

TERRA MANES

BOP3103 | PROFILMANUAL

VISUELL IDENTITET

INTRODUKSJON

Den nye visuelle identiteten til Terra Manes er utviklet i regi av min bacheloroppgaven, med formål å vise hvordan bærekraftig mote kan konkurrere på luksusmarkedet. Hensikten er å visualisere verdiene og bakgrunnen for merket gjennom elementene som er utviklet og designet i identiteten. Slik at disse kan kommunisere tydelige over flere ulike profilbærere, og fremstå som samlet og helhetlig.

Den nye visuelle identiteten er bygget opp av logo, symboler, egendefinerte typografi, farger og typografi, som sammen og alene skal brukes etter gitte rammer. Disse er forklart i profilmanualen slik at elementene kan brukes med et sterkt og definert uttrykk.

Identiteten er bygget på referansepunkter og verdien, utviklet som retningslinjer for oppbygningen av merket. Merket skal fremstå som rent, etisk, bærekraftig, eksklusivt og luksuriøst. Dette er vist i utvalget av typografi, fargevalg og utformingen av logoen både basert emnebetoning og målgruppens behov.

Målet var å fremme identiteten uten uønsket støy, slik at elementene kan stå sterkt alene, men også i godt samspill med andre elementer fra identiteten. Gjennom å designe sterke grafiske elementer som kan brukes i ulike nyanser, skiller klesmekret seg ut på markedet. Samtidig som det kommuniserer til den utvalgte målgruppen, og gjøre det mer attraktivt å velge bærekraftig på et luksusmarked.

Problemstilling

Hvordan kan en visuell identitet gjøre det mer attraktivt å kjøpe bærekraftige klær på et luksusmarked?

**Make a
statement**

PROFILMANUAL

INNHOOLD

Del 1

01 Logo

Logo	08
Emblem	08
Luft rundt	09
Fargebruk	11
Plassering på flater	12
Samspill med andre logoer	13

02 Grafisk element

Symboler	16
Fargebruk	17

03 Identitetsfarger

Primærfarge	20
Sekundærfarger	20

04 Typografi

Ping LCG	24
Ping LCG italics	25
Egendefinert	26

Del 2

05 Profilbærere

Kontorrekvisita	30
Handlepose	32
Merkelapp og prislapp	33
Kvittering og etui	34
Gavekort	35
Takkekort	36
Nettside	37
Skilt	38
Interiør	40

06 Kommersielt design

Plakater: standard	44
Annonser	46
Lookbook	48
Plakater: typografi-basert	52
Sosiale medier	53

Terra Manes

01 Logo

Logo	08
Emblem	08
Luft rundt	09
Fargebruk	11
Plassering på flater	12
Samspill med andre logoer	13

LOGO OG EMBLEM BRUK

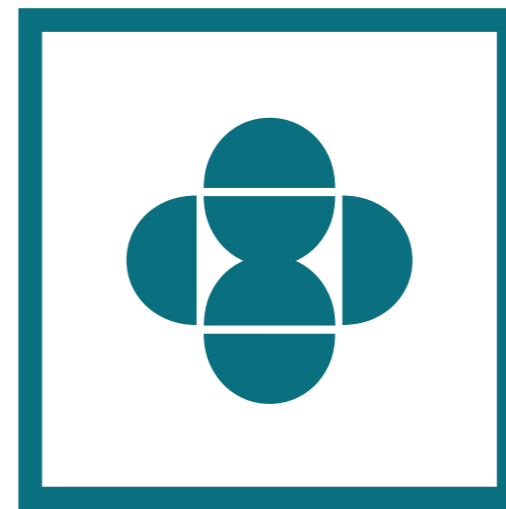
Logo

Logo benyttes som hoved identifikasjonselement for merket. Skal benyttes på alle profilbærere der det er behov, basert på prinsipper om luft rundt logo, fargebruk og plassering på flater. Logo skal alltid være synlige og godt leselig på flatene. Logo skal alltid benyttes horisontalt.

Terra Manes

Emblem

Emblemet/ symbolet for Terra Manes skal benyttes som et støtteelementet på profilbærere som ikke fokuserer på å selge produkter eller markedsfører seg selv. Emblemet kan også integreres på klær og andre tilbehør merket produserer for å skape merkekjennskap og tilhørighet.



LOGO

LUFT RUNDT

Luft rundt logo

Logoen til Terra Manes er en typografisk løsning, der luft rundt logoen baserer seg på den dekonstruerte E-en i skriftsnittet. Logoen formidle luksus på et bærekraftig stadige, der halvsirklene som erstatter E-ene referer tilbake til jorden og gjenbruk.

Luft rundt logo

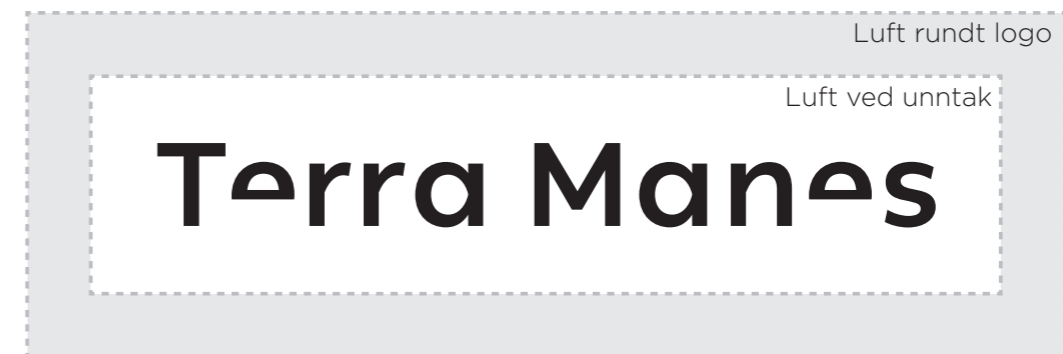
Det skal alltid være nok luft rundt logoen, slik at den fremstår som ren og ryddig. Det skal ikke plasseres elementer som kan forstyrre leseligheten på logoen eller skape forstyrrelser.

Luft ved unntak

På spesielle flater der det ikke er nok plass, kan logoen benyttes med unntaket om luft rundt. Dette er kun på spesielle flater, for å fremme leseligheten og synligheten av logoen.

Minimumstørrelse

Logoen skal være fremtredende og være godt leselig. Derfor er minimumstørrelsen satt til 25mm i trykte medier, og på web er den satt til 50 px.



Terra Manes 25 mm

Terra Manes 25 mm

EMBLEM

LUFT RUNDT

Luft rundt emblem

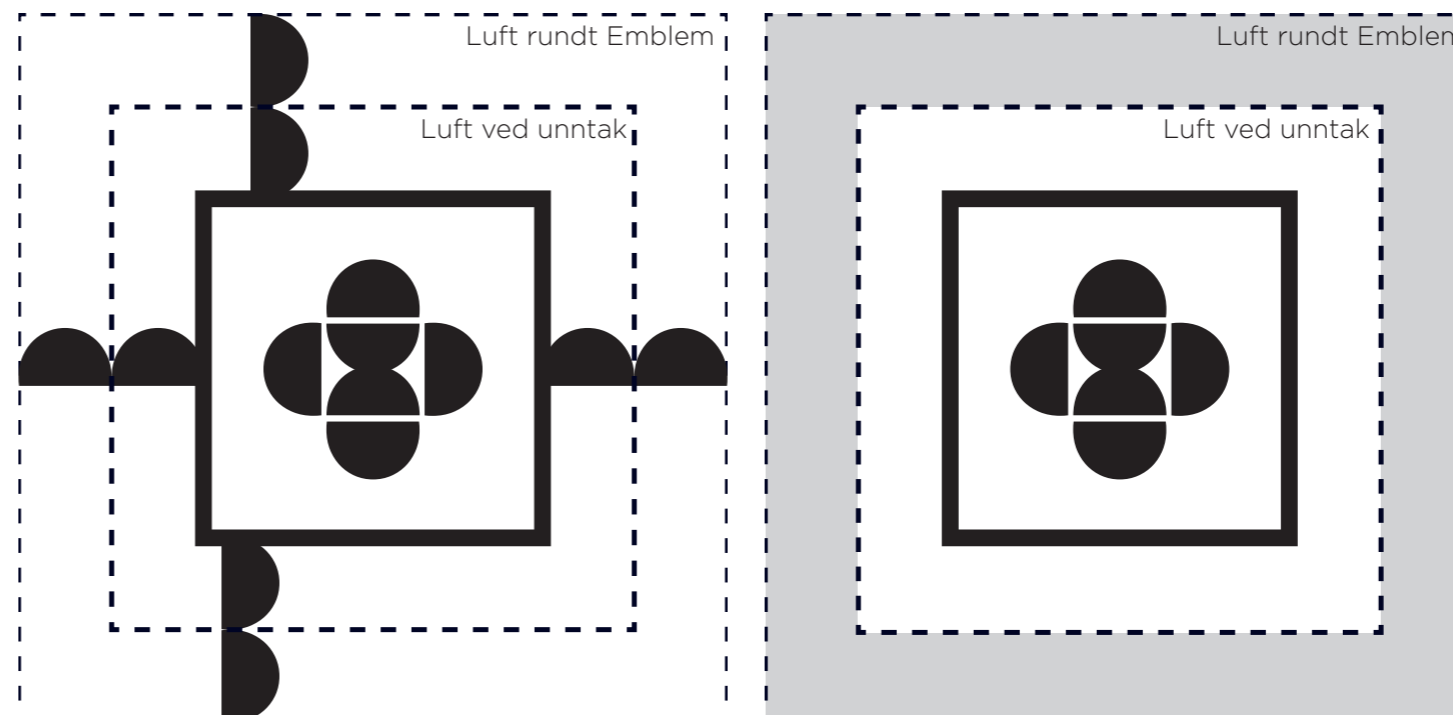
Symbolet/ emblemet til Terra Manes skal alltid være tydelig, når det er i bruk og ikke ha forstyrrende elementer plassert rundt.

Luft rundt emblem

Emblemet skal ha godt med luft rundt seg, slik at den oppfattes som ren og tydelig. Forstyrrende elementer skal ikke plasseres i nærheten, som kan gå på bekostning av helheten av symbolet.

Luft ved unntak

Er det lite om plass, eller ønskelig å fremme emblem mer. Kan luft ved unntak benyttes. Dette er kun ved spesielle omstendigheter som ikke skal benyttes hvis det går på bekostning av leseligheten til emblemet.



Minimumstørrelse

Emblemet skal være fremtredende og godt leselig. Derfor er minimumstørrelsen satt til 8mmx8mm i trykte medier, og på web er den satt til 50 px.



LOGO

FARGEBRUK

Logoen skal kun benyttes i primærfargene. Valg av farge baserer seg på fargebakgrunnen, leselighet og hva som er best egnet slik at logoen blir mest mulig tydelig.

A:
Svart på hvitt er en av de mest brukte versjonene, og brukes i de fleste tilfeller der farge på logo ikke egner seg.

B:
Blått på hvitt er det best egnet, da den representerer identiteten med primærblåfargen. Brukes i de fleste tilfeller.

C:
Hvitt på svart brukes når bakgrunnen er mørk for å gi bedre leselighet og kontrast, og når det ikke tillates å bruke farge.

D:
Blått på svart brukes når bakgrunn er mørk og det er tillatt med farge. Brukes kun på flater der leseligheten ikke er en avgjørende faktor.

E:
Hvitt på bilde brukes når man ønsker å benytte seg av logo over bilde/ film. Benyttes mest på sosiale medier og reklame der det egner seg.

F:
Hvitt på blått benyttes når det er farget bakgrunn, hvis det ikke er mulig å unngå farget bakgrunn.



A



B



C



D



E



F

LOGO

PLASSERING PÅ FLATER

Logoen til Terra Manes blir presentert på to ulike måter på de ulike flatene.

Midtstilt stor

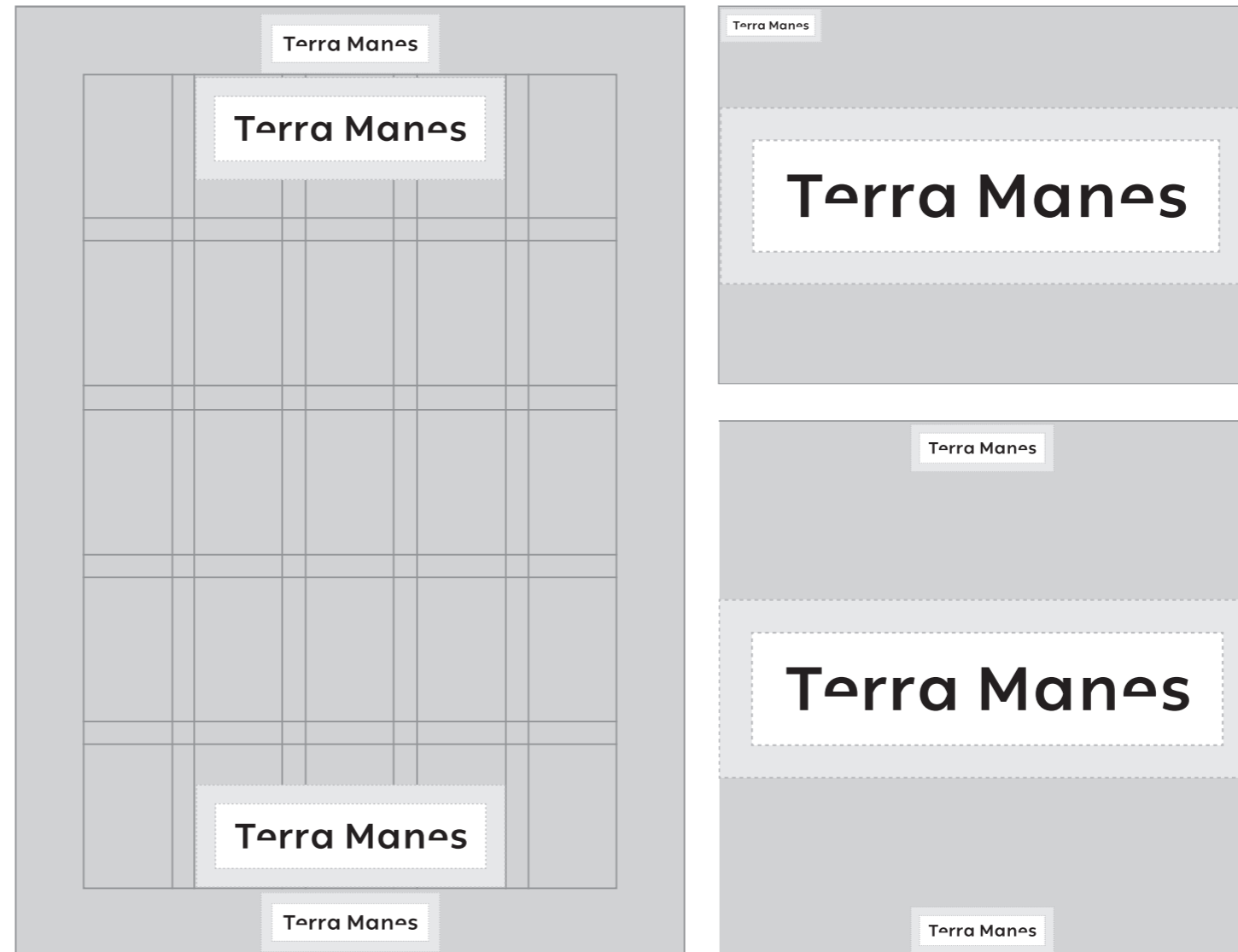
Hvis logoen skal fremstå som det ominnrede elementet på flaten, skal logoen være midtstilt på flaten i stort format. Dette er den ideelle måten å bruke logoen på, og er brukt på skilt, merkelapper, prislapper, visittkort og bannere på sosiale medier.

Midtstilt liten

Hvis logoen opptrer sammen med bilder eller annen tekst, skal logoen være midtstilt enten nederst eller øverst på flaten. Disse kommer i to ulike størrelser, avhengig av formål. Den minste benyttes på forsider av lookbook og plakater. Den større versjonen, på annonser eller flater der et er behov for at logoen er mer fremtredende. Bruken varierer basert på antall andre elementer som skal benyttes på flaten.

Hjørner

Logoen plasseres i høyre hjørne, hvis formålet ikke er å ha den i fokus. Dette ser vi på nettsiden, konvolutter og gavekort. her har logoen kun funksjonen til å støtte opp identiteten.



LOGO

SAMSPILL MED ANDRE LOGOER

Når logoen står i samspill med andre logoer skal prinsippene om luft rundt logo bli tatt i bruk. Fargebruken skal basere seg på primærfargene, og prinsippene om fargebruk. Opptre de andre logoene i svart-hvitt, skal Terra Manes sin logo være i svart-hvitt. Opptre de andre logoene i farger, kan logen til Terra Manes brukes i primærfargene. Opptre logoen på farget bakgrunn, benyttes logoen i hvitt hvis det er mørk bakgrunn eller svart hvis det er lysere farge på bakgrunn.



A



B



C

02 Grafisk element

Symboler	16
Fargebruk	17

SYMBOLER

BETYDNING

Symbolene skal brukes i historiefortelling og forklaring av hvilken sesonger/ Kolleksjoner som er ute og generelt om produksjonen rundt klærne. Disse er fremtredende på nettside, informasjonssider på trykk og i reklame der fokuset skal være på bærekraft. Fargebruken på disse forholder seg til primærfargene, i likhet med logoen.

Fire elementer

De fire elementer representerer jord, ild, vann og luft. Disse forklarer bruken av ren energi, farlige kjemikalier, vannsløsing og behovet jorden har for en forandring. Brukes til å forenkle den visuelle kommunikasjonen av tørr informasjon.

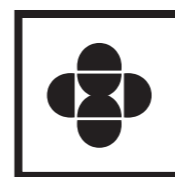
Årstider

Årstider representerer sesongene vi har i året. Disse henviser også til hvilken kolleksjon som er ute, der de blir brukt som informasjon om dette. Hver sesong baserer seg på vår, sommer, høst og vinter, der kun den aktuelle årstiden kan brukes Den sesongen. Unntaket er hvis det gjelder markedsføring av den kommende sesongen. Brukes på de aktuelle flatene som merkelapp, sosiale medier, reklamevideoer og redaksjonelt design hvis passelig.

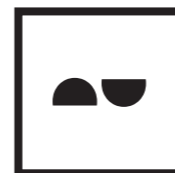
Generelle

De generelle symbolene forklarer og prinsipper innenfor resirkulering, tidspresset for forandring og det etiske. Disse blir brukt i informasjonsrelasjoner, slik de fire elementer blir. Terra Manes et eget symbol, som kan brukes på flater logoen ikke trenger å være tilstedeværende. Dette symbolet kan også bli brukt på klær, og andre produkter.

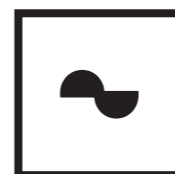
GENERELLE



TERRA MANES



ETISK



EVIG SIRKEL



TID

ÅRSTIDER



VÅR



SOMMER

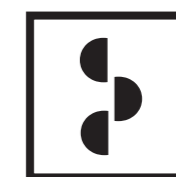


HØST

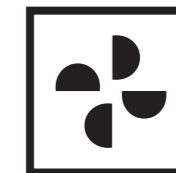


VINTER

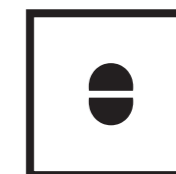
FIRE ELEMENTER



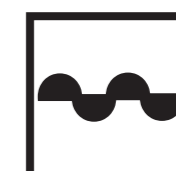
ILD



LUFT



JORD



VANN

SYMBOLER

FARGEBRUK

Symbolet skal kun benyttes i primærfargene. Valget av farge baserer seg på fargebakgrunnen, leselig og hva som er best egnet slik at symbolet blir mest mulig tydelig.

A:
Blått på hvitt er en mest brukte, og brukes i de fleste tilfeller.

B:
Svart på hvitt benyttes i de fleste tilfeller der det ikke egner seg med farge eller ikke tillatt å bruke farge.

C:
Hvitt på bilde benyttes når det ønskes å skape spenning i utformingen. Dette brukes spesielt på sosiale medier eller reklamefilmer.

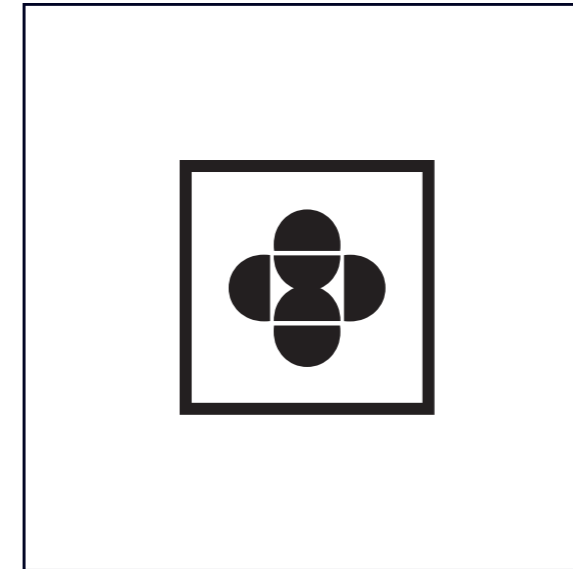
D:
Hvitt på blått brukes der farget bakgrunn er aktuelt og passelig. Brukes der blått på hvitt ikke er passelig.

E:
Blått på svart hvis bakgrunn er mørk og tillatt med farger.

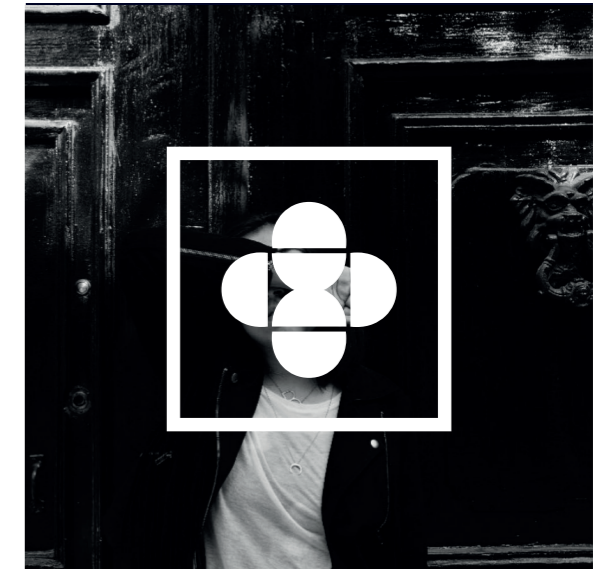
F:
Hvitt på svart brukes når bakgrunn er mørk og farger ikke er tillatt, eller egner seg.



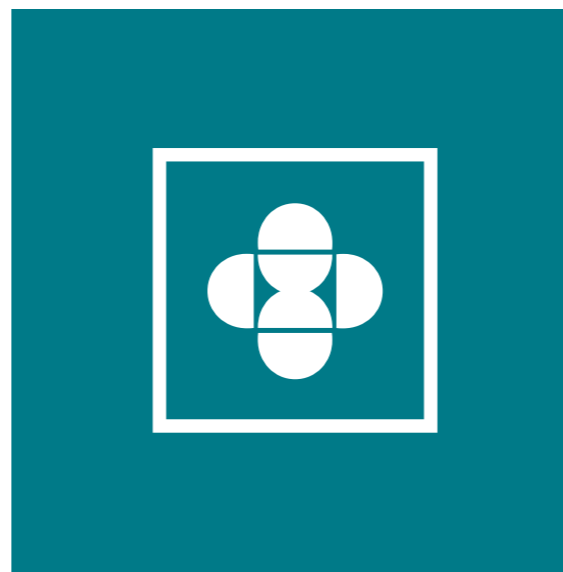
A



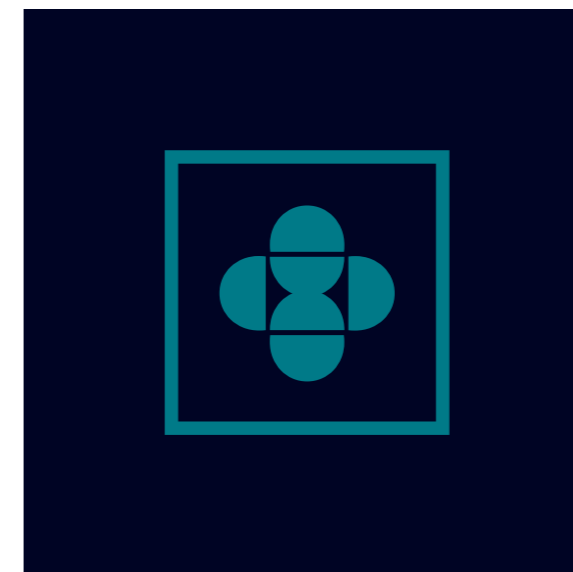
B



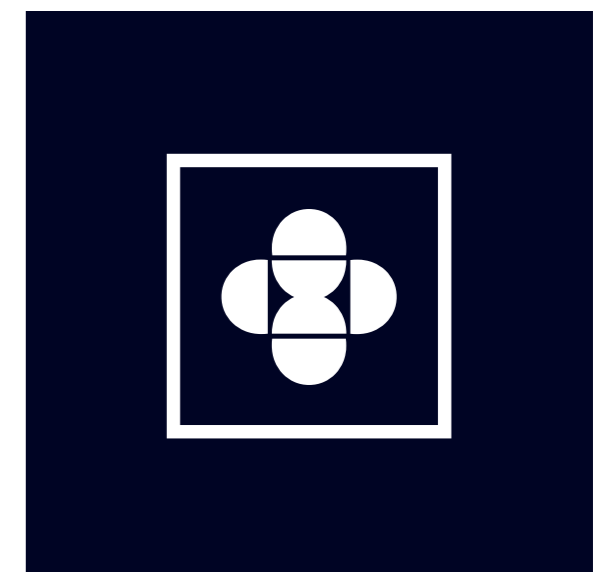
C



D



E



F

03 Identitetsfarger

Primærfarge	20
Sekundærfarger	20

PROFILFARGER

PRIMÆR OG SEKUNDÆR

Primærblåfargen representerer havet, himmel og jord, for å referer tilbake til bærekraft. Svart og hvitt er med på å forsterke den luksuriøse følelsen og seriøseste som er med på skape en balanse og nøytralitet i identiteten. Sekundærfargene er mellomtoner inspirert av solnedgang/ soloppgang og andre fargenyanser i havet.

Primærfarger

Blåfargen skal hovedsakelig brukes på logo når det er behov og fungerer som en sterk profil. Svart og hvitt brukes der blåfargen ikke er passelig.

CMYK

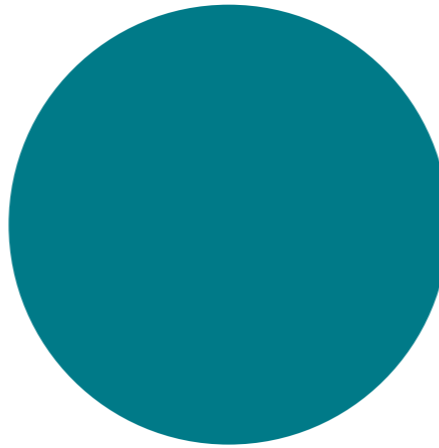
Benytte is offset-trykk og digitaltrykk. Hovedsakelig til trykk av plakater, annonser, Lookbook and typer trykksaker som er relevant for bedriften. Unntak er der Pantone-fargen skal benyttes på primærblåfargen.

RGB/ HEX

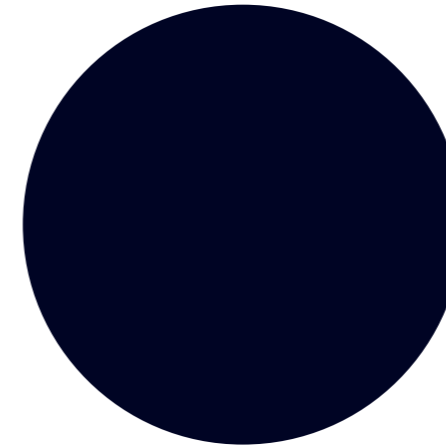
Benyttes på digitale-flater som nettside og sosiale medier.

Sekundærfarger

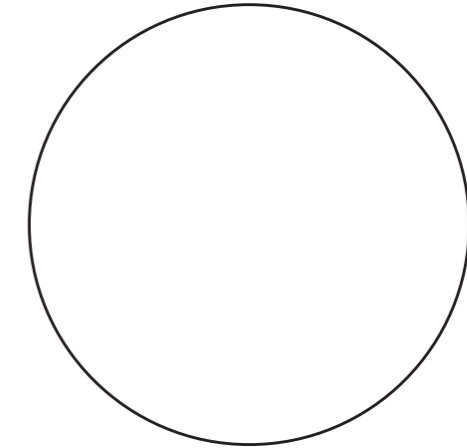
Sekundærfargene er et lite palett som skal støtte opp under primærfargene, for å skape variasjon på utvalgte flater der det er nødvendig. Disse brukes i lookbook, på digitale flater og plakater.



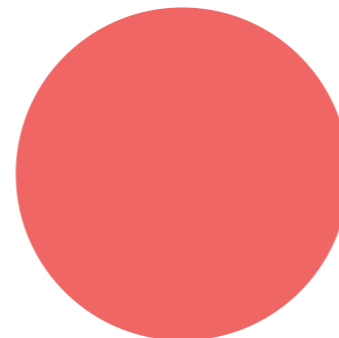
PMS: PANTONE P 122-16 C
C:100 M:0 Y:29 K:36
R:0 G:115 B:133
#007385



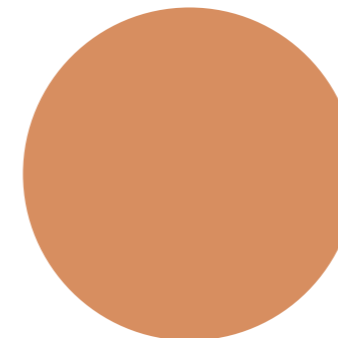
C:100 M:0 Y:0 K:100
R:0 G:14 B:31
#000e1f



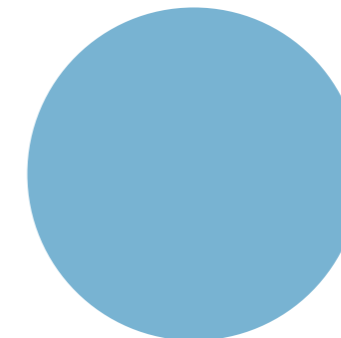
C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255
#FFFFFF



C:1 M:75 Y:55 K:0
R:234 G:94 B:94
#ea5e5e



C:13 M:49 Y:67 K:2
R:219 G:145 B:92
#db915d



C:51 M:19 Y:9 K:0
R:135 G:184 B:216
#87b8d8

04 Typografi

Ping LCG	24
Ping LCG italics	25
Egendefinert	26

TYPOGRAFI

PING LCG

Ping LCG er primær-skriftnettet til identiteten og er den eneste som skal benyttes på alle flater. Dette med unntak hvor den egendefinerte typografien basert på Ping LCG skal brukes, som er i logo, titler/ overskrifter og skilt.

Skriftnettet er et viktig visuelt element som binder identiteten sammen. Her ser man en god kombinasjon av seriøsitet og renheten som man finner i en grotesk skriftnett, i samspill med noen designpreg som gjør typografien mer "flytende".

Skriftnettet er valgt på bakgrunn av emnebetoning, leselighet og funksjonaliteten. Der styrken av typografien ligger i særpreget den kommuniserer. Slik at Den bidrar til at identiteten skiller seg ut på markedet og kommuniserer nå luksus og bærekraft.

Skriftnettet skal brukes i fire ulike vektorer, extralight, regular, medium og bold. Dette for å lage et grunnlag for å skape typografiske muligheter og tilpasse de ulike behovene. Ta utgangspunkt i å bruke regular i hovedtekster og bold i overskrifter.

Extralight:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå
ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Regular:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå
ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Medium:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå
ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789

Bold:

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå
ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ
0123456789**

TYPOGRAFI

PING LCG ITALICS

For å fremheve, skape variasjon og legge trykk på enkelt ord/ setninger, skal Ping LCG brukes i italics. Dette for skape spenning og skape et visuelt uttrykk gjennom typografien. Vekt på typografi velges ut fra hvilken kontekst det er brukt og hvilken vekt resten av teksten er satt i. Ta alltid utgangspunkt i medium italic i sitater og uthevninger.

Extralight italic:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ 0123456789

Regular italic:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ

0123456789

Medium italic:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ

0123456789

Bold italic:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNPKRSTUVWXYZÆØÅ

0123456789

TYPOGRAFI

PING LCG (EGENDEFINERT)

Et viktig gjenkjenningsmerke for identiteten til Terra Manes, er en egendefinert typografi. Den skal bli brukt fremtredende der det ikke er behov for å bruke logo/ ikke nødvendig å ha logo som dominerende element. Egendefinert typografi som grafisk element, finner man bland annet i overskrifter på plakater, nettside og i lookbook. Skriftsnittet kan brukes i profilmargene og tilpasses flaten den blir brukt på.

abcdef

ghijkl

opqrst

vwxy

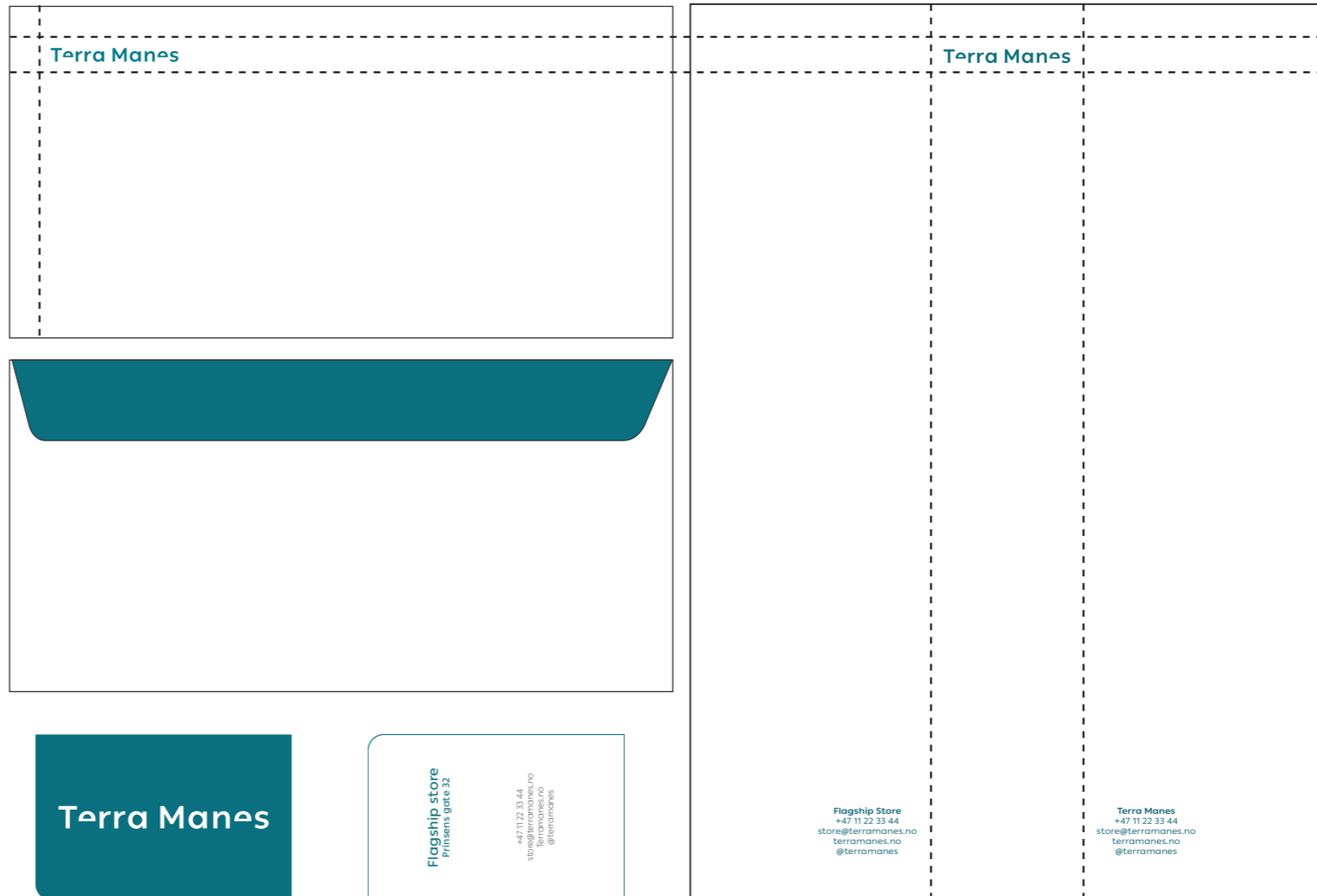
zæøå

05 Profilbærere

Kontorrekvisita	30
Handlepose	32
Merkelapp og prislapp	33
Kvittring og etui	34
Gavekort	35
Takkekort	36
Nettside	37
Skilt	38
Interiør	40

KONTORREKVISITA STRUKTUR

Kontorrekvisitaene baserer seg på lik bruk av størrelse på logo, med sammen utgangspunkt for plassering. Unntak er logo brukt som grafisk element på visittkort. På alle flater er primærblåfargen i bruk i ulike nyanser og visittkortet sitt ene hjørnet er avrundet. Dette for å skape referanse tilbake til den egendefinerte typografien i logoen.



KONTORREKVISITA DESIGN



HANDLEPOSE

DESIGN

Handleposen skal basere seg på å bruke egendefinerte typografien som grafisk element. Her skal logoen plasseres rundt posen i to rander, skalert opp, slik at det skapes bevegelse og dynamikk. Fokuset er ikke at logoen skal være lesbar ved første øyekast, heller være en handlepose som vekker oppsikt på grunn av kontrasten mellom typografien og den rene bakgrunnen. Stensilhullene skal være formet som halvsirkler og håndtakene skal være av hvitt bånd.



MERKELAPP OG PRISLAPP DESIGN

Merkelappene og prislappene baserer seg på prinsippene om luft rundt logo, med svart logo på hvit bakgrunn. Dette for å holde dem nøytrale i samspill med klærne.

Merkelapp

Merkelappene består av logo og en egen lapp med symbol med referanse til aktuell sesong/ kolleksjon.

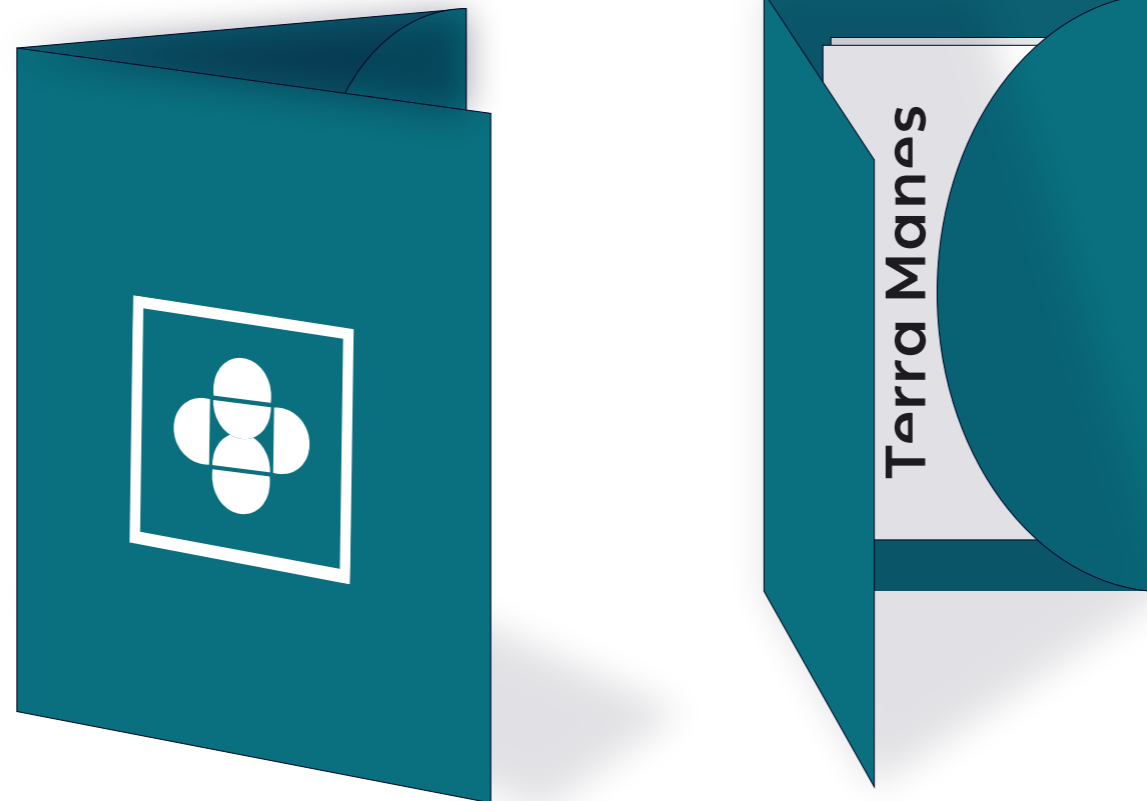
Prislapp

Prislappene skal være nøytrale og skal på baksiden beskrive størrelse, sesong og annen relevant informasjon rundt produktet. Materialet på snoren merkelappen henger i, skal være hvit og laget av stoff.



KVITTERING OG ETUI DESIGN

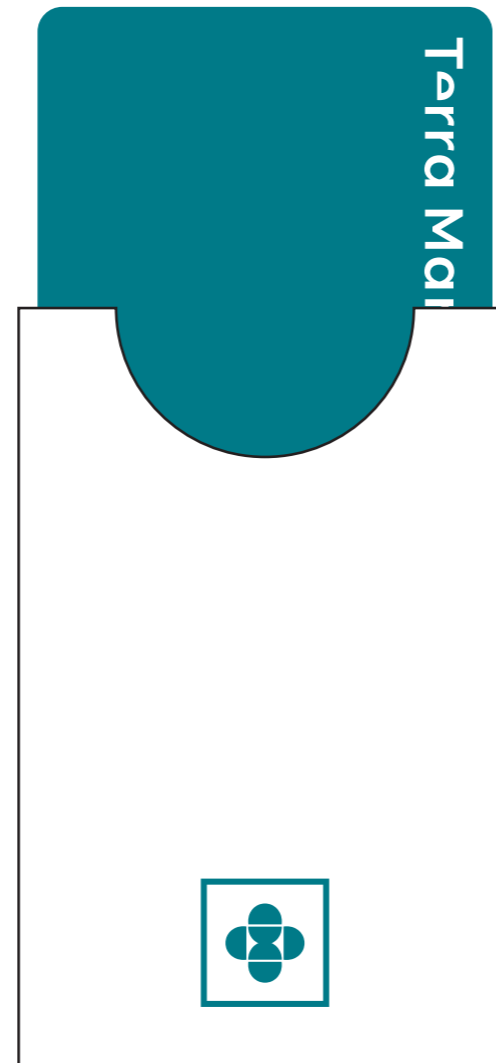
Kvitteringen skal oppbevares og avleveres til kunden i et etui. Dette etuiet skal ikke selge et produkt og funksjonen er for å beskytte selve kvitteringen. Derfor skal ikke logoen var tilstedeværende, da den vil være synlig på kvitteringen som ligger inne. Forsiden skal ha emblemet, der fargebruken skal baserer seg på prinsippene tidligere nevnt under fargebruk for symboler. Stilen og designet kan være fleksibelt og endres årlig, hvis nødvendig. Lommen man oppbevarer kvitteringen i etuiet, skal bære preg av halvsirkelen man finner i logoen. For å vise at identiteten kan ha en integrert tilstedeværelse i selve utformingen av ulike produkter.



Terra Manes			
Terra Manes Flagship Store Prinsens Gate 32 0157 Oslo (+47) 11 22 33 44			
<hr/>			
Trans #: 11111	Date: 20/5/19	15:03	
Store: 0001	Register: 01		
Cashier: 11233			
Receipt No: 71722345543			
<hr/>			
ITEM	QTY.	PRICE	SUM
8080123	1	3199,00	3199,00
DRESS WOMEN BLACK - 1122 - 38			
Salesperson: 11233			
<hr/>			
Subtotal		2495,22	
Tax		703,78	
Total		3199,00	
Card		3199,00	
<hr/>			
Sold items = 1			
Sales tax analysis			
Code LOCAL			
Taxable	Rate	Total	Tax
2495,22	22%	3199,00	703,78
<hr/>			
Thank you for shopping at Terra Manes.			
Experience the world of Terra Manes at: Terra Manes.no @terraManes			

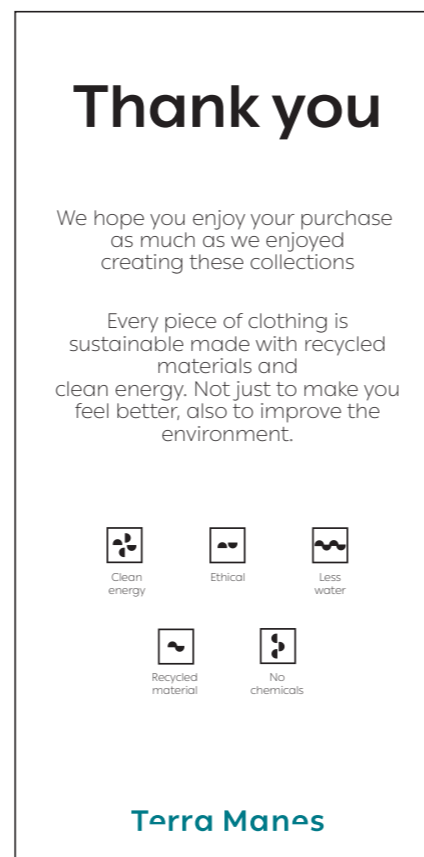
GAVEKORT DESIGN

Eksempel på hvordan designet utspiller seg på gavekort. Logoen er plassert på flaten basert på prinsippene rundt plassering og luft rundt logo. Gavekortet skal benyttes av primærfargene. For beskyttelse av gavekortet, skal det plasseres i en lomme, som har preg av halvsirkel man ser igjen i identiteten, og symbolet til Terra Manes.

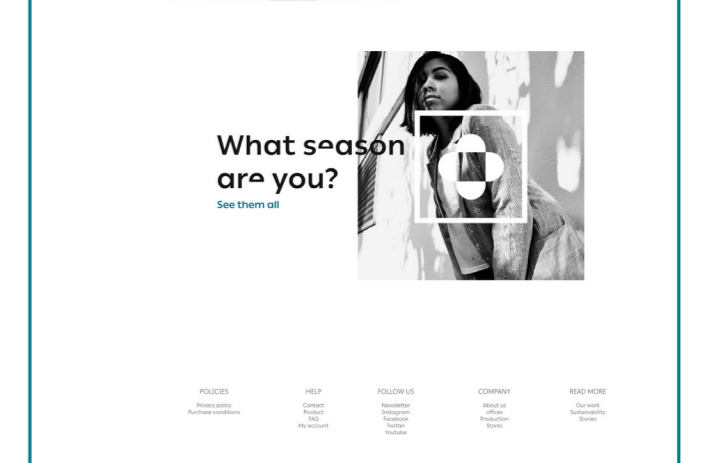
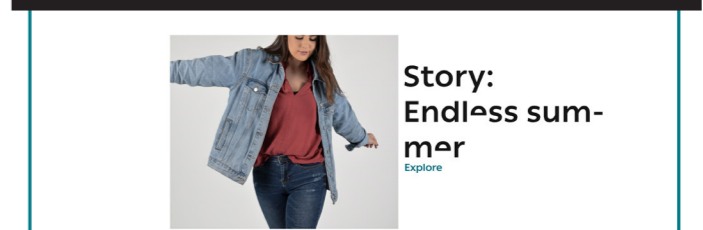
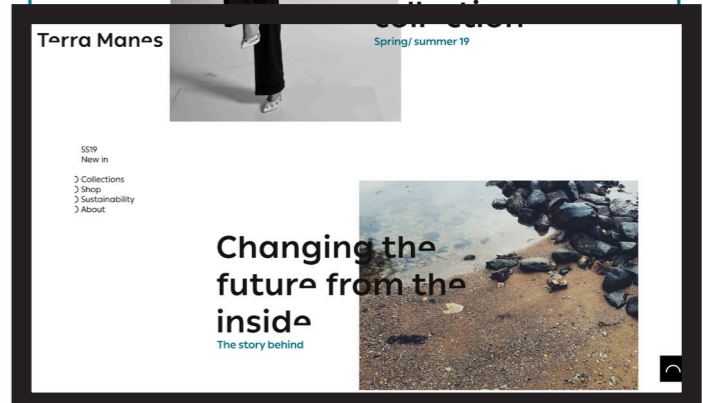
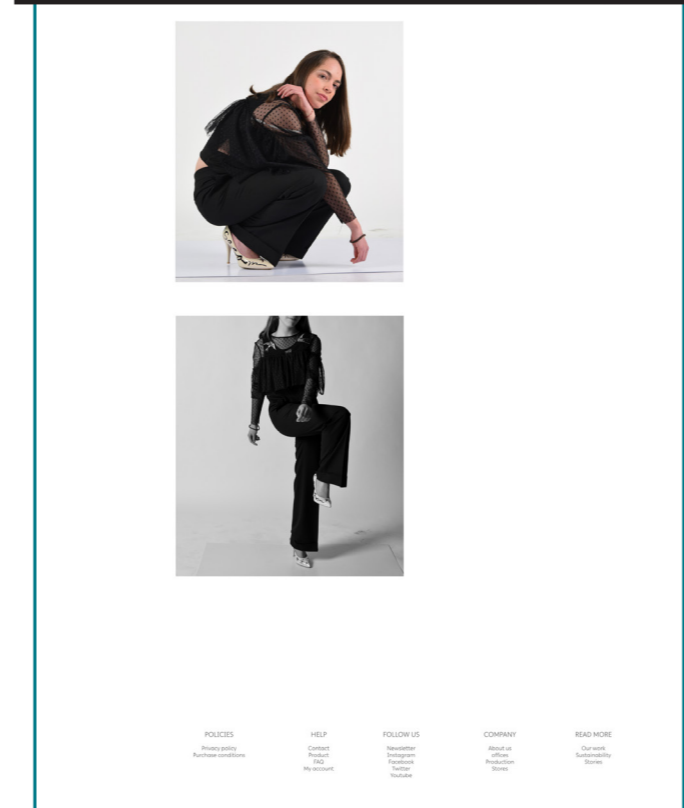
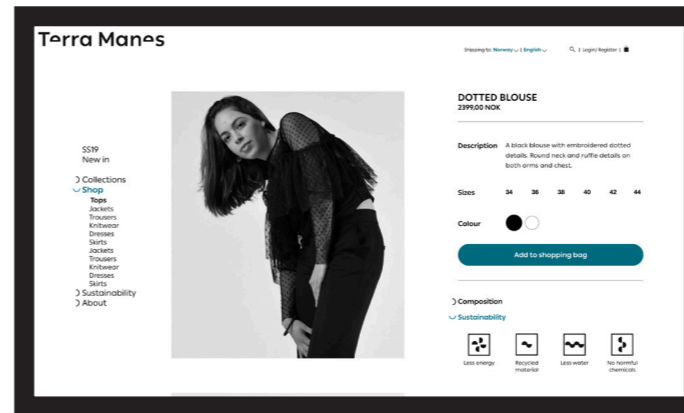
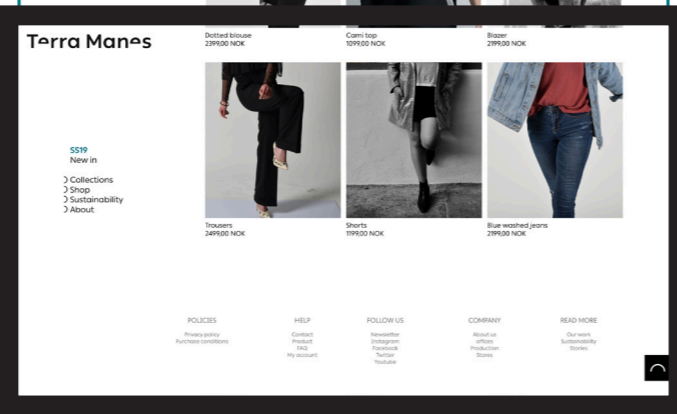
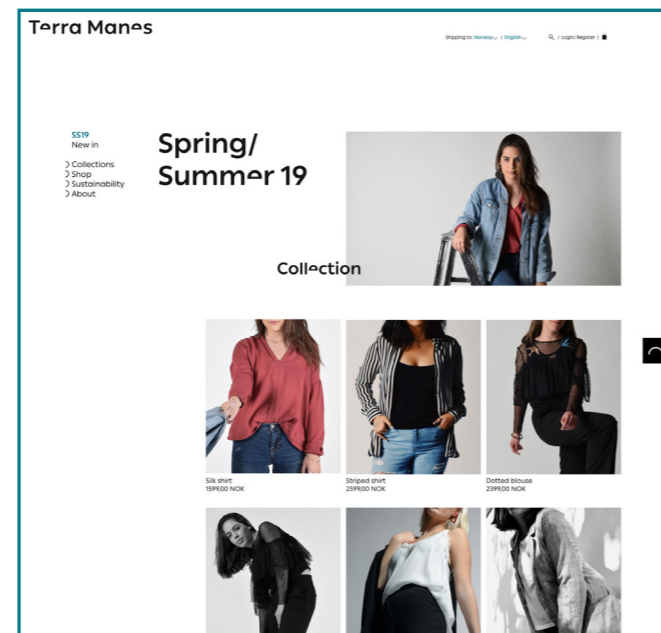
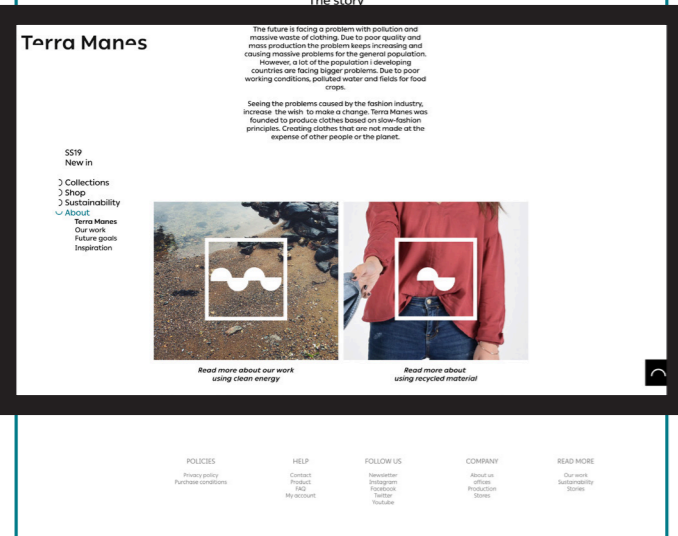
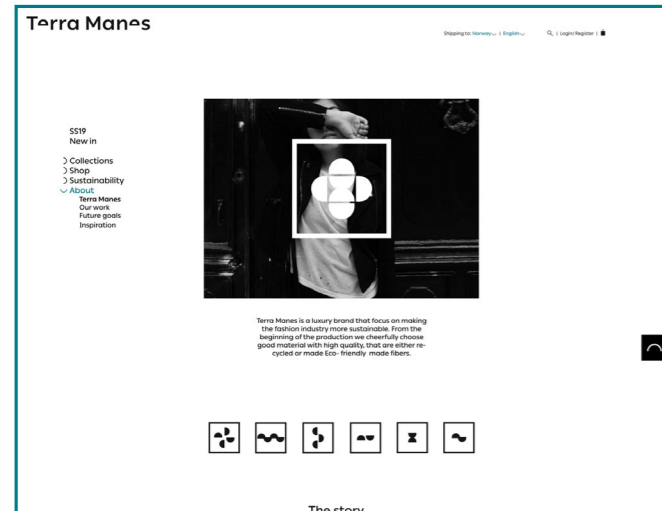


TAKKEKORT INFORMASJONSKORT

Eksempel på hvordan takkekort/ informasjonskort ser ut, med både typografi, symboler og logo i bruk. skal utleveres ved online- ordre til kunden. Benytter ulike vektter av profilskriften, for å skape variasjon. Ta utgangspunkt i Ping LCG regular og Bold.



NETTSIDE DESIGN



SKILT STRUKTUR

Skiltene skal basere seg på den egendefinerte typografien til identiteten, og skal følge prinsippene på fargebruk av logo. Der kun primærfargene skal bli tatt i bruk.

Fasade

Fasaden skal alltid benytte hvit bakgrunn med svart tekst, da fasaden skal oppfattes som nøytral og med god leselighet.

Butikk/ interiør

Skiltene i butikken skal være synlige og forklarende. De teksten alltid skal forklare hvilken sesong, tilbud, nyheter eller om det er spesielle kolleksjoner. Det er lov å benytte seg av primærfarger på skiltene, men kun ved spesielle omstendigheter eller hvis butikk ønsker en generell forandring.

Terra Manes

Last chance

Fall/ Winter

Sale

Pre-fall

Limited

Resort

New in

Spring/ Summer

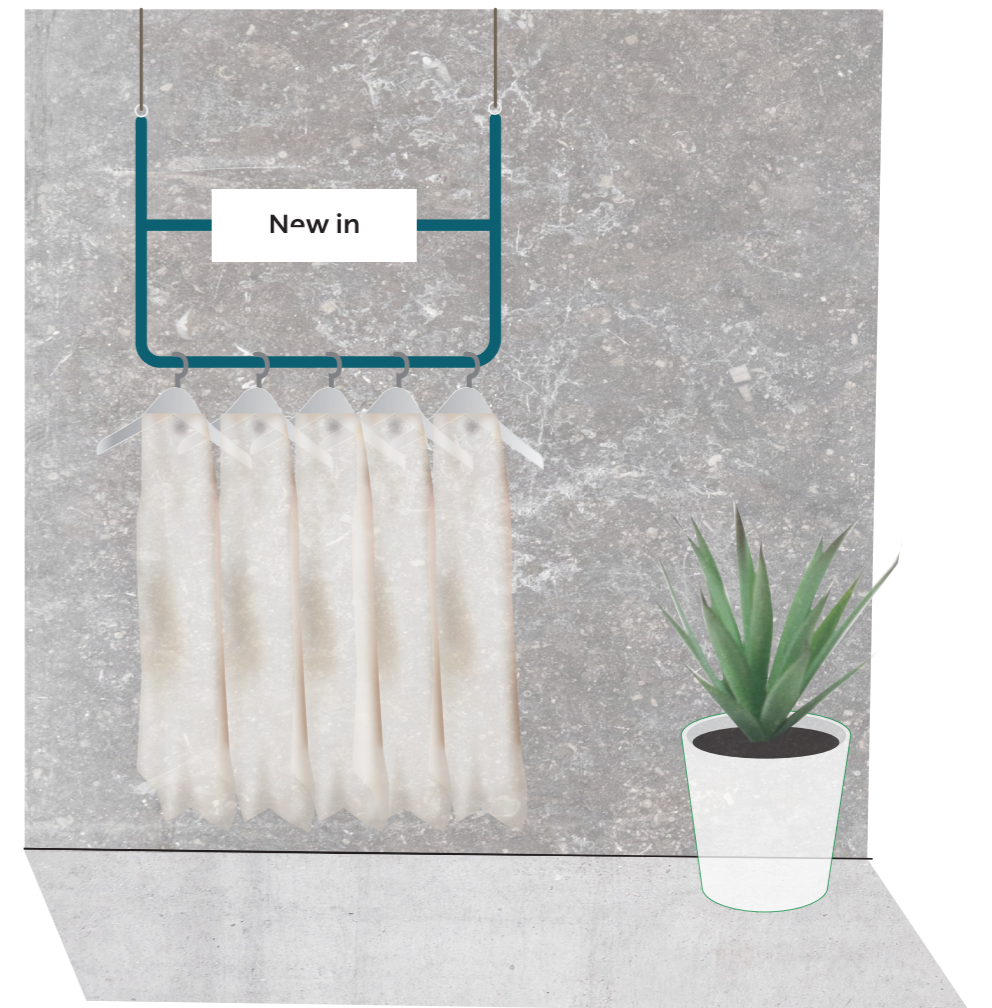
SKILT

EKSEMPEL PÅ BRUK

Fasade



Interiør



INTERIØR

EKSEMPEL PÅ DESIGN



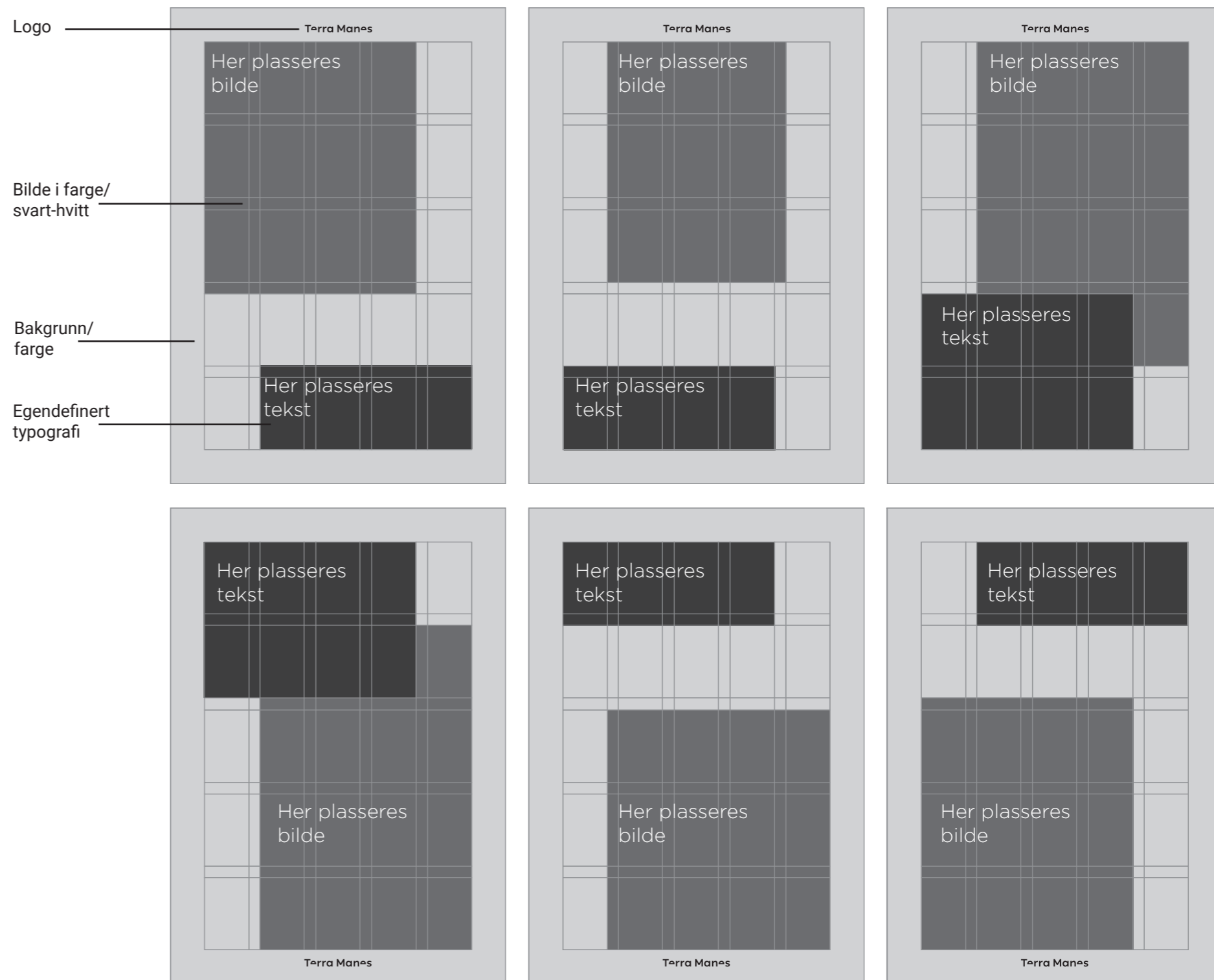
06 Kommersielt design

Plakater: standard	44
Annonser	46
Lookbook	48
Plakater: typografi-basert	52
Sosiale medier	53

PLAKAT MALER

Plakatene til Terra Manes skal fremstå som rene og oversiktlige. Fokuspunktet skal være bildet og den egendefinerte typografien, der logoen kun skal være et støtte element og referanse til identitet. Det er seks ulike maler man kan eksperimentere med, der logo alltid er plassert under eller over bildet. Valg av mal baserer seg på bildekvalitet, mengde på tekst og uttrykk som er passende. Teksten er alltid satt i den egendefinerte typografien og kan være satt i alle profilmargene, avhengig av farger på bilde og det som er passende. Teksten skal alltid beskrive noe i kolleksjon, og inneholde minimum et ord med "E" i seg. Bildene kan være satt i enten svart- hvitt eller farger, og kan vise helfigur eller utsnitt av elementer i et bilde.

Er det passelig eller spesielle omstendigheter, kan man benytte farget bakgrunn, men hvit bakgrunn er det man skal ta utgangspunkt i.



PLAKAT

EKSEMPEL PÅ DESIGN



ANNONSE MALER

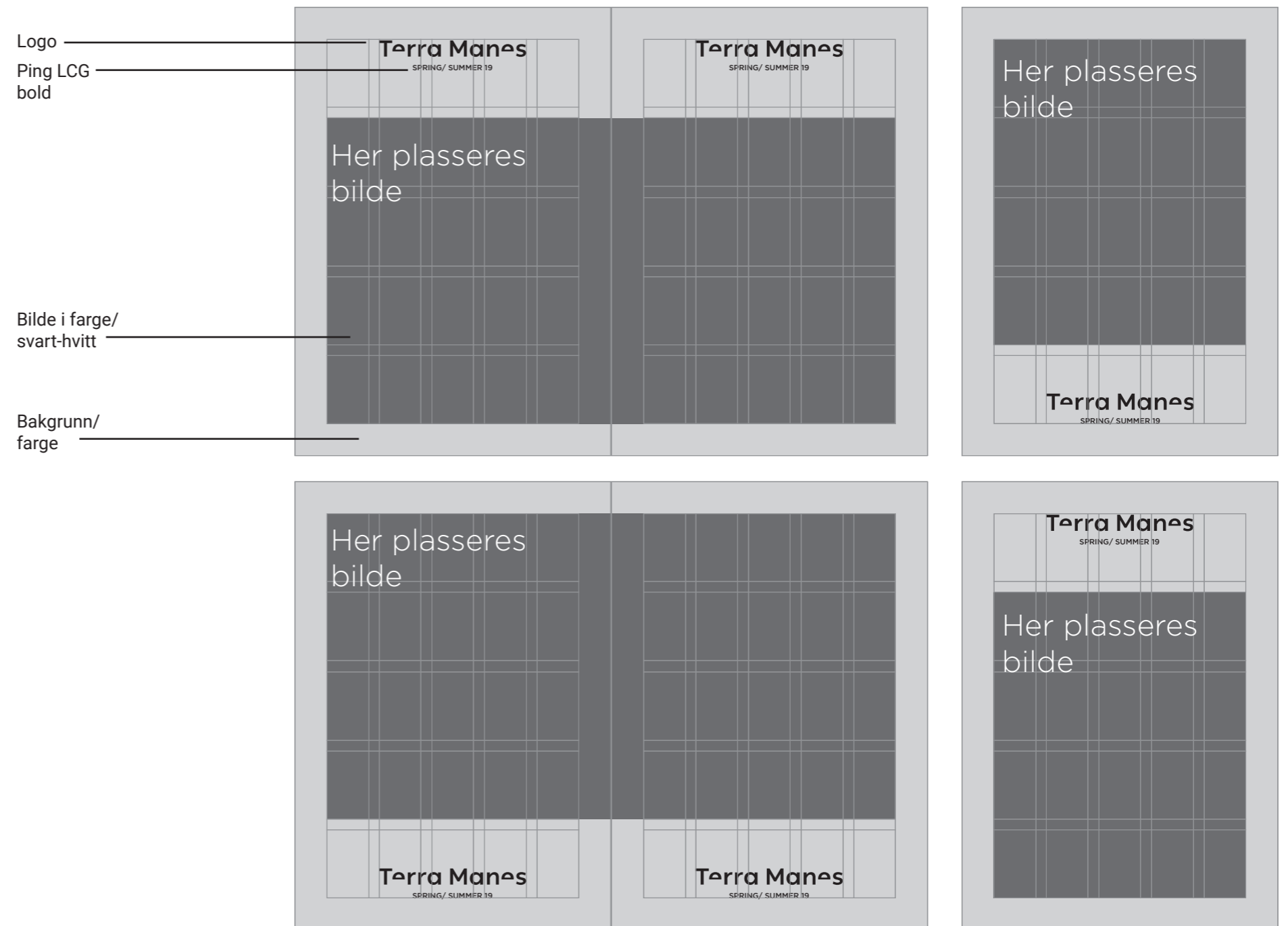
Hensikten med annonsene er å presentere og selge merket. Derfor vil logoen ha en større tilstedeværelse i annonser, som skal bli publisert i magasiner og andre former for redaksjonelt design.

Enkeltside

Bruken av enkeltsider som annonser er de som skal bli mest tatt i bruk. Her er det to ulike varianter av maler man kan benytte, der de eneste elementene som blir brukt på flaten er logoen, sesongen det gjelder og bilde fra kolleksjonen. Logoen vil følge prinsippet om luft rundt logo og kun benyttes i primærfarger. Tekst med henvisning til årstid av kolleksjon kan benyttes i alle profilmfarger, så lenge fargevalg står i harmoni med fargevalget på logo.

Oppslag

Der det er behov og ønskelig, benyttes hele oppslaget som annonse til merket. Her gleder de samme prinsippene som enkeltside-annonse. Man har to maler, som hver har mulighet til å ha to varianter av plassering av logo og tekst.



ANNONSE

EKSEMPEL PÅ DESIGN



LOOKBOOK

MAL TIL LOOKBOOK

Lookbooken skal fokusere på å fremme identiteten til Terra manes. Der salg ikke står i fokus, kun følelsen og verdiene i merket. Lookbooken skal fremstilles elegant og rent, med elementer på hver siden som henviser tilbake til identiteten i ulike grader. Her benyttes både egendefinert typografi til titler og små undertitler man finner på utvalgte oppslag. Resten av teksten skal være satt i Profilskriften Ping LCG, med utgangspunkt i regular og bold. Logo står urørt, forholder seg til prinsippene med luft rundt, plassering og primærfargene. Valg av bildestil og farger, gjøres på bakgrunn av materialet man har å arbeide med.

Forside

Forsiden skal alltid ha logoen plassert midtstilt nederst, her kan man bruke logoen i Primærfarger, der man bruker best egnet farge ut fra bildebruk og valg av farger på tittel og tekst. Tittel/ kolleksjon skal alltid være plassert øverst, enten i høyre eller venstre hjørne. Bilde skal alltid plasser på motsatt hjørne av teksten. Farge på tekst og tittel kan velges ut fra både primær- og sekundærfargepalettet. Tittel skal stå i egendefinert typografi, undertitler i Ping LCG bold.

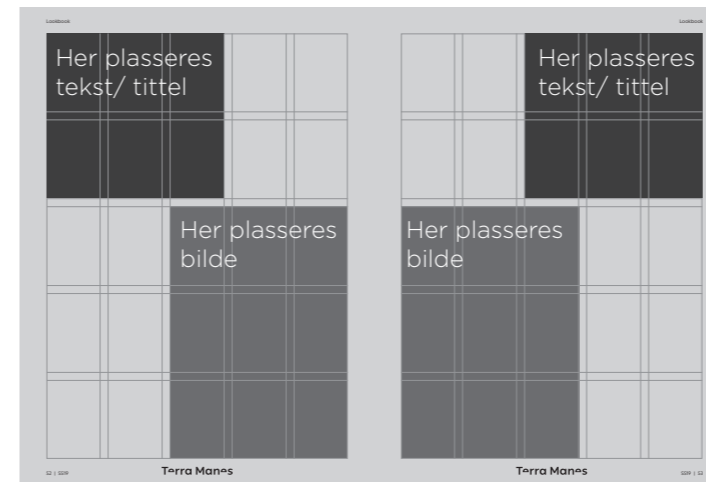
Informasjonssider

Informasjonssidene skal bestå av et oppslag med forklarende tekst relatert til kolleksjonen, der tittel/ tekst er satt i valgfri farge ut fra profilfargene. Samme farge brukt på tekst skal også benyttes som bakgrunnsfarge på halve motsatte side. Lookbooken skal ha et oppslag med forklaring og bakgrunn for merket, med fokus på å formidle kort essensen og hva bærekraft er for dem. Tekst skal settes i Ping, og hovedtitler skal settes i egendefinert typografi. På informasjonssidene er det lov å ta i bruk symbolene, hvis det er hensiktsmessig i relasjon til tekst og formål. Disse kan brukes i alle primærfargene.

Vanlig oppslag

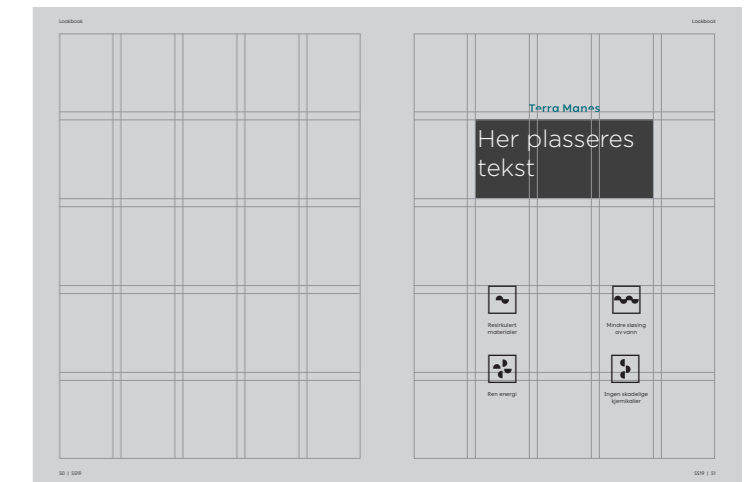
Vanlige oppslag skal fokusere på å selge merket, ikke klærne generelt. Det er lov å benytte seg av svart-hvitt bilder og fargebilder. Bildene skal være helfigur eller detaljbilder av klær. Dette bestemmes ut fra bildeutvalget, kolleksjon og samspill mellom elementene. På utvalgte sider skal det være små tekster, som er satt i den egendefinerte typografien. Denne skal beskrive deler av kolleksjonen. Det er lov å bruke farge som bakgrunn der det skulle passe seg. Er det brukt tekst på motsatt siden, skal disse være satt i samme farge.

Forside

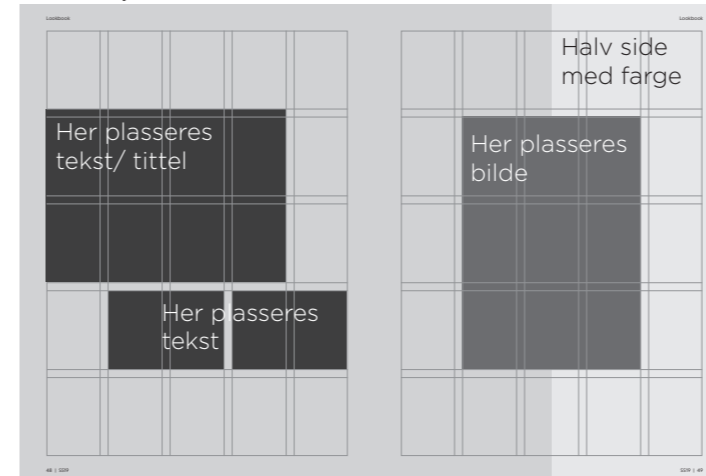


Forside

Informasjonsside



Informasjonsside

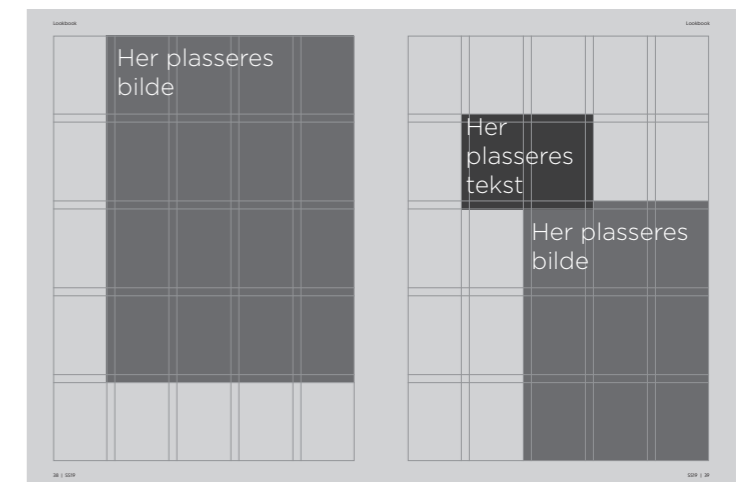
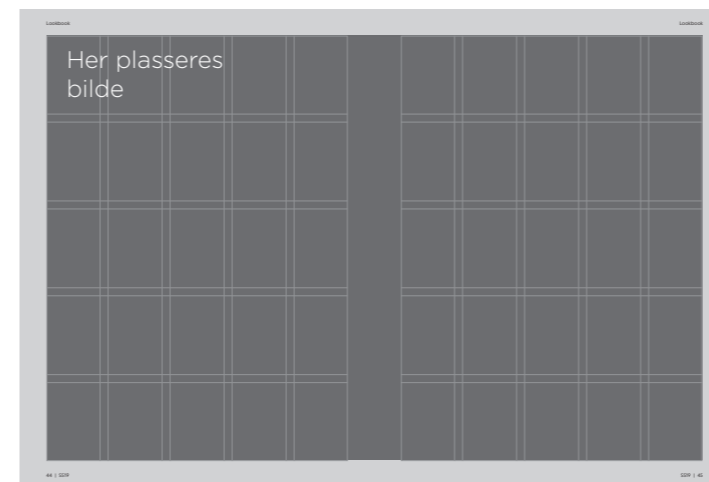
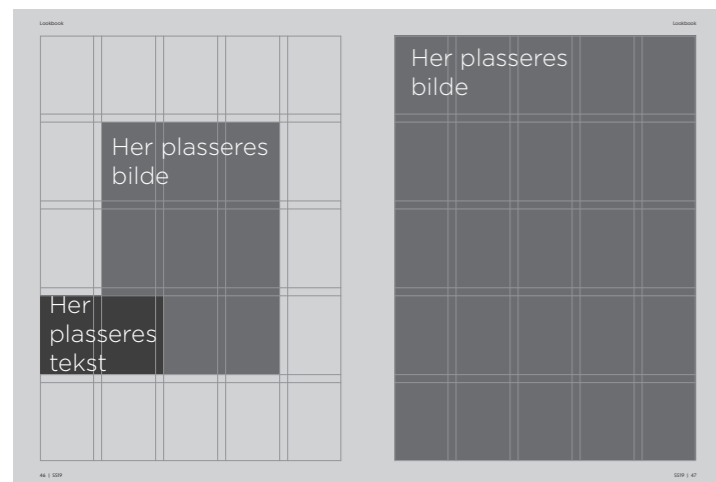
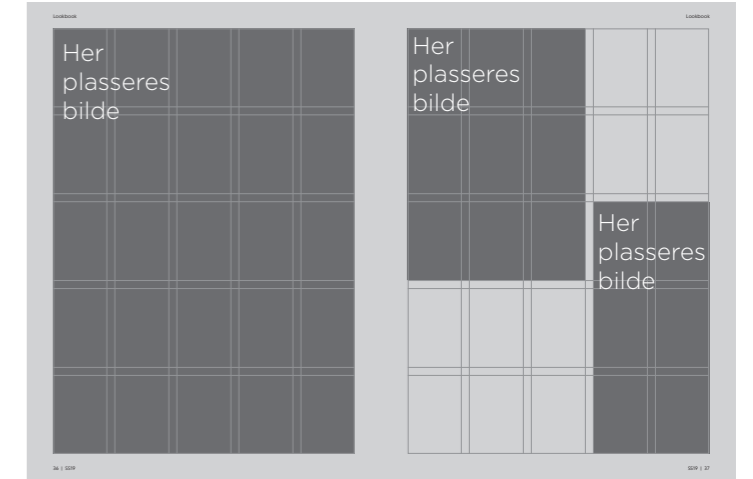
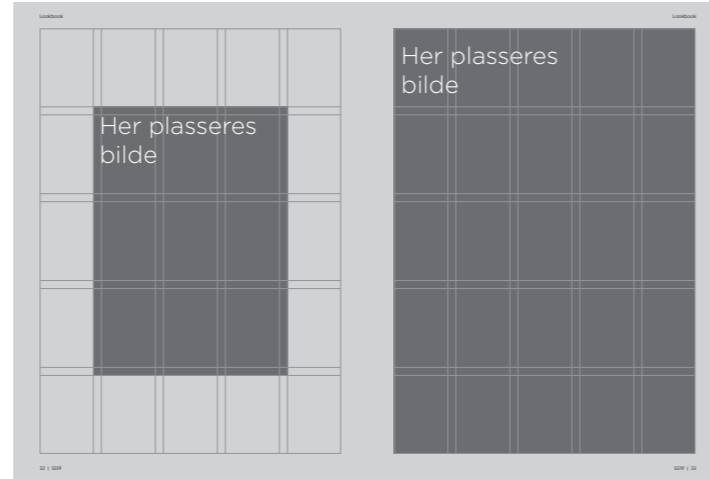


Informasjonsside



LOOKBOOK

MAL PÅ OPPSLAG



LOOKBOOK

EKSEMPEL PÅ DESIGN



LOOKBOOK

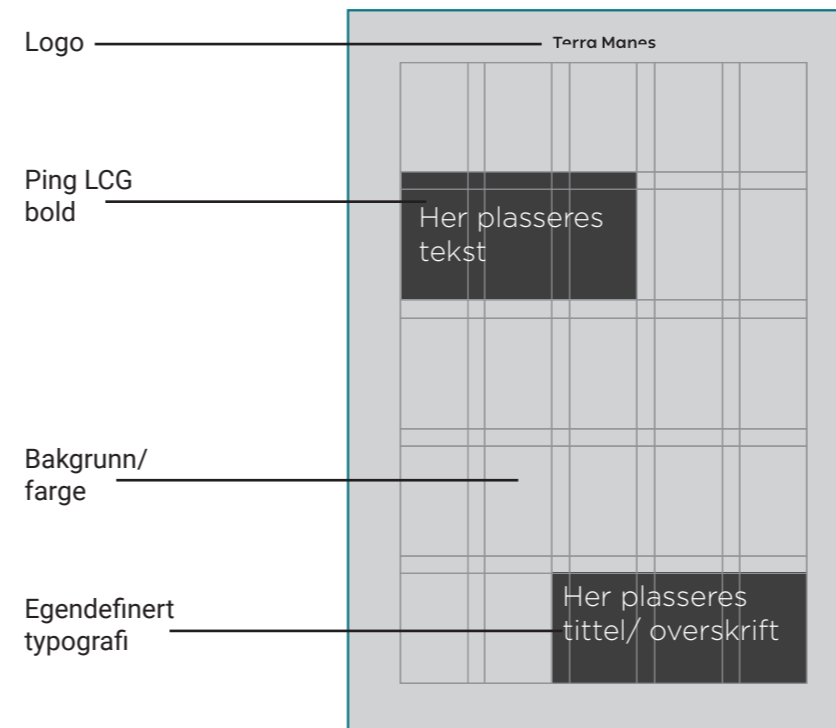
EKSEMPEL PÅ DESIGN



PLAKAT

TYPOGRAFI-BASERT

Ved annonsering lokalt i butikk og sosiale medier, kan plakater kun basert på typografi bli tatt i bruk. Her er formålet å holde kunden oppdatert på tilbud, nyheter og informasjon. Det er to maler man kan ta i bruk. Her benytter man egendefinert typografi på hovedtittel, Ping LCG Bold på tekst, der det er lov å variere med vekt for å fremme budskap på enkelt ord. Logo står urørt og følger prinsipper om luft rundt og plassering. Det er lov å bruke profilmfargene i designet av plakaten på bakgrunn og tekst, hvis det egner seg. Typografien skal plasseres slik at det skapes bevegelse og dynamikk i designet, og basere seg på den holistiske måten vi leser på. Her skal fokuset ligge på den egendefinerte typografien, som det bærende identitets elementet.



SOSIALE MEDIER

INSTAGRAM OG FACEBOOK

Sosiale medier

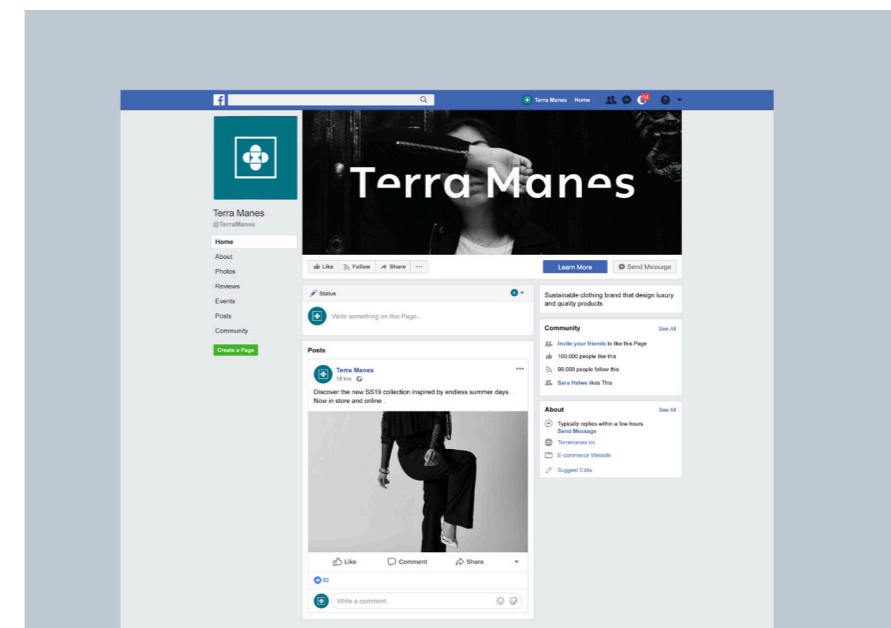
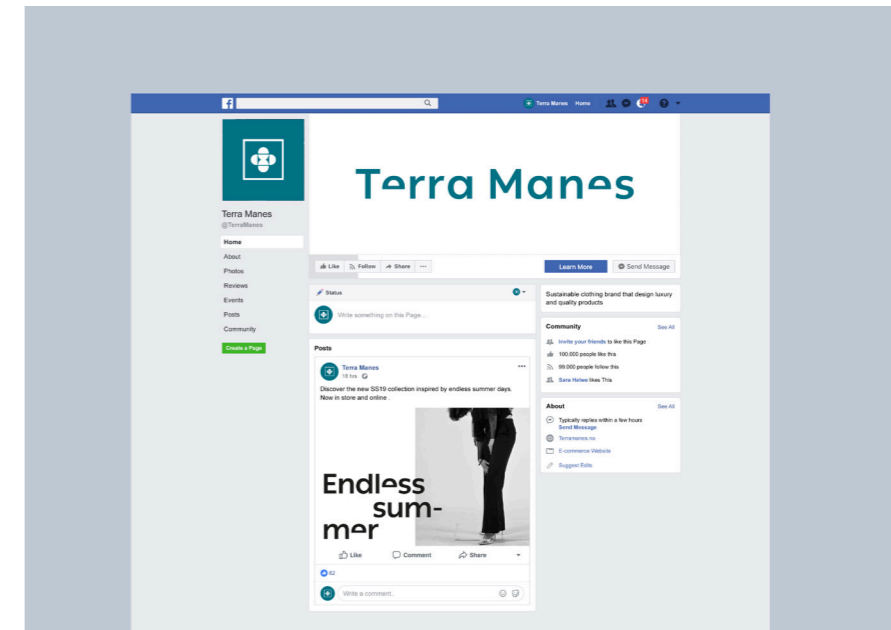
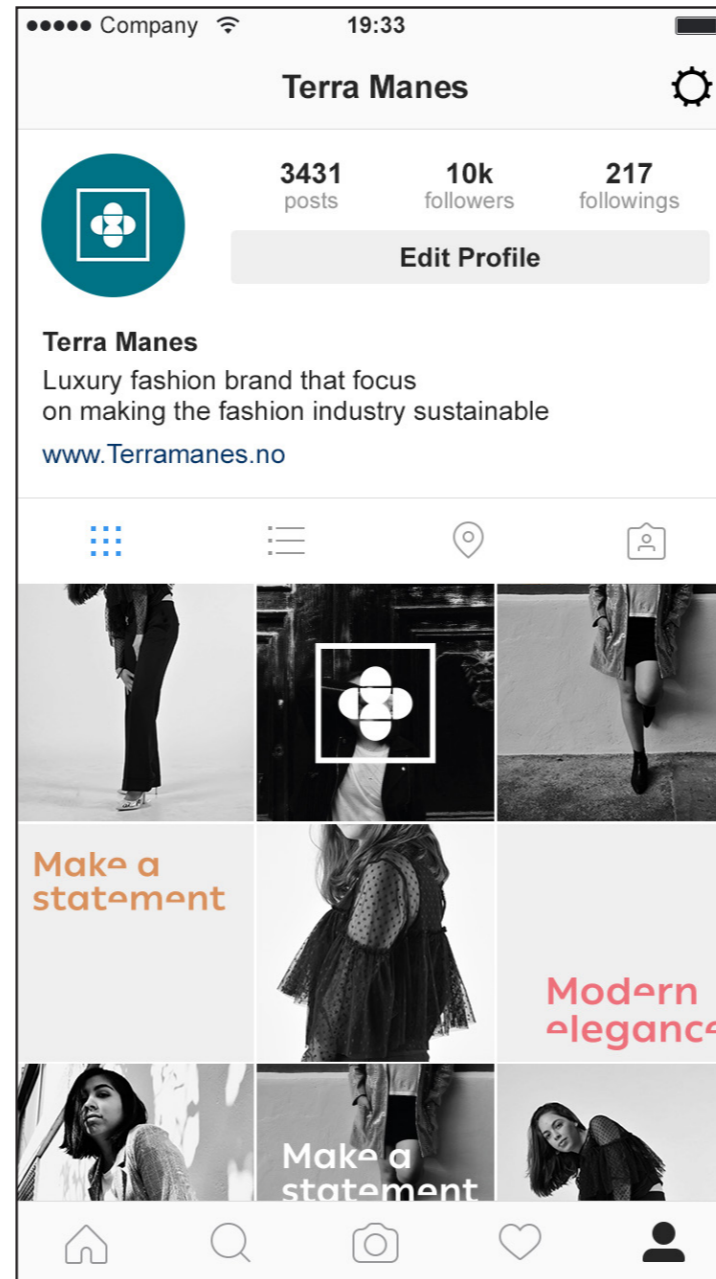
Terra Manes skal ha en sterk og tydelig profil på flere sosiale medier. Dette for å være tilgjengelig for forbrukeren. Både med oppdateringen av kolleksjoner, arbeid og kundeservice. Bildene demonstrerer eksempel på bruk av identiteten på de ulike sosiale medier-plattformene.

Instagram

På Instagram er det viktig å forholde seg til en gjennomført stil. Det er lov å benytte seg av bilder i farger eller svart-hvitt, Prinsippene om bruk symboler på ulike bakgrunner og bruken av egendefinert typografi. Alle innleggene skal ha en sammenhengende stil, slik at kontoen fremstår seriøs og estisk ren.

Facebook

På Facebook står man med noe større frihet, slik at identiteten står sterkt frem. Man forholde seg til prinsippene av bruk av elementer, men står mer fritt til hvordan man appliserer designet til innlegg.



07 Merkevarearkitektur

Samarbeid

56

MERKEVAREARKITEKTUR

VIDEREUTVIKLING OG SAMARBEID

Terra Manes skal en monolittisk merkevarearkitektur, men det skal ligge et grunnlag for videre ekspansjon av merket inn i samarbeid. I merkevarearkitekturen skal det ligge til rette for å inngå samarbeid med andre designere eller klesmerker ved spesielle kolleksjoner. Fargene brukt i logo baserer seg på om det er brukt farger i samarbeidslogo/ Designeren sitt skriftsnitt, eller ikke. Ta utgangspunkt i svart logo, eller farge hvis det er passende. Plassering av logo baserer seg på prinsippene med luft rundt logo.

A

Brukes i samarbeid med frittstående designere. Designernavn skrives enten i deres skriftsnitt, Eller Ping LCG Bold.

B

Brukes når det er samarbeid med annet klesmerke. Der benyttes logo fra samarbeidspartner ved siden av logo til Terra Manes.

C

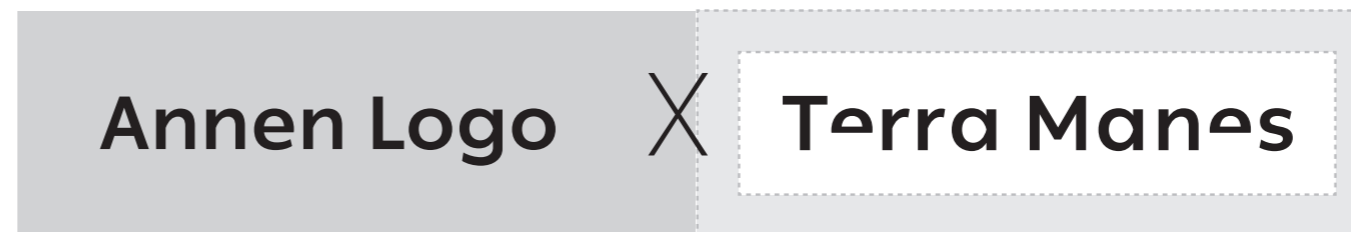
Brukes når Terra Manes blir invitert til samarbeid med annet klesmerke.



A



B



C

