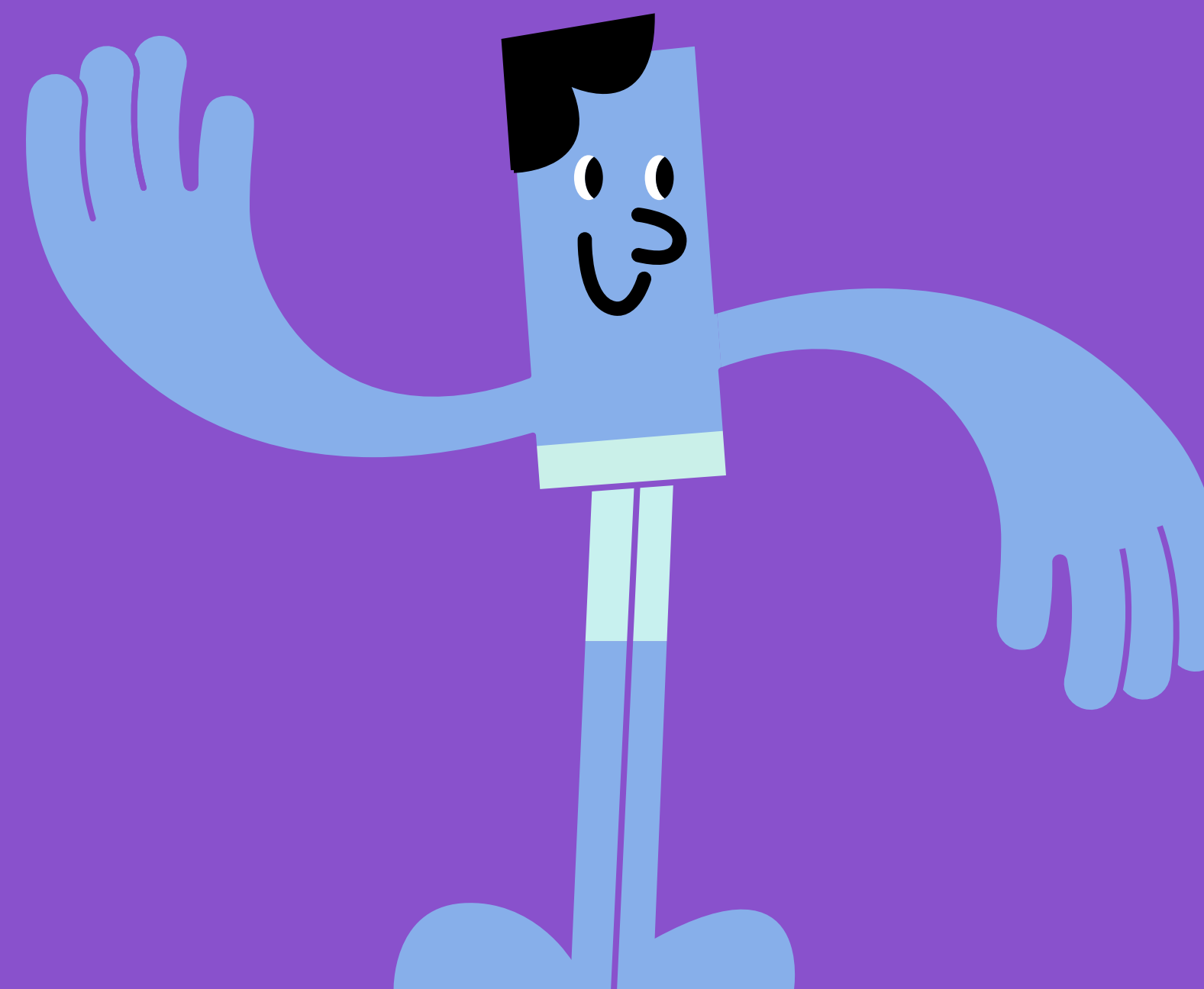
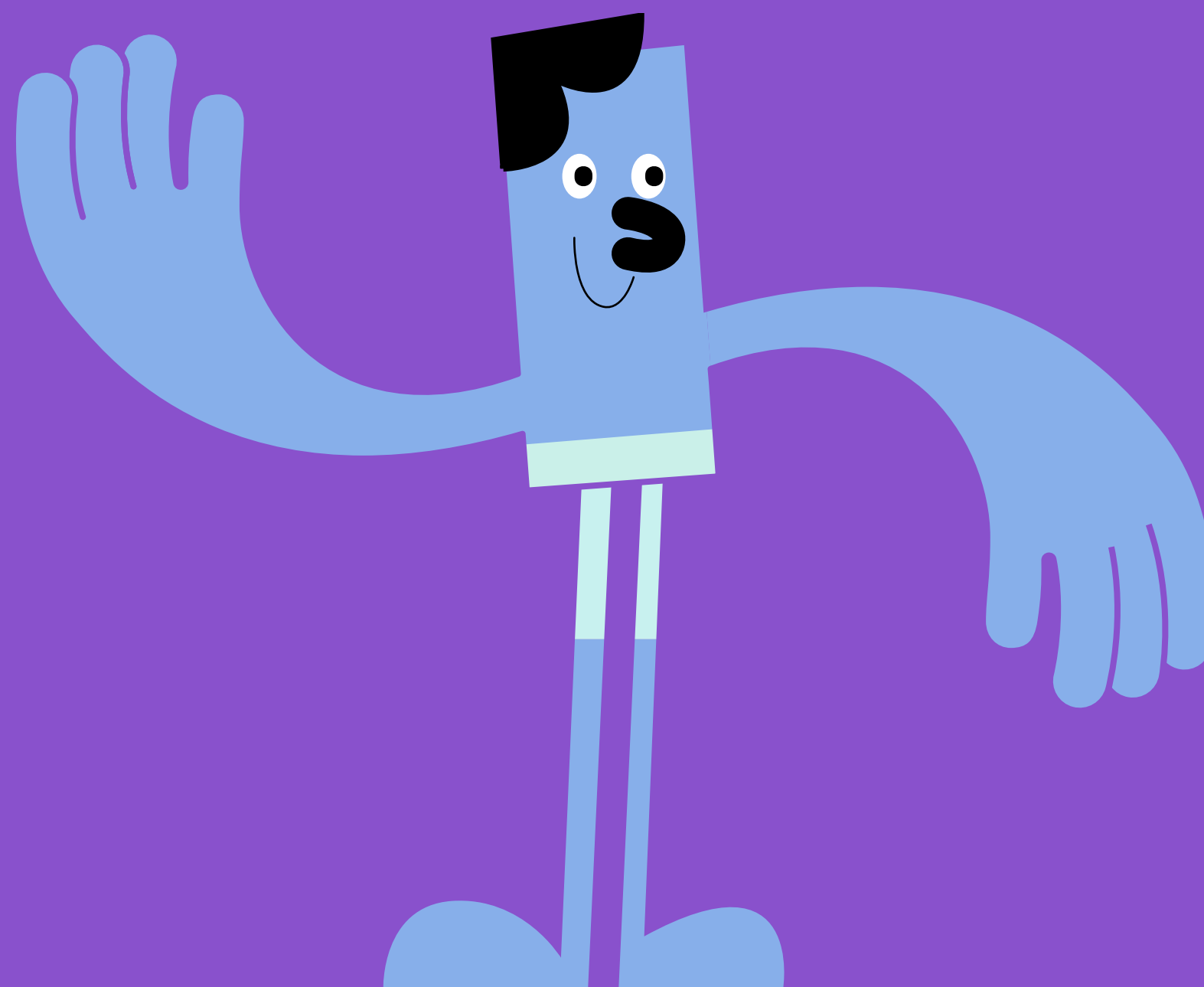
Жека – справжній мандрівник та веселий сусід, завжди поруч, готовий допомогти нам з усіма завданнями.

Руки Жеки утворюють хвилю, що дає відсилку до хвиль, використаних у загальному стилі.



Комунікація Ілюстрація

Для того, щоб Жека став нашим, нам необхідно дотримуватися певних правил. Ми можемо зображувати його лише однаковою товщиною ліній, і ніколи не повинні змінювати товщину ліній при зображенні його тіла, рук і ніг. Також важливо зберігати сталу форму його очей та колір.



Комунікація Ілюстрація

У Жеки є друзі, це мушля – wi-fi та веселий дельфін. Подібно до наших користувачів, цей дельфін "серфить" на хвилях Інтернету.



5.5

Комунікація Ілюстрація

Наші макети завжди базуються на центральному логотипі, від якого виходять хвилі, подібні до тих, що відходять від фрегата у воді.



5.5

Комунікація Ілюстрація

Наші макети завжди базуються на центральному логотипі, від якого виходять хвилі, подібні до тих, що відходять від фрегата у воді.



5.5

Комунікація Ілюстрація

Наші макети завжди базуються на центральному логотипі, від якого виходять хвилі, подібні до тих, що відходять від фрегата у воді.



Уникайте однакових кольорів



Не кладіть нічого поверх всіх хвиль



Не прикривайте QR код

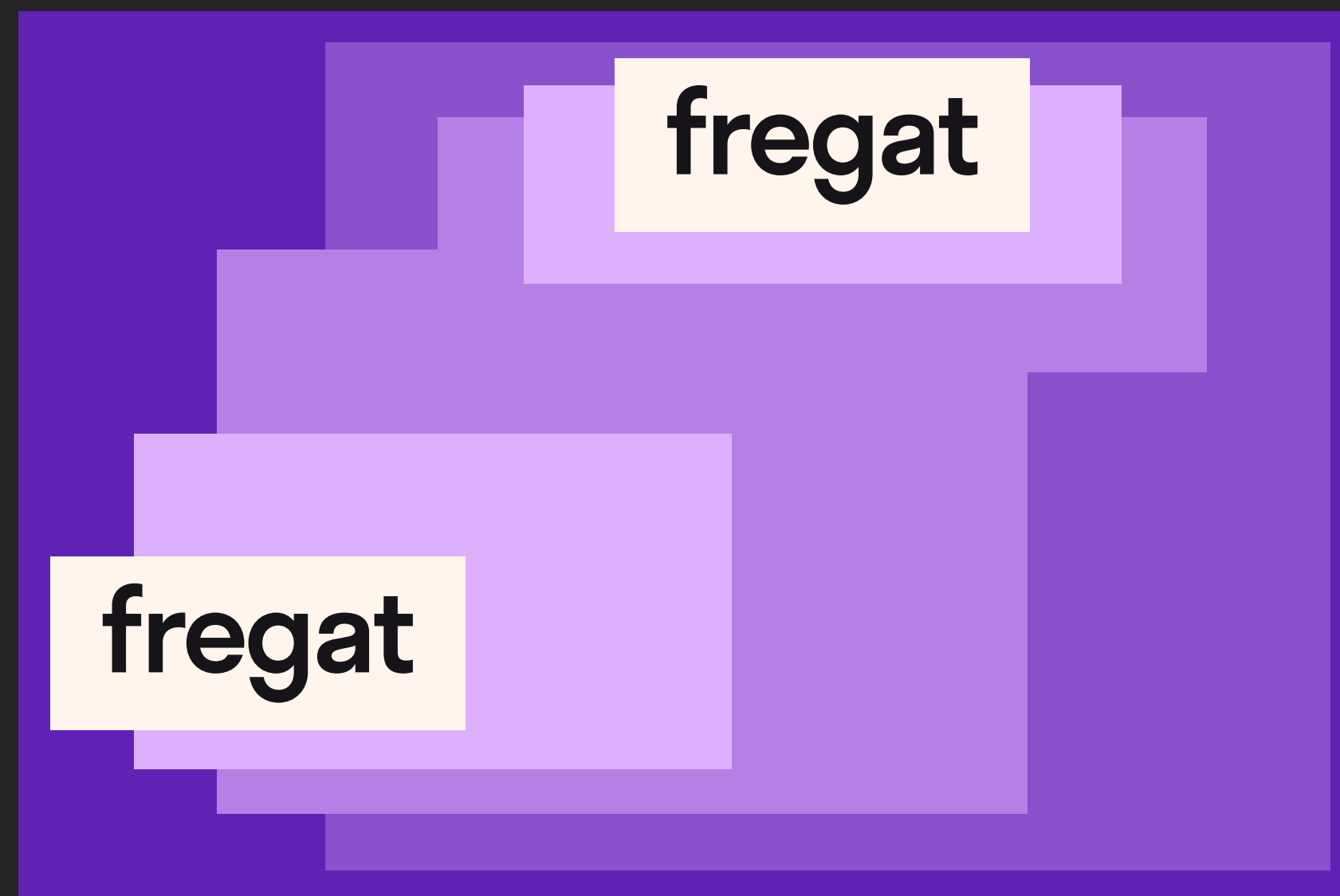


Не ставте QR на біле тло

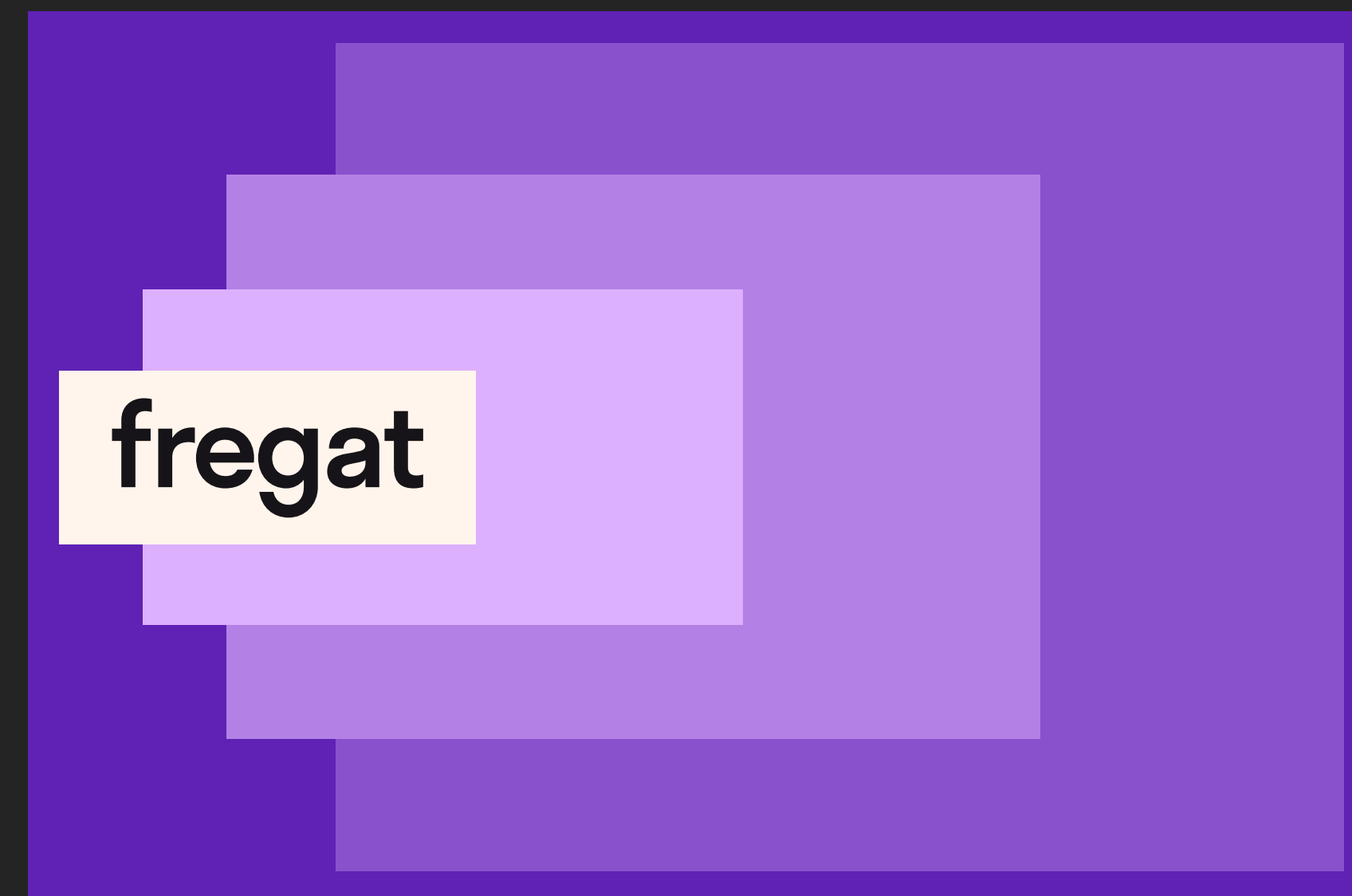
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Ніколи не використовуйте кілька плашок, від яких відходять хвилі. Наш метод припиняє розпізнавати їх як хвилі. Крім того, ми втрачаємо акцент на плашці з логотипом.

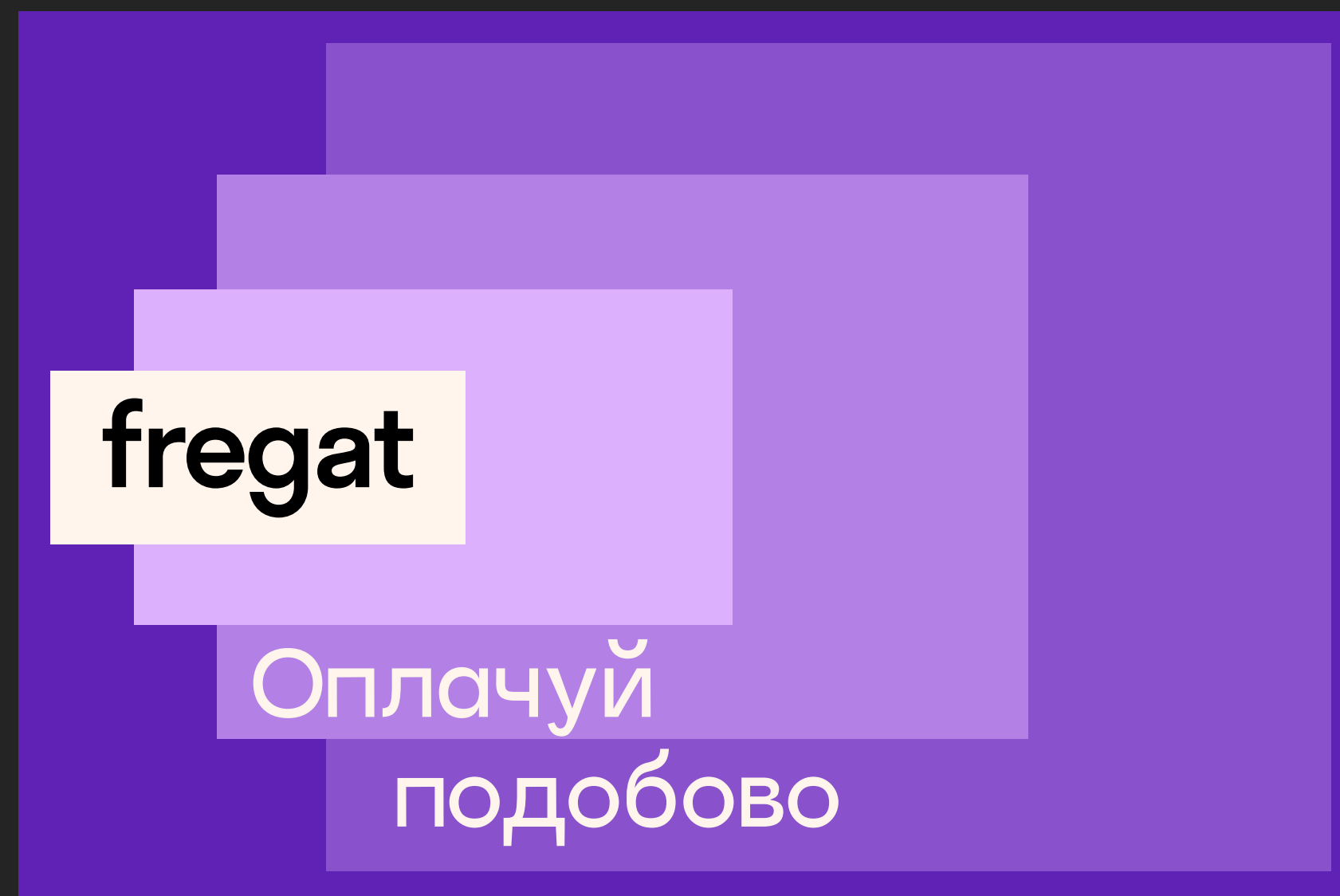


У комунікаціях ми завжди користуємося одним джерелом, від якого відходять хвилі.

Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не діліть короткі написи на дві плашки.



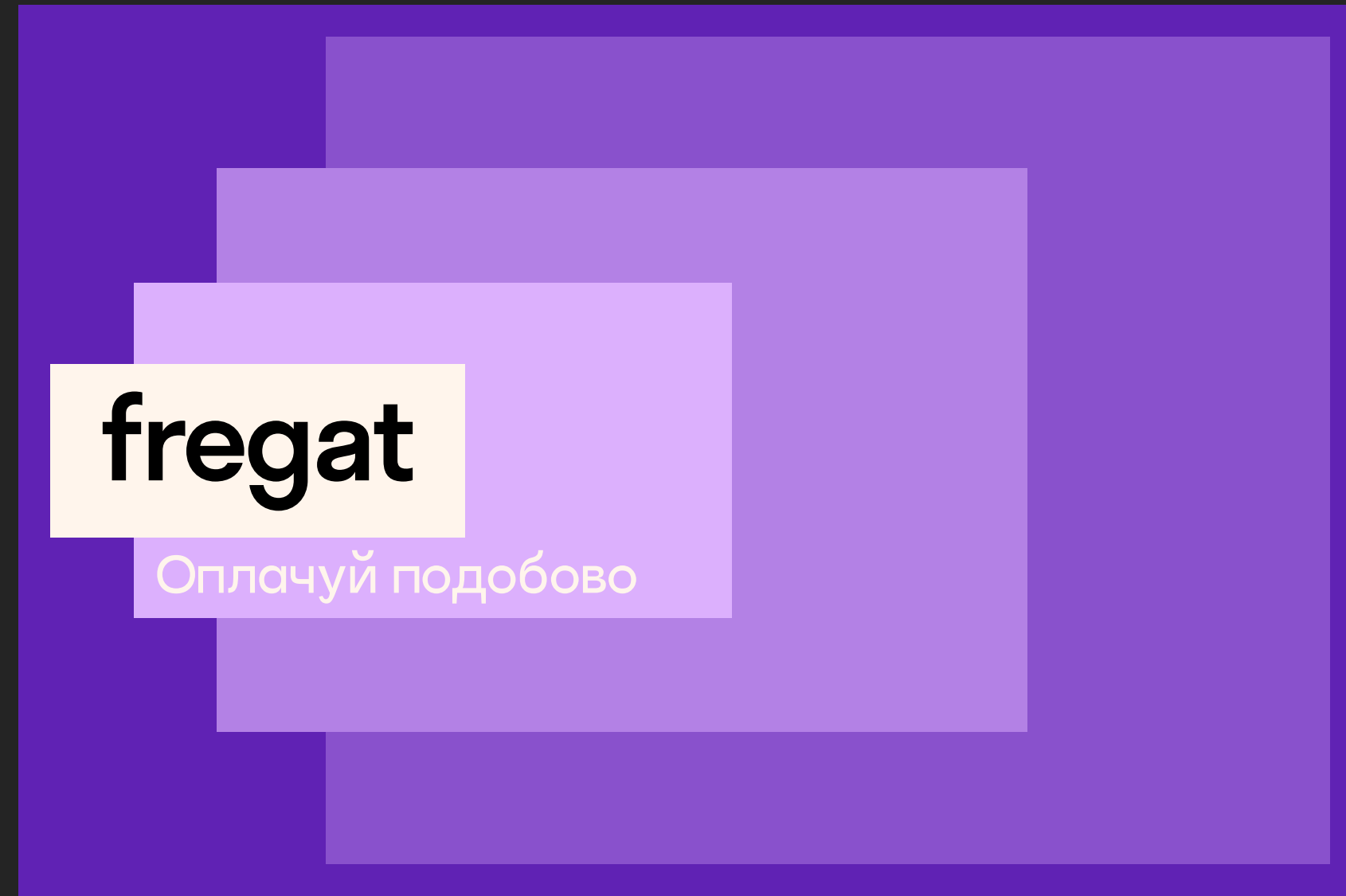
Використовуйте останню хвилю для короткого повідомлення. Остання хвиля завжди повинна мати більший контраст з білим фоном.

5.6

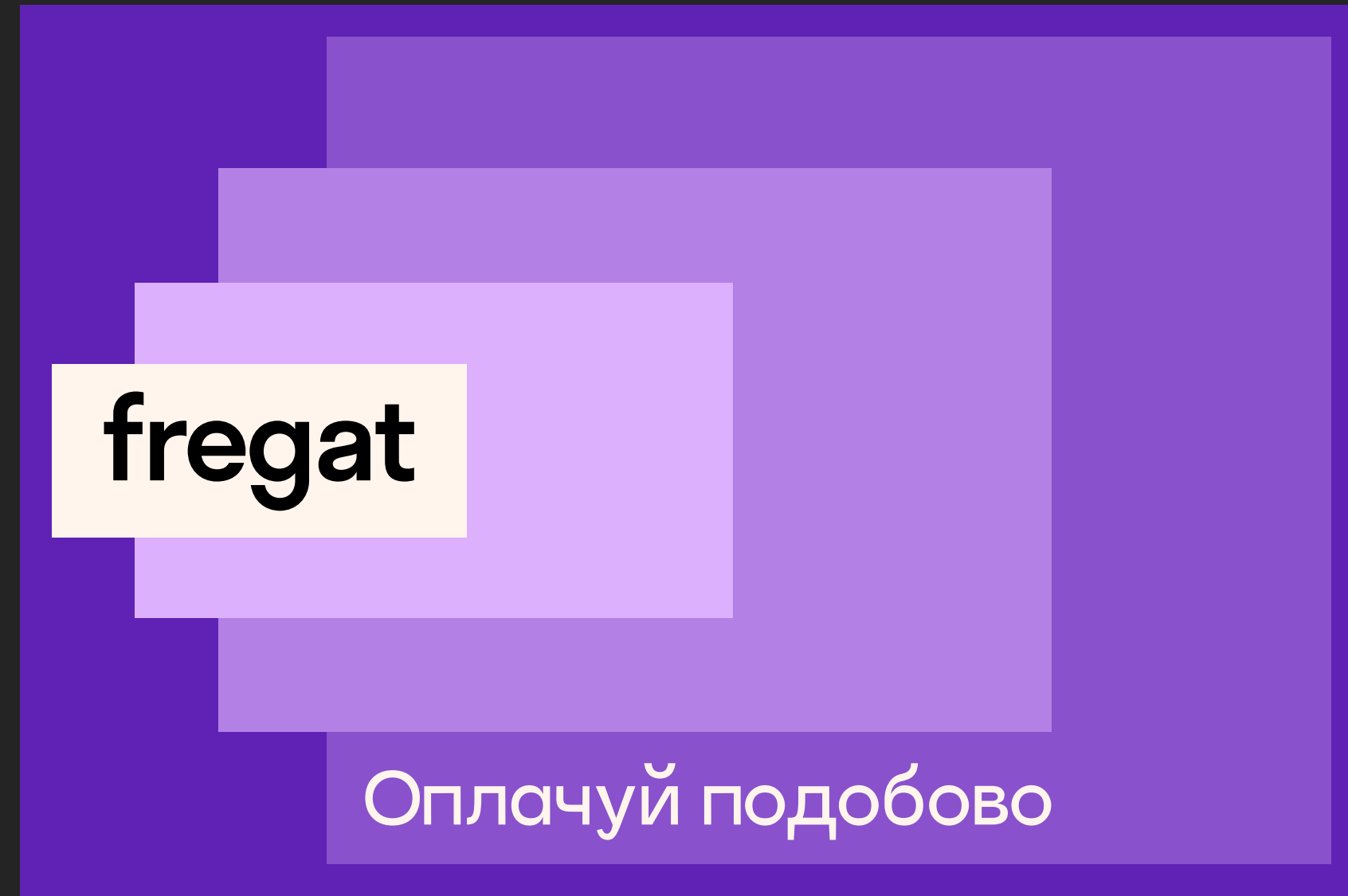
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не пишіть одну фразу на першій хвилі, оскільки вона не матиме достатньої контрастності.

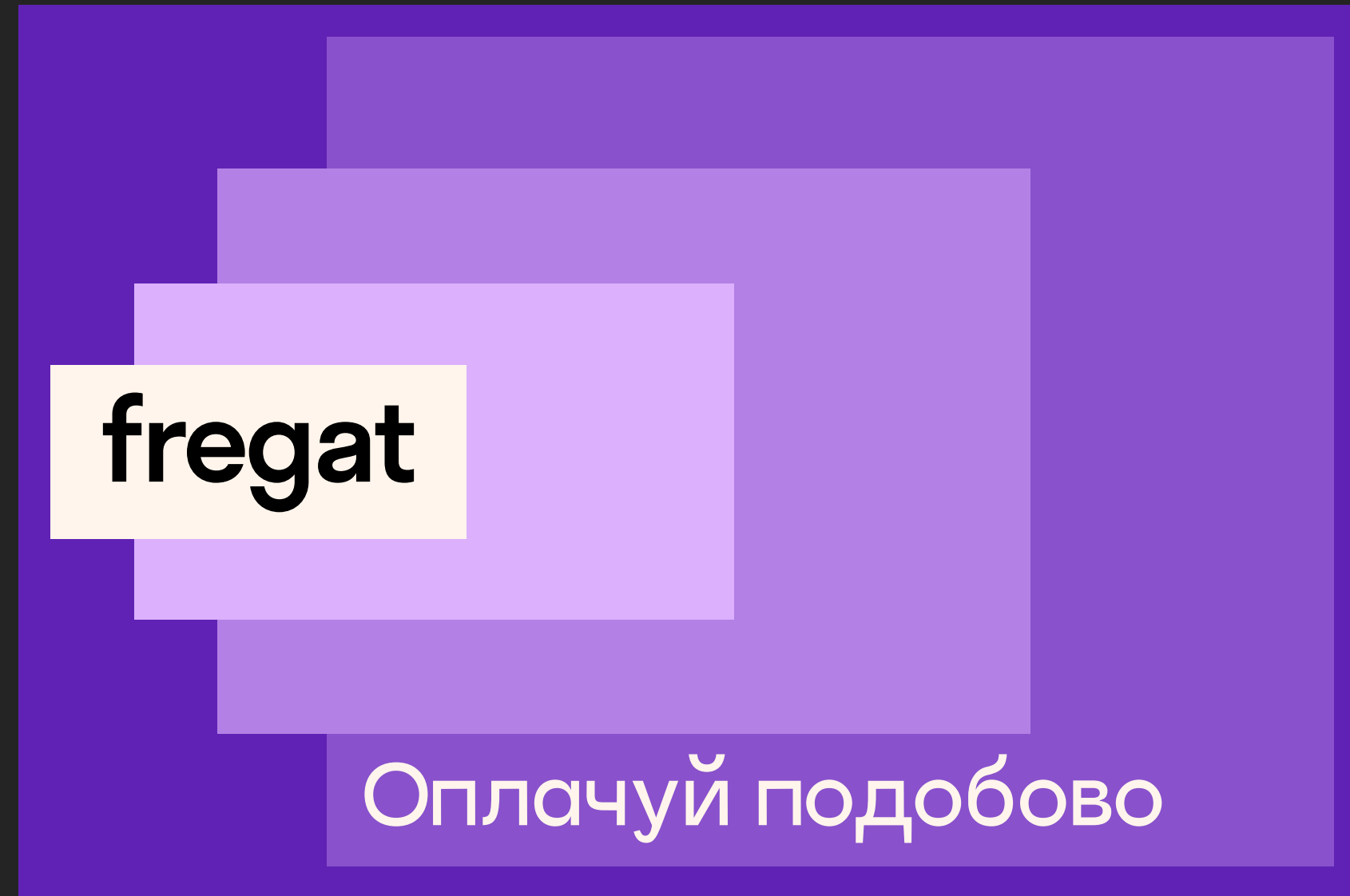


Використовуйте останню хвилю для короткого повідомлення. Остання хвиля завжди повинна мати більший контраст з білим фоном.

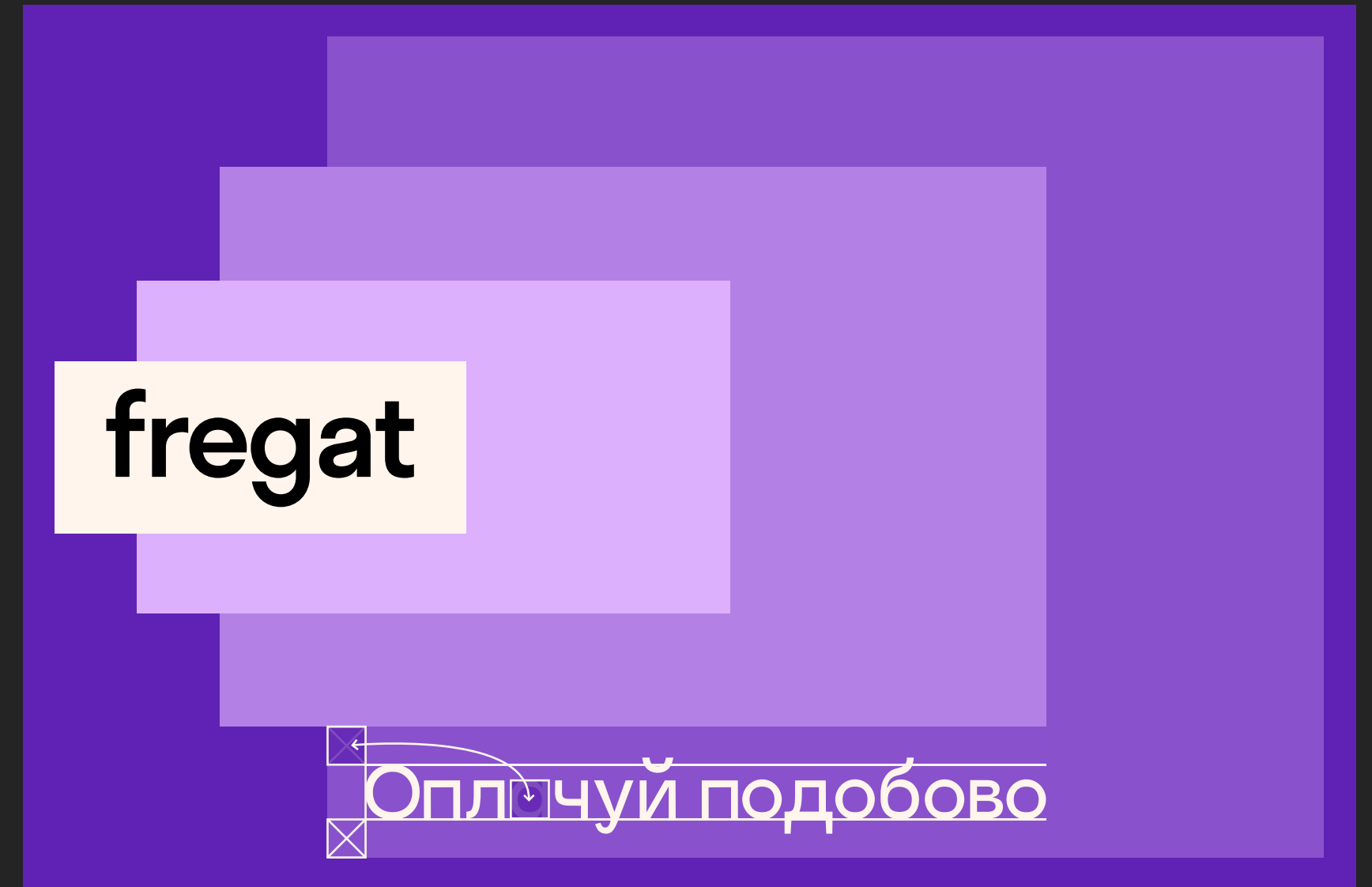
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не робіть дуже великий текст на плашках



Текст у рядку повинен вкладатись у відстань, на яку він вписується від краю. Модуль відстані напису від краю будується на основі квадрата, в який вписується літера.

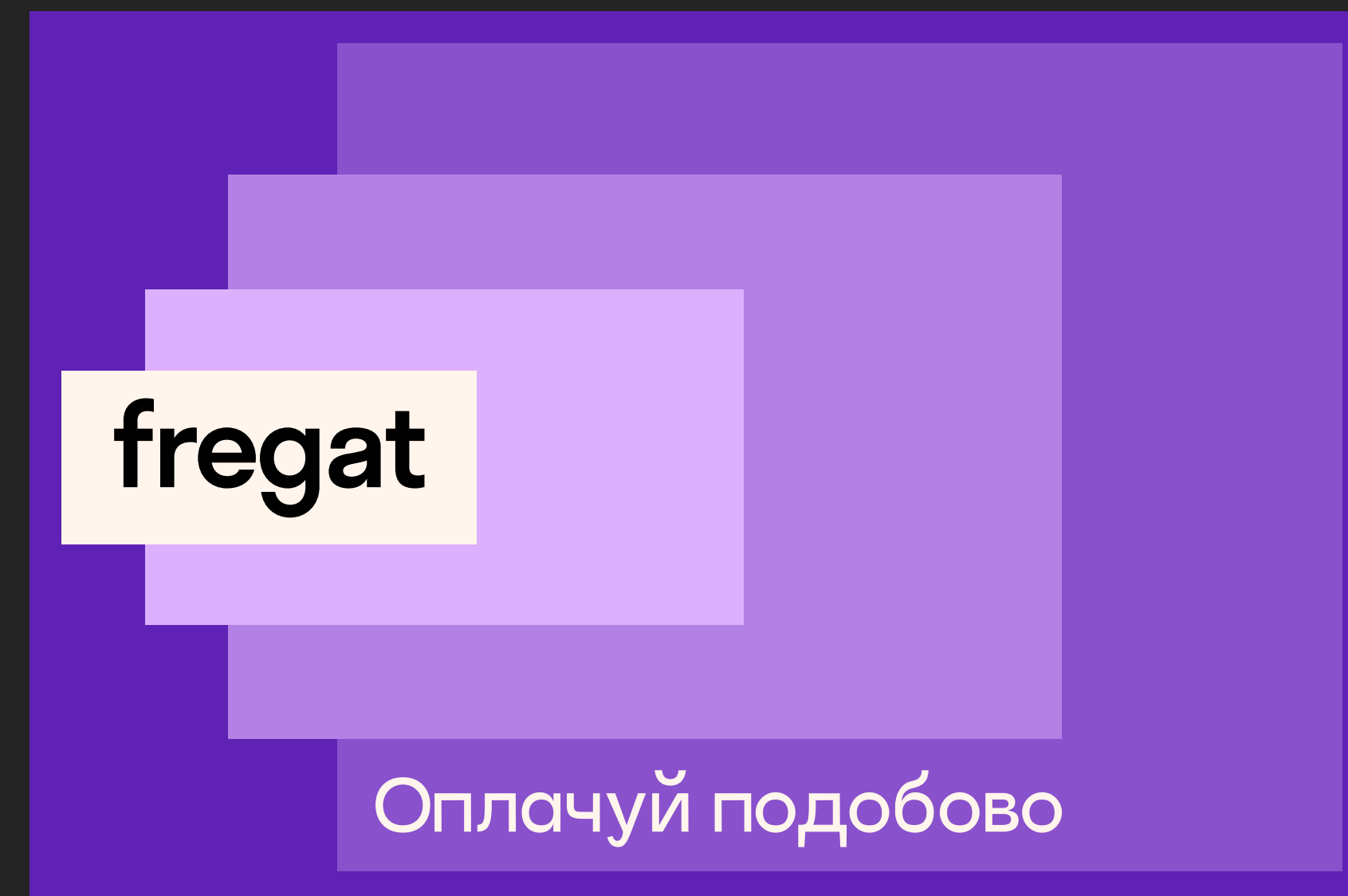
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не змінюйте пропорції шрифту.



Шрифт завжди повинен бути у своїх природних пропорціях.

5.6

Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не розташовуйте інформацію по різних сторонах хвиль від логоблока. Інформація завжди будується або вгору праворуч, або вниз праворуч.



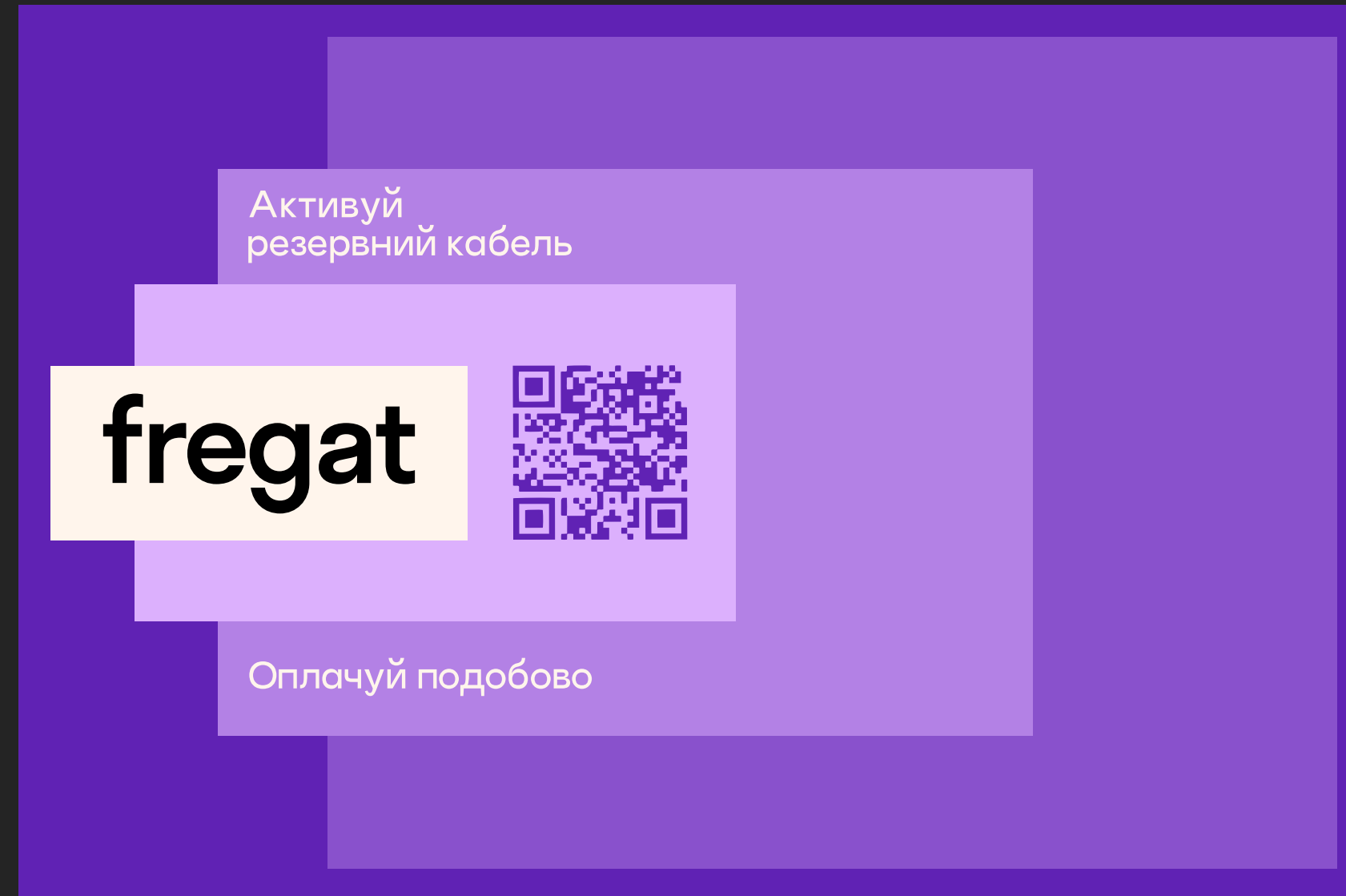
Приклад правильної верстки.

5.6

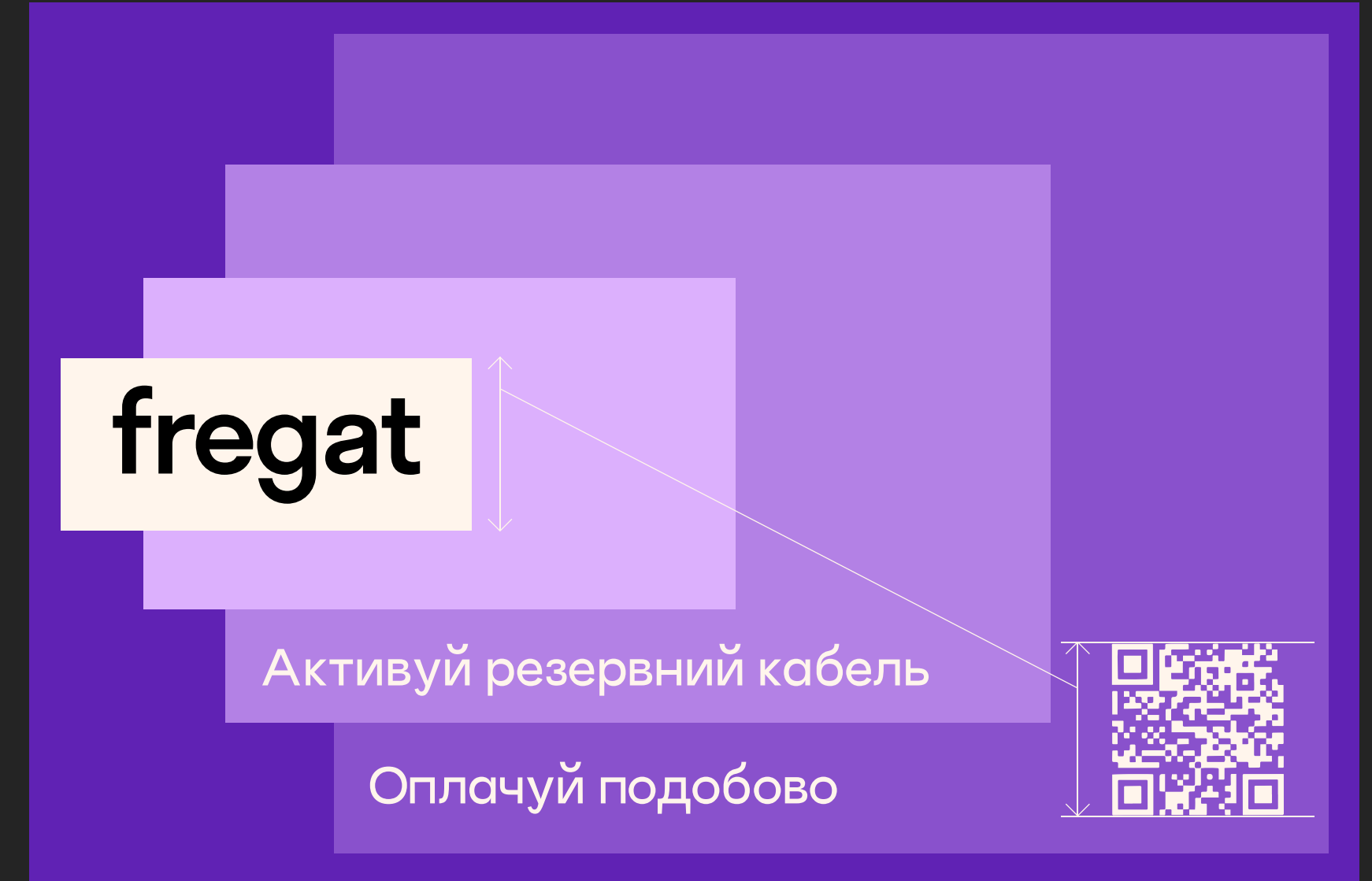
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не розташовуйте інформацію по різних сторонах хвиль від логоблока. Інформація завжди будується або угору праворуч, або вниз праворуч.



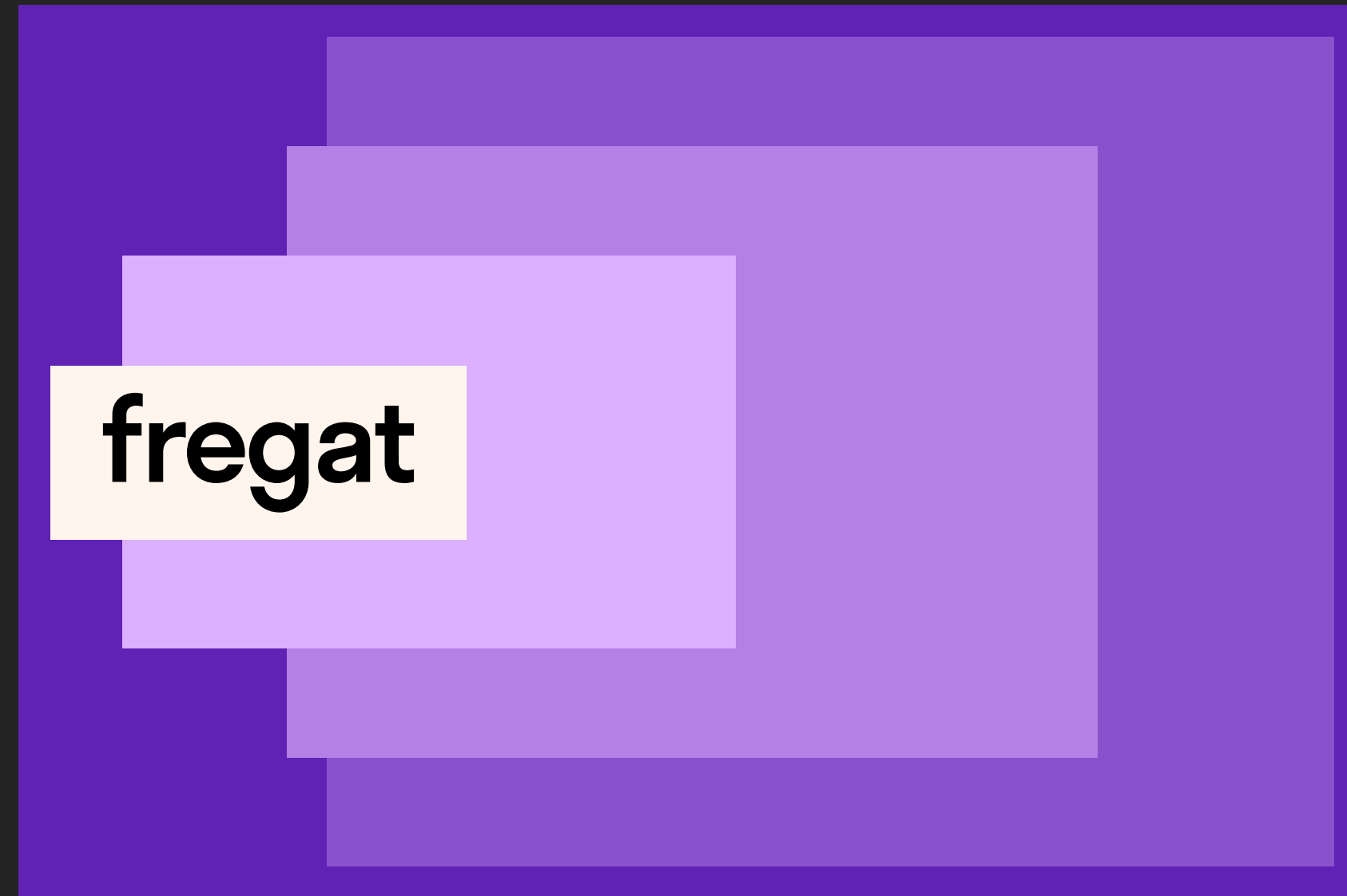
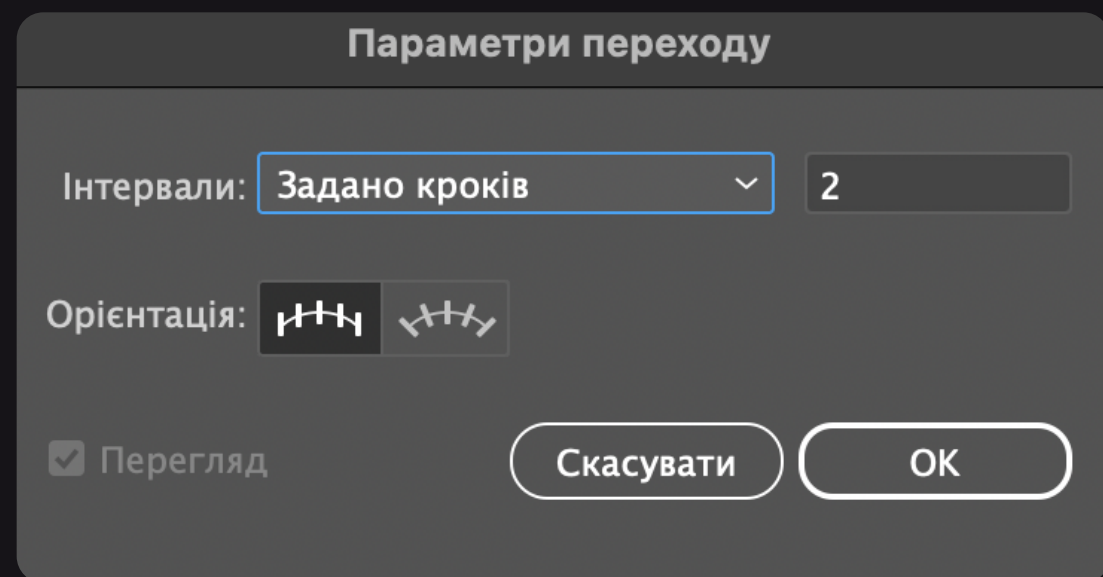
Також ми можемо розташовувати інформацію на різних хвилях. QR-код у такому випадку розміщуємо на останній хвилі і робимо його розмір таким самим, як у логоблоку.

5.6

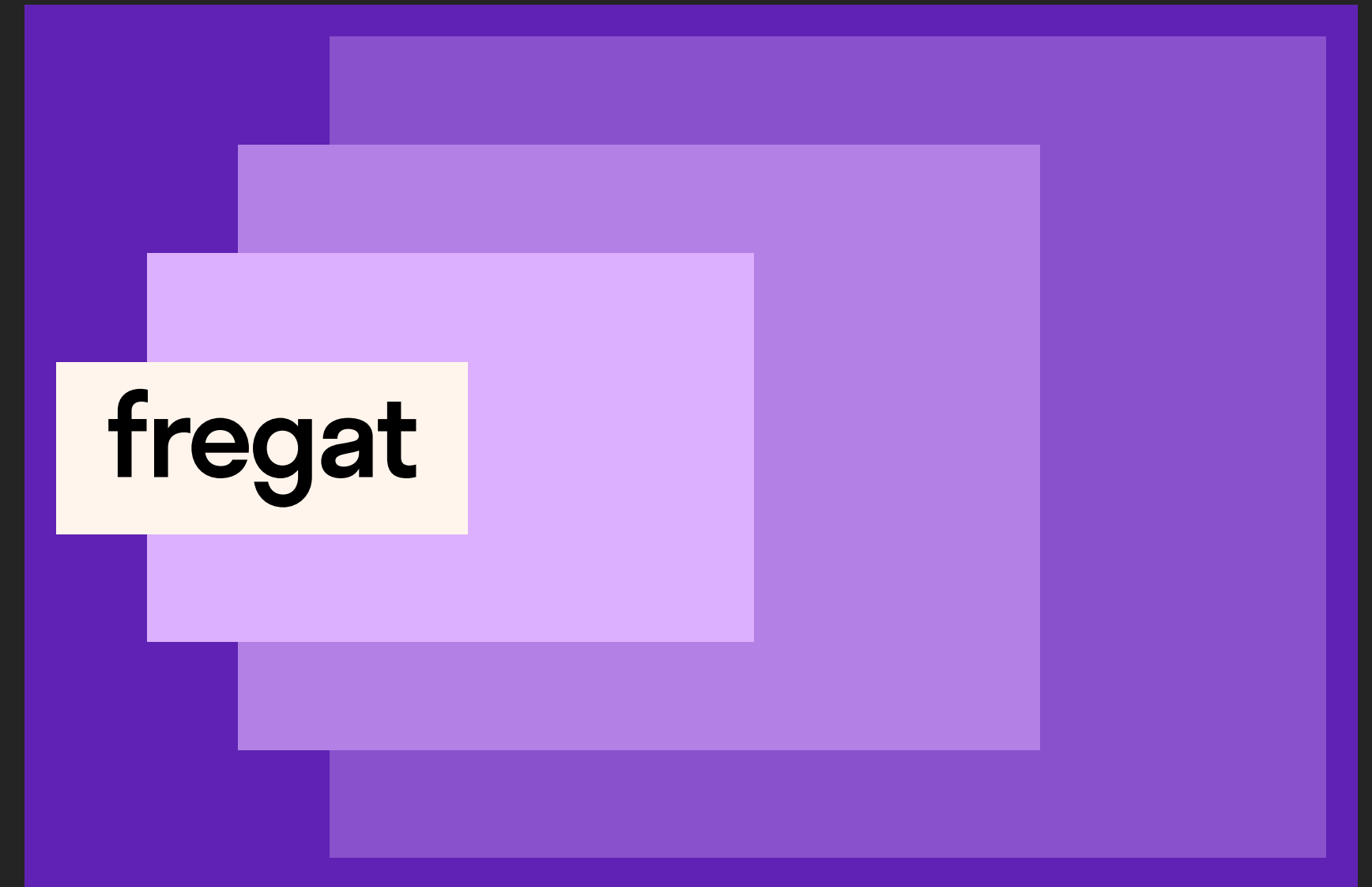
Комунікація Обмеження

У цьому розділі ми наводимо приклади помилок, які допускають дизайнери під час роботи з нашим стилем.

Зверніть увагу на кожен з цих прикладів і намагайтеся уникати неправильних підходів у своїх макетах.



Не розташовуйте хвилі хаотично. Для досягнення рівномірності, ми рекомендуємо використовувати ефект "Blend" в Illustrator.



Використовуючи гарячі клавіші "Command" + "B", ми створюємо параметр бленду з рівномірно розташованими хвилями. Після застосування параметра, розгорніть форму і перефарбуйте її у кольори бренду.

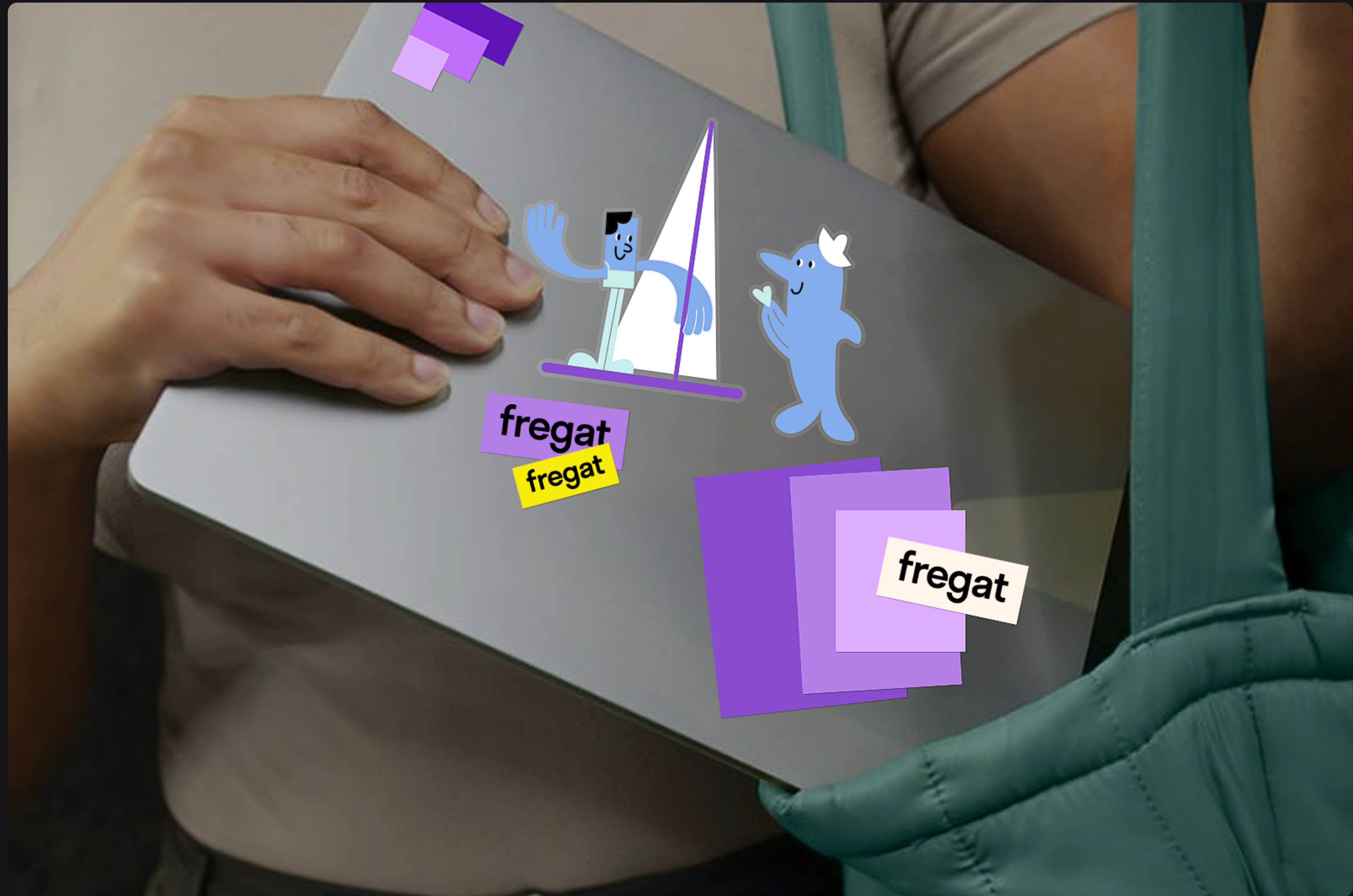
6 МЕРЧ

fregat

6

Мерч Огляд

Ми можна робити веселі стікери з Жекой і його друзями



Мерч Огляд

Ми також виготовляємо мерч, де Жека може рухатись у просторі, наприклад, подібно до того, як це відбувається під час використання ароматизатора в автомобілі.



Мерч Огляд

Ми також можемо без зайвих вагань використовувати наш логотип на всьому, в тому числі і на футболках.



Мерч Огляд

Сюжети з Жекою також мають стати важливою частиною нашого мерчу.



Мерч Огляд

На сумках ми можемо використовувати логотип з хвилями, зі зміною їхньої форми, що надасть принту динамічність і цікавість.



Мерч Огляд

У випадку, коли нам необхідно маркувати вже створені речі, наприклад, рюкзаки, ми можемо використовувати патчі в чотири кольори. Це включає три відтінки хвильового кольору, сонячний колір, та білу плашку з чорним текстовим блоком.

Цей підхід допоможе зробити маркування більш доступним і простим. Крім того, нашивка також може бути виготовлена у вигляді нашого логотипу з літерою "F," яка створена з хвиль.



Мерч Огляд

У випадку, коли необхідно створити темний мерч для співробітників, ми можемо виконати нашивку білими нитками на темному худі, світрі, або жилетці, що зробить надрук менш дешевше.

На даному слайді пропонується два варіанти використання такого мерчу, але обидва рішення існують незалежно одне від одного.



Мерч Огляд

У виняткових ситуаціях ми можемо обмежитися використанням назви нашого веб-сайту, особливо це стосується шкарпеток, бо принт на них може бути не великим.



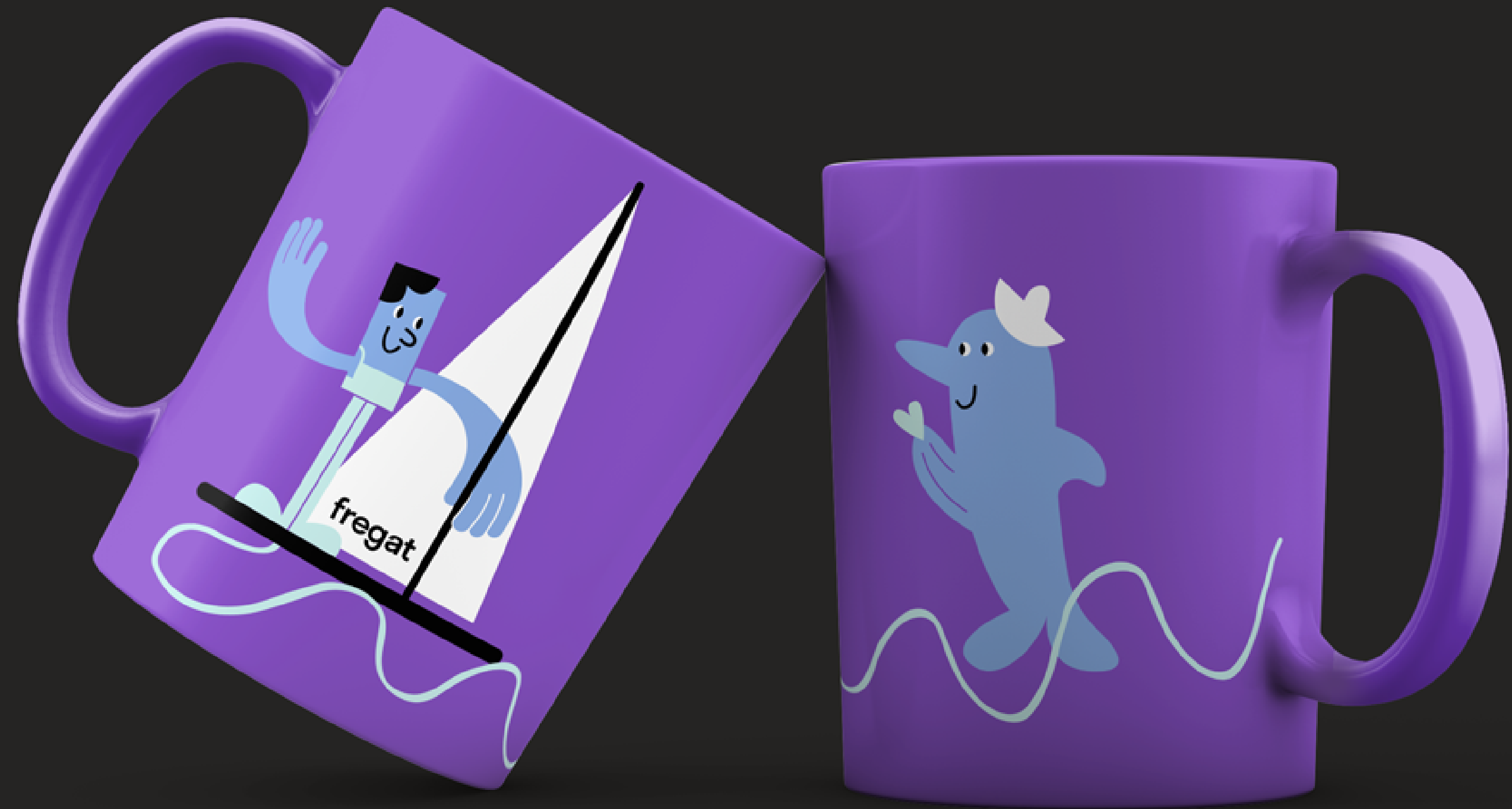
Мерч Огляд

Коврики для мишки можуть мати дизайн, ідентичний нашому логотипу з хвилями, а також можуть містити зображення з Жекою, щоб створити більш фановий настрій.



Мерч Огляд

Приклад оформлення чашок. Ми можемо створювати парні сюжети на чашках або застосовувати довгий принт, який виглядає цікаво з різних сторін, коли ми розглядаємо чашку.



Мерч Огляд

Приклад оформлення промостійки з
продуктами мерчу.



7 БІЗНЕС КІТ

Бізнес кіт Огляд

У цьому розділі ми надаємо приклади роботи з діловою документацією. Зверніть увагу, як бізнес-кіт виглядає разом.

У діловій документації ми можемо використовувати лінії замість хвиль, щоб підкреслити серйозність та професіоналізм документів.

У бізнес-кіті ми також використовуємо, крім головного логотипа, логотип "fregat.business".

fregat.business

Бізнес кіт Огляд

В цьому розділі ми приводимо приклади роботи з діловою документацією. Зверніть увагу, як бізнес-кіт виглядає разом.

У діловій документації ми можемо використовувати лінії замість хвиль, щоб підкреслити серйозність та професійний характер документів.

29 серпня 2023

ТОВ «Фрегат»,
49083

Україна, м. Дніпро,
вул. Собінова, 1

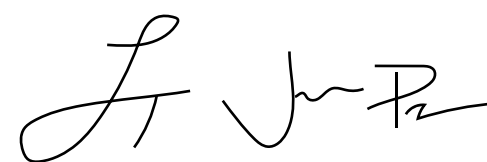
т. +38 (056) 732 44 44,
ф. +38 (056) 790 30 71

р/р 26003000548002
в ПАТ «АКБ «КОНКОРД»

fregat.business

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet.", comes from a line in section 1.10.32.

The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.



Євген Величев
ТОВ «Фрегат»

МФО 307350,
ЄДРПОУ 33769837,
ШЛН 337 698304633,
С-ВО N100063904

Вих. №
від «__» ____ 2023р.

fregat.business

ТОВ «Фрегат»,
49083

Україна, м. Дніпро,
вул. Собінова, 1

fregat.business

Заместитель директора
по планированию, развитию,
строительству ТМ «Фрегат»

Мирошніченко
Владимир Викторович

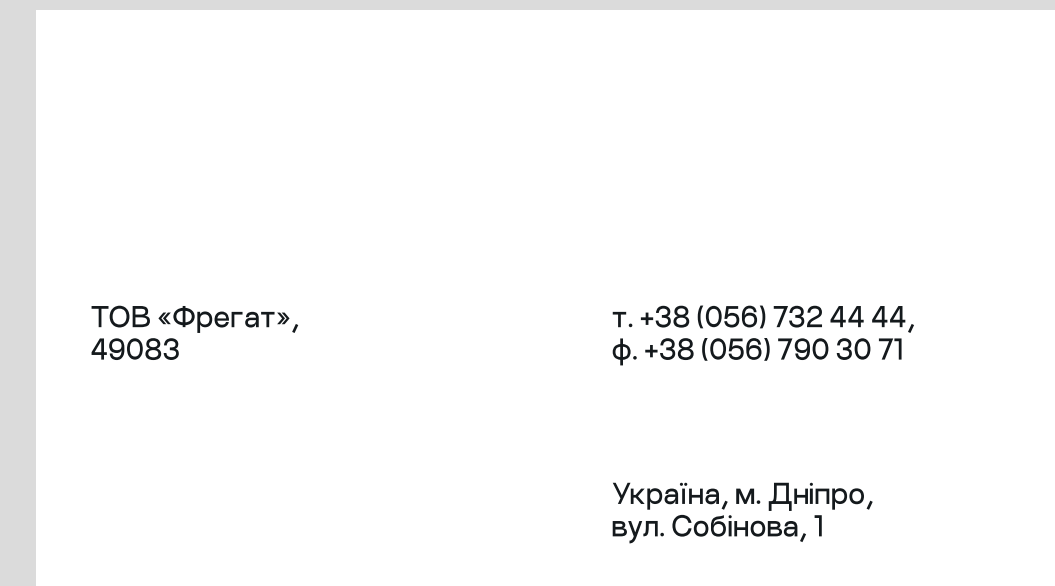
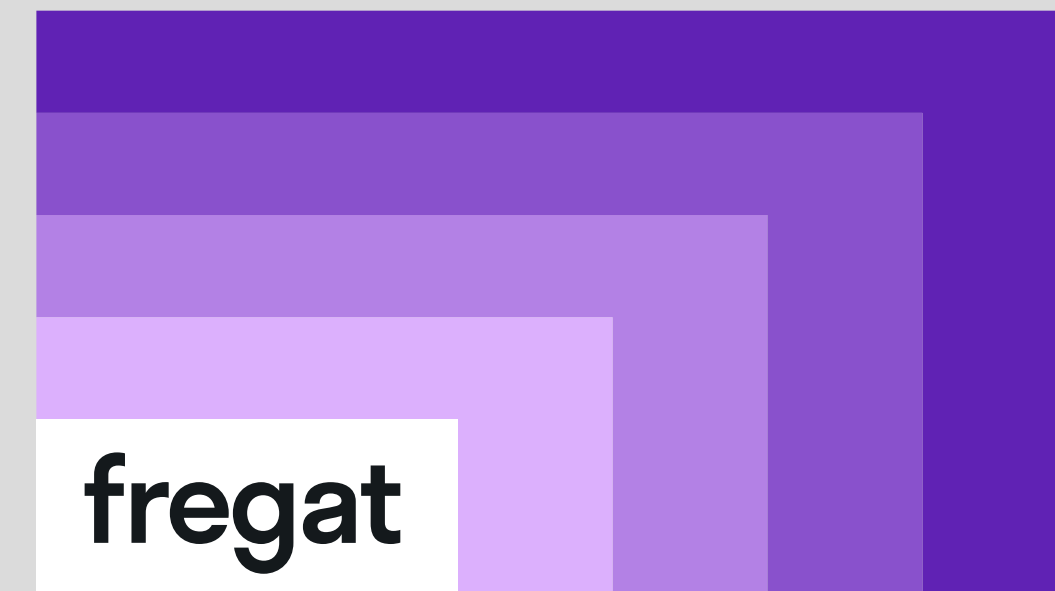
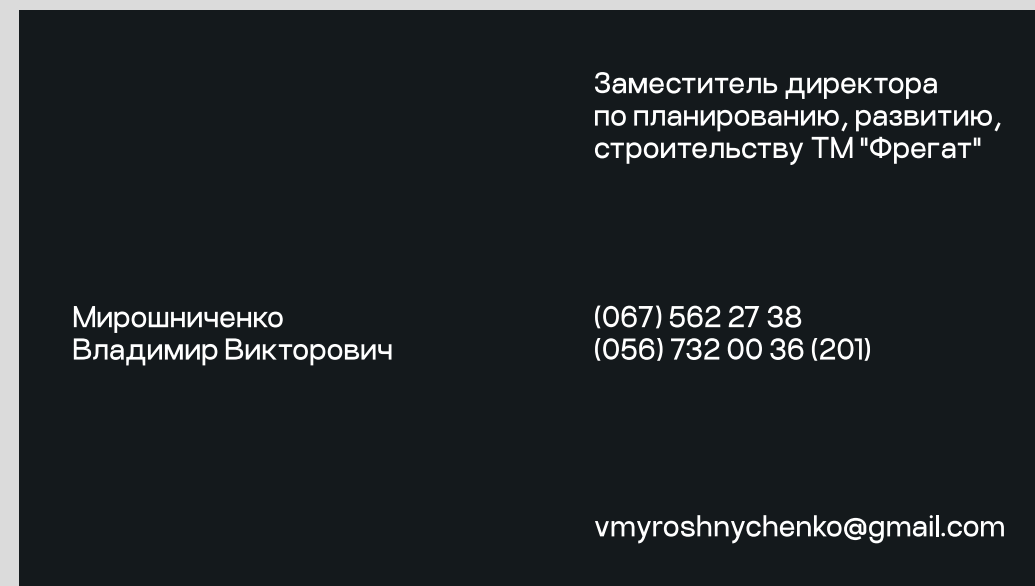
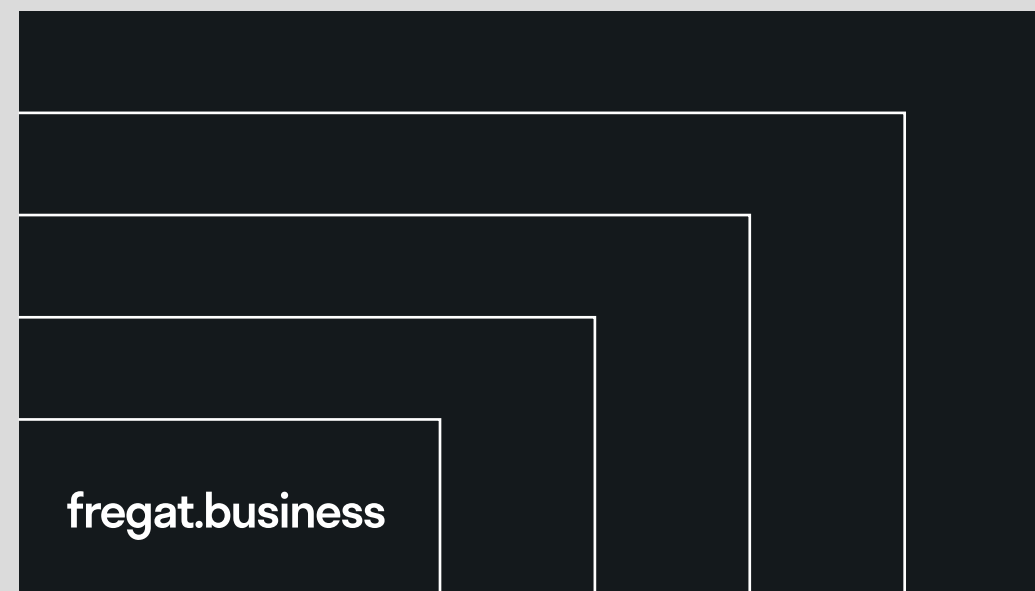
(067) 562 27 38
(056) 732 00 36 (201)

vmyroshnychenko@gmail.com

Бізнес кіт Огляд

У дизайні візиток ми можемо вибрати бізнесовий та стриманий стиль, або ж використовувати кольорову палітру, що відображає нашу корпоративну ідентичність.

Рекомендуємо не обрізати хвилі, а використовувати їх як рамку, яка рівномірно огороджує і підсвічує плашку з нашим логотипом.



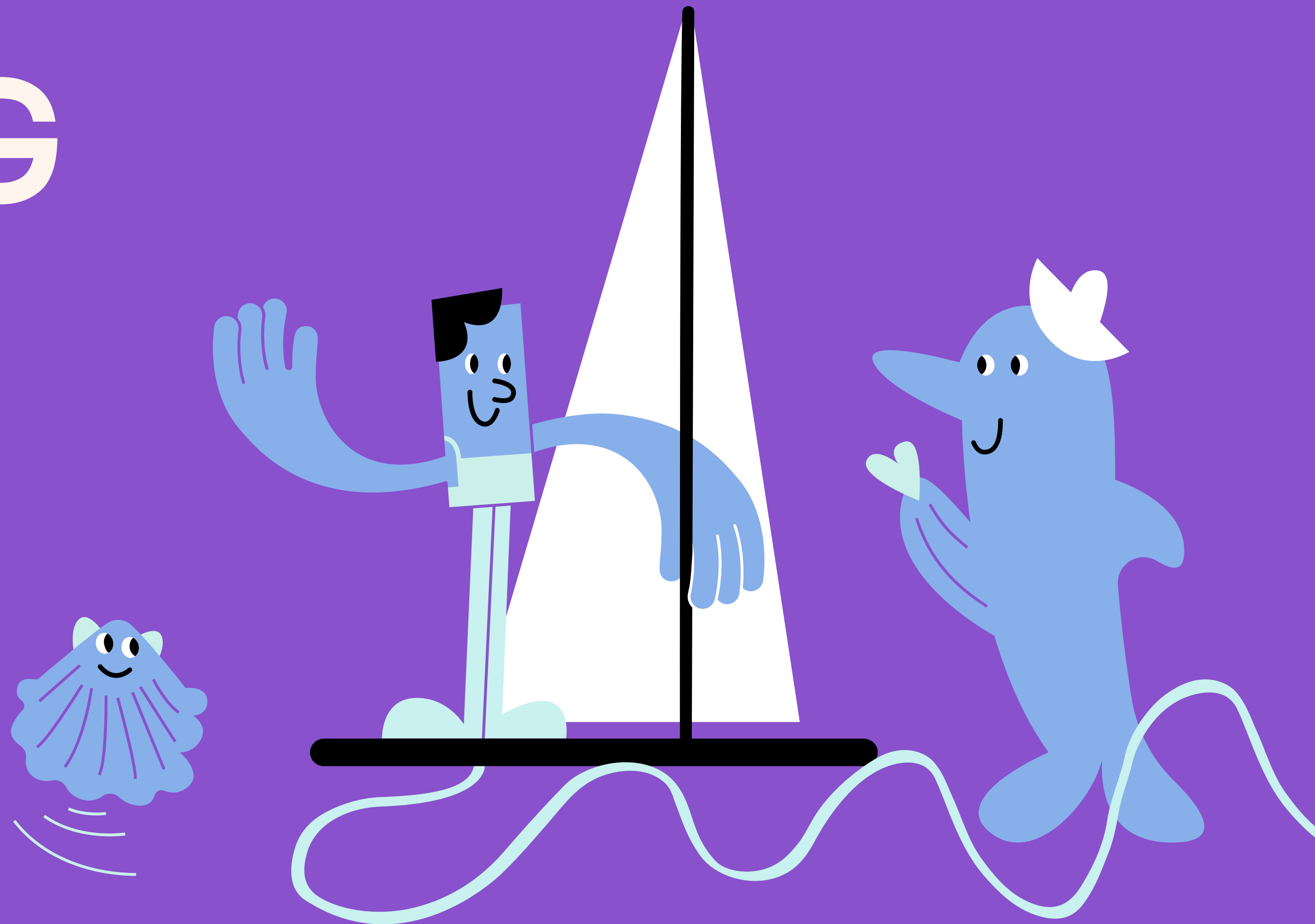
ВИСНОВОК

Стиль фрегата виразний і різнобарвний. Нашою рекомендацією є дотримання стандартів брендбуку, щоб забезпечити впізнаваність та яскравість бренду.

Не забувайте про нашу корпоративну палітру кольорів і особливу увагу, яку ми приділяємо новому відтінку Фрегата. Не забувайте включати ілюстрації.

THANKS FOR WATCHING

© 2023 by Banda



fregat