



КООРДИНАЦІЙНИЙ ЦЕНТР З НАДАННЯ ПРАВНИЧОЇ ДОПОМОГИ

НАКАЗ

від _____

Київ

№ _____

Про затвердження брендбука системи надання безоплатної правничої допомоги

Відповідно до Закону України «Про безоплатну правничу допомогу», Положення про Координаційний центр з надання правничої допомоги, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 6 червня 2012 р. № 504 «Про утворення Координаційного центру з надання правничої допомоги та ліквідацію Центру правової реформи і законопроектних робіт при Міністерстві юстиції», з метою підвищення впізнаваності та уніфікації візуальних матеріалів системи надання безоплатної правничої допомоги

НАКАЗУЮ:

1. Затвердити брендбук системи надання безоплатної правничої допомоги, що додається.
2. Установити, що створення всіх візуальних матеріалів з метою правопросвітницької та комунікаційної діяльності системи надання безоплатної правничої допомоги здійснюється з використанням основних підходів до дизайну (логотипа, шрифтів, кольорів, візерунків, ефектів тощо), викладених у брендбуці, що затверджений пунктом 1 цього наказу.
3. Контроль за виконанням цього наказу покласти на першого заступника директора О. Василяку.

Директор

Олександр БАРАНОВ



Координаційний центр з надання правничої допомоги
ДОКУМЕНТ СЕД АСКОД

Сертифікат [6FA97849F1B2570D040000004AD40000AB430500](#)
Підписувач [БАРАНОВ ОЛЕКСАНДР ОЛЕКСАНДРОВИЧ](#)
Дійсний з [23.11.2024 11:40:30](#) по [23.11.2025 11:40:30](#)



№ 31 від 21.07.2025

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Координаційного центру з
надання правничої допомоги
_____ 2025 року №__



БРЕНДБУК

2024
ВЕРСІЯ 2.0



ПРО БРЕНД

Кожна людина має право на професійну правничу допомогу. У випадках, передбачених законом, ця допомога надається безоплатно. Це гарантується Конституцією України.

Для надання правничих послуг людям у 2012 році утворено систему надання безоплатної правничої допомоги (БПД) — мережу точок доступу до правничої допомоги по всій Україні та канали, якими можна отримати послуги дистанційно: телефоном та онлайн.

Надають правничу допомогу штатні юристи системи БПД та адвокати, які співпрацюють із системою. Фінансується робота системи БПД з Державного бюджету України.



ЦІЛЬ БРЕНДУ

Захист прав людини шляхом забезпечення рівного доступу до правової інформації та правосуддя, посилення правових можливостей і правової спроможності представників соціально вразливих груп, територіальних громад та спільнот.

Фахівці системи БПД надають різні види правничої допомоги — від юридичних консультацій та складення заяв, скарг, інших документів до захисту та представництва інтересів у суді.

ЗМІСТ

БЛОК 1 ЛОГОТИП ТА БРЕНД-ІДЕНТИЧНІСТЬ

Основна версія логотипа	03
Побудова логотипа	04
Варіативність логотипа	05
Англомовна версія логотипа	06
Масштабування логотипа	07
Захисне поле логотипа	08
Кобрендинг логотипа	09
Неприпустиме використання логотипа	10
Типографіка	12
Монохромна версія логотипа	14
Кольорова палітра та логотип	15
Основна кольорова палітра	16
Додаткова кольорова палітра	17
Поєднання в макетах	18
Фірмовий патерн та його побудова	20
Використання патерна	21
Ефект підсвічення та його побудова	23
Ефект підсвічення та його використання	24
Ключове зображення	26
Піктограми	28

БЛОК 2 ЦИФРОВІ ПРОЯВИ ІДЕНТИЧНОСТІ

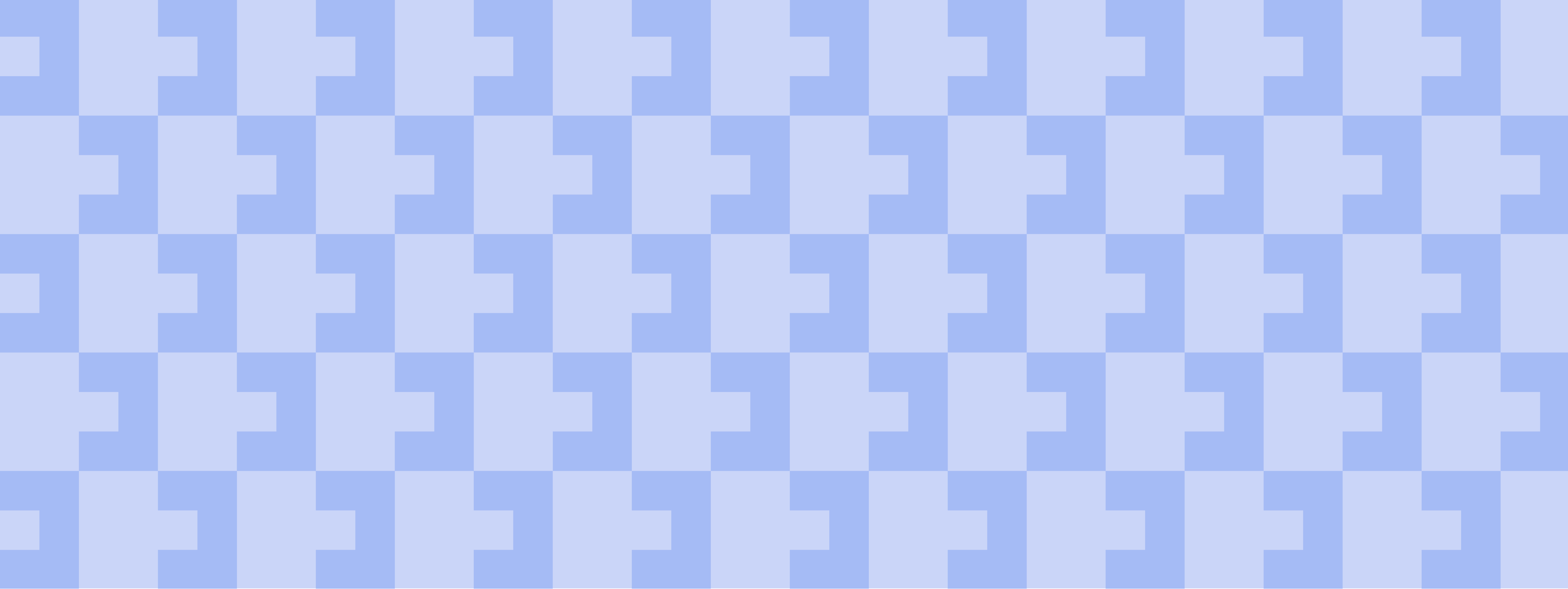
Шаблон презентації	31
Шаблон підпису для електронного листа	33
Використання електронного підпису	34
Соціальні мережі	36

БЛОК 3 СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Брендована ручка	47
Брендований блокнот	49
Брендована сумка	52
Брендований силіконовий браслет	53
Брендована чашка	54
Брендований олівець	55
Бейдж	56
Флешка	58
Футболка	59
Футболка поло	61
Жилет	63
Наліпки	65

БЛОК 4 ДРУКОВАНА ПРОДУКЦІЯ

Візитівка	68
Персональна візитівка	69
Папка	70
Конверт	71
Концепція пресрелізу	72
Концепція сертифіката	73
Бланк	75
Х-банер	76
Фасадна вивіска	78
Внутрішня навігація	79
Зовнішня реклама	82
Буклет	84
Брошура	86
Іменна табличка	88
Інформаційна дошка	89
Інформаційний стенд	90



ЛОГОТИП ТА БРЕНД-ІДЕНТИЧНІСТЬ

БЛОК 1

ЛОГОТИП

У цьому розділі — правила та рекомендації щодо використання логотипа: його основна версія, побудова і символізм, варіативність, масштабування, захисне поле та кобрендинг.

ОСНОВНА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПА



Основна частина логотипа складається з графічної частини та текстової. Текстова частина логотипа набрана шрифтом Intro. Графічна частина містить дві прямокутні дужки, а текстова – написання повної назви у три рядки з вирівнюванням за лівим краєм.

Дужки символізують протилежні сторони судового процесу та руки, що захищають. А внутрішній простір нагадує хрест, що символізує допомогу.

[Завантажити](#)

ПОБУДОВА ЛОГОТИПА



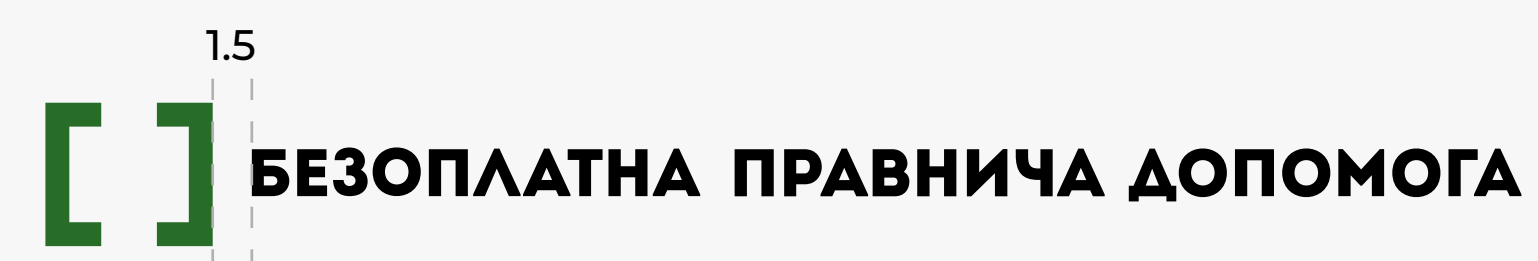
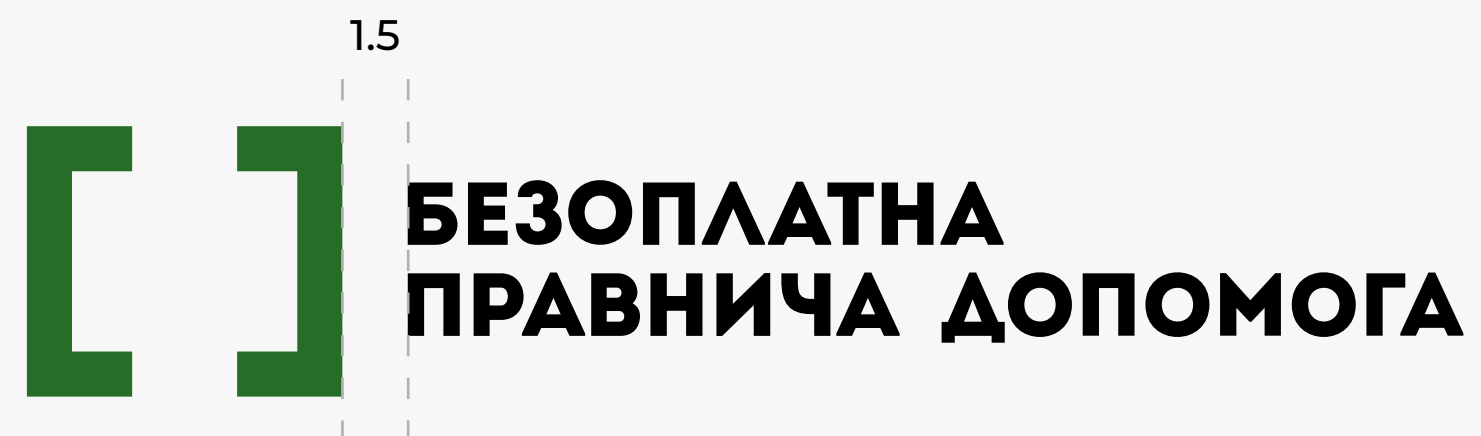
Модулем для побудови логотипа є квадрат, який є складовою однієї з дужок. Розмір, пропорції та відстані розраховуються з орієнтацією на його ширину та висоту.

Ширина всього логотипа дорівнює дев'яти модулям, а висота – шести.

Текстова частина логотипа займає 30% простору всієї композиції.

Модуль, згаданий вище, має фундаментальне та універсальне значення для побудови другорядних елементів айдентики, а саме патернів, Highlight effect та його міжрядкового інтервалу, вимірювання відступів між елементами тощо.

ВАРІАТИВНІСТЬ ЛОГОТИПА



Варіативність логотипа існує в 4 додаткових версіях.

Залежно від формату та орієнтації макета (горизонтальний банер, вертикальний банер, бейдж або флешка), використовуйте оптимальну варіативну версію логотипа. Це забезпечить зчитуваність та впізнаваність бренду.

Охоронне поле між графічною частиною та текстовою становить півтора або один модуль.

Завантажити

АНГЛОМОВНА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПА



Англomовна версія логотипа існує у єдиному форматі. Ширина та висота текстової частини підібрані так, щоб забезпечити логотипу зчитуваність та впізнаваність бренду.

Завантажити

МАСШТАБУВАННЯ ЛОГОТИПА



Не рекомендовано
використовувати основну
версію логотипа в масштабі
з висотою, меншою за 23 мм.

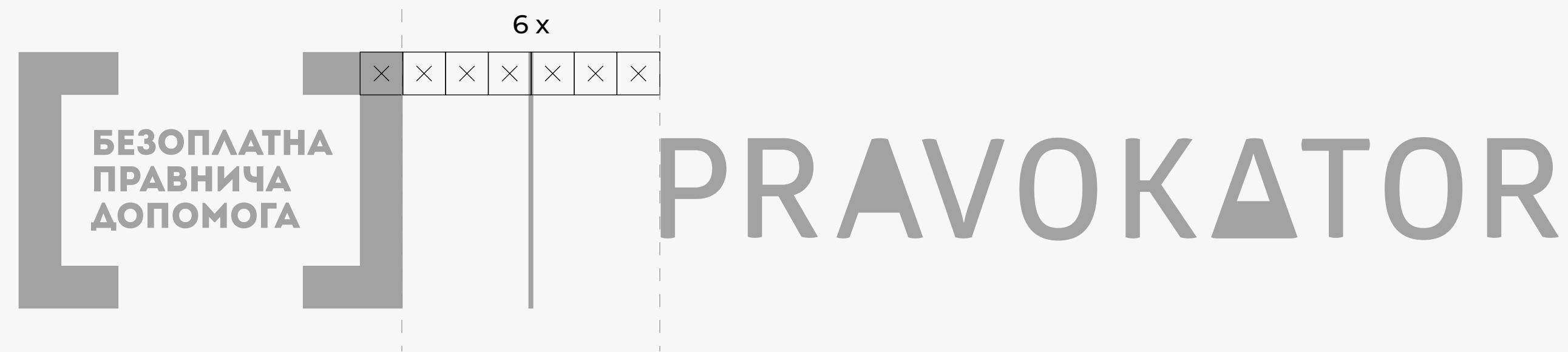
ЗАХИСНЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА



Захисне поле, а саме мінімальна відстань від логотипа до тексту або інших графічних елементів, має бути не менше ніж два модулі.

Це правило працює однаково як для основної, так і для мінімалістичної версії логотипа.

КОБРЕНДИНГ ЛОГОТИПА



Кобрендинг використовуйте через вертикальну риску, яка розділяє логотипи. Для цього розміщуйте їх на відстані 6 модулів з рисою посередині.

Також можна використовувати один або декілька логотипів поруч. Розміщуйте наступний логотип на відстані 6 модулів.

НЕПРИПУСТИМЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПА



Зміна шрифту та використання інших нарисів



Будь-які трансформування та розтягування



Зміна кольорів або додавання нових напівтонів



Додавання обводки до графічної або текстової частини



Зміна пропорцій та положення текстової частини



Додавання будь-яких ефектів



Використання файлів логотипа недостатньої якості



Використання неправильного масштабування

Для збереження ідентичності та правильного функціонування логотипа дотримуйтеся правил щодо неприпустимого використання логотипа, зазначених на цьому слайді.

ТИПОГРАФІКА

Розділ «Типографіка» містить перелік шрифтів для використання у дизайн-макетах.

Відчуття ясності та відкритості викликає шрифт Geologica, який є гуманістичним гротеском. Він приваблює своїм поєднанням одночасно ділового та збалансованого характеру.

Шрифт Inter — вдала пара до Geologica, підкріпить експертність бренду своєю чіткістю та читабельністю як на цифрових, так і на друкованих матеріалах.

ТИПОГРАФІКА

Geologica Bold

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеєжзиіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
0123456789

Inter Regular

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ
абвггдеєжзиіїйклмнопрстуфхцчшщьюя
0123456789

Завантажити

ЮРИСТИ СИСТЕМИ БПД НАВЧАЮТЬСЯ НАДАВАТИ ПЕРШУ ПСИХОЛОГІЧНУ ДОПОМОГУ

Юристи системи БПД пройшли тренінг з першої психологічної допомоги. Його провів у Чернівцях Український Червоний Хрест за підтримки Координаційного центру з психічного здоров'я КМУ.

На тренінгу учасники дізналися, що таке перша психологічна допомога та кому її надавати, ознайомились зі складними реакціями та допомогою в таких випадках.

КОЛЬОРИ

У цьому розділі — рекомендації щодо використання монохромної версії логотипа, кольорової палітри та логотипа, основної та додаткової кольорової палітр та поєднання кольорів у макетах.

Кольорова палітра передає відчуття довіри та гуманності. Це транслює індивідуальний підхід до клієнтів, емпатичність і дружелюбність.

Варіативність кольорової палітри дозволить створювати різноманітні та виразні дизайн-макети, які будуть підсилювати професійність та імідж бренду.

МОНОХРОМНА ВЕРСІЯ ЛОГОТИПА



Логотип можна використовувати в монохромній версії (чорний на білому фоні) та в інверсії (білий на чорному фоні).

КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА ТА ЛОГОТИП



Логотип може використовуватися на кольорових фонах, але він має бути білого кольору, а фон — одного із зазначених у брендбуці.

Використовувати логотип чорного кольору та на фонах іншого кольору заборонено.

ОСНОВНА КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА

VERDANT VERITY

HEX: 286E28 RGB: 40 / 110 / 40 CMYK: 71 / 5 / 100 / 45 PANTONE: 2465 C

SLATE SOLUTION

HEX: 000000 RGB: 0 / 0 / 0 CMYK: 20 / 20 / 20 / 100 PANTONE: Black C

IVORY AGENCY

HEX: FFFFFFFF RGB: 255 / 255 / 255 CMYK: 0 / 0 / 0 / 0

Основними фірмовими кольорами бренду є Verdan Verity, Slate Solution та Ivory Agency. Темно-зелений символізує доступність та компетентність установи, чорний – експертність та досвідченість сервісу, а білий – прозорість та зрозумілість послуг компанії.

Варто звертати особливу увагу на спосіб використання кольорових графічних елементів та застосовувати палітру для друку або для вебу відповідно.

Verdan Verity використовуйте для великих текстів, Slate Solution призначений для звичайних текстів, а Ivory Agency застосовуйте, щоб полегшити дизайн макетів.

ДОДАТКОВА КОЛЬОРОВА ПАЛІТРА

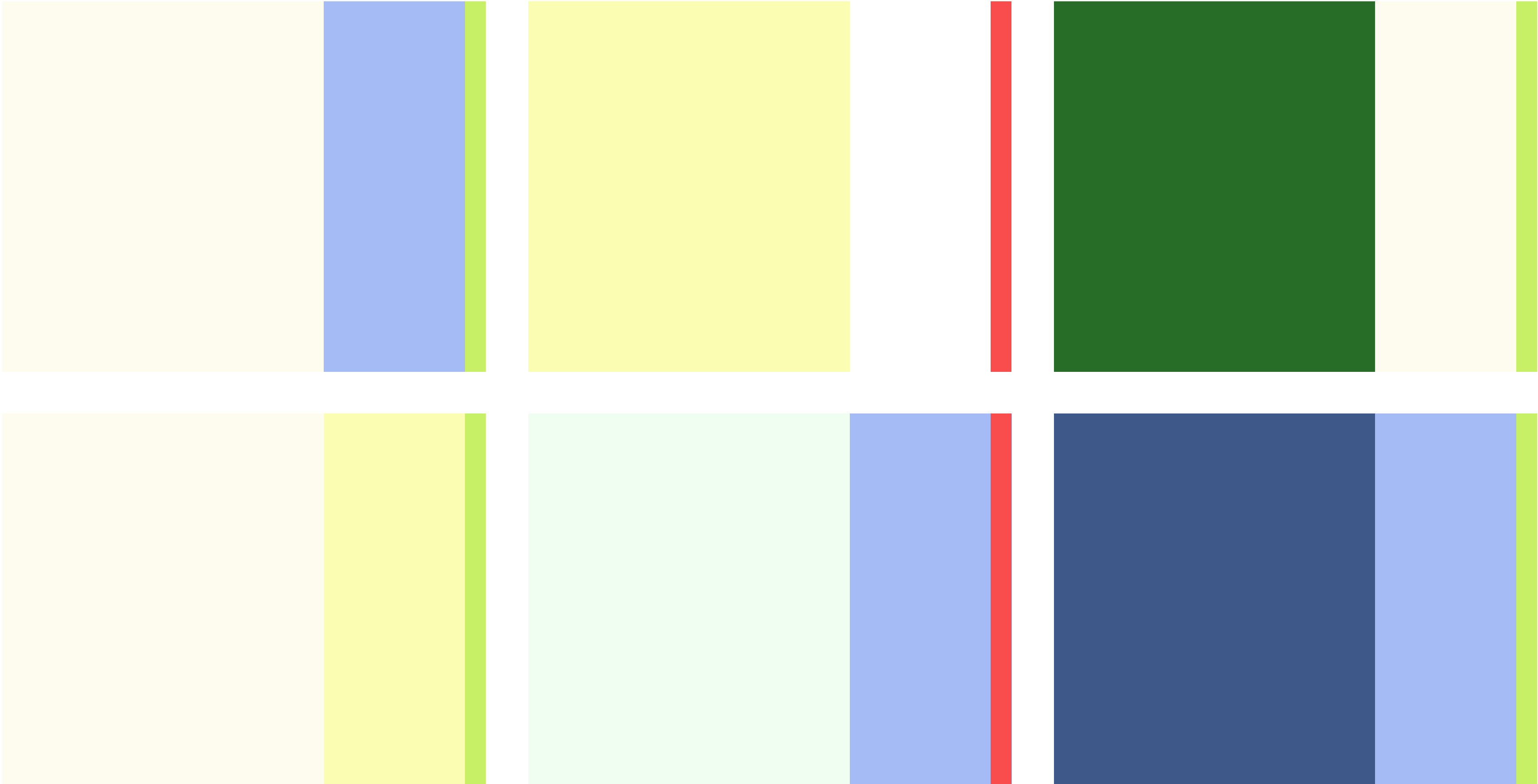
BIANCA	HEX: FFFDEF	RGB: 255 / 253 / 239	CMYK: 0 / 0 / 6 / 0	PANTONE: Yellow 0131 C
HONEYDEW	HEX: F0FFF0	RGB: 240 / 255 / 240	CMYK: 13 / 0 / 9 / 0	PANTONE: 621 C
PARCHMENT	HEX: FBFEB3	RGB: 251 / 254 / 179	CMYK: 1 / 0 / 44 / 0	PANTONE: 600 C
JORDY BLUE	HEX: A5BBF5	RGB: 165 / 187 / 245	CMYK: 39 / 19 / 0 / 0	PANTONE: 2128 C
DUSK	HEX: 3F5989	RGB: 63 / 89 / 137	CMYK: 97 / 70 / 0 / 2	PANTONE: 7684 C
CLOVER COUNSEL	HEX: C7F167	RGB: 199 / 241 / 103	CMYK: 29 / 0 / 64 / 0	PANTONE: 366 C
BEAN RED	HEX: F94D4D	RGB: 249 / 77 / 77	CMYK: 0 / 83 / 81 / 0	PANTONE: Warm Red C

Для різноманітності та виразності айдентики використовуйте додаткову палітру кольорів. А саме кольори: Bianca, Honeydew, Parchment, Jordy Blue, Dusk, Clover Counsel та Bean Red.

Bianca та Honeydew використовуйте як фони для дрібного тексту, Parchment і Jordy Blue — як фон для середнього тексту або підсвічення. Dusk — так само як і Verdan Verity — для великих текстів.

Clover Counsel та Bean Red призначені для акцентування.

ПОЄДНАННЯ В МАКЕТАХ



Приклади кольорових поєднань для створення дизайн-макетів.

Стале використання поєднань кольорів сприятиме впізнаваності бренду та виглядатиме професійно і естетично.

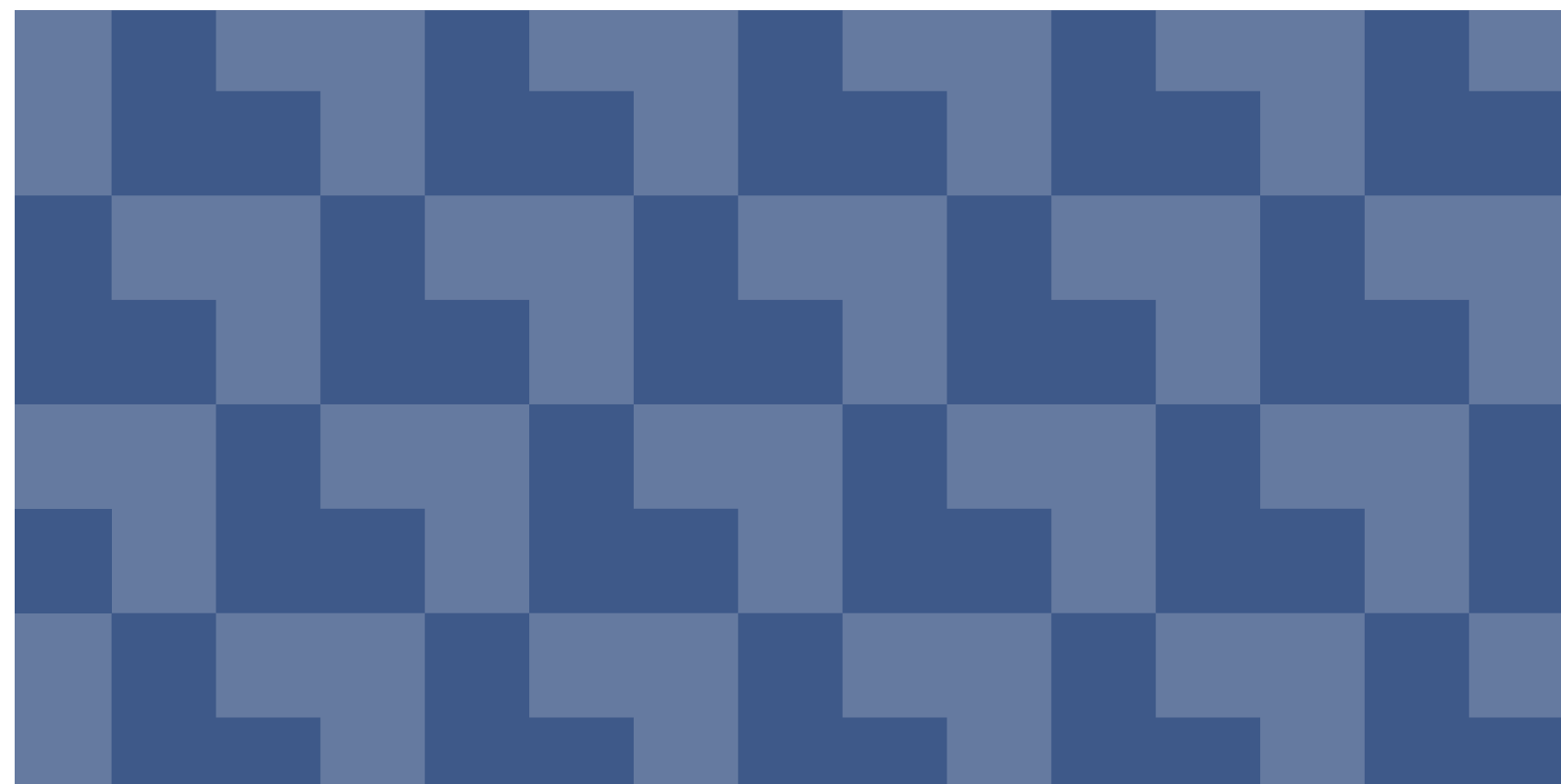
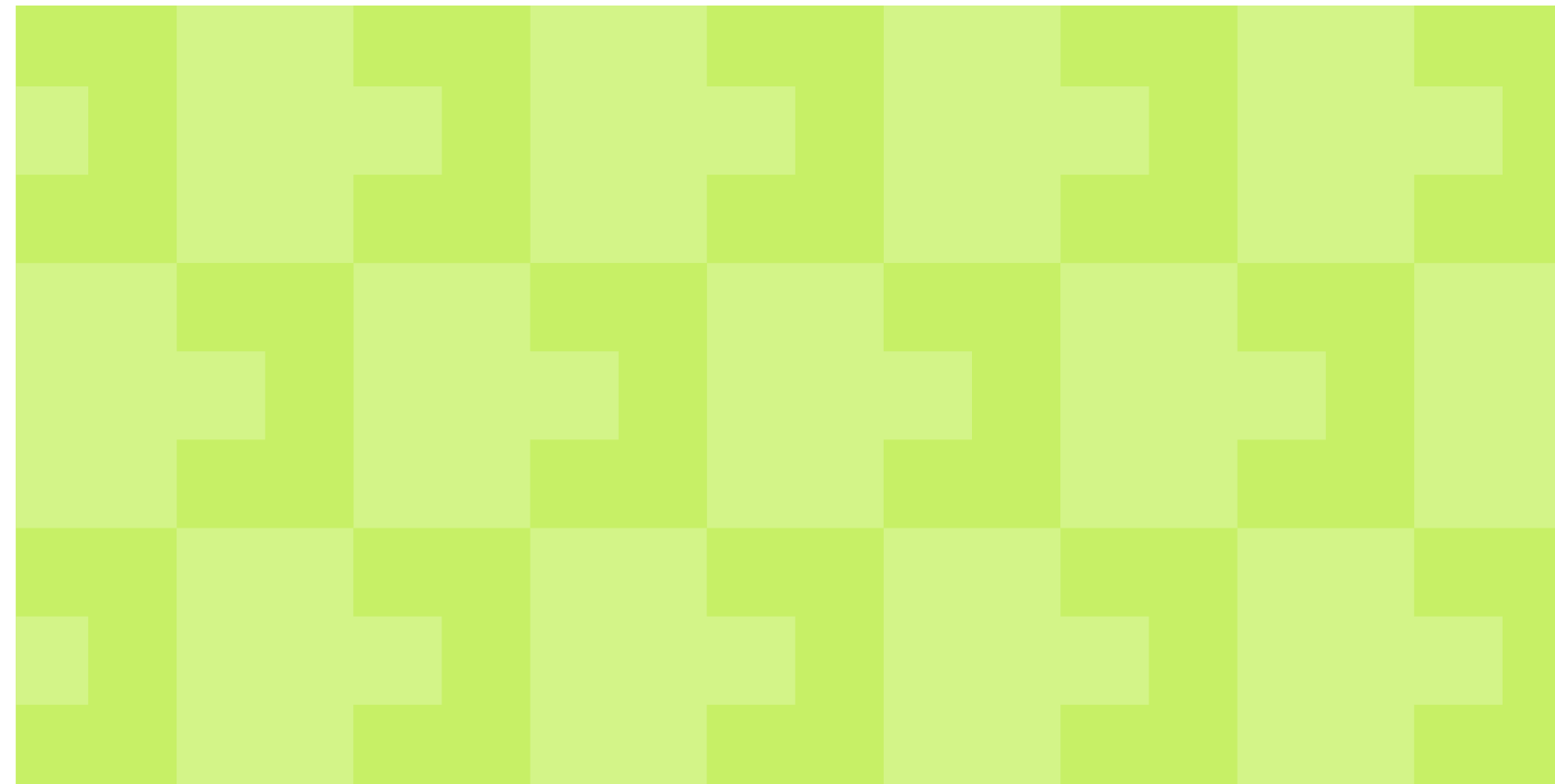
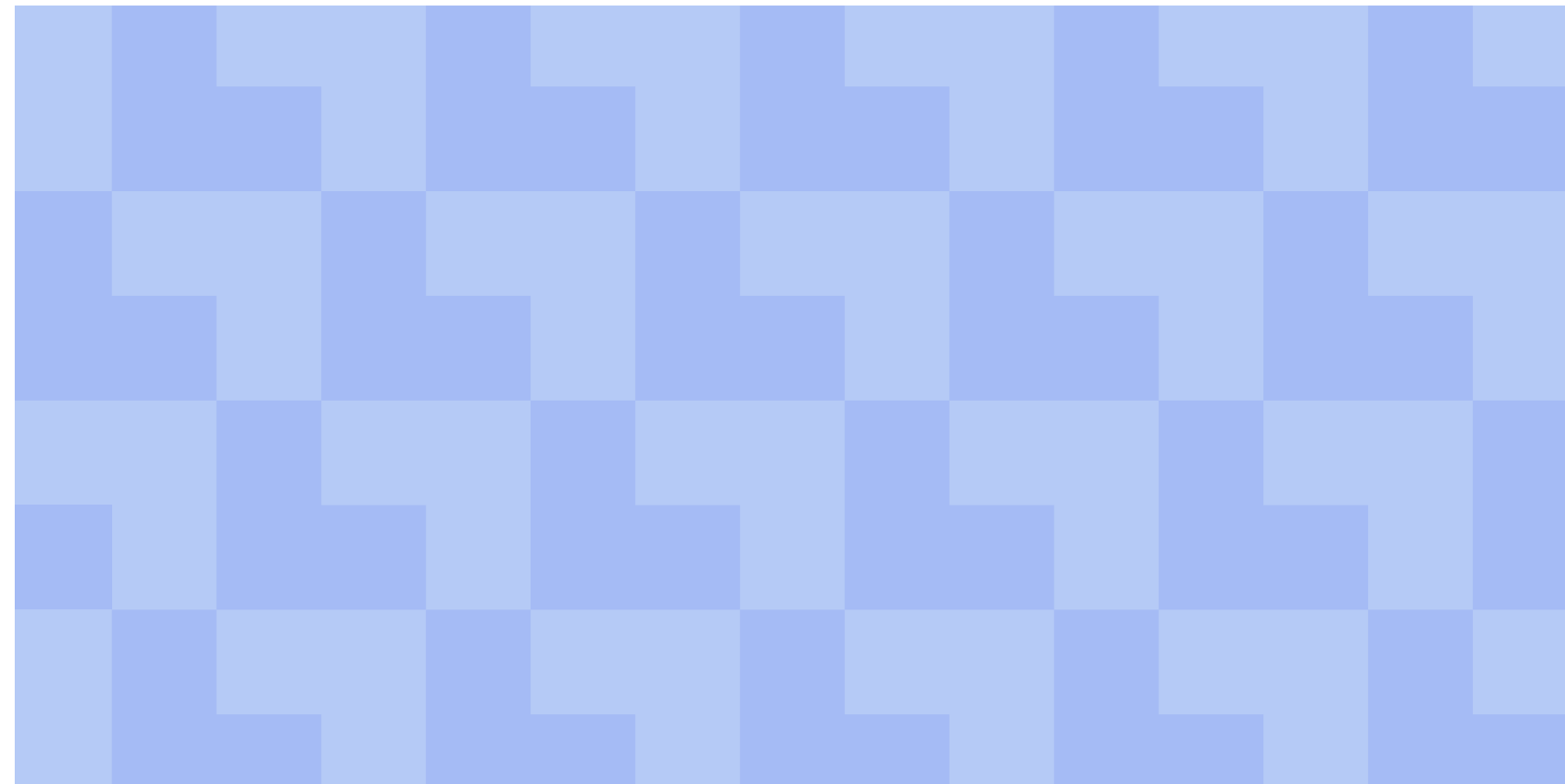
ПАТЕРНИ

Додатковим графічним елементом айдентики є патерн, який був натхнений формами логотипа та створений у геометричному стилі.

Використання патерна як додаткового елемента в композиції додає брендингу впізнаваності та виразності.

Цей самостійний елемент відіграє роль урівноваження простору та кольору в макеті.

ФІРМОВИЙ ПАТЕРН ТА ЙОГО ПОБУДОВА



Патерн існує у двох варіаціях за формою та у чотирьох за кольоровими поєднаннями. Для створення якісного макета враховуйте зазначені на слайді кадрування, масштаб та кольорові пари.

Для виразного та контрастного вигляду патерна користуйтеся простим правилом. Насиченість кольорів має бути така: фон – 80%, а патерн – 100%. Використовуйте патерни виключно у цих кольорах: JORDY BLUE, CLOVER COUNSEL, DUSK та VERDANT VERITY.

[Завантажити](#)

ВИКОРИСТАННЯ ПАТЕРНА



Патерн слід використовувати як окремий елемент в композиції.

Не використовуйте патерн, щоб заповнити понад 30% композиції (винятком може бути слайд презентації, де присутні виключно заголовки і патерн).

Використовувати патерн як фон і накладати на нього текст або інші елементи заборонено (винятком можуть бути фотографії або мокапи, які містять роботу над простором навколо тексту або інших важливих елементів).

ЕФЕКТ ПІДСВІЧЕННЯ

Для підтвердження візії бренду у візуальній айдентиці використовується ефект підсвічення, що підкреслює певне слово або вираз, на якому треба зробити акцент.

Цей ефект також можна застосувати в піктограмах, ключових цифрах, в інфографіці та для підкреслення важливої інформації, а також в анімаційних титрах та пекшотах.

ЕФЕКТ ПІДСВІЧЕННЯ ТА ЙОГО ПОБУДОВА

Кримінальний
процесуальний
кодекс України

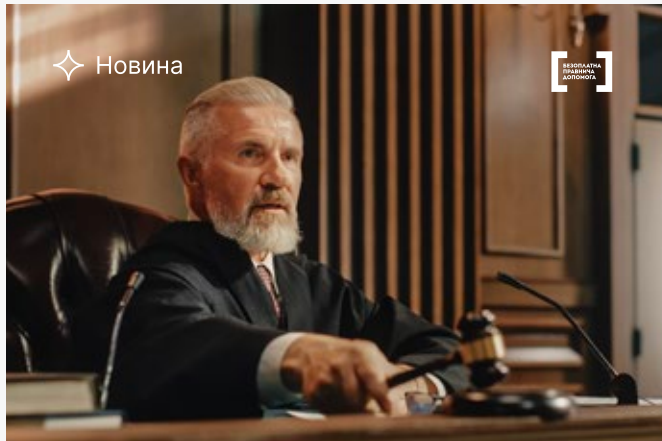


Щоб відтворити ефект підсвічення, використовуйте графічний фрейм навколо ключового слова або елемента.

Відстань від тексту до краю фрейма повинна дорівнювати двом модулям. Один модуль у цьому випадку дорівнює ширині літери «І».

Відстань між верхнім рядком та текстом з ефектом підсвічення має становити три модулі.

ЕФЕКТ ПІДСВІЧЕННЯ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ



ВСЕ ПРО
**МОБІЛІЗАЦІЮ
ВІЙСЬКОВОЗОБОВ'ЯЗАНИХ**

**КОЛИ СУД МОЖЕ
ВИЗНАТИ ЛЮДИНУ
ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТИ**

Фізична особа може бути визнана судом зниклою безвісти (безвісно відсутньою), якщо протягом 1 року в місці її постійного проживання немає відомостей про місце її перебування.

У разі неможливості встановити день одержання останніх відомостей про місце перебування особи початком її безвісної відсутності вважається:

**перше число місяця,
що йде за тим, у якому
були одержані
такі відомості**

**в разі необхідності
встановити цей
місяць – перше січня
наступного року**

**КОЛИ СУД МОЖЕ
ОГОЛОСИТИ ЛЮДИНУ
ПОМЕРЛОЮ**

**Якщо немає відомостей про неї протягом
3 років** у місці її постійного проживання

Якщо вона пропала безвісти за обставин, що загрожували їй смертю або дають підставу припускати її загибель протягом 6 місяців

Якщо є можливість вважати людину загиблою від певного нещасного випадку внаслідок надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру – протягом 1 місяця після завершення роботи спеціальної комісії, утвореної внаслідок надзвичайних ситуацій

**ОСНОВНІ ВИСНОВКИ
ДОСЯГНЕНЬ**



У 2023 році Вінницький місцевий центр з надання БВПД працював за річним планом, звітуючи про його виконання наприкінці року.



Центр розробляв квартальні плани діяльності та звітував про їхнє виконання, забезпечуючи ефективну правову допомогу.



Щоквартальні звіти відображали досягнення та виклики, сприяючи вдосконаленню процесу надання правової допомоги.

ПОРІВНЯННЯ

87%

У 87% звернень Регіональний центр працював за річними та квартальними планами, регулярно звітуючи про виконання.

41%

У 41% звернень Регіональний центр працював за річними та квартальними планами, регулярно звітуючи про виконання.

Ефект підсвічення використовуйте для підкреслення слова або виразу всередині коротких речень.

Не варто підсвічувати довгі вирази або переносити ефект підсвічення з одного рядка на інший.

Обирайте такі кольори для підсвічення: CLOVER COUNSEL, PARCHMENT.

На фоні кольору BEAN RED застосовуйте білий текст.

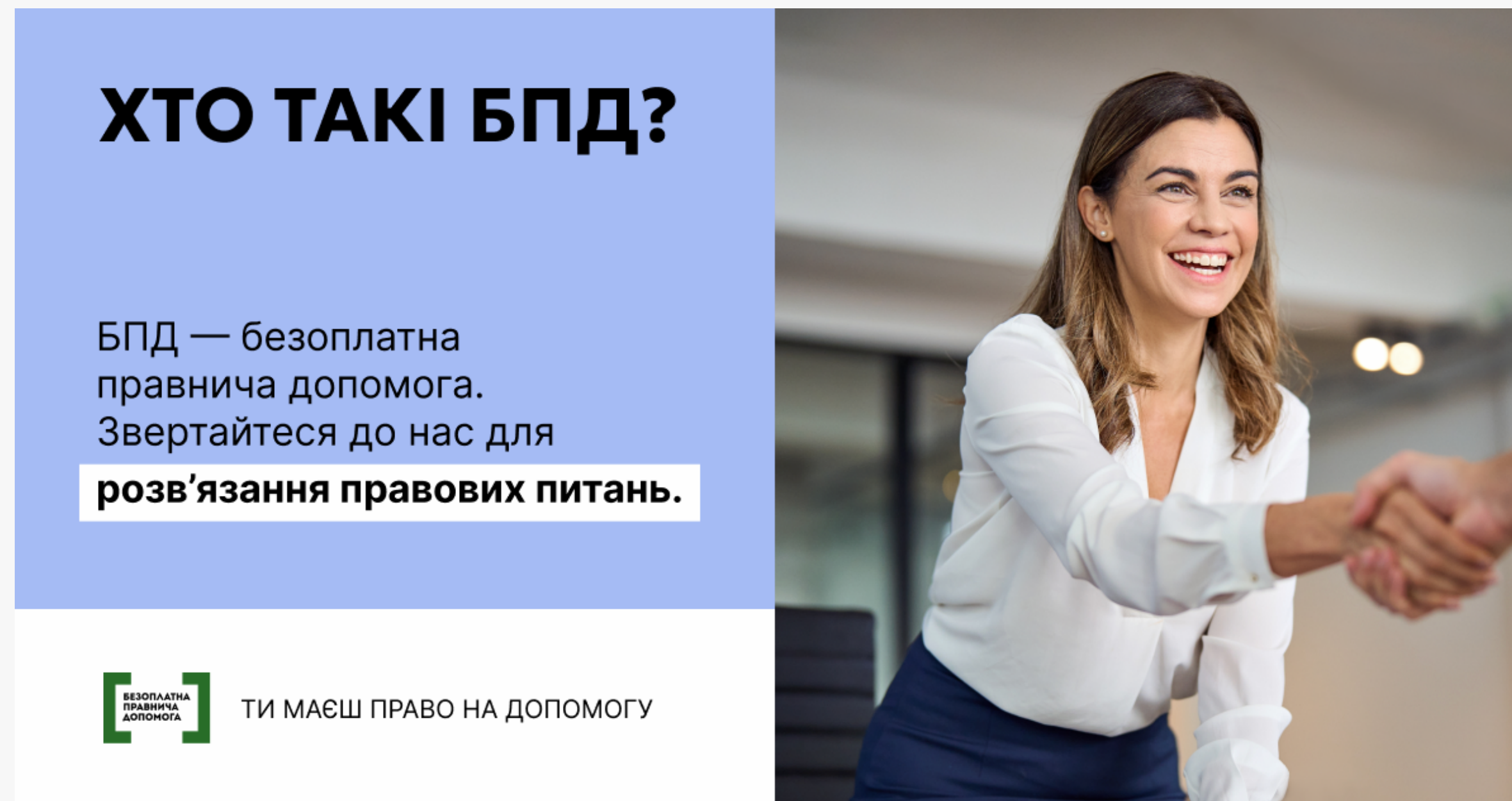
У макетах з кольоровим фоном використовуйте ефект підсвічення білого кольору, а саме IVORY AGENCY.

КЛЮЧОВЕ ЗОБРАЖЕННЯ

Основою побудови композиційних рішень є фірмові елементи стилю: кольори, шрифти, патерни й ефект підсвічення. У поєднанні з фото або інфографікою зберігається єдина мова виразності, досягається впізнаваність та цілісність у візуальній комунікації.

Використовуйте ефект підсвічення та патерн разом або за чергою, щоб уникнути повторення візуальних прийомів і досягти балансу в загальній сітці публікацій.

КЛЮЧОВЕ ЗОБРАЖЕННЯ



Ключовим зображенням є приклад рекламного банера.

На прикладі — вдале використання та поєднання всіх елементів бренд-айдентики.

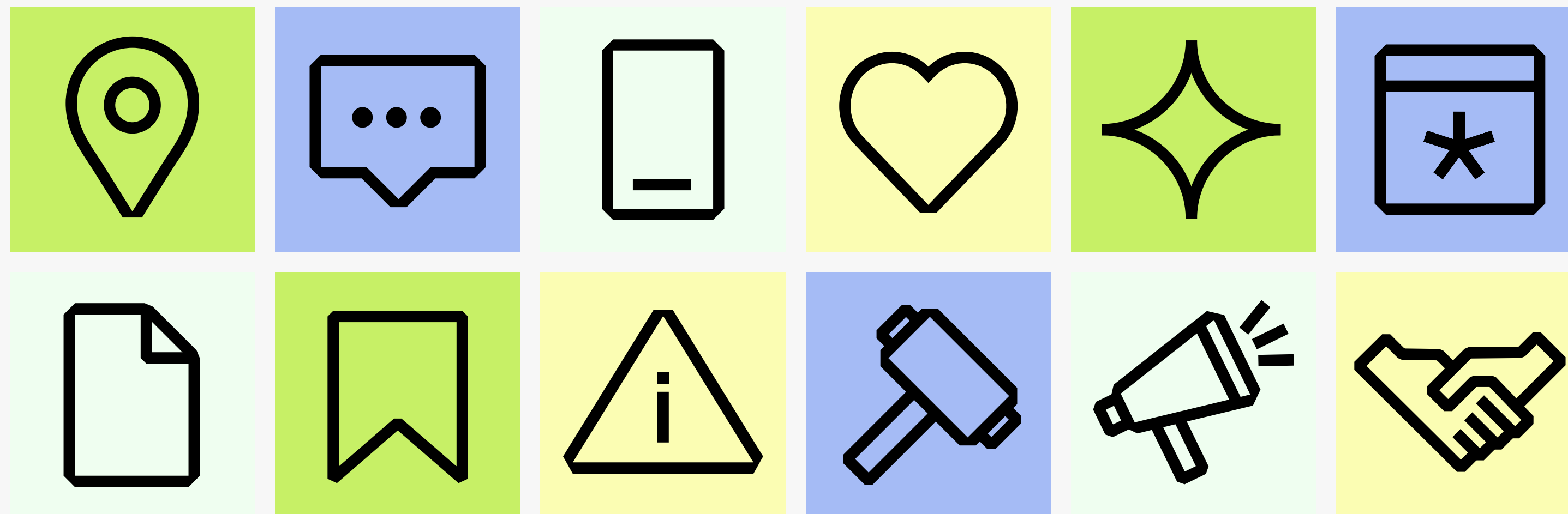
Орієнтуйтеся на цей приклад при створенні макетів, щоб досягти впізнаваності бренду та естетичного вигляду бренд-системи загалом.

ПІКТОГРАМИ

Для підсилення унікальності та професійності бренд-ідентичності системи БПД використовуйте набір із 12 піктограм: геотег, повідомлення, телефон, серце, зірку, календар, файл, прапорець, знак уваги, молоток судді, гучномовець та рукостискання.

Їхня стилістика має геометричні нариси, які нагадують форми логотипа та мають родинний зв'язок із патерном і ефектом підсвічення.

ПІКТОГРАМИ

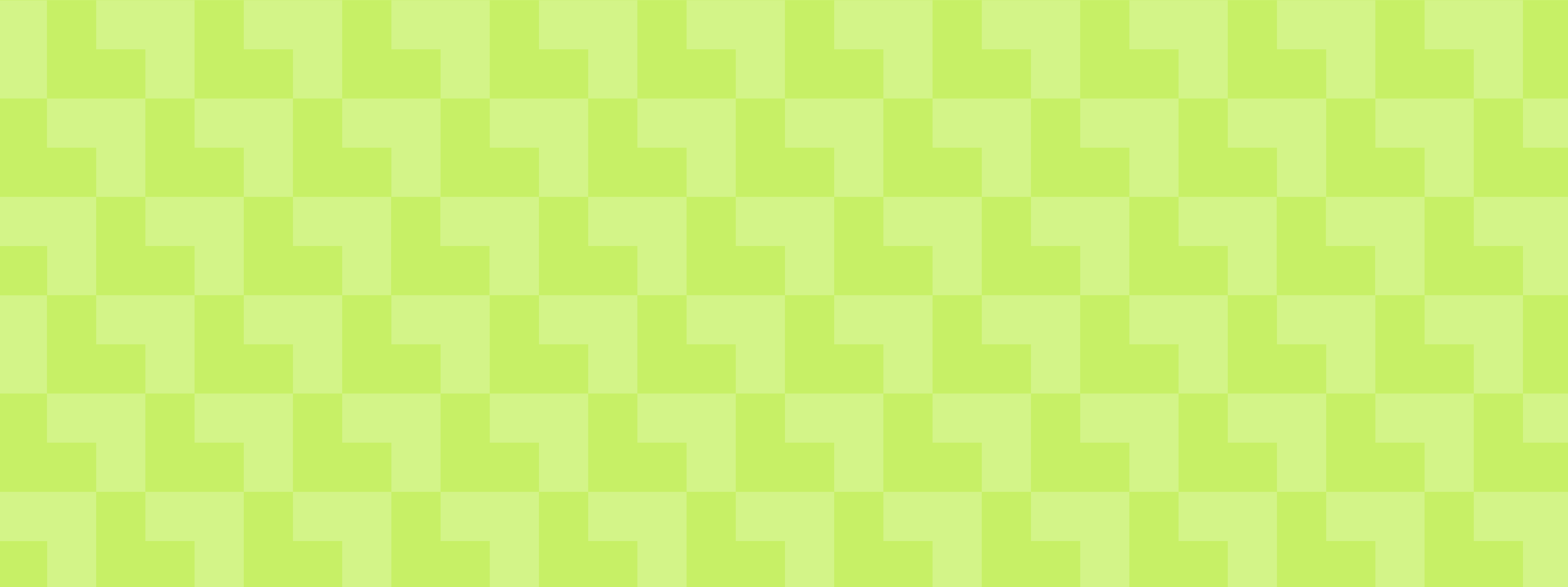


Ефект зрізаних кутів нагадує форми логотипа та вносить м'якість, що передає гуманні цінності компанії: дружелюбність і тепло.

Особливість використання піктограм полягає у контрастному поєднанні кольорів, де головна мета – не допустити, щоб піктограма розчинилась у кольоровому тлі.

Прив'язки тематичної піктограми до кольору немає. Відтінки фону й піктограм залежатимуть від візуального оточення та контексту.

[Завантажити](#)



ЦИФРОВІ ПРОЯВИ ІДЕНТИЧНОСТІ

БЛОК 2

ШАБЛОН ПРЕЗЕНТАЦІЇ

Для донесення важливої інформації команді, партнерам або державним установам використовуйте формат презентації.

Розповідайте історії — лаконічні та змістовні.

У цьому блоці — декілька візуальних прийомів, щоб створити послідовну, структуровану, виразну та цікаву презентацію.

ШАБЛОН ПРЕЗЕНТАЦІЇ

Поділяйте інформацію за пріоритетністю.

Використовуйте ефект підсвічення не тільки для тексту всередині, а й для піктограм, ключових цифр, на яких потрібно сфокусувати увагу читача.

Добирайте якісні фотографії для надання слайдам виразності.

Інфографіка натхнена геометричним стилем, який має зв'язок із логотипом і патерном.

Завантажити

ШАБЛОН ПІДПИСУ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОГО ЛИСТА

Шаблони підпису для електронних листів допомагають підтримувати єдиний корпоративний стиль у всіх комунікаціях. Це підвищує впізнаваність бренду, довіру до відправника, заощаджує час усім сторонам комунікації.

Шаблони підпису містять основну інформацію про працівника: ім'я, посаду, номер телефона, соціальні мережі, логотип та вебсайт установи.

Користуйтеся порадами у цьому розділі для створення ефективного та естетичного підпису.

ПОБУДОВА ПІДПИСУ



ПЕТРО СОТНІЧЕНКО

Старший адвокат

+38050 000 00 00

p.sotnychenko@bpd.ua

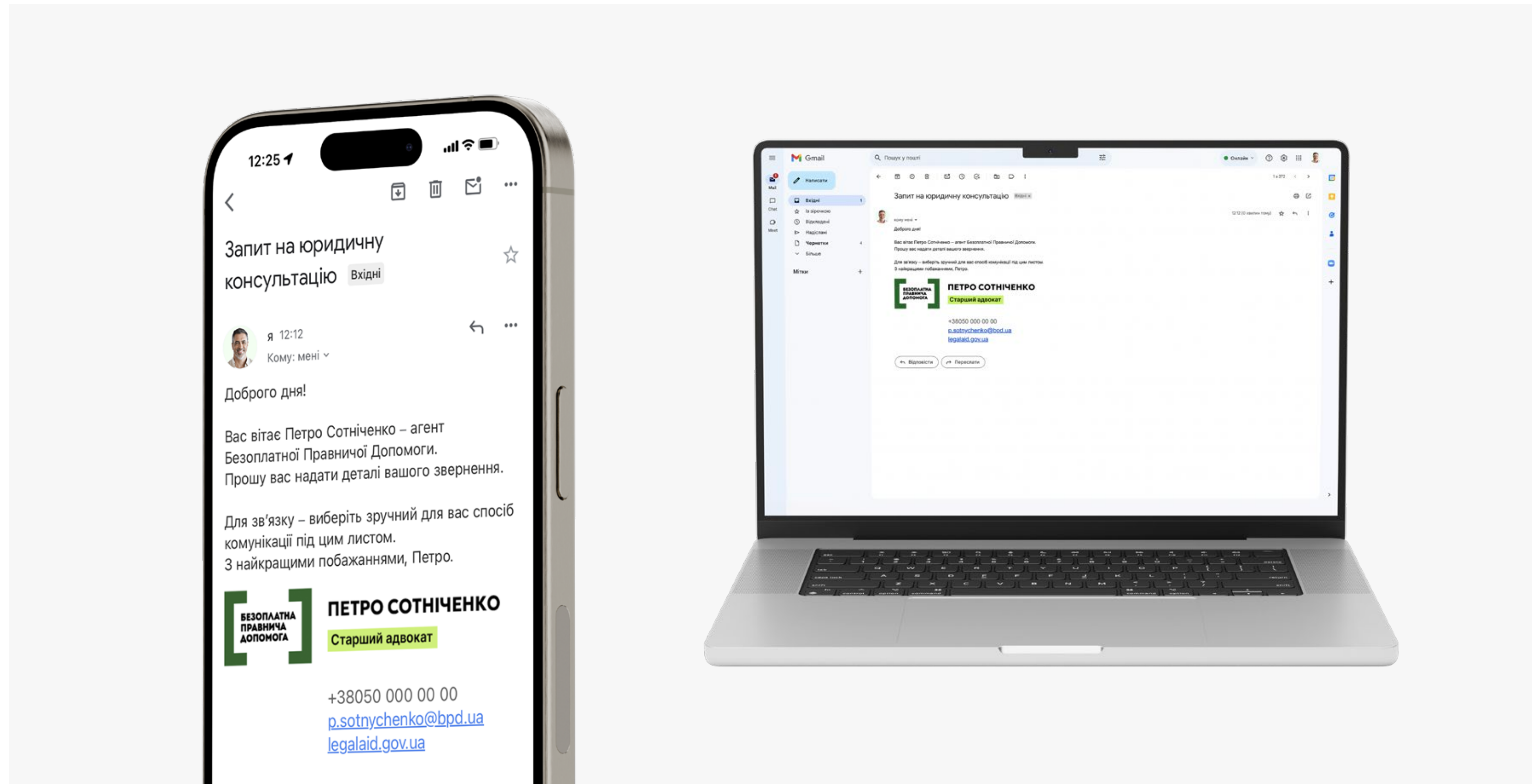
legaid.gov.ua

Для створення підпису використовуйте шаблон, який складається з логотипа, імені, посади працівника та контактної інформації.

Для зручності побудови нового підпису можна скористатися сервісом Canva. Він дозволяє створювати дизайн-макети з можливістю редагування тексту як дизайнерам, так і іншим працівникам.

Завантажити

ВИКОРИСТАННЯ ПІДПИСУ



Створений шаблон підпису є функціональним та адаптивним. Його функціональність полягає в тому, що контактні дані можна зручно скопіювати. Адаптивність шаблону проявляється у якісному відтворенні підпису на різних пристроях.

Створити підпис

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Комунікація з аудиторією за допомогою соціальних мереж є надважливою складовою бренду.

Для залучення нової аудиторії та покращення іміджу бренду використовуйте набір шаблонів для соціальних мереж із цього розділу.

Тут запропоновано декілька видів публікацій: «Новина», «Стаття», «Вітальна листівка», «Успішна справа», «Оголошення» та «Консультація».

РУБРИКА: НОВИНА 1.1

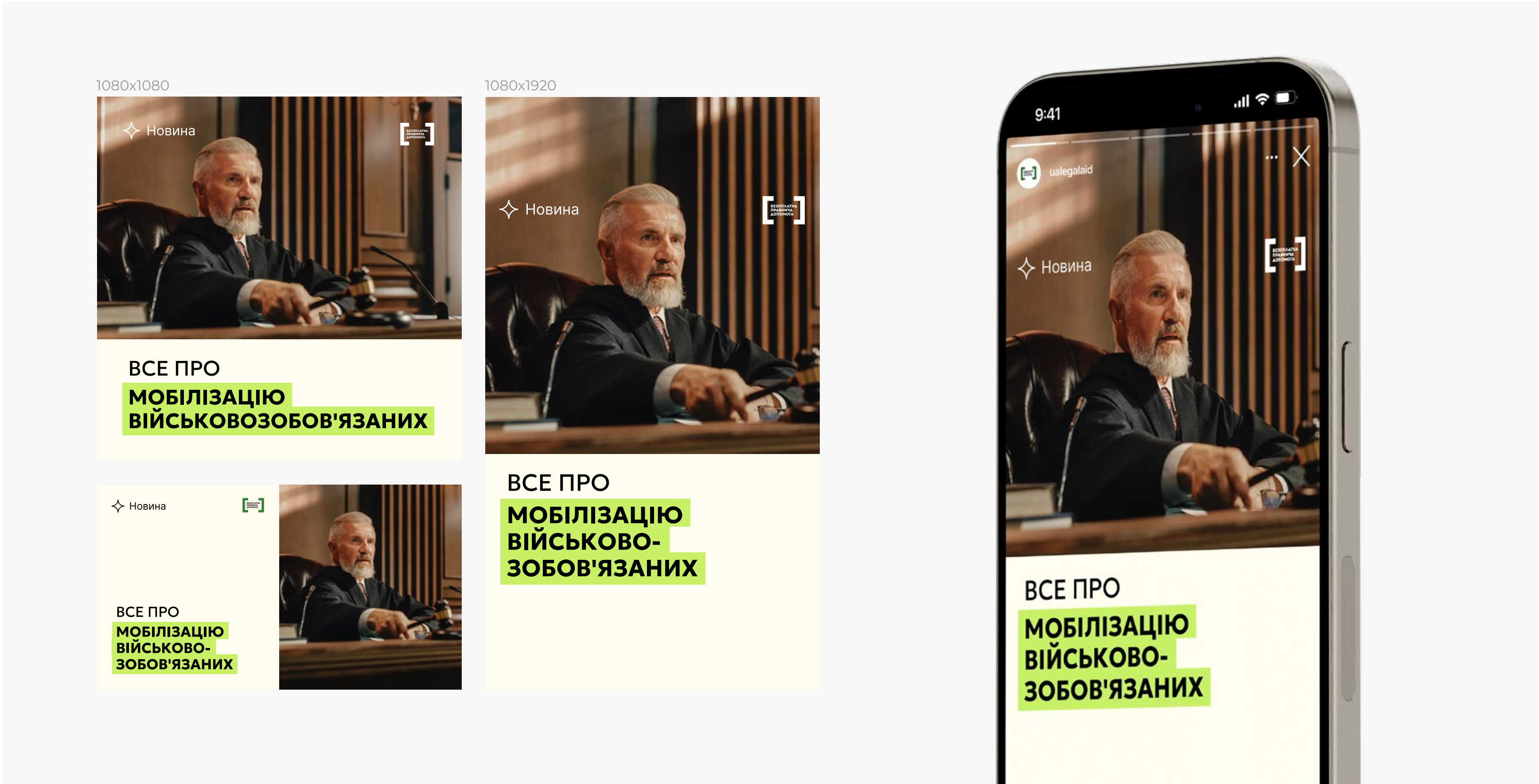
Рубрика «Новина» повинна містити фотографію, заголовок на кольоровому фоні, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми спрощеної зірки з назвою поруч.

Прив'язки кольорової палітри до конкретної рубрики немає. Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Варіативність формату — три розміри композицій, а саме 1080x1080, 1080x1920 та 1920x1080 пікселів

Завантажити

РУБРИКА: НОВИНА 1.2

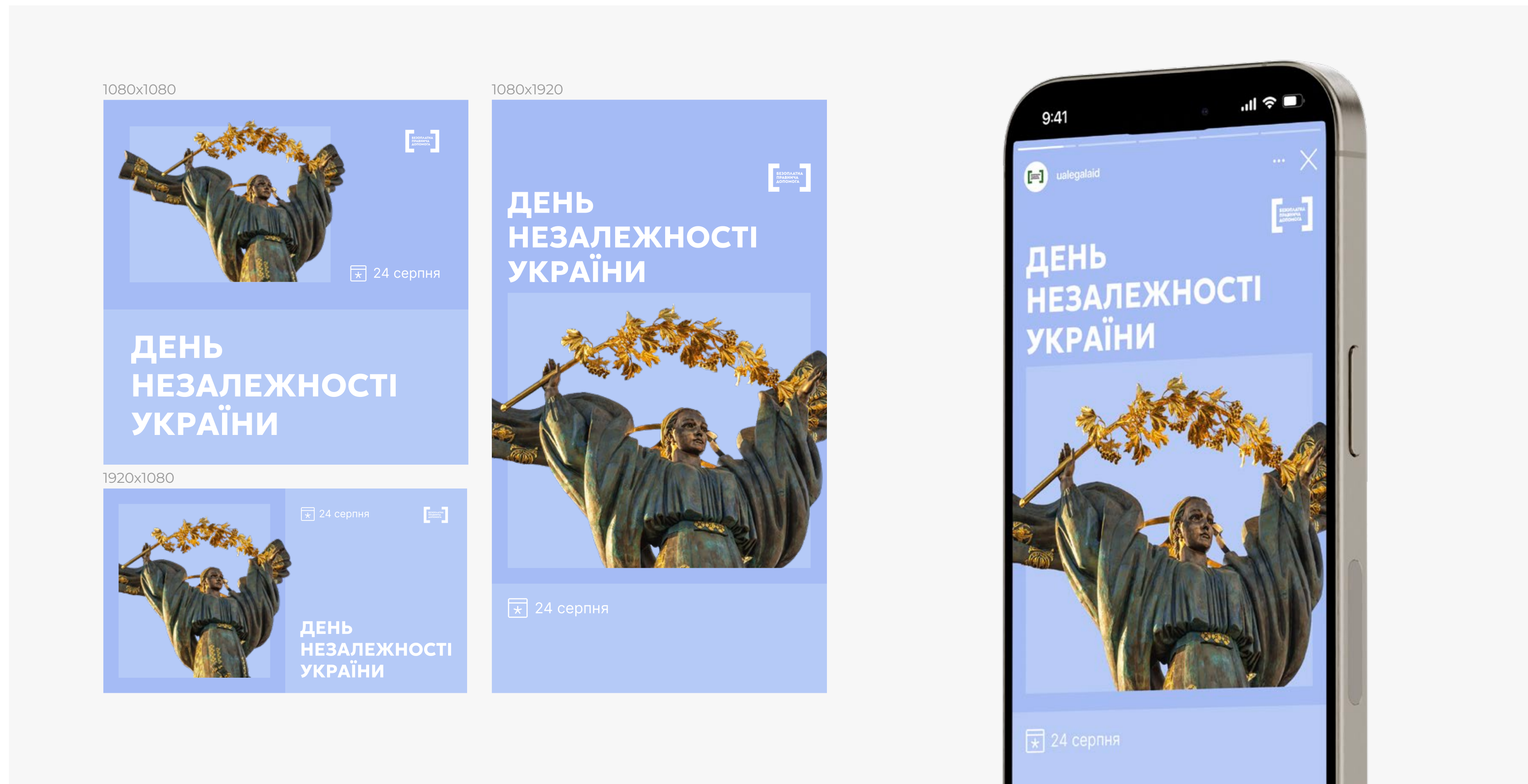


Додатково рубрика «Новина» має ще одну варіацію, яка відрізняється від іншої підходом до побудови композиції, розташуванням елементів та використанням ефекту підсвічення для ключових слів у заголовку.

Вона повинна містити фотографію, заголовок на кольоровому фоні, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми спрощеної зірки з назвою поруч.

Завантажити

РУБРИКА: ВІТАЛЬНА ЛИСТІВКА



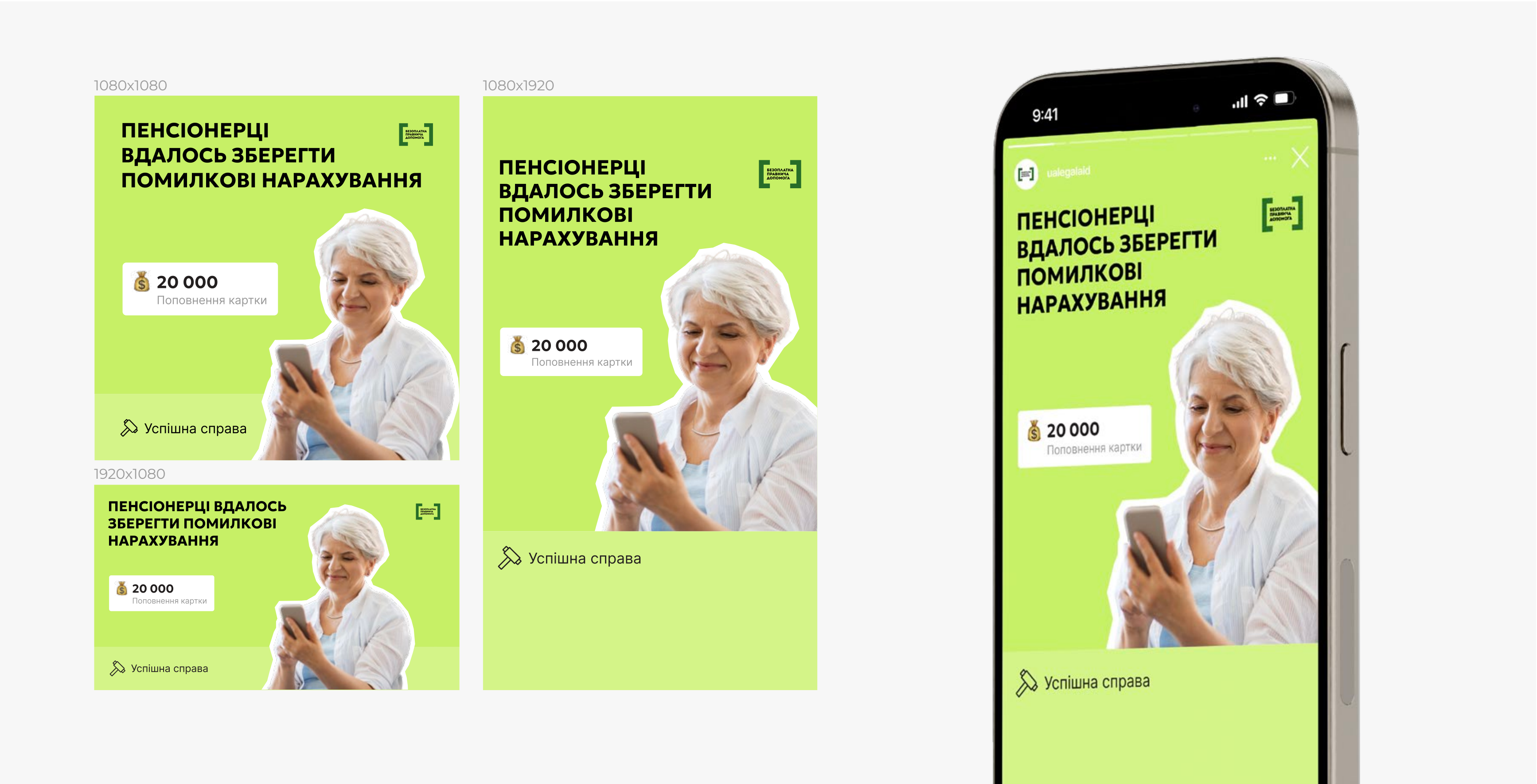
Рубрика «Вітальна листівка» повинна містити заголовок на кольоровому фоні, вирізаний тематичний об'єкт, вписаний у прямокутний фрейм, логотип та маркування рубрики у вигляді іконки календаря з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Варіативність формату — три розміри композицій, а саме 1080x1080, 1080x1920 та 1920x1080 пікселів.

[Завантажити](#)

РУБРИКА: УСПІШНА СПРАВА



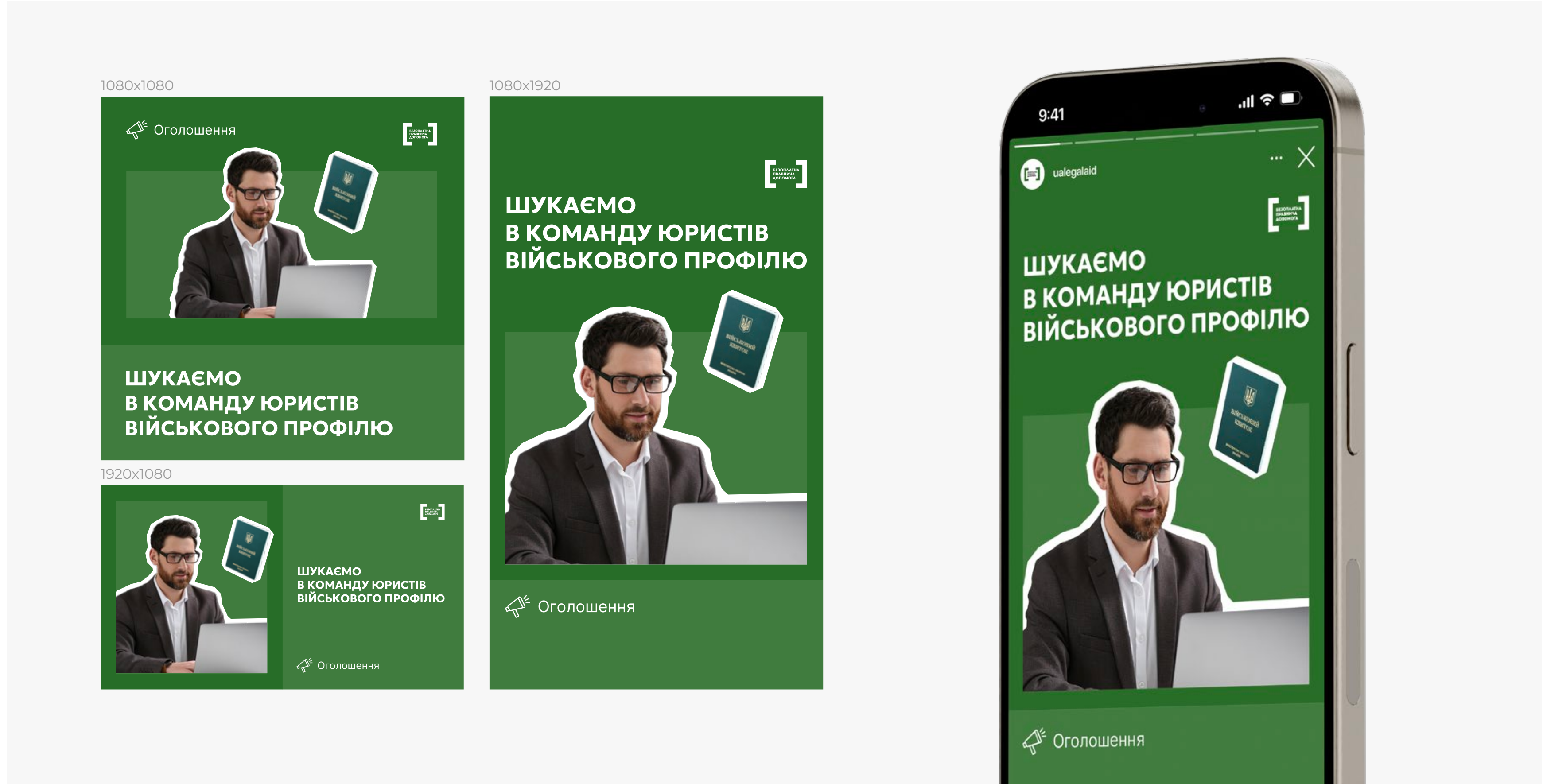
Рубрика «Успішна справа» повинна містити заголовок на кольоровому фоні, вирізаний тематичний об’єкт з геометричною обводкою навколо, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми молотка судді з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Варіативність формату — три розміри композицій, а саме 1080x1080, 1080x1920 та 1920x1080 пікселів.

Завантажити

РУБРИКА: ОГОЛОШЕННЯ



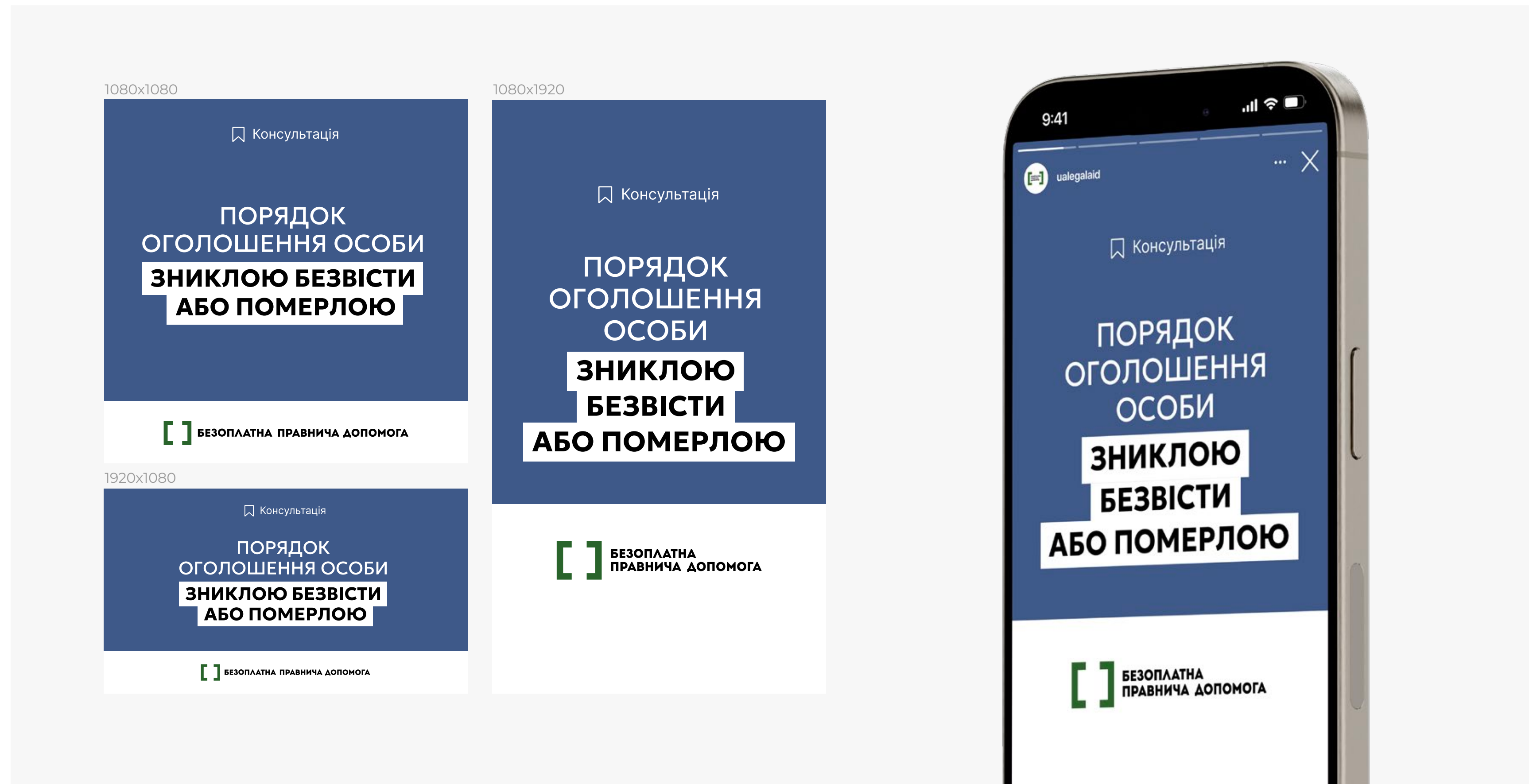
Рубрика «Оголошення» повинна містити заголовок на кольоровому фоні, вирізаний тематичний об'єкт із геометричним обводенням, вписаним у фрейм, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми гучномовця з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Варіативність формату — три розміри композицій, а саме 1080x1080, 1080x1920 та 1920x1080 пікселів.

Завантажити

РУБРИКА: КОНСУЛЬТАЦІЯ



Рубрика «Консультація» повинна містити заголовок на кольоровому фоні з ефектом підсвічення, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми прапорця з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Варіативність формату — три розміри композицій, а саме 1080x1080, 1080x1920 та 1920x1080 пікселів.

Завантажити

РУБРИКА: КОНСУЛЬТАЦІЯ 1080x1080



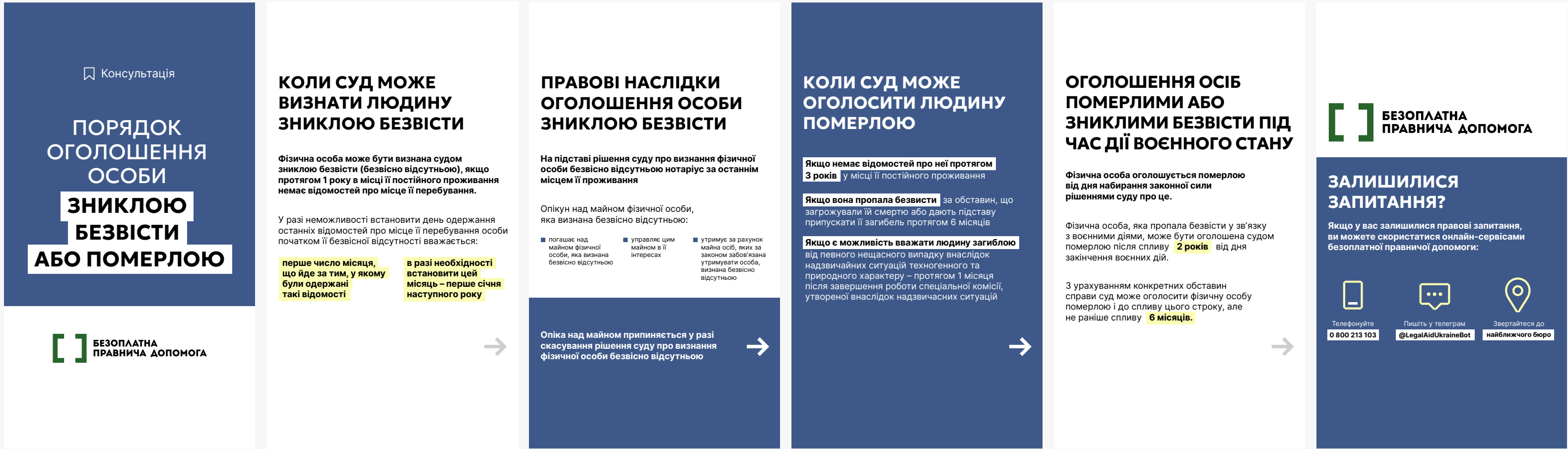
Рубрика «Консультація» повинна містити заголовок на кольоровому фоні з ефектом підсвічення, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми прапорця з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Формат — 1080x1080 пікселів.

Завантажити

РУБРИКА: КОНСУЛЬТАЦІЯ 1080x1920



Рубрика «Консультація» повинна містити заголовок на кольоровому фоні з ефектом підсвічення, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми прапорця з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Формат — 1080x1920 пікселів.

Завантажити

РУБРИКА: КОНСУЛЬТАЦІЯ 1920x1080

Консультація

ПОРЯДОК
ОГОЛОШЕННЯ ОСОБИ
ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТІ
АБО ПОМЕРЛОЮ

БЕЗОПЛАТНА ПРАВНИЧА ДОПОМОГА

КОЛИ СУД МОЖЕ
ОГОЛОСИТИ ЛЮДИНУ
ПОМЕРЛОЮ

Якщо немає відомостей про неї протягом 3 років у місці її постійного проживання

Якщо вона пропала безвісти за обставин, що загрожували їй смертю або дають підставу припускати її загибель протягом 6 місяців

Якщо є можливість вважати людину загиблою від певного нещасного випадку внаслідок надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру – протягом 1 місяця

КОЛИ СУД МОЖЕ
ВИЗНАТИ ЛЮДИНУ
ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТІ

Фізична особа може бути визнана судом зниклою безвісти (безвісно відсутньою), якщо протягом 1 року в місці її постійного проживання немає відомостей про місце її перебування.

У разі неможливості встановити день одержання останніх відомостей про місце її перебування особи початком її безвісної відсутності вважається:

перше число місяця, що йде за тим, у якому були одержані такі відомості

в разі необхідності встановити цей місяць – перше січня наступного року

ПРАВОВІ НАСЛІДКИ
ОГОЛОШЕННЯ ОСОБИ
ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТІ

На підставі рішення суду про визнання фізичної особи безвісно відсутньою нотаріус за останнім місцем її проживання

Опікун над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою:

погашає над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою

управляє цим майном в її інтересах

утримує за рахунок майна осіб, яких за законом забор'язана утримувати особа, визнана безвісно відсутньою

ОГОЛОШЕННЯ ОСІБ
ПОМЕРЛИМИ АБО
ЗНИКЛИМИ БЕЗВІСТІ ПІД
ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

Фізична особа оголошується померлою від дня набирання законної сили рішеннями суду про це.

Фізична особа, яка пропала безвісти у зв'язку з воєнними діями, може бути оголошена судом померлою після спливу 2 років від дня закінчення воєнних дій.

З урахуванням конкретних обставин справи суд може оголосити фізичну особу померлою і до спливу цього строку, але не раніше спливу 6 місяців.

БЕЗОПЛАТНА
ПРАВНИЧА
ДОПОМОГА

ЗАЛИШИЛИСЯ
ЗАПИТАННЯ?

Якщо у вас залишилися правові запитання, ви можете скористатися онлайн-сервісами безоплатної правовичної допомоги:

Телефонуйте
0 800 213 103

Пишіть у телеграм
@LegalAidUkraineBot

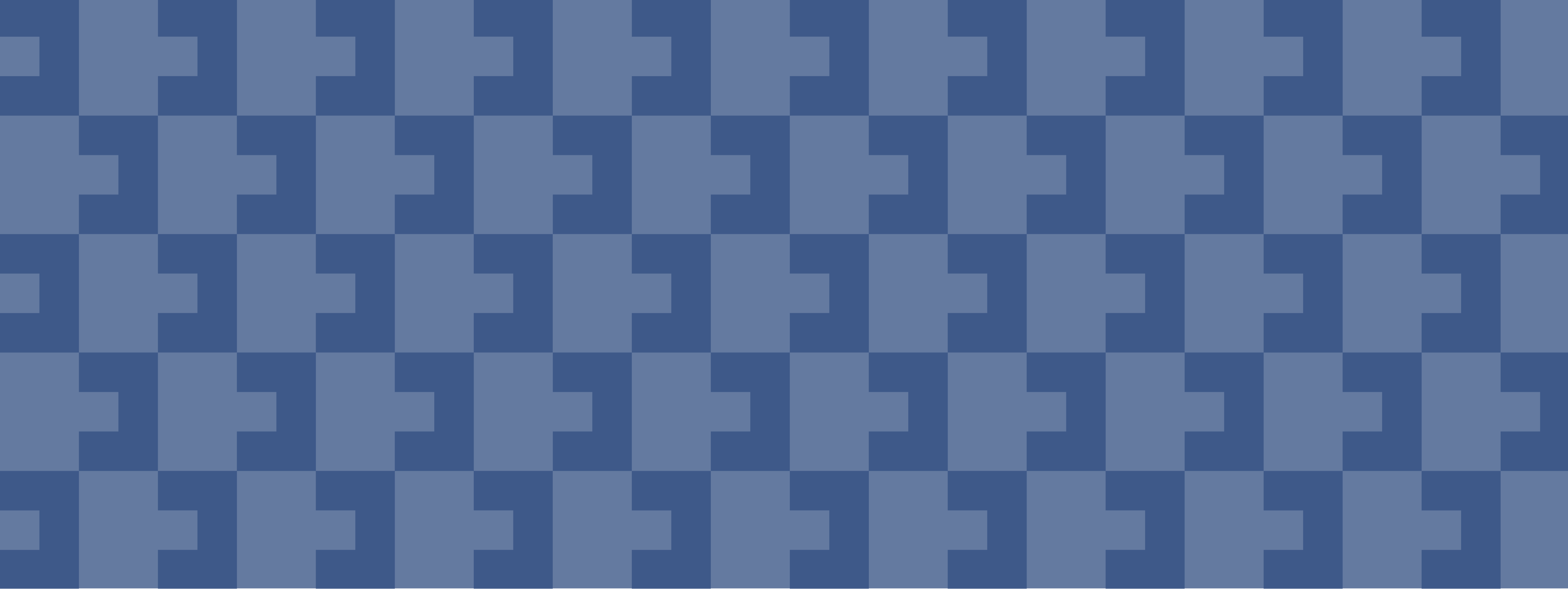
Звертайтеся до
найближчого бюро

Рубрика «Консультація» повинна містити заголовок на кольоровому фоні з ефектом підсвічення, логотип та маркування рубрики у вигляді піктограми прапорця з назвою поруч.

Кольорову гаму обирайте залежно від запиту, контексту та візуального оточення в загальній сітці публікацій.

Формат — 1920x1080 пікселів.

Завантажити



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

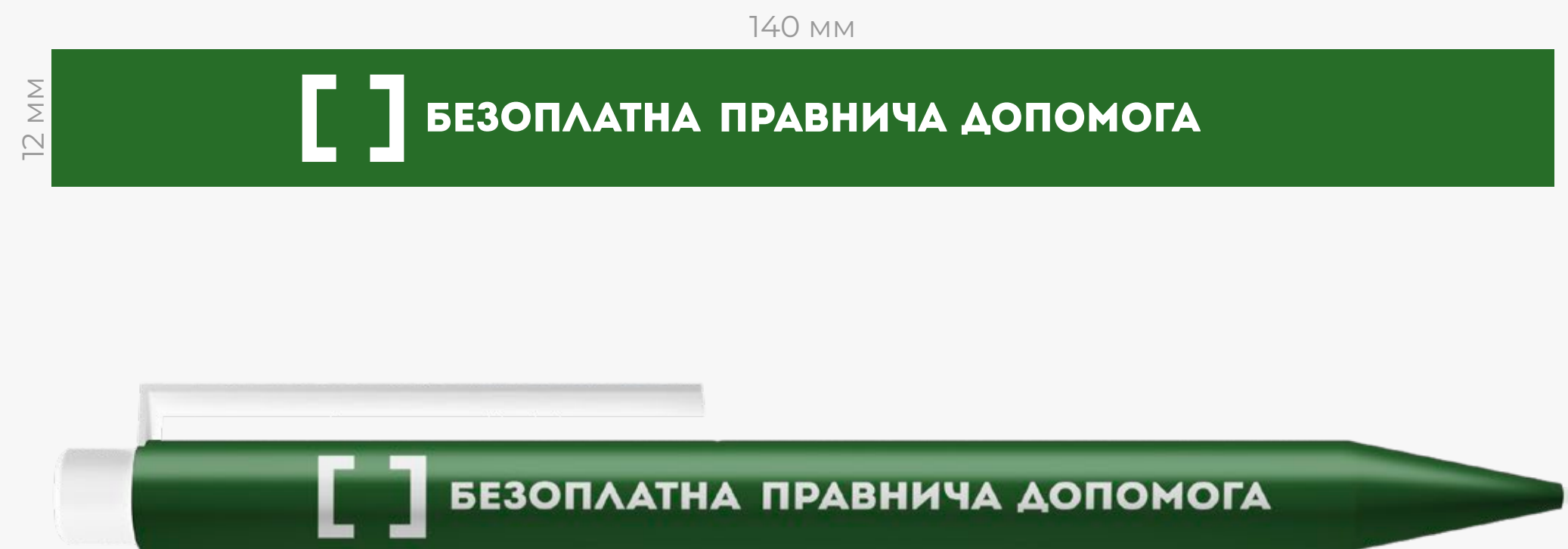
БЛОК 3

СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Сувенірна продукція містить такі корпоративні носії бренд-ідентичності системи БПД: ручка, олівець, флешка, бейдж, футболка, поло, жилетка, сумка, блокнот, наліпки, чашка та силіконовий браслет.

Для створення брендваної продукції використовуйте основні елементи візуальної айдентики, а саме: основну й додаткову кольорові палітри, патерн та логотип (основну й додаткову версії логотипа).

БРЕНДОВАНА РУЧКА V1



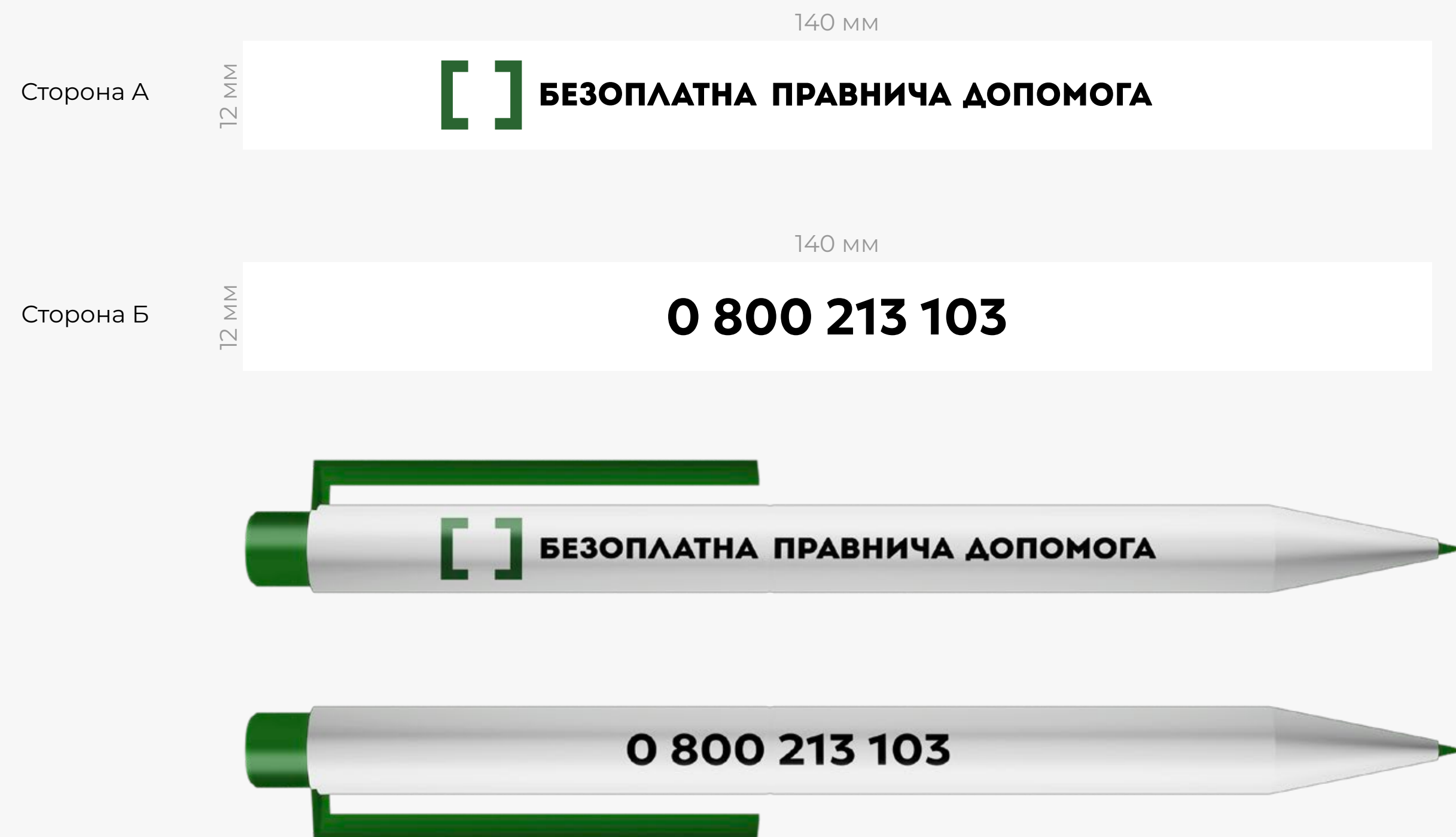
Дизайн ручки має бути лаконічним та водночас привертати увагу. Для адаптивності простору на носії застосовуйте додаткову версію логотипа в один рядок.

Для брендуння використовуйте ручки білого або фірмового зеленого кольору.

Площина друку на ручці:
140 x 12 мм.

[Завантажити](#)

БРЕНДОВАНА РУЧКА V2



Дизайн ручки має бути лаконічним та водночас привертати увагу. Для адаптивності простору на носії використовуйте додаткову версію логотипа в один рядок на стороні А.

На стороні Б ручка має містити контактний номер телефону компанії.

Для брендування використовуйте ручки білого або фірмового зеленого кольору.

Площина друку на ручці:
140 x 12 мм.

Завантажити

БРЕНДОВАНИЙ БЛОКНОТ

Сторона А



Блокнот в контексті бренд-ідентичності БПД має три основні елементи: текст з ефектом підсвічення, логотип та патерн. У цьому концепті патерн має займати близько 70% простору обкладинки.

Розмір блокнота:
148 x 210 мм (формат А5).

[Завантажити](#)

БРЕНДОВАНИЙ БЛОКНОТ

Сторона Б



На зворотній стороні блокнота слід інвертувати композицію, щоб білий фрейм з інформаційними елементами опинився внизу.

Для наповнення інформаційного блока використовуємо логотип, QR-код та текст.

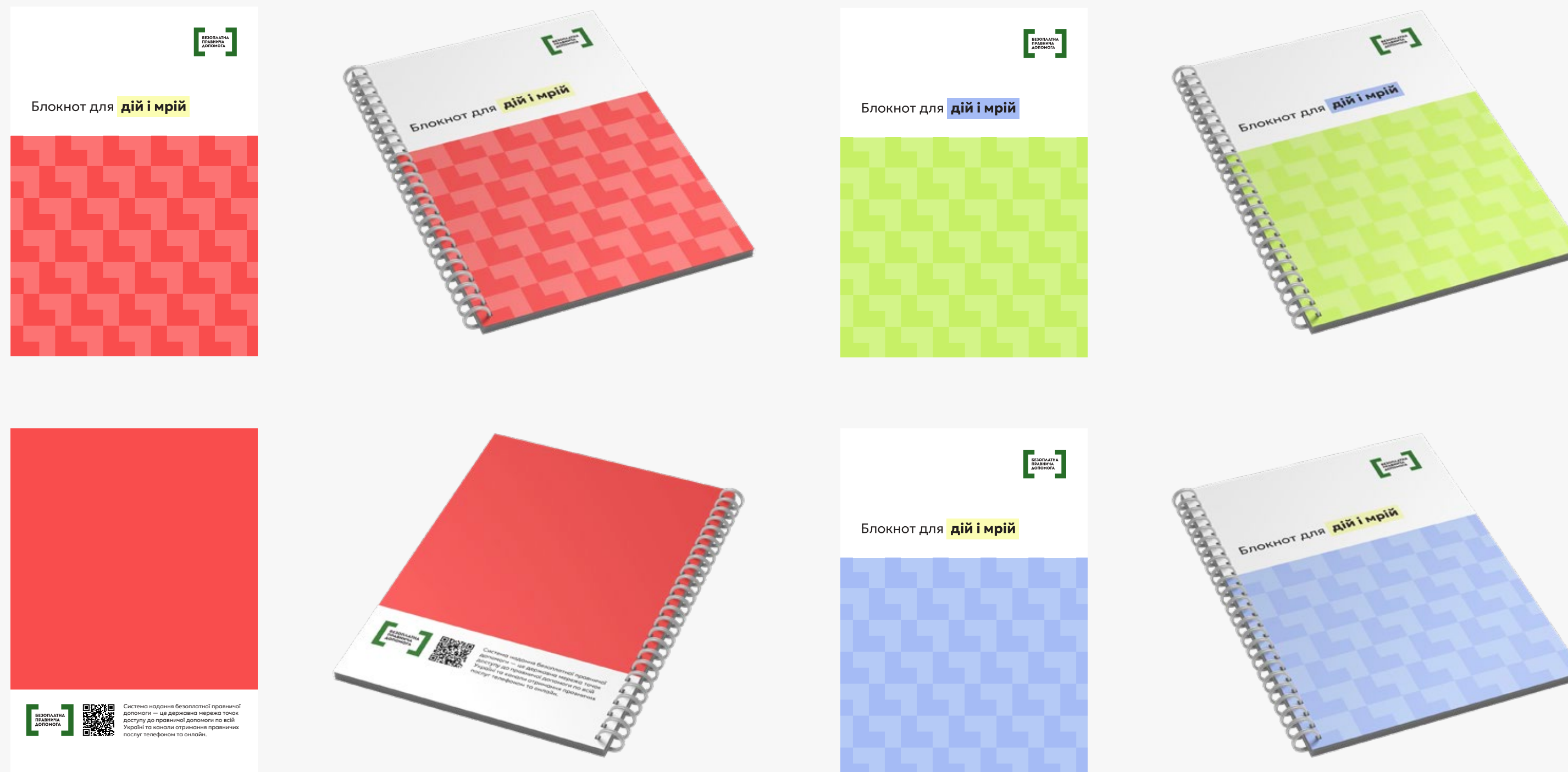
Для верхньої частини композиції слід застосовувати кольорову заливку без патерна.

Завантажити

БРЕНДОВАНИЙ БЛОКНОТ

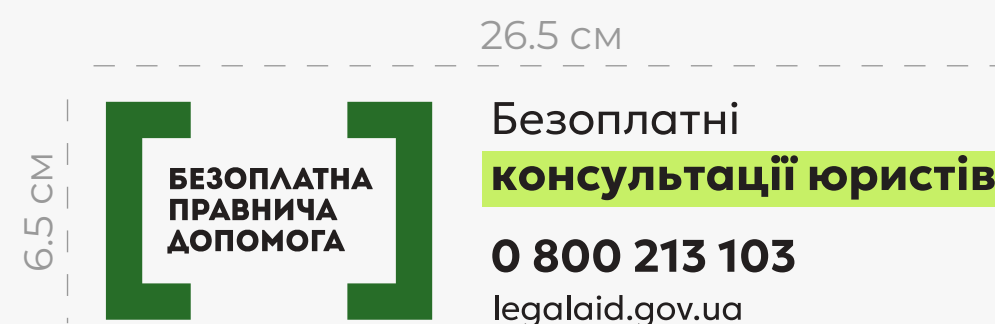
Інші кольорові рішення

Блокнот може виготовлятися в різних кольорових варіантах в межах корпоративних кольорів та інших рекомендацій, визначених у розділі «Кольори».



Завантажити

БРЕНДОВАНА СУМКА



Для розробки макета корпоративної сумки використовуйте текст з ефектом підсвічення, логотип, номер телефону та сайт.

Площина друку на сумці:
265 x 65 мм.

Розмір сумки: 360 x 400 мм.

Завантажити

БРЕНДОВАНІЙ СИЛІКОНОВИЙ БРАСЛЕТ



Для брендування використовуйте браслети білого та фірмового зеленого кольору.

Для адаптивності простору застосовуйте додаткову версію логотипа в один рядок.

Додаткова версія браслета має містити контактний номер телефону компанії.

З огляду на те, що товщина зап'ястка у людей різна, силіконовий браслет існуватиме у двох розмірах: перший – з шириною 202 мм та висотою 12 мм, другий – з шириною 180 мм та висотою 12 мм.

Завантажити

БРЕНДОВАНА ЧАШКА V1, V2



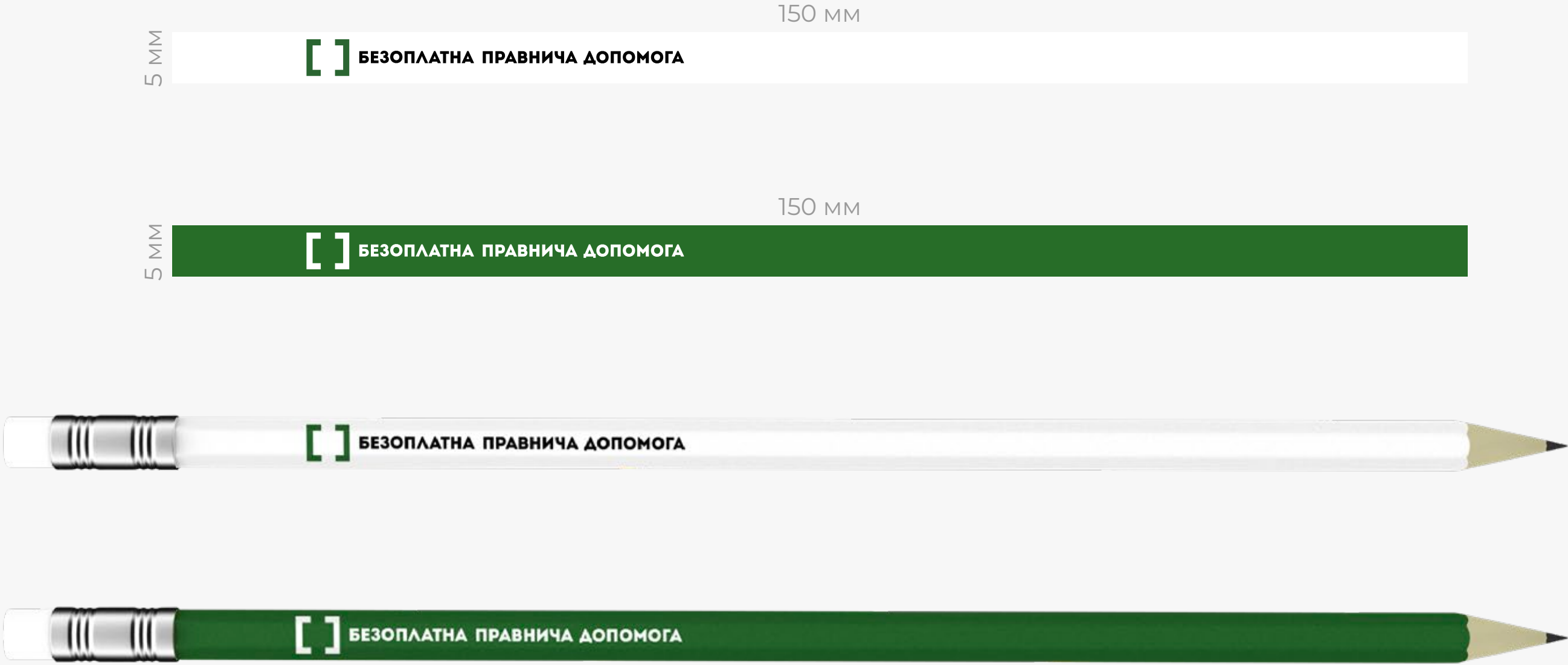
Для створення дизайну чашки використовуйте основний логотип, патерн, стилізований в одну стрічку, та нанесення кольору CLOVER COUNSEL на внутрішній простір. Додаткова версія чашки може містити контактний номер телефону та QR-код, який веде на сайт системи БПД.

Розгортка простору для друку на чашці має такі характеристики:
ширина – 200 мм, висота – 80 мм.

Відповідно, висота видимої сторони чашки дорівнює 100 мм.

[Завантажити](#)

БРЕНДОВАНИЙ ОЛІВЕЦЬ



Для адаптивності простору на носії використовуйте додаткову версію логотипа в один рядок. Для брендування обирайте олівці білого або зеленого кольору.

Розмір олівця: 150 x 5 мм.

Завантажити

БЕЙДЖ



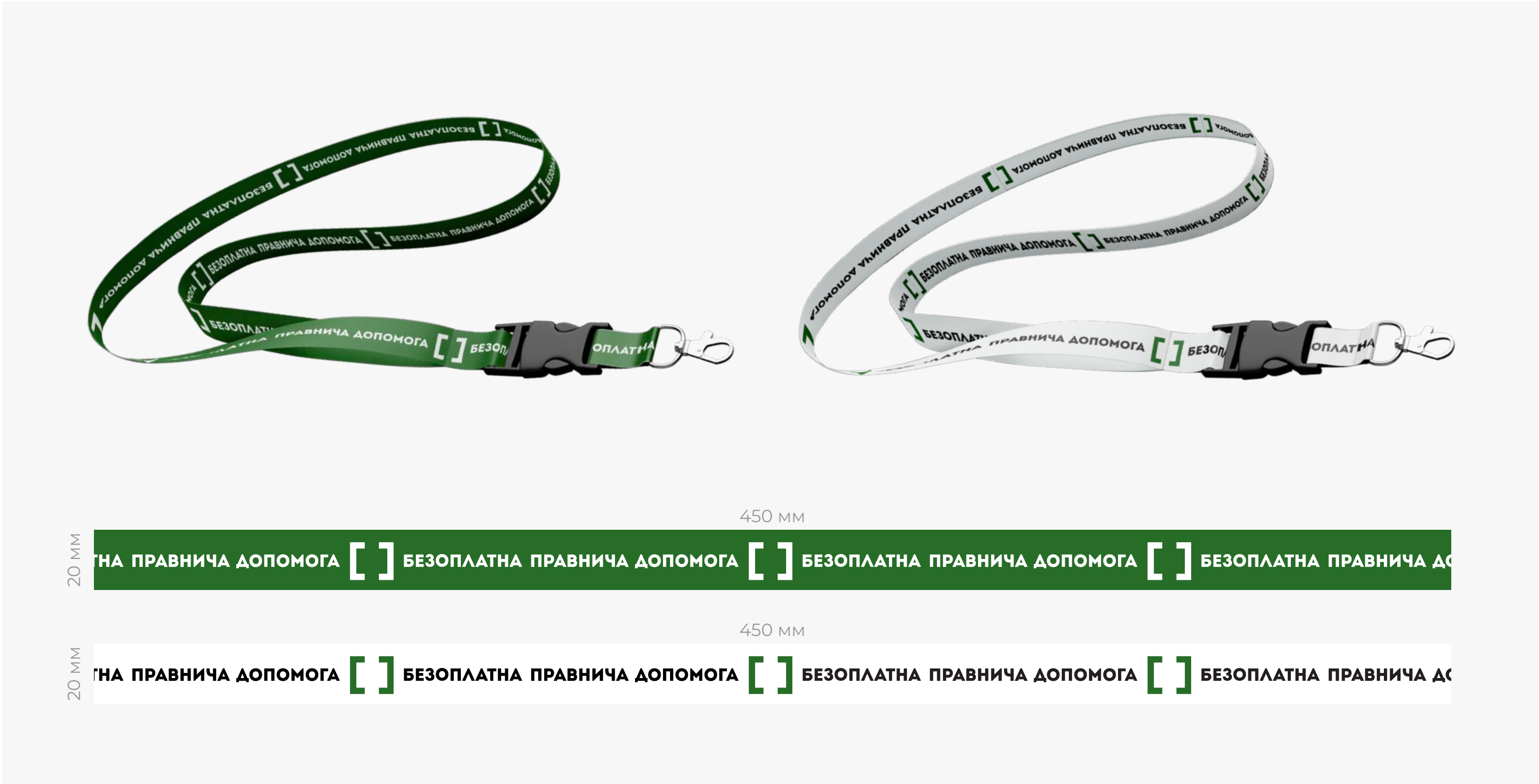
Дизайн бейджа складається з двох елементів: картки з інформацією про особу та стрічки для кріплення.

Для створення картки з інформацією про особу використовуйте заголовок для імені та прізвища, посаду з ефектом підсвічення, логотип та патерн. Патерн має займати до 50% площі картки.

Розмір картки: 50 x 85 мм.

Завантажити

СТРІЧКА ДЛЯ БЕЙДЖА



Щоб створити стрічку для кріплення, використовуйте зелений або білий колір тла та помножену додаткову версію логотипа в один рядок. Логотип і текст мають бути або білого та чорного, або зеленого та білого кольору відповідно.

Розмір стрічки: 450 x 20 мм.

Завантажити

ФЛЕШКА



Для адаптивності простору на носії використовуйте додаткову версію логотипа у три рядки та розставляйте акценти зеленим кольором VERDANT VERITY. Або обирайте флешку зеленого кольору, а логотип і текст наносьте білим кольором.

Розмір флешки: 64 x 20 мм.

[Завантажити](#)

ФУТБОЛКА

V1



Дизайн футболки має бути універсальним та естетичним. Для створення вдалого макета футболки використовуйте основний логотип на білому фоні. Або основний логотип білого кольору на зеленому фоні.

Розмір задрукованої площини на зразку: 70 x 47 мм.

Завантажити

ФУТБОЛКА

V2



Дизайн футболки має бути універсальним та естетичним. Для створення вдалого макета футболки використовуйте основний логотип на білому фоні. Або основний логотип білого кольору на зеленому фоні.

Розмір задрукованої площини на зразку: 70 x 47 мм.

Завантажити

ФУТБОЛКА ПОЛО V1



Для створення макета футболки поло використовуйте універсальні прийоми айдентики: основний логотип на білому фоні або основний логотип білого кольору на зеленому фоні. Для виразності дизайну додавайте зелені акценти на виробі, а саме на рукавах та комірці.

Розмір задрукованої площини на зразку: 70 x 47 мм.

Завантажити

ФУТБОЛКА ПОЛО V2



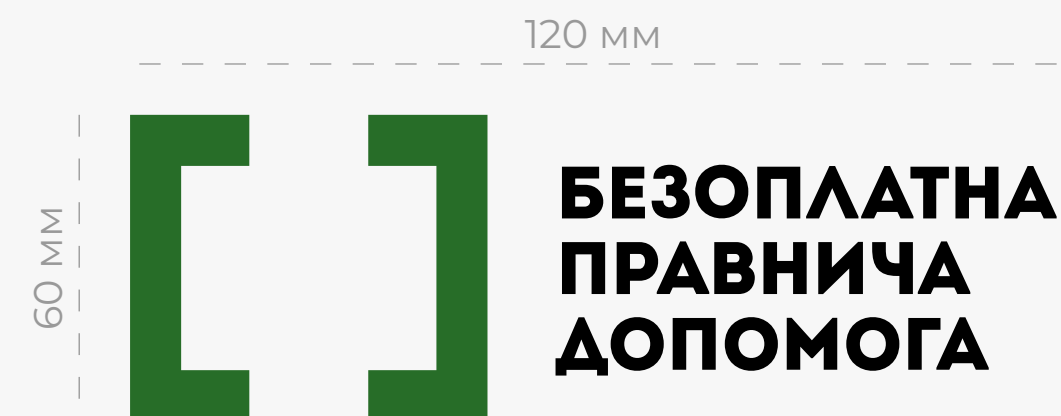
Для створення макета футболки поло використовуйте універсальні прийоми айдентики: основний логотип на білому фоні або основний логотип білого кольору на зеленому фоні. Для виразності дизайну додавайте зелені акценти на виробі, а саме на рукавах та комірці.

Розмір задрукованої площини на зразку: 70 x 47 мм.

Завантажити

ЖИЛЕТ

V1



На виробі використовуйте додаткову версію логотипа в три рядки. Для фону обирайте білий колір, для виразності додавайте зелені акценти.

Розмір задрукованої площини на зразку: 120 x 60 мм.

Завантажити

ЖИЛЕТ

V2



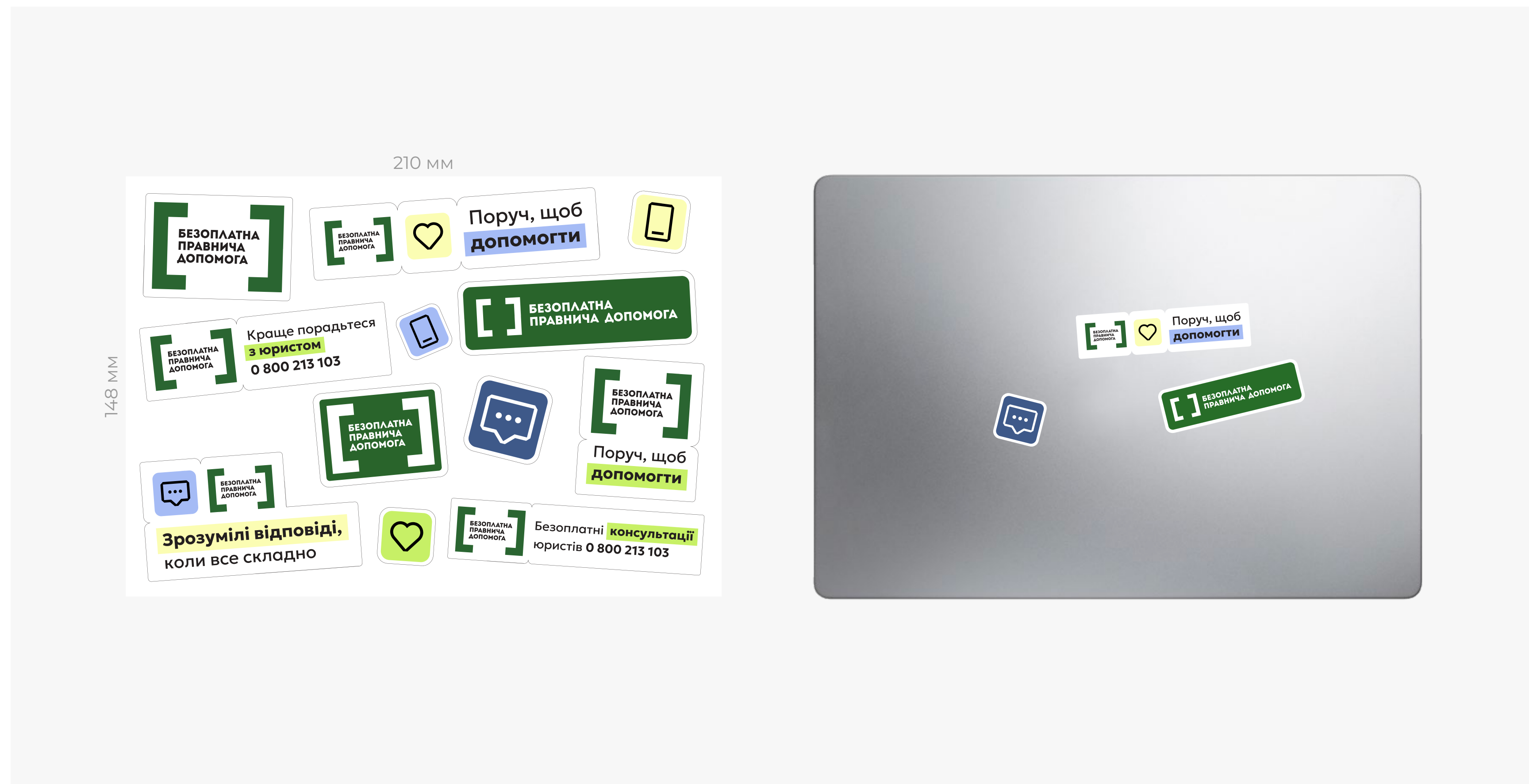
На виробі використовуйте додаткову версію логотипа в три рядки. Для фону обирайте білий колір, для виразності додавайте зелені акценти.

Розмір задрукованої площини на зразку: 120 x 60 мм.

Завантажити

НАЛІПКИ

V1



Основною ідеєю наліпок є поєднання логотипа, тексту з ефектом підсвічення, номера телефону та піктограм. Щоб викликати відчуття дружелюбності, тепла та підтримки, використовуйте закруглення кутів по краях наліпки та навколо елементів всередині композиції.

Розмір макета для наліпок:
210 x 148 мм

Завантажити

НАЛІПКИ

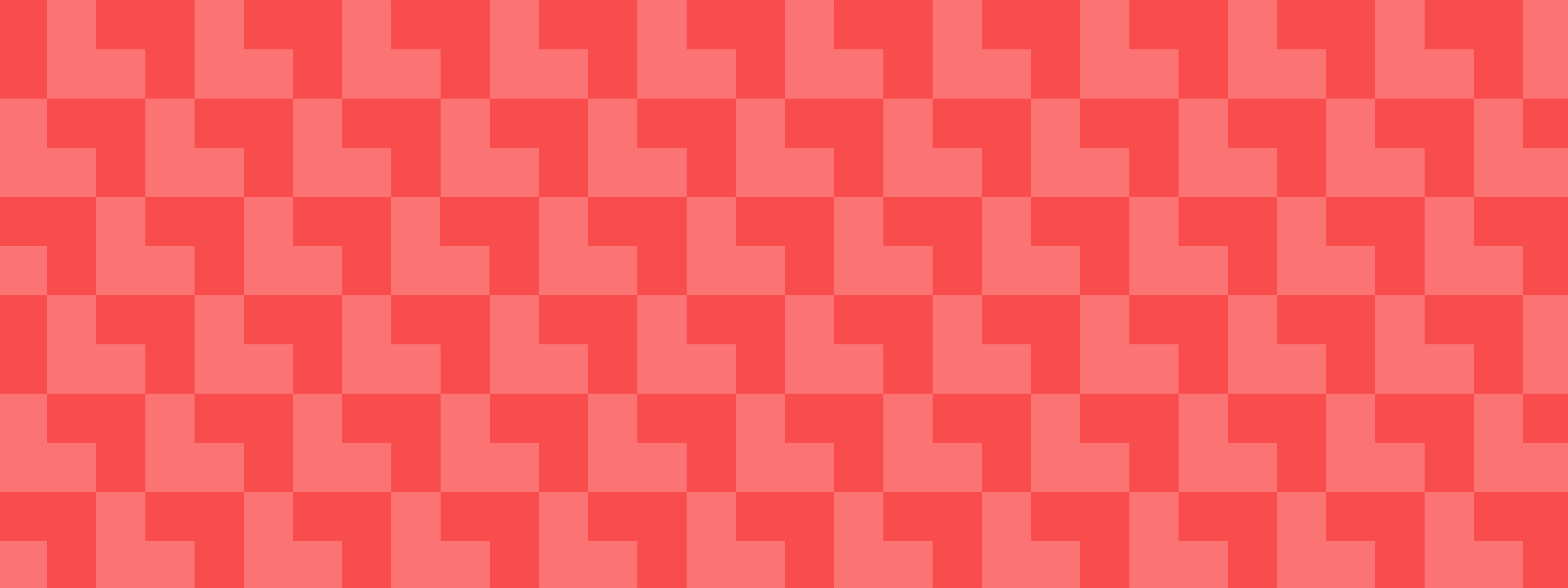
V2



Заливка кольором фону наліпок може додати дизайну виразності та привернути більше уваги.

Розмір макета для наліпок:
210 x 148 мм.

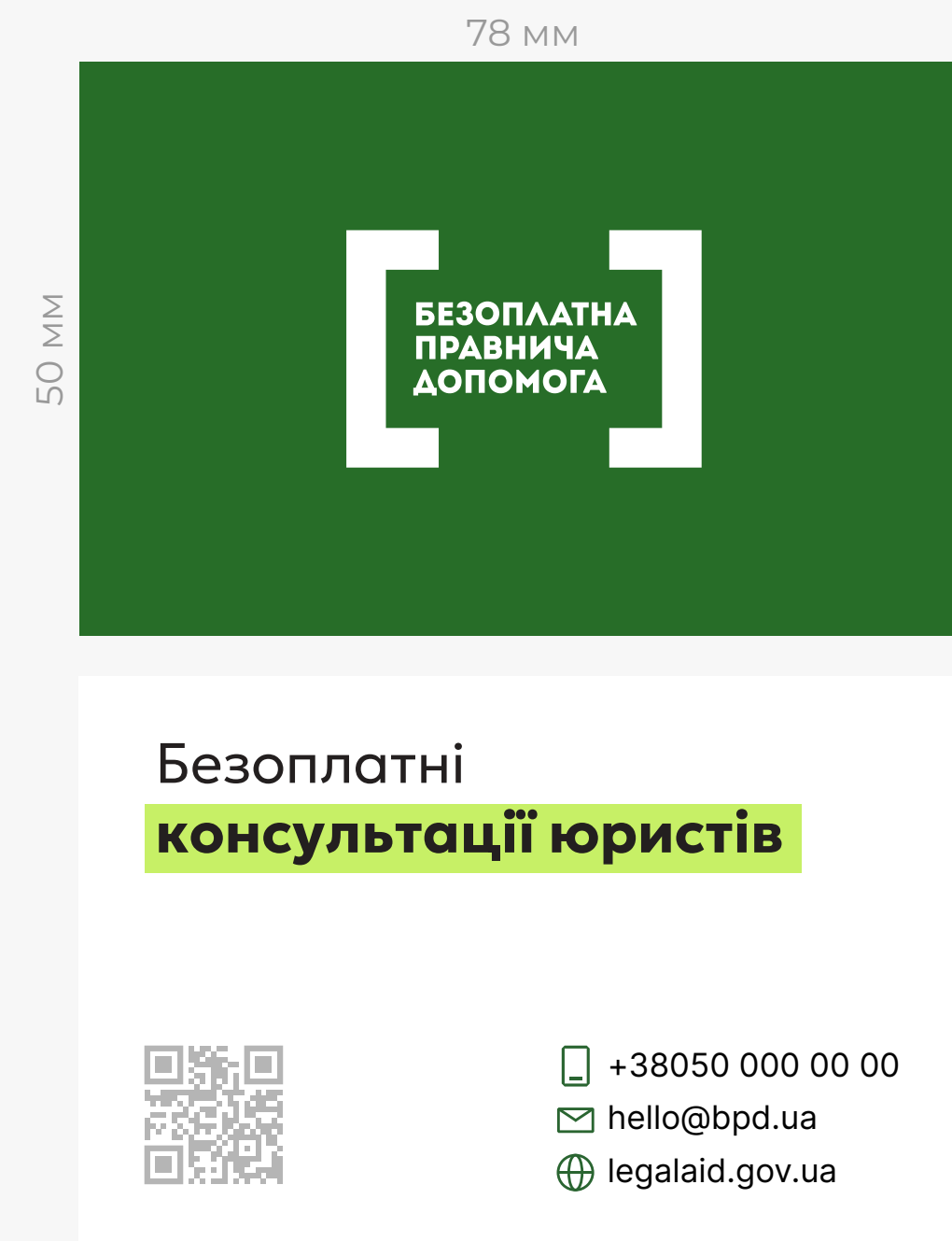
[Завантажити](#)



ДРУКОВАНА ПРОДУКЦІЯ

БЛОК 4

ВІЗИТІВКА



Для лицевої сторони візитівки використовуйте основну версію логотипа на кольоровому фоні VERDANT VERITY.

На зворотній стороні розміщуйте текст з ефектом підсвічення, контактні дані з піктограмами та QR-кодом для зручності переходу на сайт.

Розмір візитівки: 78 x 50 мм.

Завантажити

ПЕРСОНАЛЬНА ВІЗИТІВКА



Для лицевої сторони візитівки використовуйте основну версію логотипа на кольоровому фоні VERDANT VERITY.

На зворотній стороні розміщуйте ініціали як заголовок, посаду з ефектом підсвічення, контактні дані з піктограмами та QR-кодом для зручності переходу на сайт.

Розмір візитівки: 78 x 50 мм.

Завантажити

ПАПКА

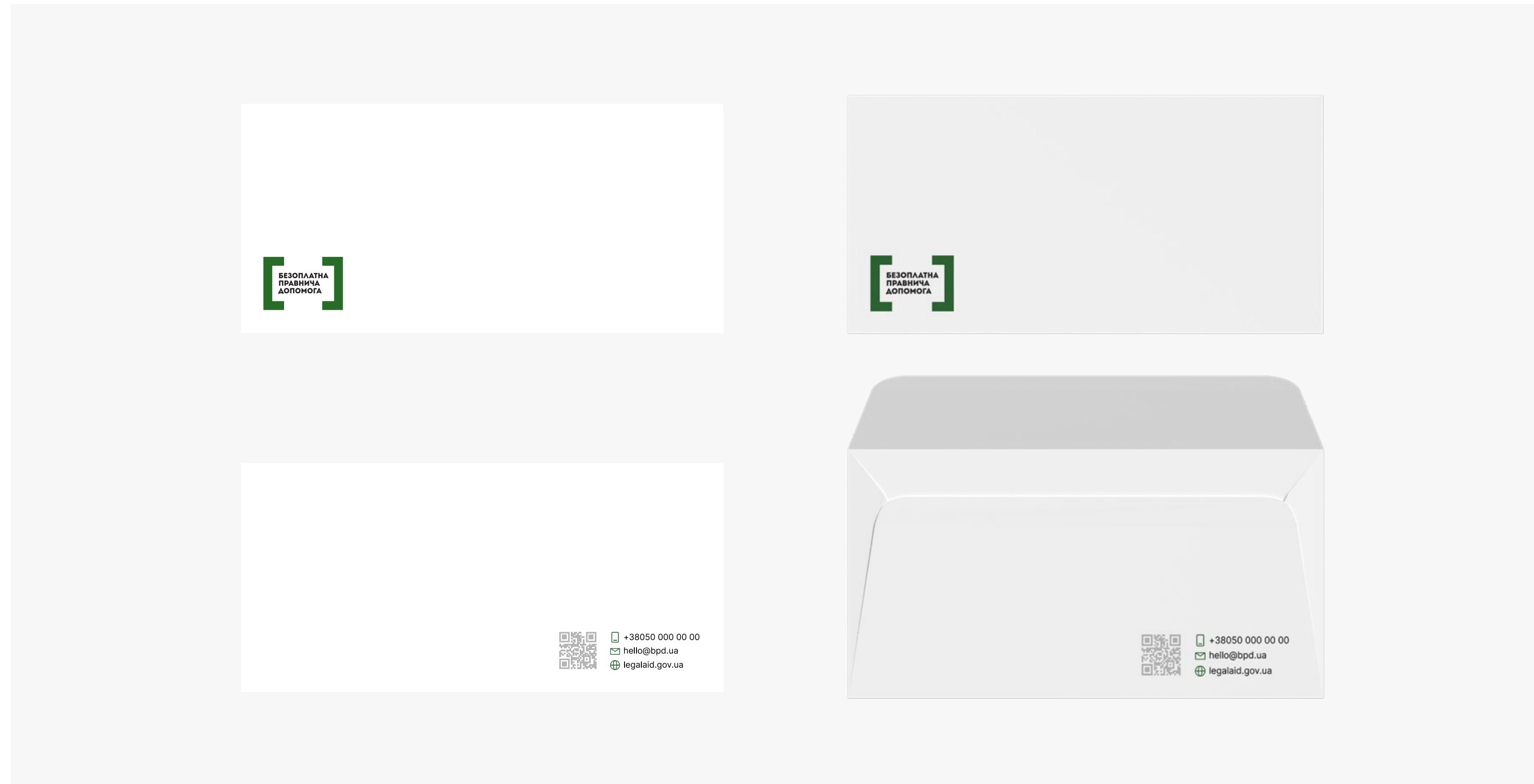


Для створення корпоративної папки використовуйте заливку для всіх її частин зеленим кольором VERDANT VERITY.

На лицевій стороні додавайте основну версію логотипа та сайт компанії.

Завантажити

КОНВЕРТ



Корпоративний конверт має бути лаконічним, універсальним, але водночас змістовним.

На лицевій стороні конверта слід додати основний логотип, а на зворотній – контакти для зв'язку та QR-код.

Розмір та формат конверта:
110 x 220 мм (євро).

[Завантажити](#)

КОНЦЕПЦІЯ ПРЕСРЕЛІЗУ

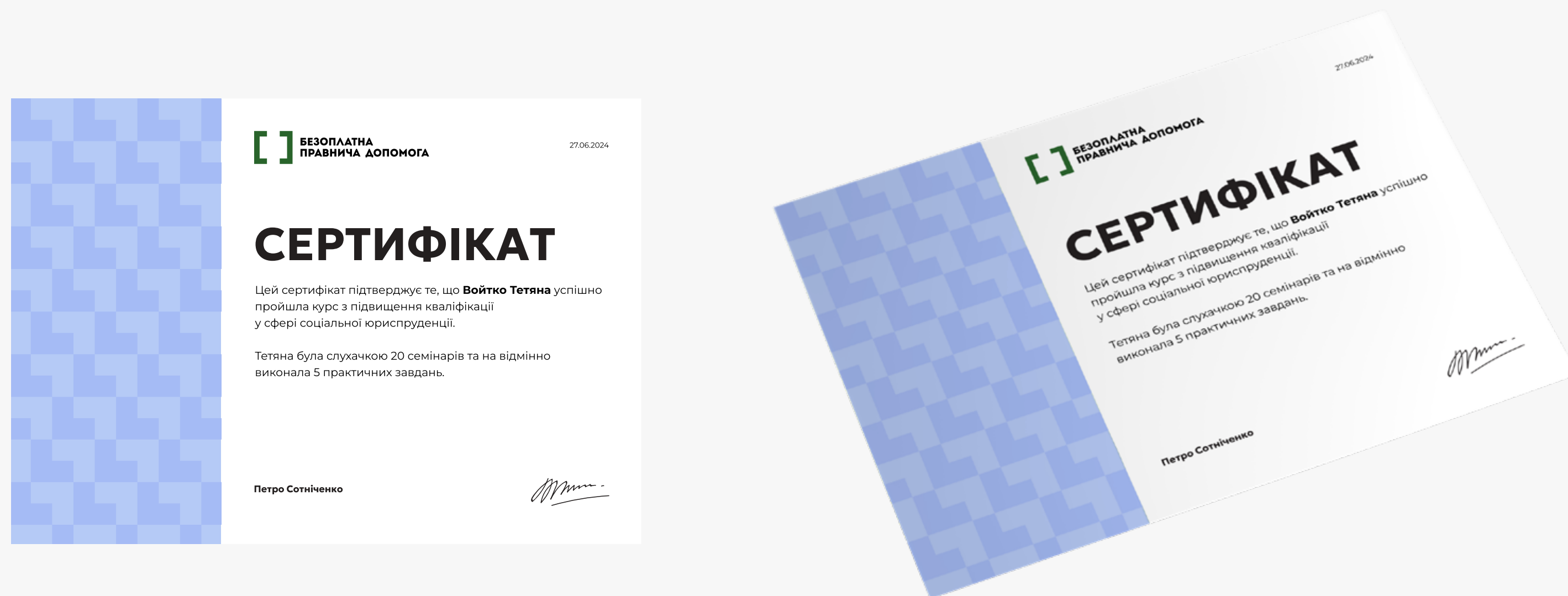


Пресреліз містить заголовок, текст-опис, фотоконтент та основну версію логотипа.

У нижній частині пресрелізу зазначаєте контактні дані з іконками та QR-кодом для зручності переходу на сайт.

Завантажити

КОНЦЕПЦІЯ СЕРТИФІКАТА V1

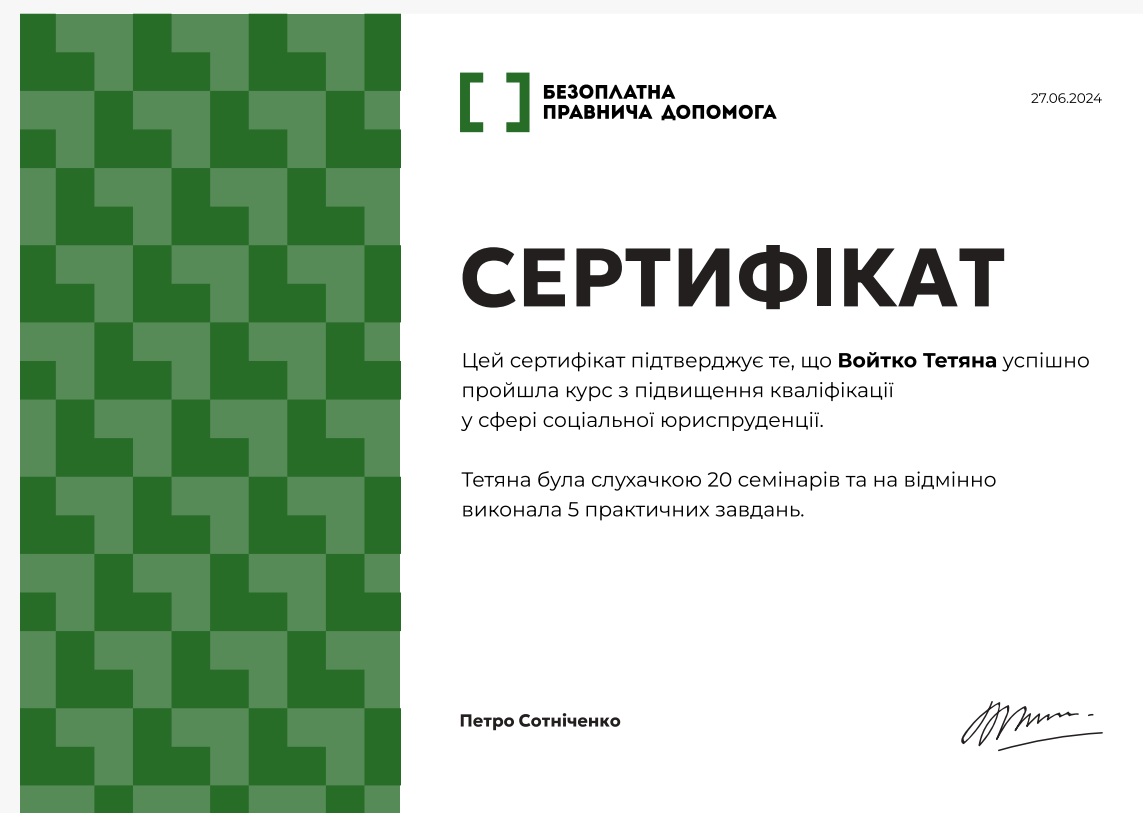


Дизайн сертифіката має містити патерн у лівій частині композиції, додаткову версію логотипа в два рядки, назву документа, опис, ініціали та підпис.

Сертифікат може використовуватись однаково як у цифровому, так і у друкованому форматі.

Завантажити

КОНЦЕПЦІЯ СЕРТИФІКАТА V2

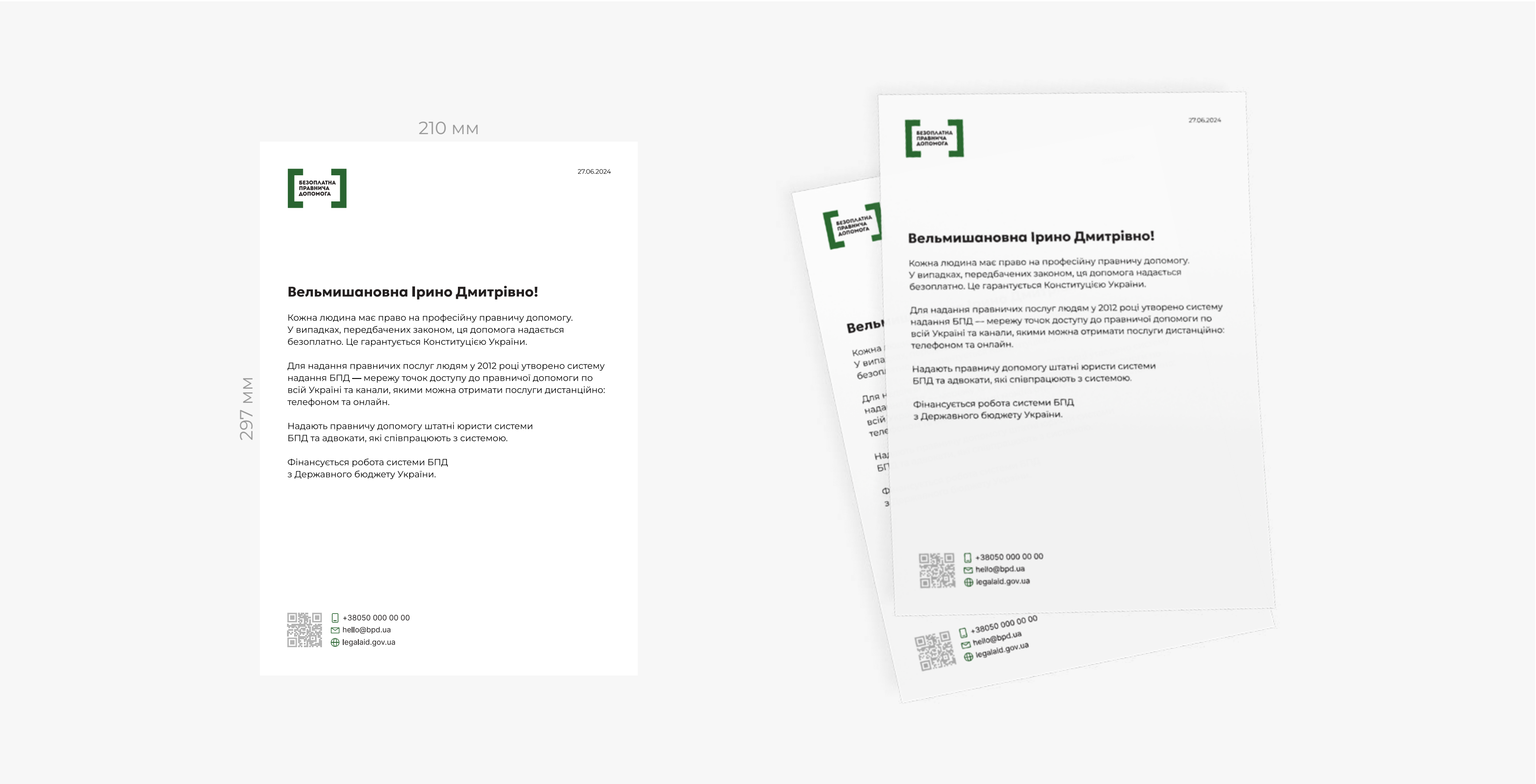


Дизайн сертифіката має містити патерн у лівій частині композиції, додаткову версію логотипа в два рядки, назву документа, опис, ініціали та підпис.

Сертифікат може використовуватись однаково як у цифровому, так і у друкованому форматі.

Завантажити

БЛАНК



Бланк має містити основну версію логотипа, заголовок, текст-опис, контактні дані компанії та QR-код для зручності переходу на сайт.

Розмір бланка:
210 x 297 мм (формат А4).

Рекомендовані розміри у використанні шрифтів: 21 pt для заголовків, 14 pt для основного тексту. Відступи між рядками не менше ніж 19 pt.

Поля (з усіх сторін): 16 мм.

Завантажити

X-БАНЕР V1

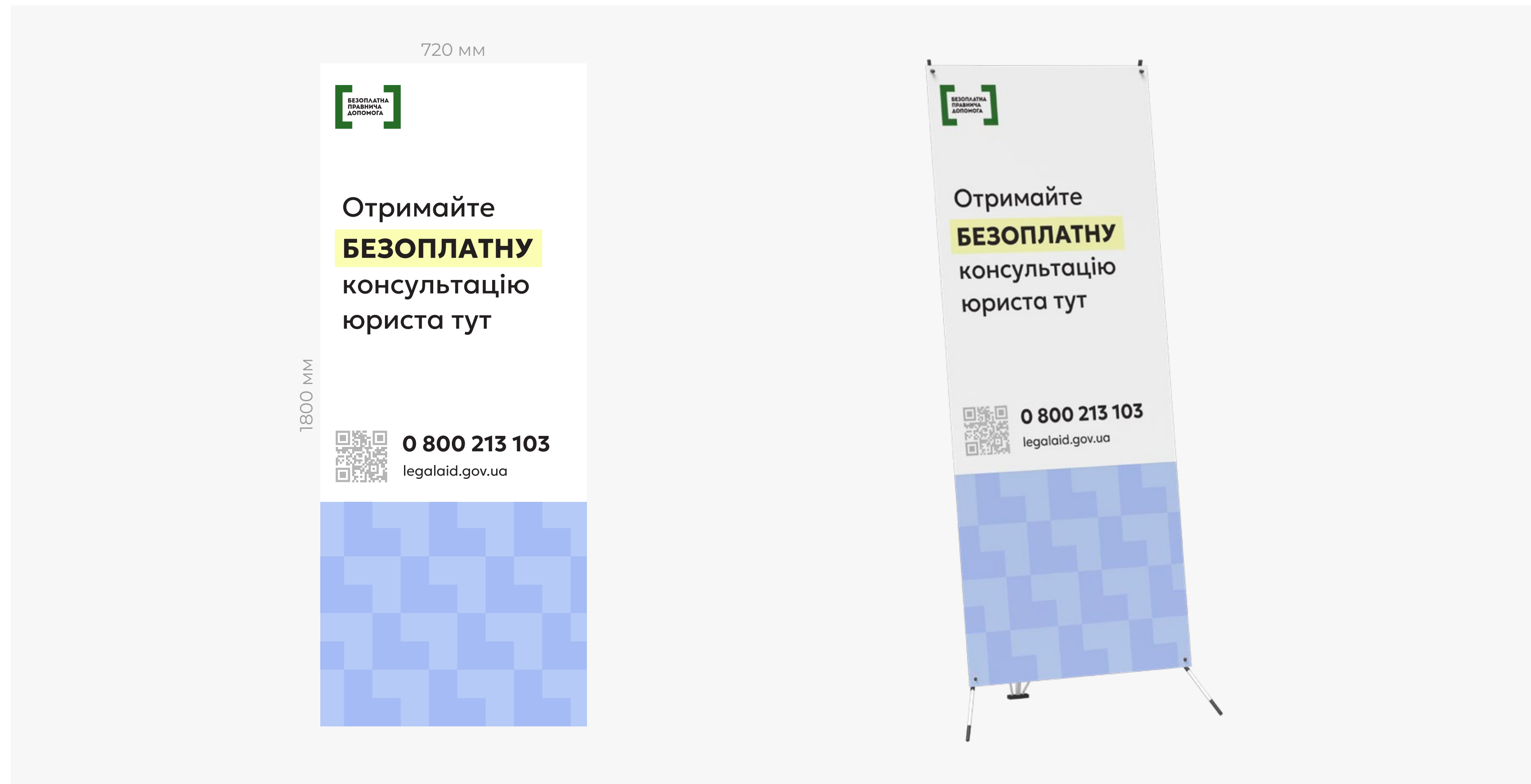


X-банер має містити такі елементи:
основну версію логотипа, текст
з ефектом підсвічення, номер
телефону, сайт та QR-код для
зручності переходу на сайт.

Розмір банера: 720 x 1800 мм.

Завантажити

X-БАНЕР V2

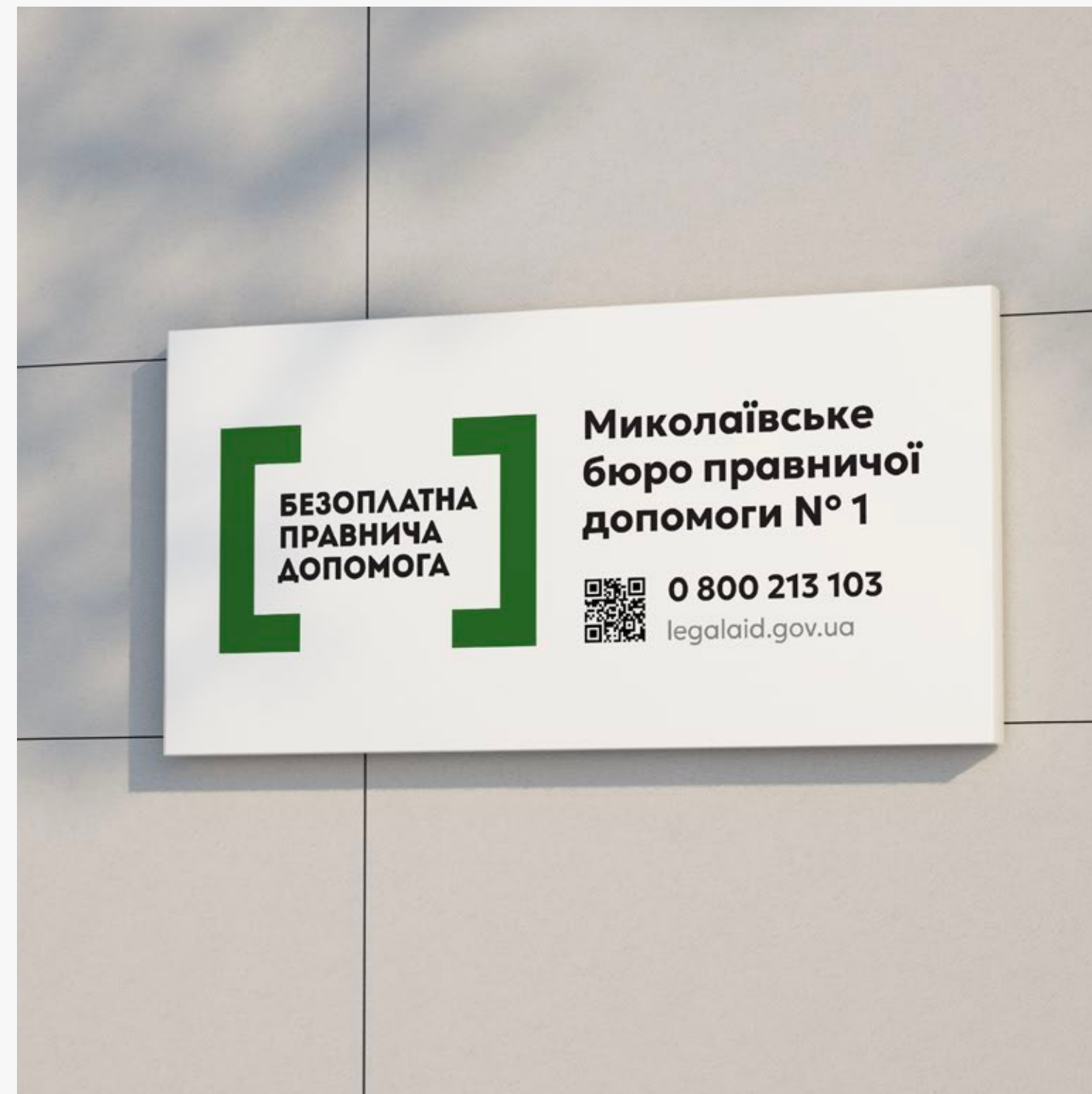


X-банер має містити такі елементи:
основну версію логотипа, текст
з ефектом підсвічення, номер
телефону, сайт та QR-код для
зручності переходу на сайт.

Розмір банера: 720 x 1800 мм.

Завантажити

ФАСАДНА ВИВІСКА

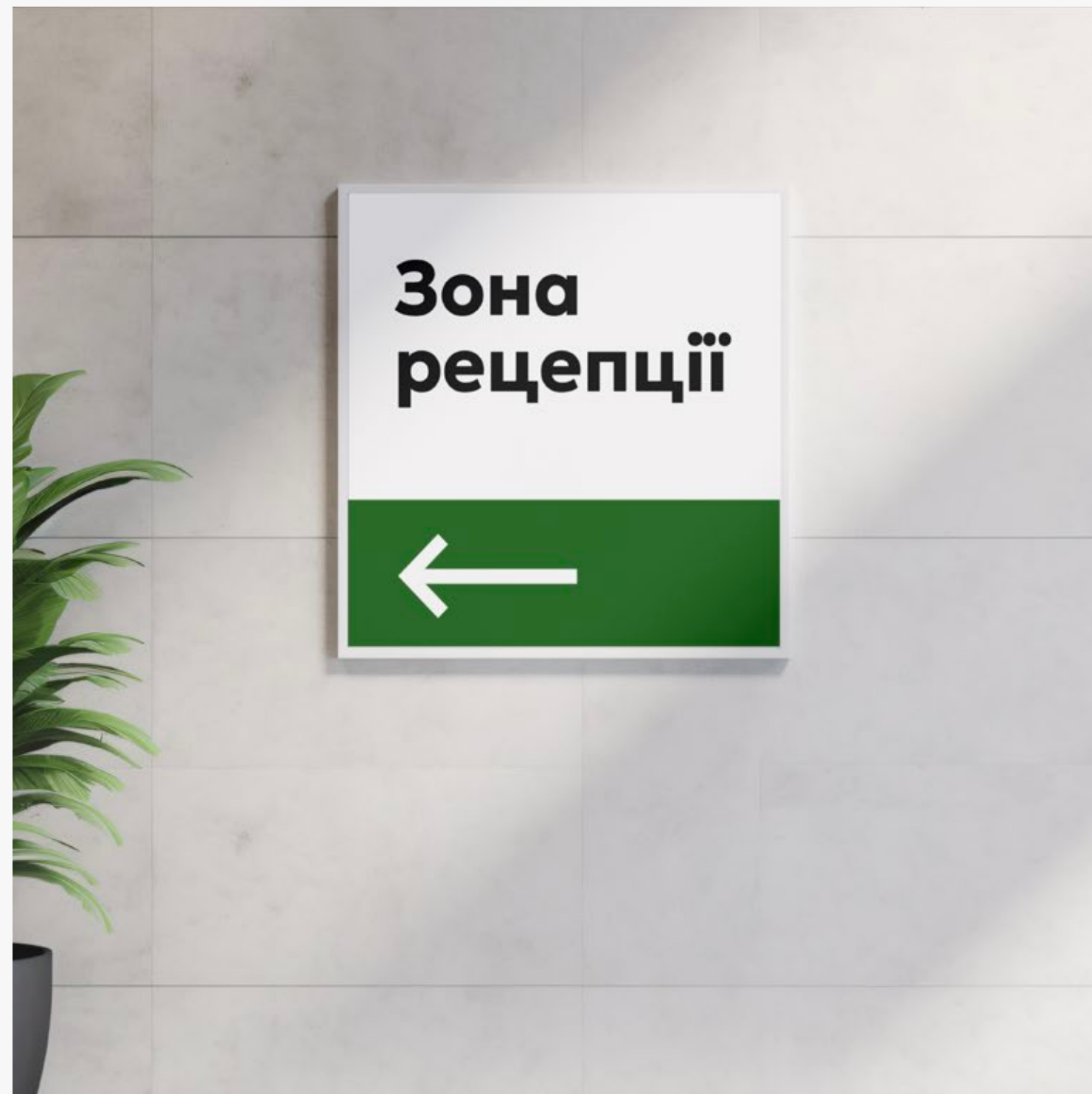


Для створення макета фасадної вивіски використовуйте основну версію логотипа, назву та номер відділення, номер телефону, сайт та QR-код.

Рекомендований розмір вивіски:
600 x 330 мм.

Завантажити

ВНУТРІШНЯ НАВІГАЦІЯ V1



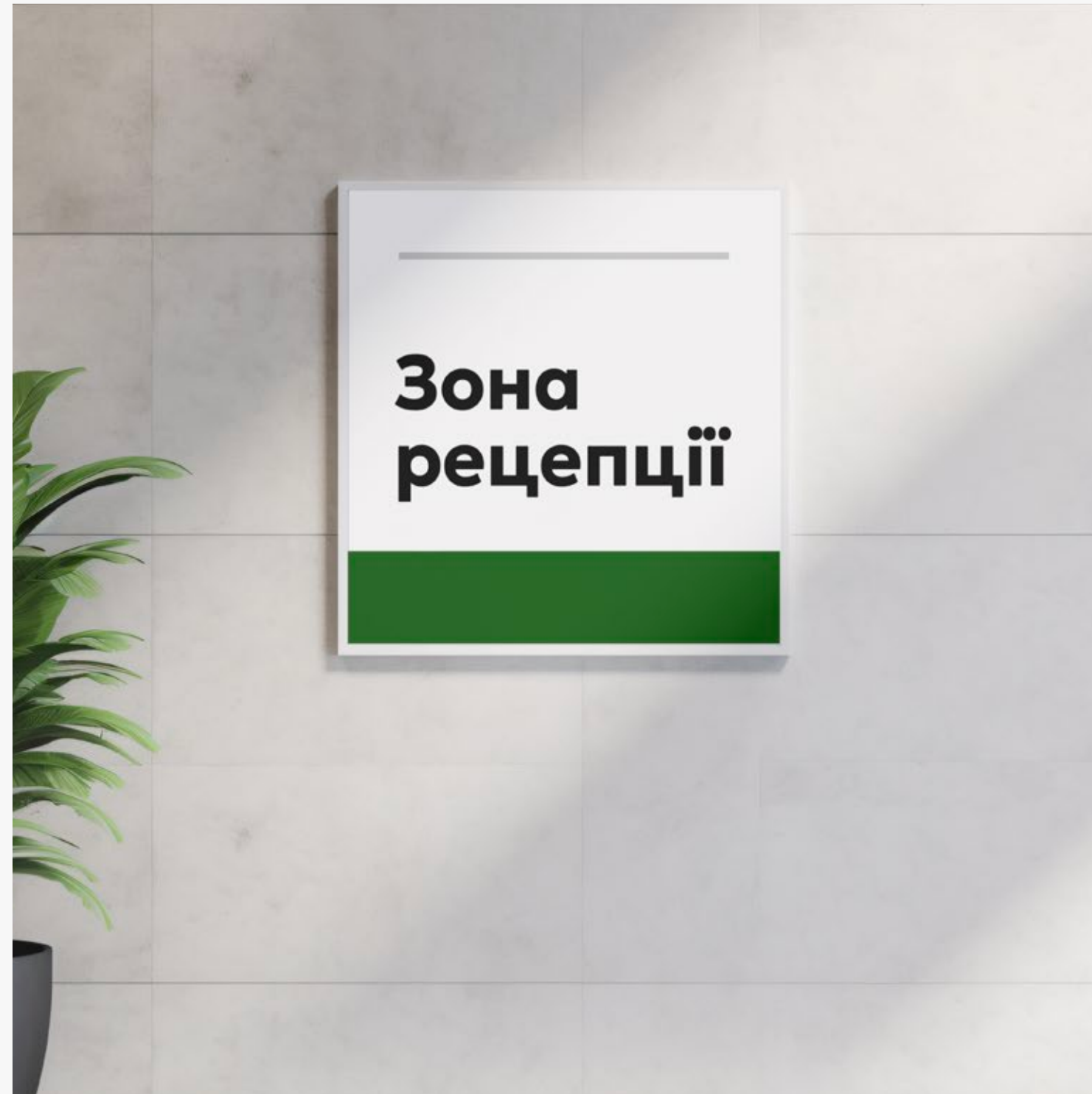
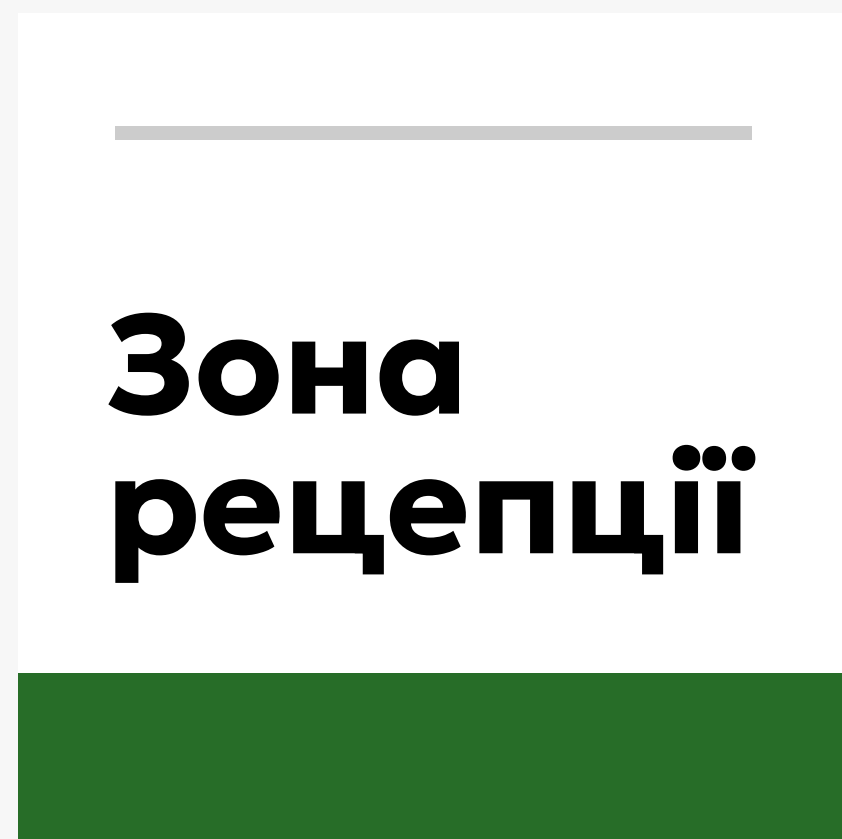
Внутрішня навігація має містити назву зони приміщення та стрілку.

Рекомендований шрифт:
Geologica Bold.

Розмір адаптивний.

Завантажити

ВНУТРІШНЯ НАВІГАЦІЯ V2



У додатковому варіанті внутрішньої навігації зазначена назва зони чи приміщення.

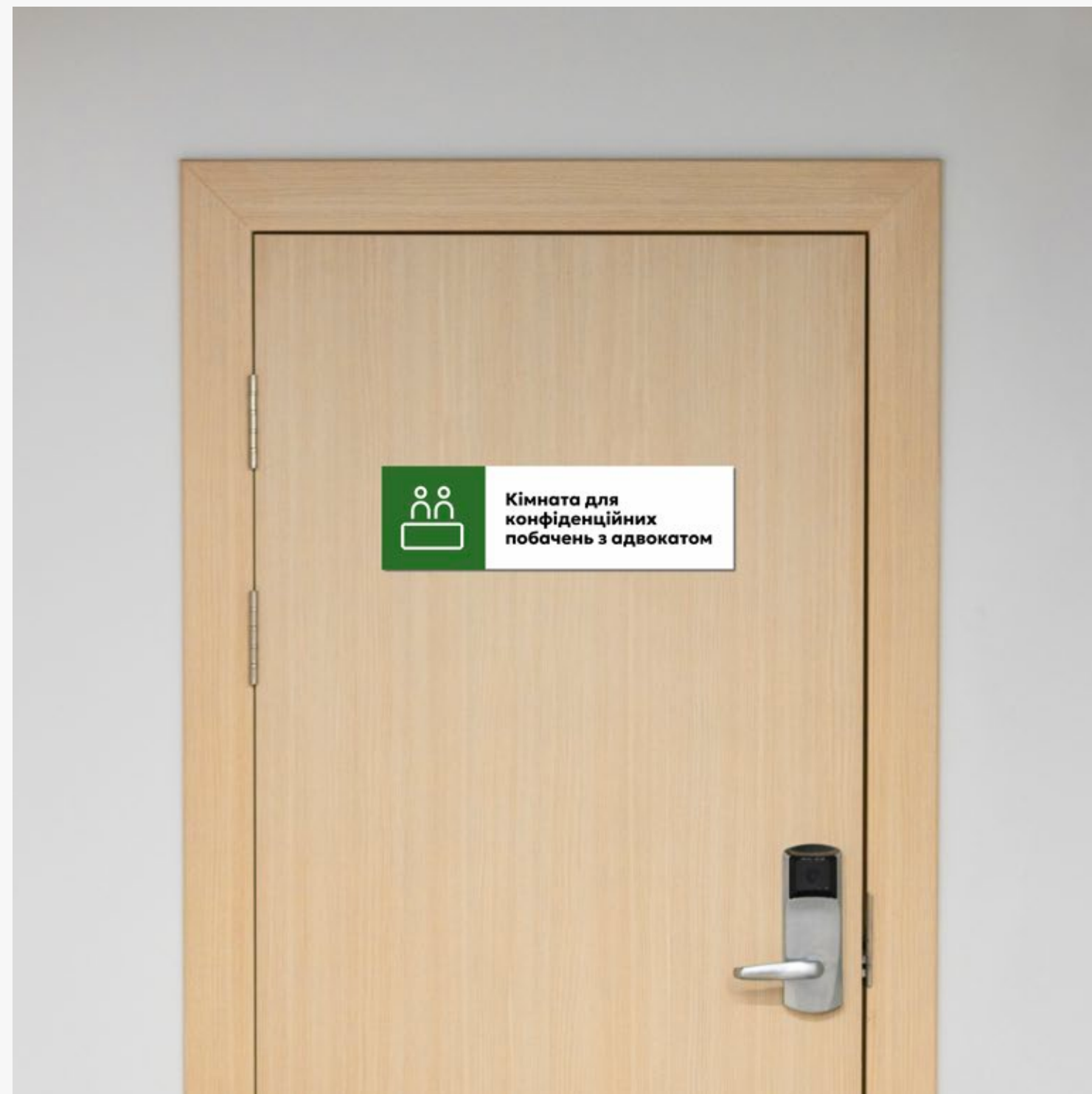
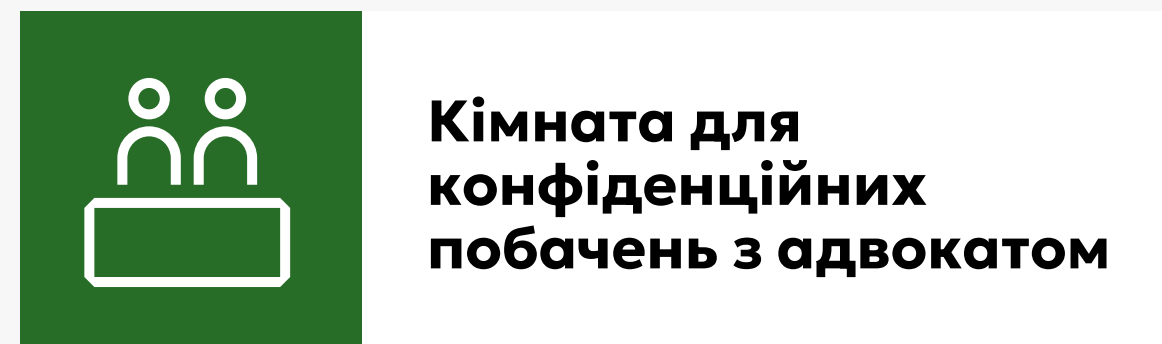
Для збалансування композиції таблички використовуйте графічні елементи, а саме зелений фрейм та сіру лінію над назвою.

Рекомендований шрифт: Geologica Bold.

Розмір макета адаптивний.

[Завантажити](#)

ВНУТРІШНЯ НАВІГАЦІЯ

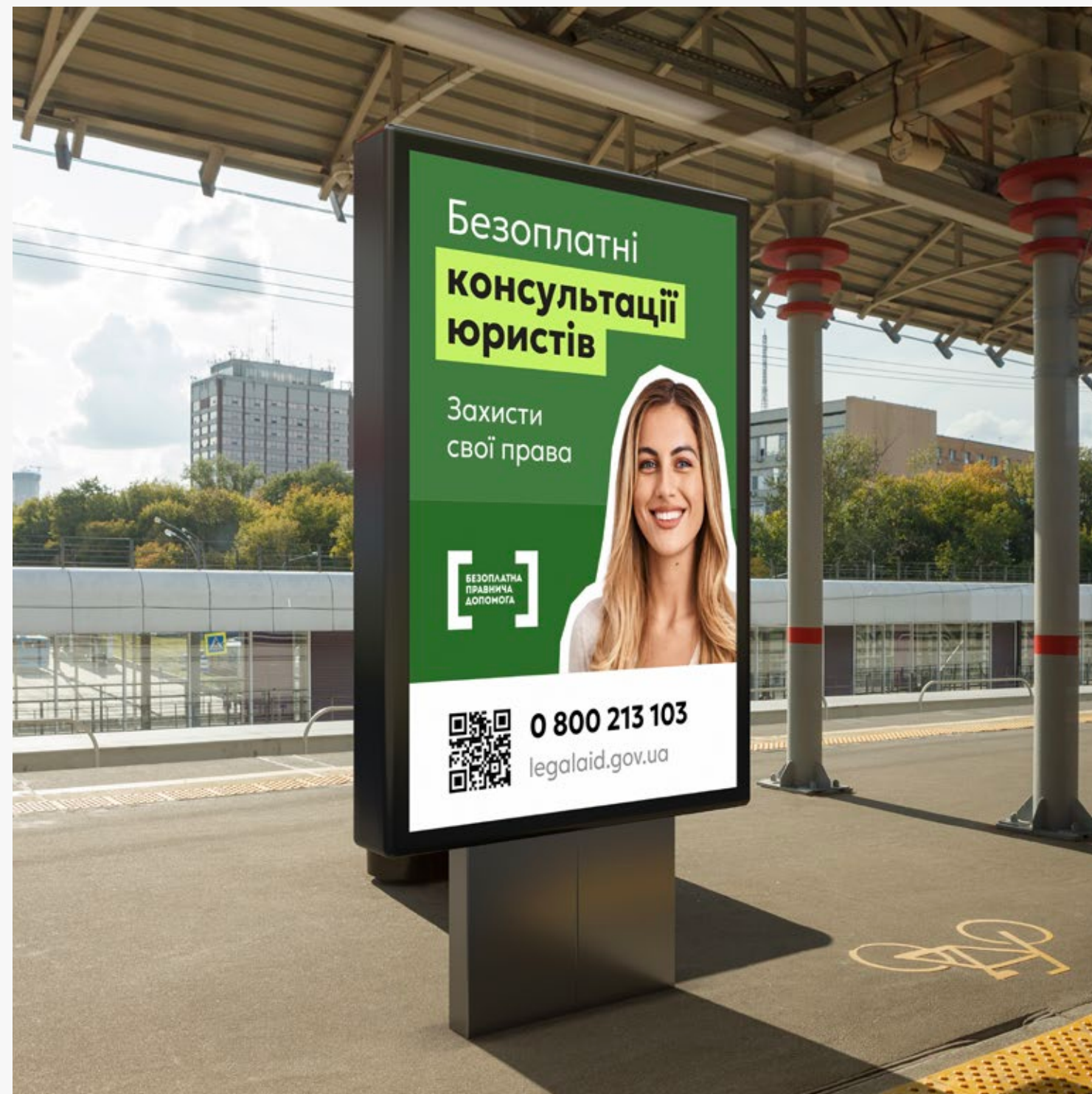
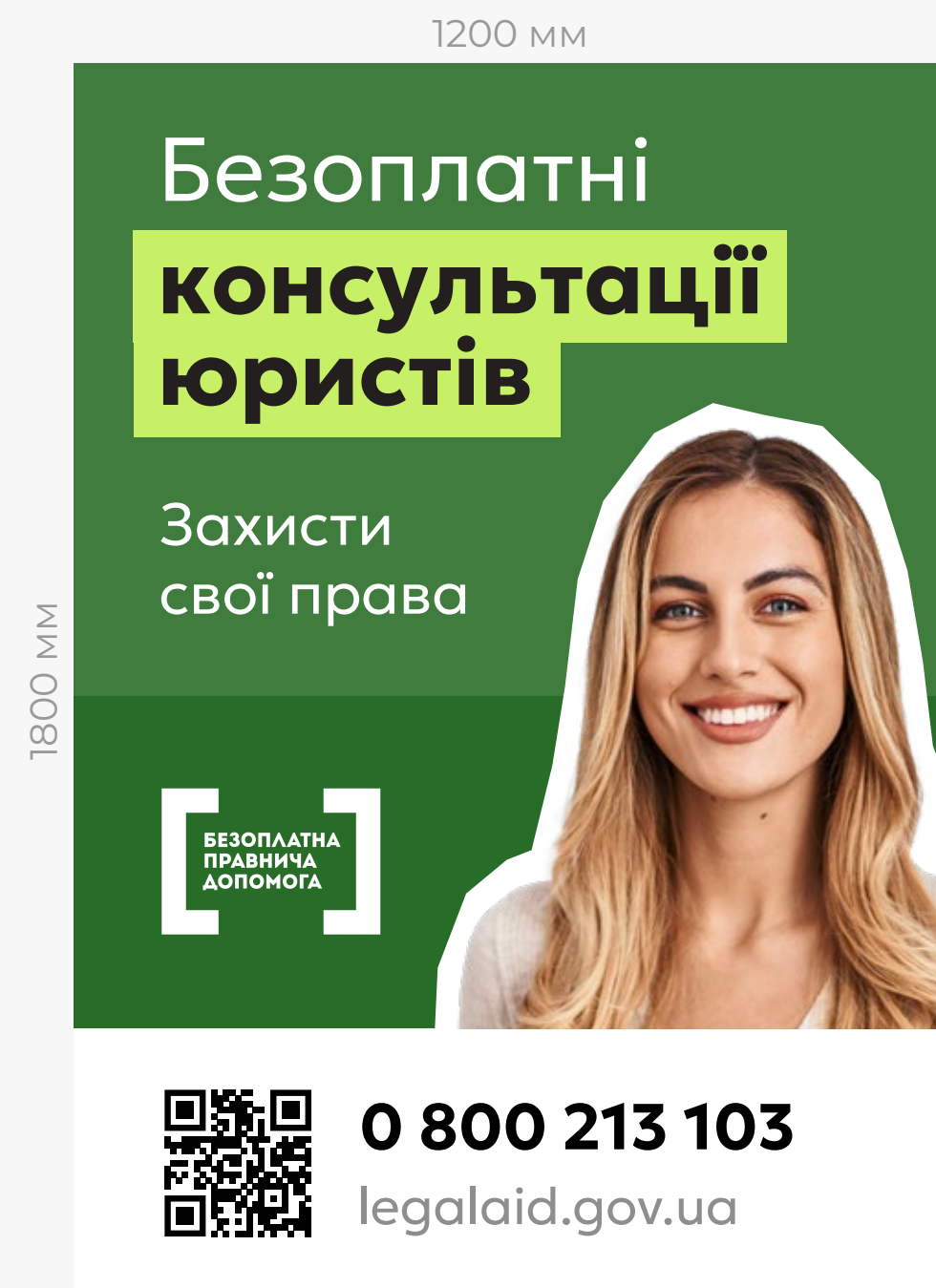


Для створення таблички на дверях всередині офісу використовуйте тематичну піктограму на зеленому фоні та назву приміщення.

Розмір макета адаптивний.

Завантажити

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА V1



Зовнішня реклама має бути привабливою та водночас функціональною.

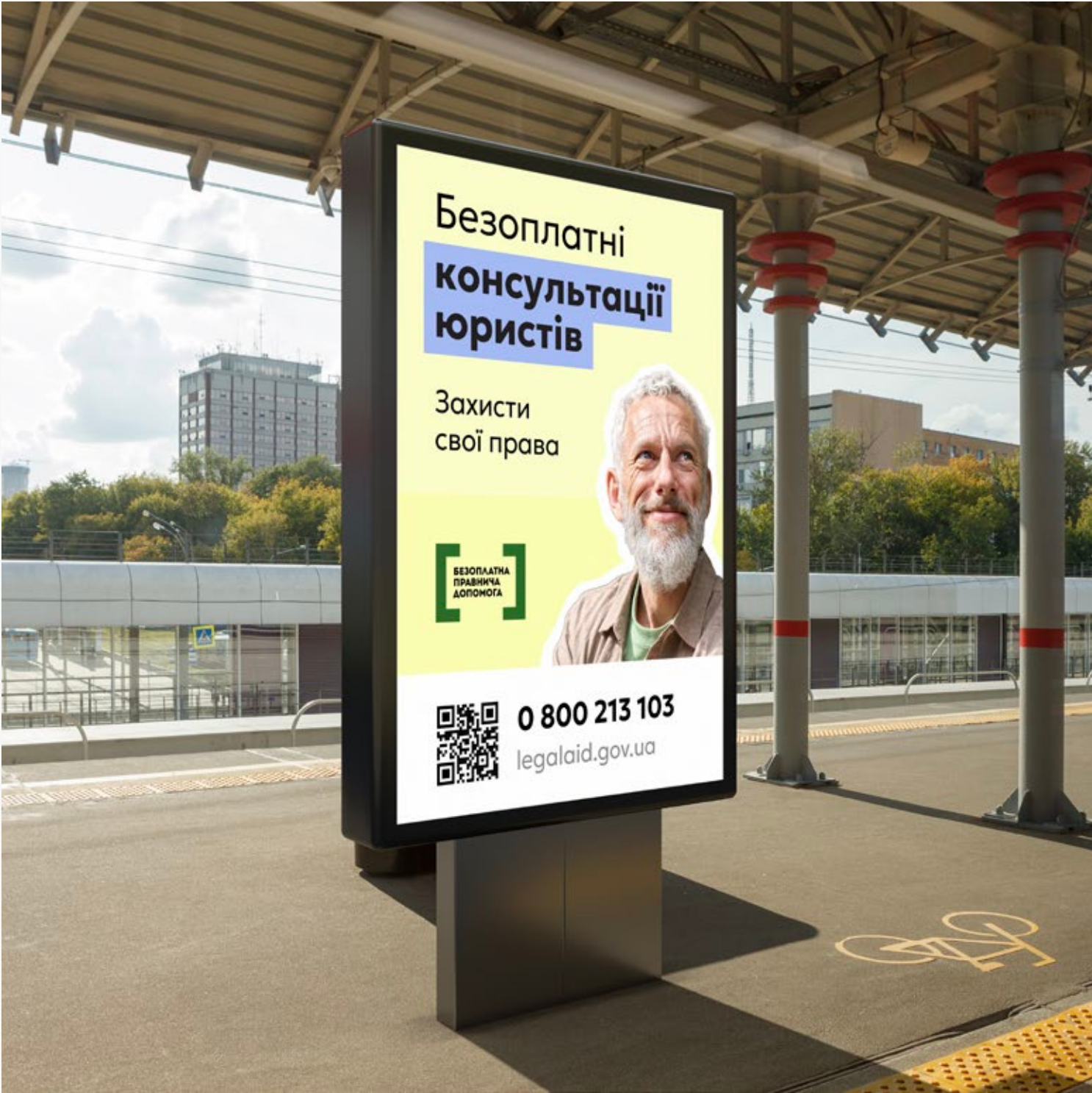
Для привернення уваги читача слід використовувати кольоровий фон, розділений на секції, фотографію з ефектом колажу та ефект підсвічення.

Функціональність рекламного плаката розкривається через наявність підзаголовка, основної версії логотипа, номера телефону, сайту та QR-коду.

Розмір сітілайта: 1200 x 1800 мм.

Завантажити

ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА V2



Зовнішня реклама має бути привабливою та водночас функціональною.

Для привернення уваги читача слід використовувати кольоровий фон, розділений на секції, фотографію з ефектом колажу та ефект підсвічення.

Функціональність рекламного плаката розкривається через наявність підзаголовка, основної версії логотипа, номера телефону, сайту та QR-коду.

Розмір сітілайта: 1200 x 1800 мм.

Завантажити

БУКЛЕТ

Сторона А



Особливість побудови макета для рекламного буклета полягає у тому, що потрібно передати великий обсяг тексту читачеві зрозуміло, послідовно та привабливо.

Для досягнення цього ефекту ми радимо використовувати розподілення тексту на ієрархічні частини: від більшої до меншої.

Також слід використовувати у макеті ефект підсвічення, пункти, іконки та патерн.

Завантажити

БУКЛЕТ

Сторона Б

Щоб уникнути одноманітності, розділяйте композицію сторінок на секції та використовуйте комбінації кольорів для фону.



Завантажити

БРОШУРА

Сторона А



Для дизайну брошури використовуйте фірмові шрифти для заголовків в поєднанні з ефектом підсвічення на кольоровому тлі з палітри бренду.

Горизонтальну версію логотипа розташовуйте в нижній частині на білому фоні.

Завантажити

БРОШУРА

Сторона Б

КОЛИ СУД МОЖЕ ВИЗНАТИ ЛЮДИНУ ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТИ

Фізична особа може бути визнана судом зниклою безвісти (безвісно відсутньою), якщо протягом 1 року в місці її постійного проживання немає відомостей про місце її перебування.

У разі неможливості встановити день одержання останніх відомостей про місце її перебування особи початком її безвісної відсутності вважається:

перше число місяця, що йде за тим, у якому були одержані такі відомості

в разі необхідності встановити цей місяць – перше січня наступного року

→

ПРАВОВІ НАСЛІДКИ ОГОЛОШЕННЯ ОСОБИ ЗНИКЛОЮ БЕЗВІСТИ

На підставі рішення суду про визнання фізичної особи безвісно відсутньою нотаріус за останнім місцем її проживання

Опікун над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою:

■ погашає над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою

■ управляє цим майном в її інтересах

■ утримує за рахунок майна осіб, яких за законом зобов'язана утримувати особа, визнана безвісно відсутньою

Опіка над майном припиняється у разі скасування рішення суду про визнання фізичної особи безвісно відсутньою

→



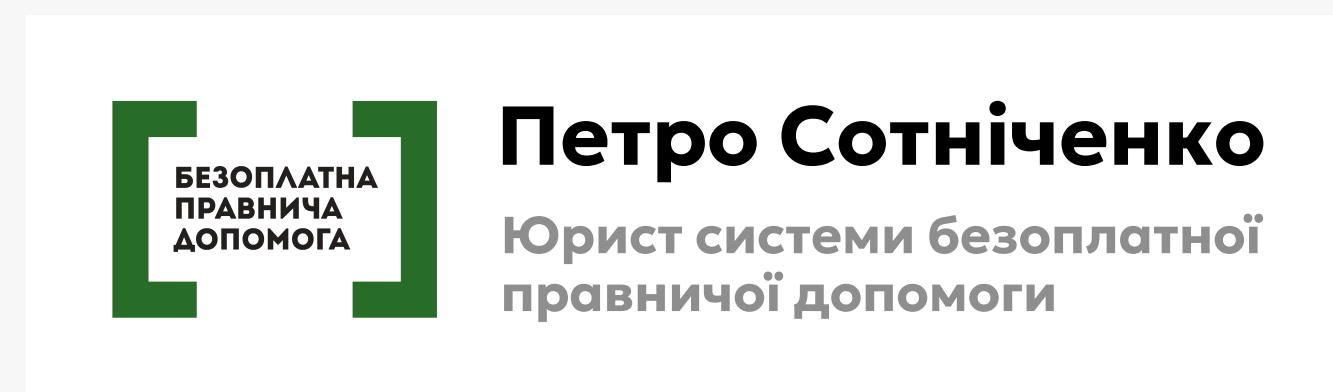
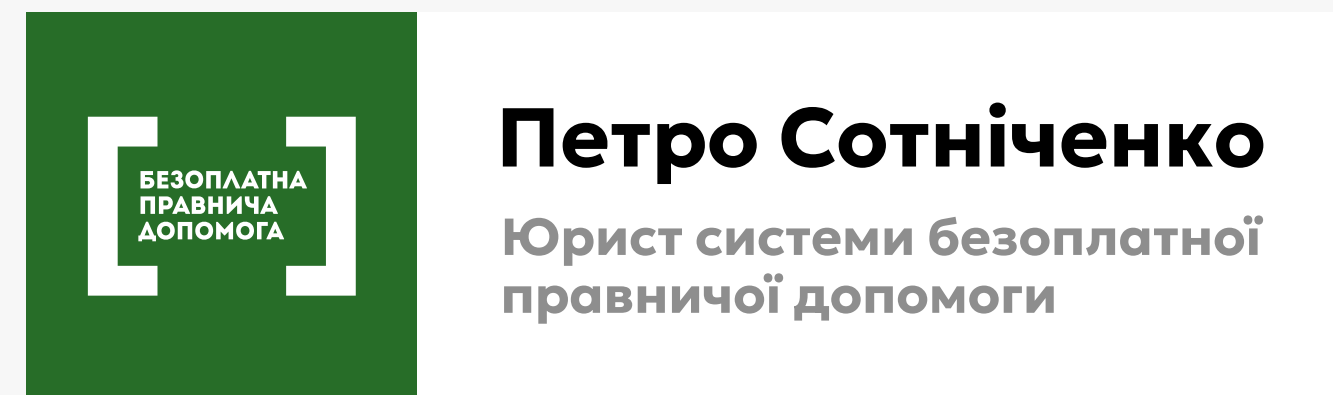
Внутрішні сторінки брошури мають гнучку побудову композиції з використанням розділення макета на секції.

Для кращого сприйняття інформації розділяйте текстові блоки за правилом ієрархії елементів: від головних та акцентних елементів до другорядних і базових.

Використовуйте ефект підсвічення, піктограми, квадратні пункти та геометричні стрілки.

Завантажити

ІМЕННА ТАБЛИЧКА V1

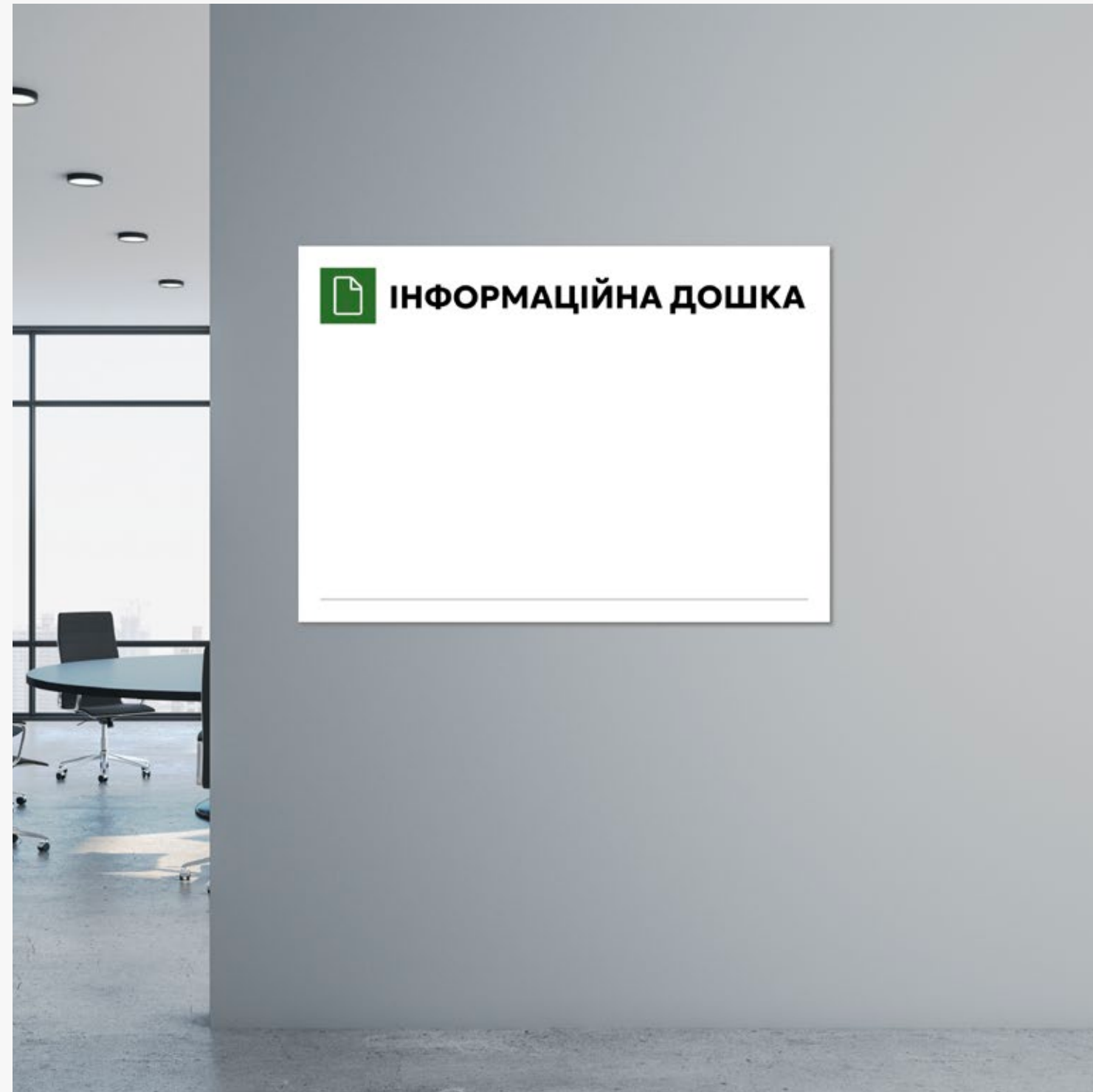
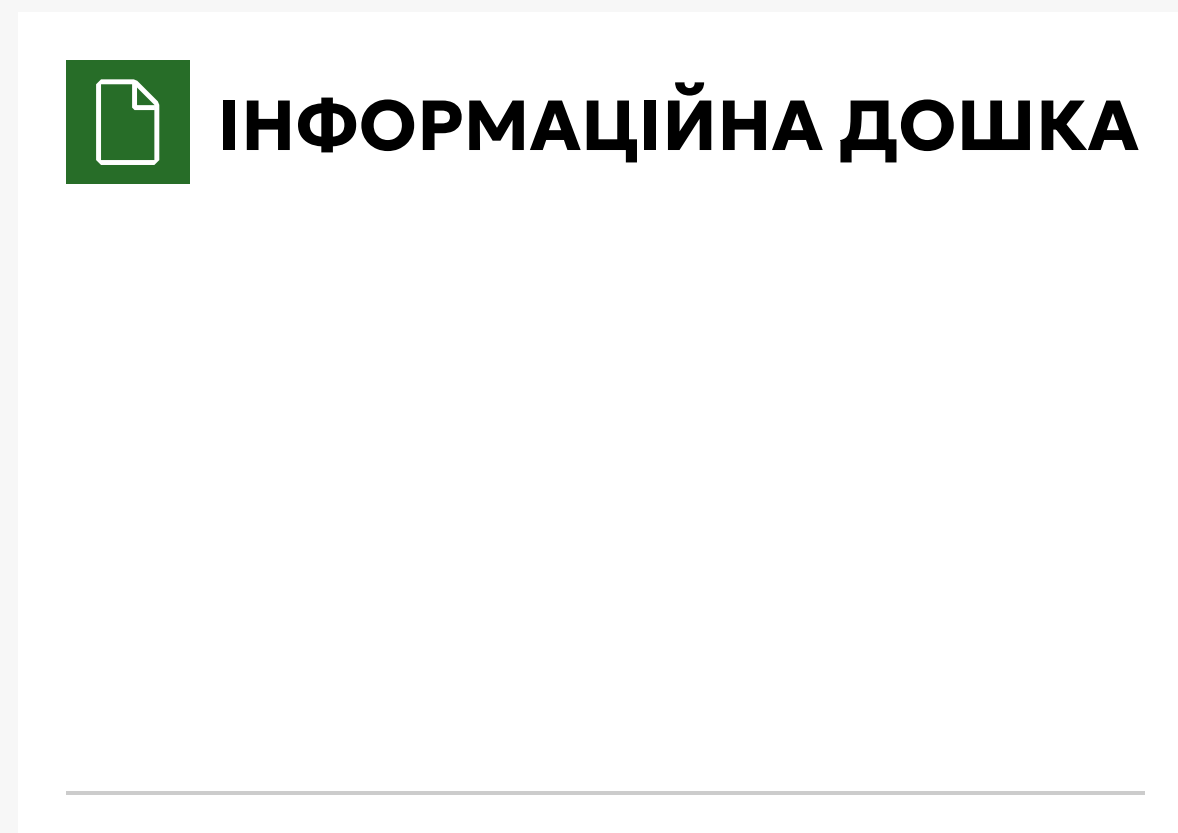


Дизайн іменної таблички має містити основну версію логотипа, ім'я та посаду працівника.

Стандартний розмір: 297 x 70 мм.

[Завантажити](#)

ІНФОРМАЦІЙНА ДОШКА



Інформаційна дошка містить піктограму на зеленому фоні та назву.

Для збалансування композиції дошки були використані графічні елементи, а саме зелений фрейм та сіра лінія під назвою.

Рекомендований розмір:
1085 x 900 мм.

Завантажити

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СТЕНД



Інформаційний стенд містить композицію з іконкою на зеленому фоні, назвою, місцем для документів формату А4.

Для збалансування композиції стенда використовуйте елементи, а саме зелений фрейм в нижній частині та додаткову версію логотипа у два рядки.

Рекомендований розмір:
1000 x 2400 мм.

Завантажити

