



УКРАЇНА  
ОДЕСЬКА ОБЛАСНА РАДА

**Р І Ш Е Н Н Я**

**Про затвердження бренд-концепції та айдентики Одеської області**

Відповідно до частини другої статті 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», з метою формування позитивного іміджу області як місця з потужним ресурсним потенціалом, де поєднуються культурне розмаїття, економічна стабільність і природне багатство, створення впізнаваного бренду регіону, який сприятиме економічному відновленню, залученню інвестицій та розвитку туризму, поширення інформації про Одеську область як комфортного регіону для життя, ведення бізнесу та інвестування обласна рада

**ВИРІШИЛА:**

1. Затвердити бренд-концепцію та айдентика Одеської області (додаток 1).
2. Затвердити Порядок використання бренд-концепції та айдентики Одеської області (додаток 2).
3. Контроль за виконанням рішення покласти на постійні комісії обласної ради з питань освіти, науки, молодіжної політики, спорту, культури та туризму та з питань міжрегіонального і міжнародного співробітництва.

Голова обласної ради



Григорій ДІДЕНКО

12 грудня 2024 року  
№ 737-VIII

Додаток 1  
до рішення обласної ради  
від 12 грудня 2024 року  
№ 737 - VIII

# Бренд-концепція та айдентика Одеської області



ОДЕЩИНА  
ЗЕМЛЯ, ЩО ОБ'ЄДНУЄ

# Зміст

Вступ <sup>(03)</sup>

Легенда <sup>(04)</sup>

## 1 Аналіз Регіону

- 1.1 Цінності та особливості бренду Одещини <sup>(06-07)</sup>
- 1.2 Основне гасло регіону <sup>(08)</sup>
- 1.3 Офіційний Герб та Новоутворений Логотип Облaсті <sup>(09)</sup>
- 1.4 Пояснення Стилю Айдентики <sup>(10)</sup>

## 2 Логотип

- 2.1 Основний Логотип <sup>(12)</sup>
- 2.2 Елементи Логотипу <sup>(13)</sup>
- 2.3 Безпечне Поле Логотипу <sup>(14)</sup>
- 2.4 Схема Побудови Логотипу <sup>(15)</sup>
- 2.5 Варіанти Побудови Логотипу <sup>(16)</sup>
- 2.6 Мінімальні Розміри Логотипу <sup>(17)</sup>
- 2.7 Неприпустиме Використання Логотипу <sup>(18)</sup>

## 3 Типографіка

- 3.1 Унікальний Шрифт <sup>(20)</sup>
- 3.2 Спокійне Накреслення <sup>(21)</sup>
- 3.3 Історичне Накреслення <sup>(22)</sup>
- 3.4 Соціальне Накреслення <sup>(23)</sup>
- 3.5 Приклад Роботи з Текстовими Стилями <sup>(24)</sup>

## 4 Кольорова Палітра

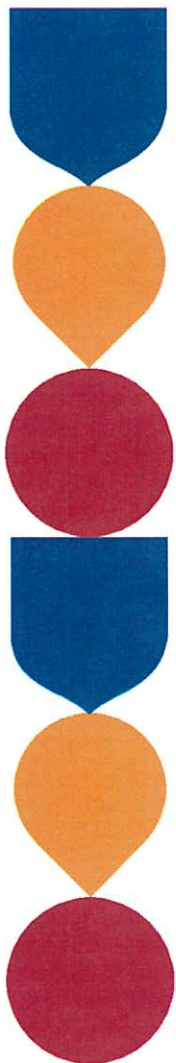
- 4.1 Фірмові Кольори <sup>(26)</sup>
- 4.2 Використання Кольорів <sup>(27)</sup>
- 4.3 Монохромні Варіації <sup>(28)</sup>
- 4.4 Розміщення Логотипу на Фотографіях <sup>(29)</sup>

## 5 Візуальні Акценти

- 5.1 Дизайн-Форми <sup>(31)</sup>
- 5.2 Паттерн Бренду <sup>(32)</sup>
- 5.3 Брендovanі Піктограми <sup>(33-34)</sup>
- 5.4 Офіційні Піктограми <sup>(35-36)</sup>

## 6 Застосування Стилю Одещини

- 6.1 Вимоги до Фотозображень <sup>(38)</sup>
- 6.2 Брендovanі Товари та Матеріали <sup>(38-90)</sup>
- 6.3 Матеріали для Завантаження <sup>(91)</sup>



# Вступ

Бренд Одещини — це не лише візуальний стиль, а й вияв цінностей, характеру та потенціалу південного регіону. Він орієнтований на створення цілісного образу області, що поєднує в собі природні ресурси, багатство культурної спадщини, економічні можливості та гостинність її мешканців.

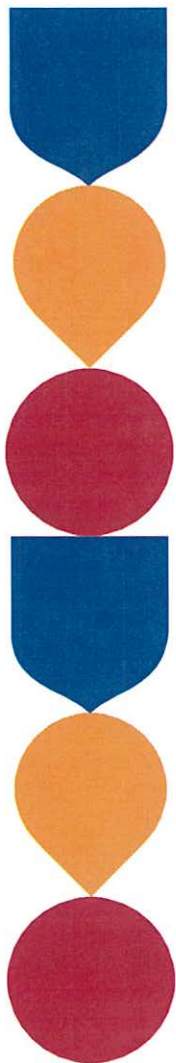
**Мета бренду** Одещини — підсилити впізнаваність регіону на національному та міжнародному рівнях, створити асоціації з сучасним, прогресивним та ресурсним краєм.

**Територіальний брендинг** — це інструмент, який дозволяє регіону виділитися серед інших, будуючи унікальний образ через візуальні, культурні та економічні аспекти. Він допомагає створити сприйняття області як привабливого місця для проживання, відпочинку та бізнесу, що, в свою чергу, сприяє розвитку туризму, залученню інвестицій та зростанню громадської активності. Таким чином, бренд виступає потужним і ефективним інструментом розвитку області.

**Ціль брендингу** Одещини — передати автентичний образ регіону, який одночасно відображає глибокі традиції та відкритість до інновацій. Ми прагнемо сформувати позитивний імідж області як місця з потужним ресурсним потенціалом, де поєднуються культурне розмаїття, економічна стабільність і природне багатство.

Розробка брендингу Одещини заснована на глибокому аналізі її унікальних особливостей, історичної спадщини, сучасних можливостей та викликів. Бренд є **синергією** природних, культурних та економічних елементів, які визначають регіон. Це потужний символ, що має надихати як мешканців Одещини, так і тих, хто планує відвідати, інвестувати або співпрацювати з регіоном.

**Візуальний стиль** базується на логотипі, що створений на аналізі і пошуках сенсів області, слогані «Земля, що об'єднує» та унікальному шрифті, що розроблений спеціально для області.



# Легенда

Одещина — край видатних людей, невинних течій та глобальної торгівлі. Земля розлогих виноградників, витриманих сирів і надзвичайної історії. Регіон, який понад 133 націй та народностей називають своїм домом, створюючи мозаїку традицій, мов та вірувань. І саме тут сотні тисяч людей із різними культурами та спільними цінностями щодня співіснують у єдності та взаємоповазі.

Одещина унікальна, наповнена сонцем, життям та багатством морських ресурсів. У ній вирує свобода, яку несе за собою бриз, та любов до відкриттів, що прибуває у порти разом із кораблями. І водночас, це місце тисячолітніх традицій, які проросли з давньогрецького епосу, єврейської самотності та західної культури. Від гамірних туристичних міст до тихих ремісничих сіл, Одещина поєднує звичаї із сучасними технологіями та переосмислює спадщину на нових сторінках своєї історії.

Її стратегічне розташування, багатство природи та працьовиті люди створюють можливості для економічного зростання та динамічного розвитку. Тож поки порти регіону приймають торгові судна із різних куточків світу, а щедра земля дарує рясний урожай, в технологічних центрах регіону творяться ідеї та народжуються відкриття. І хоча цей регіон поєднує безліч звичаїв та історій, він залишається незмінним у своїй відкритості, гостинності та прагненні до єднання. Тут кожна хвиля, що омиває берег, є закликом продовжувати пригоди, мріяти про велике й будувати мости замість бетонних стін.

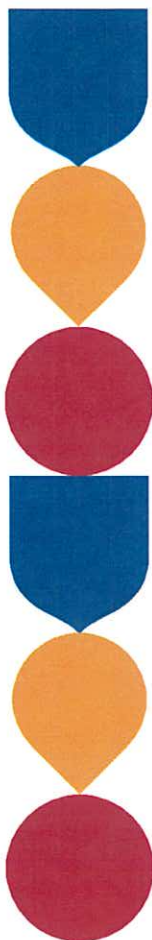
Багатогранна, космополітична, вільна Одещина — це живе серце південного колориту. Вона втілює глобальні цінності різноманіття та свободи і впевнено відкриває для України вікно у світ.



# 1. Аналіз Регіону

- 1.1 Цінності та особливості бренду Одещини <sup>(06-07)</sup>
- 1.2 Основне гасло регіону <sup>(08)</sup>
- 1.3 Офіційний Герб та Новоутворений Логотип Області<sup>(09)</sup>
- 1.4 Пояснення Стилю Айдентики <sup>(10)</sup>

## 1.1. Цінності та Особливості Бренду Одещини



### Культурне Різноманіття

Одещина є домом для понад 133 націй та народностей, що створюють унікальну мозаїку культур, мов і традицій. Тут кожна спільнота збагачує регіон своєю історією та звичаями, формуючи особливий космополітичний дух.

### Морський Регіон

Одещина має стратегічне розташування на узбережжі Чорного моря, що зробило її важливим центром для міжнародної торгівлі. Порти області відкривають для України можливості економічного зростання та культурного обміну.

### Земля Тисячолітніх Традицій

Історія Одещини вкорінена в античності та середньовіччі і зберігає відголоски давньогрецьких, єврейських та західноєвропейських культур. Ця спадщина надає регіону глибоких історичних підтекстів і надихає на переосмислення минулого через сучасний контекст.

### Сонячний Край

Сонце, море та родюча земля визначають унікальний клімат Одещини. Вона славиться розлогими виноградниками, морськими ресурсами, багатим урожаєм, що є основою для гастрономічного туризму та сільського господарства.

### Свобода і Відкритість

Вітер свободи, який несе морський бриз, пронизує кожен куточок Одещини. Це регіон, де цінується незалежність, а прагнення до відкриття та єднання об'єднує мешканців у щирій гостинності та взаємоповазі.

### Інновації та Розвиток

Потенціал технологічного розвитку поєднується зі стратегічним розташуванням регіону. Тут народжуються нові ідеї, створюються бізнеси та технологічні рішення, що підсилюють економічну міць Одещини.

## 1.1. Цінності та Особливості Бренду Одещини

море



пляж



порт



зерно



виноградна  
лоза



культура



туризм



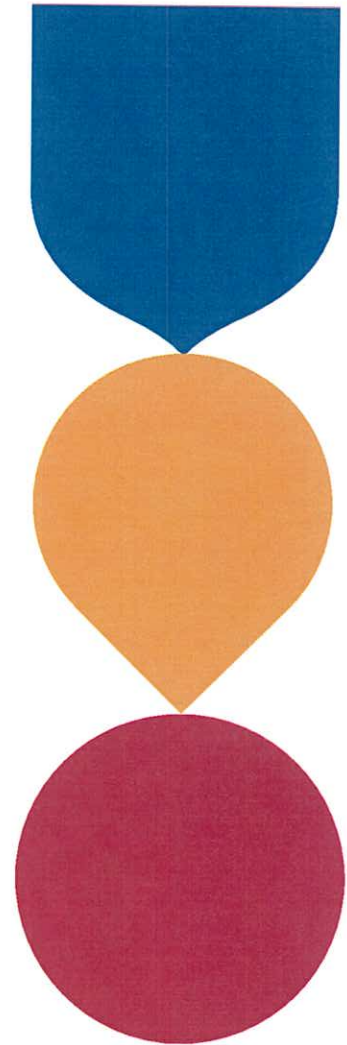
традиції



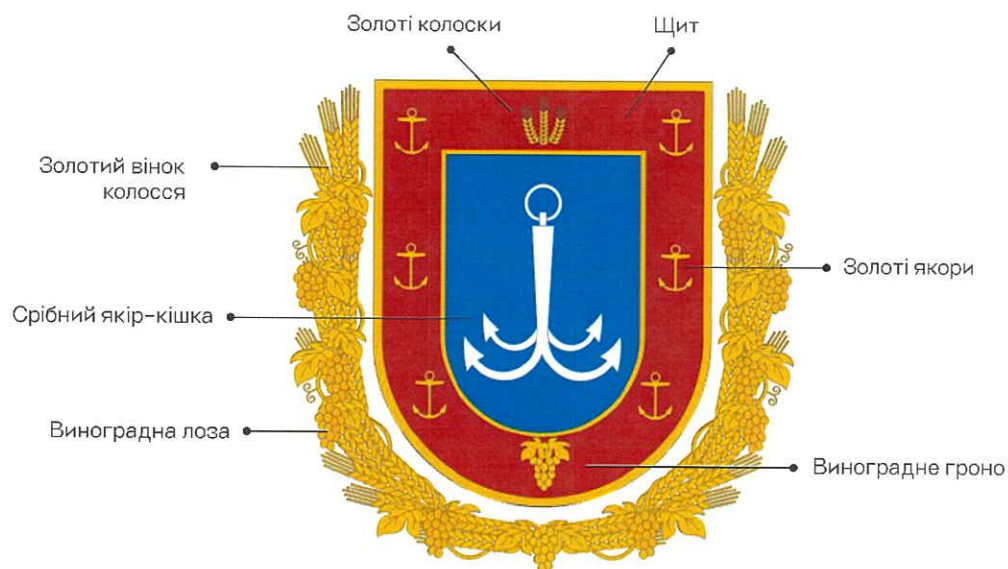
## 1.2. Основне Гасло Регіону

# Земля, що об'єднує

Це місце, де кожен, незалежно від походження, може знайти себе, розвиватися та долучатися до спільної історії. Водночас слоган підкреслює прагнення Одещини до єдності та взаємоповаги: як в межах регіону, так і на рівні зв'язків зі світом.

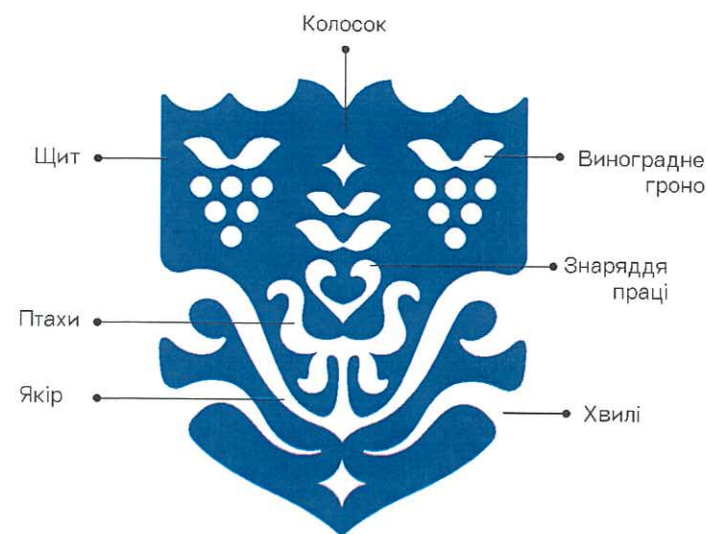


### 1.3. Офіційний Герб та Новоутворений Логотип Області



Герб Одеської області і є символом Одеської області, затверджений 21 липня 2002 року рішенням Одеської обласної ради.

Герб подається на іспанському щиті. Основне синє поле оточене широкою червоною каймою (бордюром). Головна гербова фігура — одеський срібний якір—кішка. На бордюрі горішня центральна фігура — золотий сніп колосся, обабіч ідуть шість золотих якорів, у центрі внизу — виноградне гроно. Довкола щита розміщено золотий вінок колосся, переплетений виноградною лозою



Нова айдентика відрізняється від класичної геральдики своєю сучасною інтерпретацією форм і символів. Замість традиційної щільної заливки, елементи логотипу створені за допомогою білого простору, що робить дизайн легшим і динамічнішим. Такий підхід додає логотипу універсальності, дозволяючи адаптувати його для різних цифрових і друкованих форматів. Відсутність класичних декоративних деталей підкреслює мінімалізм і сучасність, але зберігає зв'язок із символічними традиціями регіону.

## 1.4. Пояснення Стилю Айдентики

1. Офіційний герб має юридичний статус, його значення та використання захищені законодавством. Він застосовується в офіційних документах, на державних прапорах, печатках та інших важливих елементах. Оскільки герб має захищене значення, його використання суворо регулюється відповідними законами та нормативними актами. Геральдика, яка є основою айдентики, слугує іміджевим елементом і не може замінити офіційний герб. Для того щоб геральдика мала таку ж силу, необхідне офіційне визнання та законодавче затвердження.

Герб можна порівняти з офіційним ім'ям людини, зазначеним у свідоцтві про народження, паспорті та інших документах. Це ім'я визнане на державному та міжнародному рівні. Водночас у повсякденному житті людина може мати неофіційні прізвиська чи зменшувальні форми імені, які мають особисте значення, але не є офіційними. Так само і наша айдентика: вона може мати асоціативне та іміджеве значення, але не має законодавчої сили.

2. Візуально айдентика може нагадувати офіційний герб та частково наслідувати його стилістичні елементи. Проте вона не дотримується всіх геральдичних норм і не має офіційного статусу, що дозволяє їй бути більш гнучкою та адаптивною для різних комунікаційних потреб.

Чому ж тоді за основу логотипу взято форму герба? Ми свідомо обрали її, щоб підкреслити історичну спадщину регіону та відобразити його унікальні риси. Форма герба асоціюється з традицією, стабільністю та приналежністю до конкретного місця, що важливо для ідентичності регіону. Вона є міцним символом, що дозволяє гармонійно поєднувати сучасні елементи з історичними, поважаючи минуле, але при цьому залишаючи простір для творчої інтерпретації.

3. Наша айдентика створена для того, щоб привернути до регіону увагу широкої аудиторії. Її стиль, хоча й перегукується з офіційним гербом, є значно простішим і адаптивнішим, що дозволяє використовувати її на маркетингових матеріалах, сувенірах, у соціальних мережах та під час подій. Таке візуальне рішення робить айдентика універсальною та здатною привертати увагу в різних контекстах. Її головна мета — доповнити офіційні символи, а не замінити їх.

Використовуючи єдину концепцію, айдентика підсилює офіційний образ регіону, сприяє його популяризації, формує позитивне сприйняття та підтримує зв'язок між історичними цінностями і сучасними комунікаційними потребами.

# 2. Логотип

- 2.1 Основний Логотип <sup>(12)</sup>
- 2.2 Елементи Логотипу <sup>(13)</sup>
- 2.3 Безпечне Поле Логотипу <sup>(14)</sup>
- 2.4 Схема Побудови Логотипу <sup>(15)</sup>
- 2.5 Варіанти Побудови Логотипу <sup>(16)</sup>
- 2.6 Англomовна Версія Логотипу <sup>(17)</sup>
- 2.7 Мінімальні Розміри Логотипу <sup>(18)</sup>
- 2.8 Неприпустиме Використання Логотипу <sup>(19)</sup>

## 2.1. Основний Логотип

Основним логотипом виступає графічна іконка, назва регіону "Одещина" у спеціально розробленому шрифті Odesa Region Type та гасло, що підкреслює лого в цілому.

Основою дизайну став ресурсний потенціал регіону. Логотип виконаний у формі щита, що символізує захист і силу, та водночас відображає природні багатства і культурну спадщину регіону. Елементи всередині щита мають окремі смислові підґрунтя, що окреслюють все багатство області.



## 2.2. Елементи Логотипу



### Якір

Якір символізує морську культуру та портову спадщину регіону, нагадуючи про важливість судноплавства, торгівлі та туризму для економіки Одещини. Він також уособлює стабільність і надійність, підкреслюючи статус регіону як морських воріт України.



### Зерно

Зерно символізує багатство регіону, його родючу землю та аграрний потенціал. Цей символ нагадує про традиції хліборобства, які є основою життя і культури багатьох поколінь. У концепції бренду зерно уособлює добробут, щедрість та тісний зв'язок між природою та людьми регіону, підкреслюючи статус Одещини як важливого аграрного центру України.



### Виноград

Виноград є уособленням багатих традицій виноробства та достатку природи Одещини. Цей символ акцентує увагу на гармонії та багатстві регіону, що славиться своїми виноградниками та виробництвом якісного вина.



### Птахи

Птахи у логотипі символізують свободу, відкритість та гармонію людини з природою. Вони також відображають важливість туризму та підкреслюють природну красу регіону, нагадуючи про роль Одещини як місця подорожей і духовного піднесення.



### Знаряддя праці

Знаряддя праці передають сумлінність, родючість та історичний спадок регіону, акцентуючи увагу на ключовій ролі сільського господарства у формуванні ідентичності та добробуту Одещини.

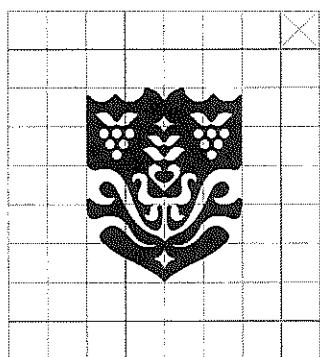


### Хвилі

Хвилі втілюють Чорне море та пляжний відпочинок, який приваблює туристів у цей регіон. Вони також символізують рух і розвиток, нагадуючи про важливість морської індустрії та туристичного потенціалу Одещини.

## 2.3. Безпечне Поле Логотипу

Щоб забезпечувати читабельність і композиційну чистоту формату, логотип варто розміщувати у вільному від інших візуальних елементів просторі. Для цього потрібно знайти таку величину, яка задасть мінімальний розмір безпечного поля. Розділивши периметр знака на квадрати (коротшу сторону на 4 квадрати, довшу — на 5 квадратів), одержимо системний модуль X. Мінімальний розмір безпечного поля дорівнює двом модулям.



системний модуль X

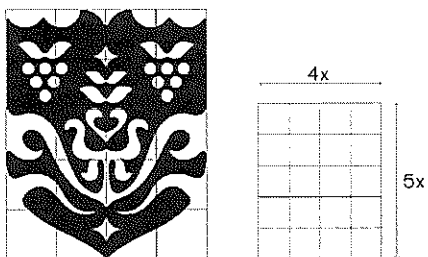


безпечне поле

Безпечне поле логотипу – це відстань навколо логотипу, яку потрібно зберігати вільною від будь-яких інших елементів, текстів або зображень. Безпечне поле гарантує, що логотип буде легко сприйматися, залишаючись помітним та чітким у будь-якому середовищі. Це поле дозволяє логотипу "дихати" та забезпечує його естетичне і функціональне розташування.



## 2.4. Схема Побудови Логотипу



Також знак X утворює системний модуль У, що собою формує сітку для побудови логотипу.

Висоту логотипу утворюють 2 системні модулі У, а ширину – 4.5 модулі У. Відстань між текстовим блоком та графічним – системний модуль Х.





## 2.5. Варіанти Побудови Логотипу

### Основне лого

Основний логотип складається з графічного елемента, назви та слогана. Цей варіант є головним візуальним символом бренду та має використовуватися без змін в офіційних матеріалах бренду та будь-яких комунікаціях, які вимагають цілісного і впізнаваного вигляду.



### Круговий логоблок

Кругова версія логотипу, у якій графічний елемент розташований в центрі кола, а назва та слоган обрамляють його по колу. Цей варіант підходить для використання на сувенірній продукції, значках, профілях у соціальних мережах, де важливий компактний формат.



### Горизонтальний логоблок

Допоміжний варіант логотипу, у якому графічний елемент розташований зліва, а назва та слоган – справа. Цей логоблок підходить для розміщення в просторі з обмеженою висотою, як-от верхні панелі вебсайтів, підписи у документах чи вузькі банери.



### Вебіконка

Спрощення логотипу до іконки забезпечує його впізнаваність у компактному форматі, зберігаючи основну ідентичність бренду для цифрових платформ. Така адаптація оптимізує логотип для малих екранів, зберігаючи його читабельність.

## 2.6. Англомовна Версія Логотипу

Основне лого



Круговий логоблок



Горизонтальний логоблок

## 2.7. Мінімальні Розміри Логотипу

### Друк

Логотип повинен мати мінімальний розмір, щоб залишатися розбірливим. Не рекомендовано використовувати знак менш як 10 мм завширшки, а логотип — 40 мм у друці. Для друківаних матеріалів логотип повинен мати роздільну здатність не менше 300 DPI для забезпечення якості зображення.



### Вебсередовище

На вебресурсах логотип має бути масштабованим і чітким навіть при зменшенні до маленьких розмірів. Для цифрового середовища знак повинен бути не менше 30 px, а логотип – не менше 120 px. Логотип повинен бути адаптивним, чітко відображатися на різних пристроях, включаючи мобільні телефони, планшети та комп'ютери.



## 2.8. Неприпустиме Використання Логотипу



**Зміна кольорів:**  
Заборонено змінювати кольори логотипу на інші, окрім передбачених у брендбукі.



**Деформація:**  
Логотип не можна розтягувати, стискати або змінювати його пропорції.



**Додавання ефектів:**  
Уникайте тіней, градієнтів або інших графічних ефектів, які можуть спотворити вигляд логотипу.



**Растровий Логотип:**  
Логотип слід використовувати виключно у векторному форматі (наприклад, .SVG, .EPS, .AI) для забезпечення максимальної чіткості та якості в будь-якому масштабі.



**Використання на складних фонах:**  
Логотип не слід розмішувати на текстурованих або зображеннях, що ускладнюють його читабельність.



**Зміна шрифтів або графіки:**  
Не можна видозмінювати або замінювати будь-які елементи логотипу, включаючи шрифти.



**Обертання або нахил:**  
Логотип повинен залишатися у своєму оригінальному положенні без обертання чи нахилу.



**Надмірне зменшення розміру:**  
Логотип не повинен зменшуватися до таких розмірів, що робить його деталі або текст нечіткими або непомітними.

# 3. Типографіка

- 3.1 Унікальний Шрифт <sup>(21)</sup>
- 3.2 Спокійне Накреслення <sup>(22)</sup>
- 3.3 Історичне Накреслення <sup>(23)</sup>
- 3.4 Соціальне Накреслення <sup>(24)</sup>
- 3.5 Приклад Роботи з Текстовими Стилями <sup>(25)</sup>

### 3.1. Унікальний шрифт

Для бренду регіону Одещина було спеціально розроблено шрифт Odesa Region Type, що має 3 різних накреслення, кожне з яких вирізняється у своєму візуальному та смислового значенні.

**ODESA  
REGION  
TYPE**

### 3.2. Calm Style Set

Спокійне накреслення використовується для повсякденного вжитку. Характерне для цього накреслення закінчення під рівним кутом дає відчуття стабільності та полегшує читання.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

АБВГГДЕЕЖЗИЙКЛМНОП  
РСТУФХЧЦШЩЬЪЄІЮЯ

abcdefghijklmnopq  
rstuvwxyz

абвггдееежзийклмнопрсту  
фхчцшщъьєіїюя

1234567890

±@\${}%&\*{}/◇∞

Regular

Medium

Semi

Bold

Heavy

### 3.3. History Style Set

історичне накреслення використовується для акциденції та ідентифікації. Характерні для цього накреслення деталізовані конструкції акцентують і запам'ятовуються.

ABÇDEFGHIJKLMN  
 ÒPÒRSTUVWXYZ

АБВГГДЕЕЖЗИЙКЛМНОП  
 РÇТУФХЧЦШЩЬЬЄІІЮЯ

abcdefghijklmnopq  
 rstuvwxyz

абвггдеежзийкмнопрсту  
 фхчцшщьяьєіїюя

1234567890

±@\$?%&\*{} / ∞

Regular

Medium

Semi

Bold

Heavy



### 3.4. Social Style Set

Соціальне накреслення використовується для публічної комунікації. Характерні для цього накреслення відкриті закінчення роблять літери більш гуманістичними та привертають увагу при читанні.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

АБВГГДЕЕЖЗИЙКЛМНО  
ПРСТУФХЧЦШЩЬЬЄІІЮЯ

abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz

абвггдееежзийклмнопрст  
уфхчцшщьяьєіїюя

1234567890

±@\$\$?%&\*{}/◇∞

Regular

Medium

Semi

Bold

Heavy

## 3.5. Приклад Роботи з Текстовими Стилями

- **Вирівнювання тексту**  
Основний текст краще вирівнювати за лівим краєм, що підвищує зручність сприйняття та підтримує чіткість структури. Вирівнювання по центру використовується лише для акцентування або декоративних цілей.
- **Використання стилів шрифту**  
Стиль **Bold** виділяє заголовки або важливі елементи. Стиль **Semi** підходить для підзаголовків або проміжних акцентів. Стиль **Medium** найкраще використовувати для основного тексту або описів, зберігаючи його легким для читання, але все ж таки виразним.
- **Ієрархія тексту**  
Розміри шрифту повинні зберігати співвідношення 1:2, що надає чіткий контраст між текстовими рівнями. Наприклад, якщо заголовок оформлено шрифтом розміром 72 pt, підзаголовки доречно зробити 36 pt, а основний текст — 18 pt. Це допомагає розділити зміст за важливістю та спрощує сприйняття структури документа.

Шрифт Odesa Region Type Bold  
Кегль 72 px  
Інтерліньяж 72 px (1 x)

Шрифт Odesa Region Type Semi  
Кегль 36 px  
Інтерліньяж 43,2 (1,2 x)

Шрифт Odesa Region Type Medium  
Кегль 18 px  
Інтерліньяж 21,6 px (1,2 x)

Шрифт Odesa Region Type Medium  
Кегль 12 px  
Інтерліньяж 14,4 px (1,2 x)

# Одещина

## Регіон традицій, можливостей та культурного розмаїття

Одещина – це край, де зустрічаються історія та сучасність, морські хвилі й степи, де багатогранність культур і традицій створюють унікальну атмосферу гостинності та єднання. Завдяки своєму стратегічному розташуванню, багатим природним ресурсам і неповторному колориту, цей регіон постає важливим центром економічного, туристичного та культурного життя України.

---

Одещина збагачує Україну різноманіттям культур і традицій, будучи домом для понад 180 народностей.

# 4. Кольорова Палітра

4.1 Фірмові Кольори <sup>(27)</sup>

4.2 Використання Кольорів <sup>(28)</sup>

4.3 Монохромні Варіації <sup>(29)</sup>

4.4 Розміщення Логотипу на Фотографіях <sup>(30)</sup>

## 4.1. Фірмові Кольори

Фірмова палітра бренду Одещини складається з чотирьох основних кольорів: бежевий, жовтий, червоний та синій. Кольори мають спеціальні назви, що символізують важливі аспекти Одещини, створюючи візуальний образ, що підкреслює її історичну унікальність та природний ресурсний потенціал. Ці кольори утворюють візуальний фундамент для всієї брендваної продукції: ділової атрибутики, рекламних матеріалів та сувенірів.

Для продукції, яка не вимагає повнокольорового друку, рекомендується використовувати палітру PANTONE для точного відтворення кольору. У випадках, коли потрібен повноколірний друк, допускається варіант з CMYK, однак це може вплинути на вартість виготовлення.

Палітра RGB використовується для електронних та цифрових форматів, таких як вебдизайн і презентації.

PANTONE  
P 7-9 U

RGB  
255 242 232

Мереживо

HEX  
#FFF2E8

CMYK  
0 4 7 0

PANTONE  
P 20-14 U

RGB  
223 155 59

Золотий  
Врожай

HEX  
#DF9B3B

CMYK  
12 42 90 0

PANTONE  
P 70-15 U

RGB  
159 31 71

Яскраве  
Бордо

HEX  
#9F1F47

CMYK  
28 99 60 17

PANTONE  
P 108-16 U

RGB  
0 47 94

Чорноморська  
Глибина

HEX  
#002F5E

CMYK  
100 87 36 28

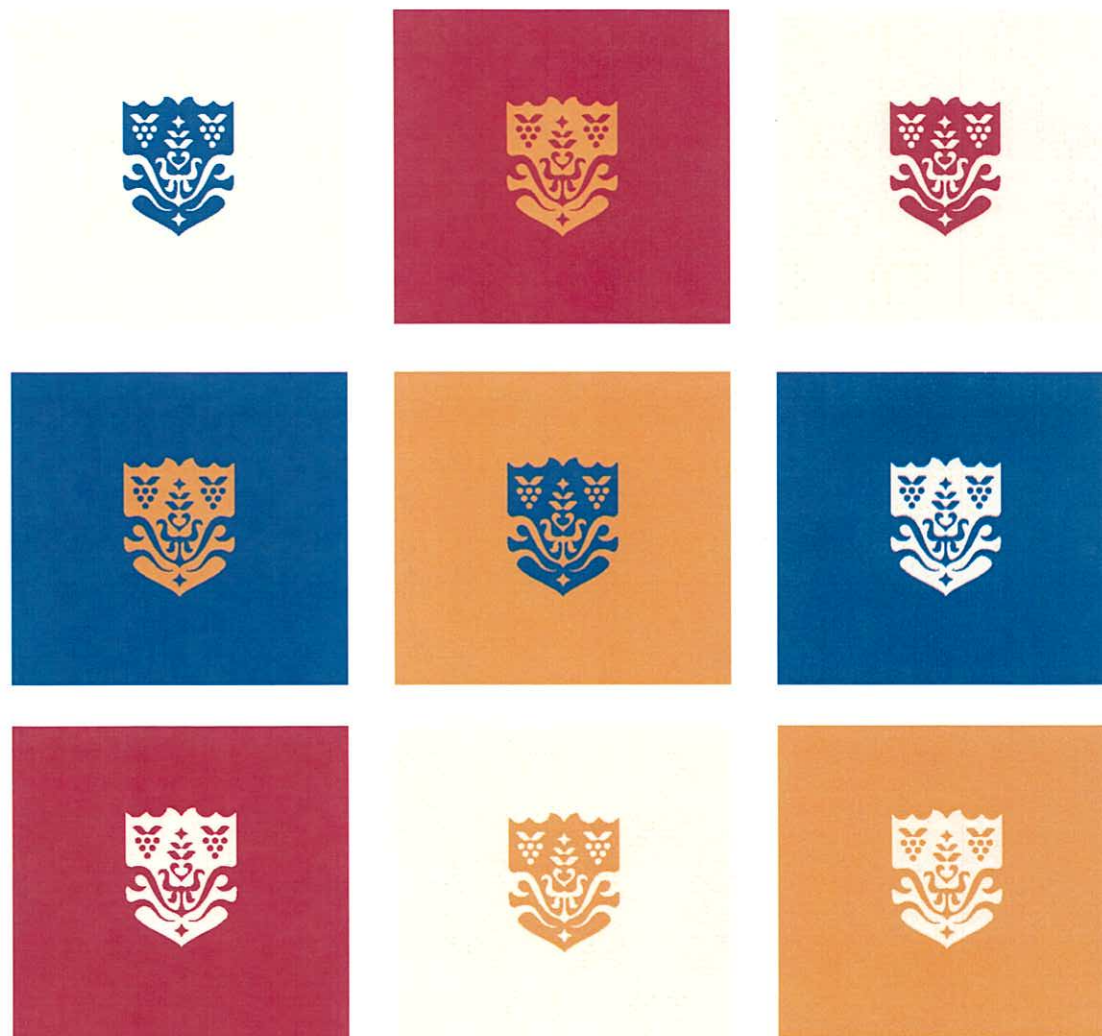
## 4.2. Використання Кольорів

Чорноморська Глибина служить акцентним або фоновим кольором, додаючи змістовності та елегантності для офіційних документів та інших матеріалів, де потрібен серйозний, але ненав'язливий вигляд. Цей колір виступає основним у брендингу.

Мереживо використовується як фоновий колір для більш світлого та повітряного оформлення. Воно створює візуальний простір і не перевантажує загальний дизайн, особливо у текстових блоках.

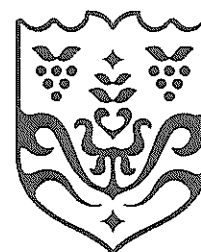
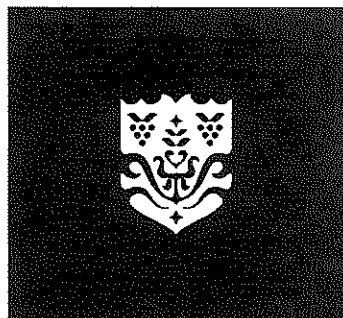
Золотий Врожай та Яскраве Бордо використовуються для контрастних акцентів у друці або на вебсторінках, надають відчуття вишуканості та витонченості.

Уникайте надмірного використання насичених кольорів одночасно, щоб дизайн залишався гармонійним і ненав'язливим. Для максимальної зручності сприйняття рекомендовано використовувати контрастні пари.



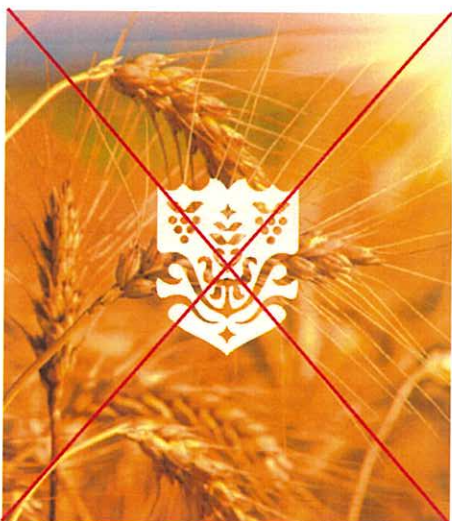
### 4.3. Монохромні Варіації

Чорно-біла (монохромна) версія логотипу призначена для використання в умовах, де застосування кольорової палітри неможливе або недоцільне. Така версія допомагає зберегти цілісність візуальної ідентичності бренду Одещини та гарантує високу впізнаваність навіть у спрощеному вигляді. Відтінки сірого повинні зберігати чіткі контрасти, щоб логотип залишався помітним. Чорно-біла версія логотипу повинна відповідати оригінальній кольоровій версії за пропорціями та відтворенням деталей.



Для випадків, коли логотип потрібно вилити з металу (на зразок пінів), або для вишивки додаткової обводки навколо знаку (на зразок військових нашивок), підготовлена монохромна інверсія, що не містить у собі білого простору і логотип можна застосувати єдиною цілою формою.

## 4.4. Розміщення Логотипу на Фотографіях



### Заборона накладень

Уникайте розміщення логотипу на складних фонах або поверх тексту, деталей та інших елементів, які можуть спотворювати його вигляд або заважати читанню. Не слід розміщувати логотип на мультикольорових фотозображеннях з високим контрастом.



### Позиція

Логотип зазвичай розміщується в одному з кутів фото (лівому чи правому нижньому/верхньому), щоб не перекривати основний контент зображення. Однак допустимо центрувати логотип, якщо це має сенс для композиції.



### Контрастність

Завжди розміщуйте логотип на фоні, який забезпечує достатній контраст для чіткої видимості. На світлих фото варто використовувати темну версію логотипу, а на темних – світлу.



### Монохромна версія

Якщо кольорова версія логотипу не виглядає гармонійно, застосовуйте монохромну (чорно-білу) версію для збереження стилістики та цілісності бренду.

# 5. Візуальні Акценти

- 5.1 Дизайн-Форми <sup>(32)</sup>
- 5.2 Патерн Бренду <sup>(33)</sup>
- 5.3 Брендівані Піктограми <sup>(34-35)</sup>
- 5.4 Офіційні Піктограми <sup>(36-37)</sup>



## 5.1. Дизайн-Форми

У брендингу застосовуються такі форми, як коло, щит або значок локації, щоб створити візуальну структуру без надмірного ускладнення дизайну. Вони допомагають акцентувати увагу на кольорах, тексті або виступають обрамленням для фотографій.

Вони також виконують роль допоміжних елементів, дозволяючи органічно інтегрувати логотип чи інші символи бренду, роблячи загальний дизайн естетично привабливим і сучасним.



**01** Для туристичних і культурних ініціатив, щоб акцентувати на зв'язок із локацією та її унікальність.



**02** Для соціальних і культурних проєктів, що підкреслюють відкритість та єдність громади.



**03** Для офіційних документів та проєктів, які відображають історію та стабільність регіону.

## 5.2. Патерн Бренду

Для бренд-патерну використовується форма щита, яка є впізнаваною абстракцією логотипа та символізує силу й захист. Патерн створюється шляхом повторюваного розміщення цього елемента як фону. Його прозорість рекомендується встановлювати в межах від 5% до 15%, залежно від інших елементів дизайну, щоб уникнути перевантаження композиції.

### Правила Використання Бренд-Патерну:

- фоновий акцент: патерн додає глибини та структури, не відволікаючи від основного контенту;
- прозорість та баланс: оптимальна прозорість підкреслює бренд, зберігаючи читабельність та чіткість;
- композиційна гармонія: форма щита ідеально поєднується з іншими елементами бренду, зберігаючи єдність дизайну;
- універсальність: патерн зможе підсилити візуальну ідентичність бренду в рекламі, презентаціях, на вебсайтах та друківаних матеріалах.



10 % прозорість

Чорноморська Глибина

## 5.3. Брендovanі Піктограми

Піктограми у брендуванні допомагають підкреслити унікальні аспекти та різноманітність регіону. Вони виконують роль візуальних акцентів та покращують ідентифікацію бренду.

Піктограми забезпечують багаторівневу візуальну мову бренду, яка працює для різних цільових аудиторій, підкреслюючи туристичний, культурний, аграрний та адміністративний потенціал Одеської області.

### історичні



### водні



### екологічні



### ресурсні



### архітектурні



### культурні



01/01

## 5.3. Піктограми (застосування)

- **Туристичні матеріали:** використовуються на інформаційних стендах, сувенірній продукції, а також у картографічних матеріалах, сприяючи легкості орієнтації та навігації для туристів.
- **Культурні події:** підсилюють афіші, програми та візуальні матеріали культурних заходів, забезпечуючи єдиний стиль і підкреслюючи історичні або культурні акценти.
- **Офіційні документи:** піктограми, що символізують адміністративний та економічний потенціал, можуть бути доречними в офіційних звітах, презентаціях та іншій діловій документації.
- **Сувенірна продукція:** іконки використовуються на предметах, таких як одяг, чашки, сумки, створюючи зв'язок між брендом області та аудиторією.

### спортивні



### туристичні



### навігаційні



### освітні



### інноваційні



### гастрономічні



02/01

## 5.4. Офіційні Піктограми

Офіційні піктограми для департаментів Одеської обласної адміністрації мають стриманий і професійний стиль, відображаючи серйозність і відповідальність, властиві державним установам. Вони виконані в межах брендингу, підтримуючи візуальну цілісність та впізнаваність області.



Департамент міжнародного співробітництва та протоколу Одеської ОДА



Департамент охорони здоров'я Одеської ОДА



Департамент екології та природних ресурсів Одеської ОДА



Сектор внутрішнього аудиту Одеської ОДА



Управління з питань містобудування та архітектури Одеської ОДА



Департамент освіти і науки Одеської ОДА



Департамент цивільного захисту, оборонної роботи та взаємодії з правоохоронними органами Одеської ОДА



Департамент аграрної політики, продовольства та земельних відносин Одеської ОДА



Служба у справах дітей Одеської ОДА



Департамент життєзабезпечення та енергоефективності Одеської ОДА



Департамент фізичної культури, спорту та туризму Одеської ОДА



Департамент соціальної та сімейної політики Одеської ОДА

01/02

## 5.4. Офіційні Піктограми

Простота форм, чіткі контури та відсутність зайвих деталей підкреслюють функціональність і доступність, що є важливими для комунікації з громадянами. Таке оформлення дозволяє піктограмам бути естетичними та водночас зрозумілими, відображаючи основні цінності регіону через зрозумілий і сучасний дизайн.



Департамент капітального будівництва  
та дорожнього господарства  
Одеської ОДА



Департамент культури,  
національностей, релігій та охорони  
об'єктів культурної спадщини  
Одеської ОДА



Департамент морегосподарського  
комплексу, транспортної  
інфраструктури та зв'язку  
Одеської ОДА



Департамент цифрового  
розвитку, інформаційної  
політики та кіберзахисту  
Одеської ОДА



Департамент економічної політики  
та стратегічного планування  
Одеської ОДА



Відділ запобігання  
та виявлення корупції  
Одеської ОДА



Державний архів  
Одеської області



Департамент фінансів  
Одеської ОДА

02/02

# 6. Застосування Стилю Одещини

- 6.1 Вимоги до Фотозображень <sup>(39)</sup>
- 6.2 Брендovanі Товари та Матеріали <sup>(40-91)</sup>
- 6.3 Матеріали для Завантаження <sup>(92)</sup>

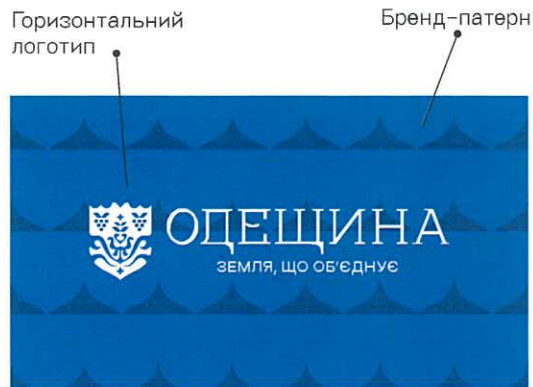
## 6.1. Вимоги до Фотозображень

Відбирайте зображення високої якості з природною передачею кольорів, високою роздільною здатністю (не менше 300 dpi) та оптимальним балансом світла й контрасту. Варто уникати надмірної обробки, фільтрів або агресивних візуальних ефектів, щоб зберегти автентичність. Фотографії повинні гармонійно поєднуватися з іншими елементами композиції, а сюжети — відповідати тематичному спрямуванню. Для рекламної продукції рекомендується використовувати матеріали з максимальною якістю та контекстуальною відповідністю, які підкреслюють стиль та характер бренду Одещини.





## Візитка



Odesa Region  
Type Bold

Odesa Region  
Type Semi

Прізвище Ім'я  
По-батькові

Посада

Odesa Region  
Type Semi

Одеська Обласна Державна Адміністрація  
65032, просп. Шевченка, 4  
м. Одеса, Україна  
(048) 718-94-86



Взаємодія двох кольорів  
брендування в офіційних  
документах

# Бланк А-4

Горизонтальний логотип

ОДЕЩИНА  
ЗЕМЛЯ, ЩО ОБ'ЄДИНУЄ

**Філософія Области**

Оdesa Region Type Semi

Оdesa Region Type Medium

Брендовані піктограми

Одеська Обласна Державна Адміністрація  
65032, просп. Шевченка, 4  
м. Одеса, Україна  
10481 718-94-86

Оdesa Region Type Medium

Взаємодія трьох кольорів брендування в офіційних документах

ОДЕЩИНА  
ЗЕМЛЯ, ЩО ОБ'ЄДИНУЄ

**Філософія Области**

Оdesa Region Type Medium

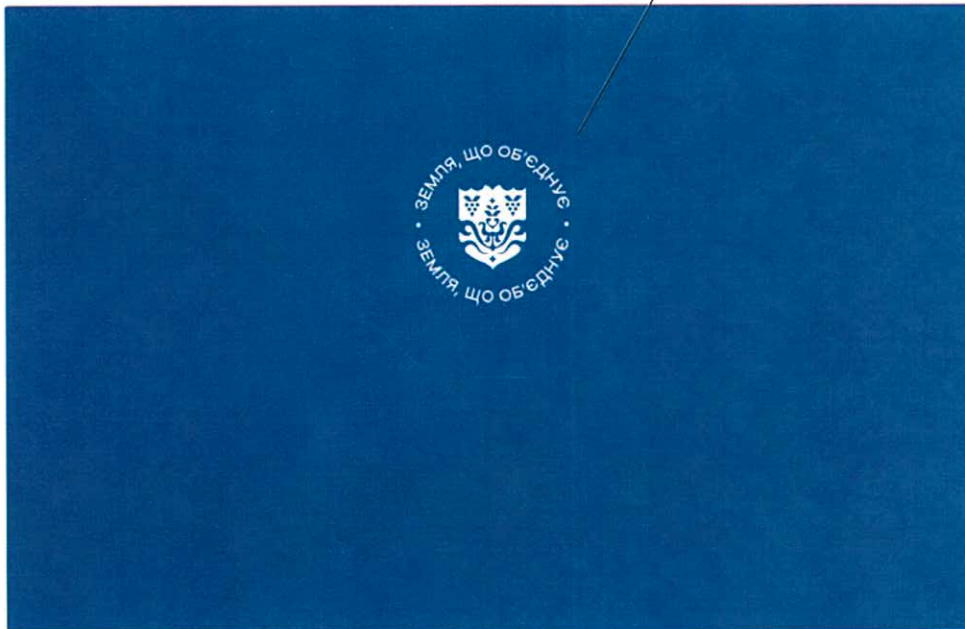
Одеська Обласна Державна Адміністрація  
65032, просп. Шевченка, 4  
м. Одеса, Україна  
10481 718-94-86

## Конверт С-5, С-6



Взаємодія двох кольорів  
брендування в офіційних  
документах

Кругове Лого



Основне Лого



## Папка А-4 для документів



Взаємодія двох кольорів  
брендування в офіційних  
документах



# Подяка



Взаємодія трьох кольорів  
брендування в офіційних  
документах

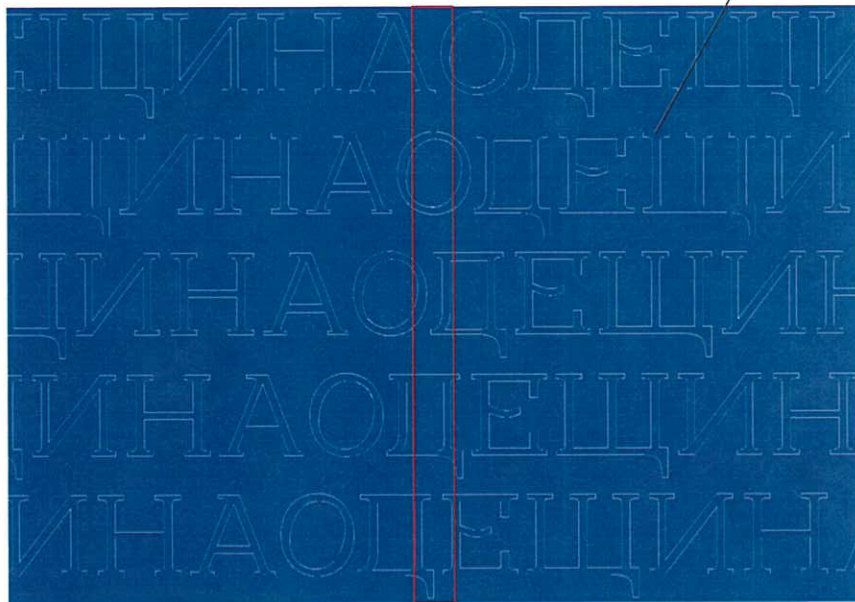


## Блокнот А-5



Взаємодія двох кольорів  
брендування у канцелярії

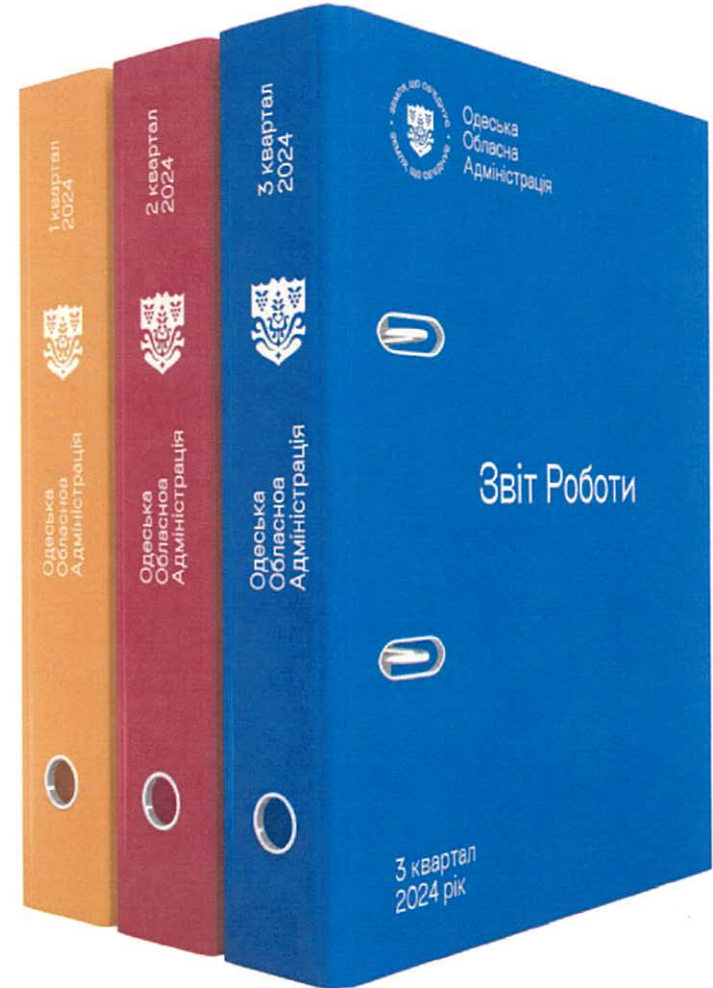
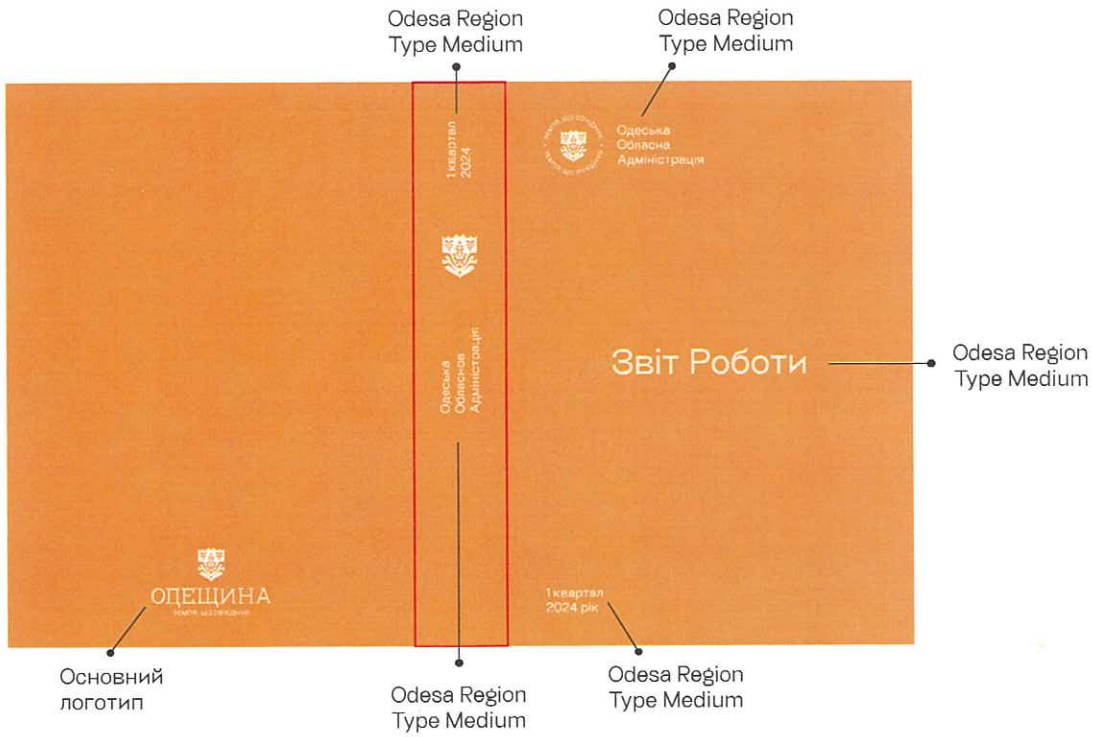
Повторюваний елемент  
назви бренду



## Папка-реєстратор



Взаємодія кольорових пар брендуння у канцелярії



## Аркуш А-4 для нотаток (Українська Версія)



ОДЕЩИНА  
землі, що осягає

Логотип без іконки



Брендовані піктограми



Взаємодія трьох кольорів  
брендування у канцелярії





## Аркуш А-4 для нотаток (Англійська Версія)



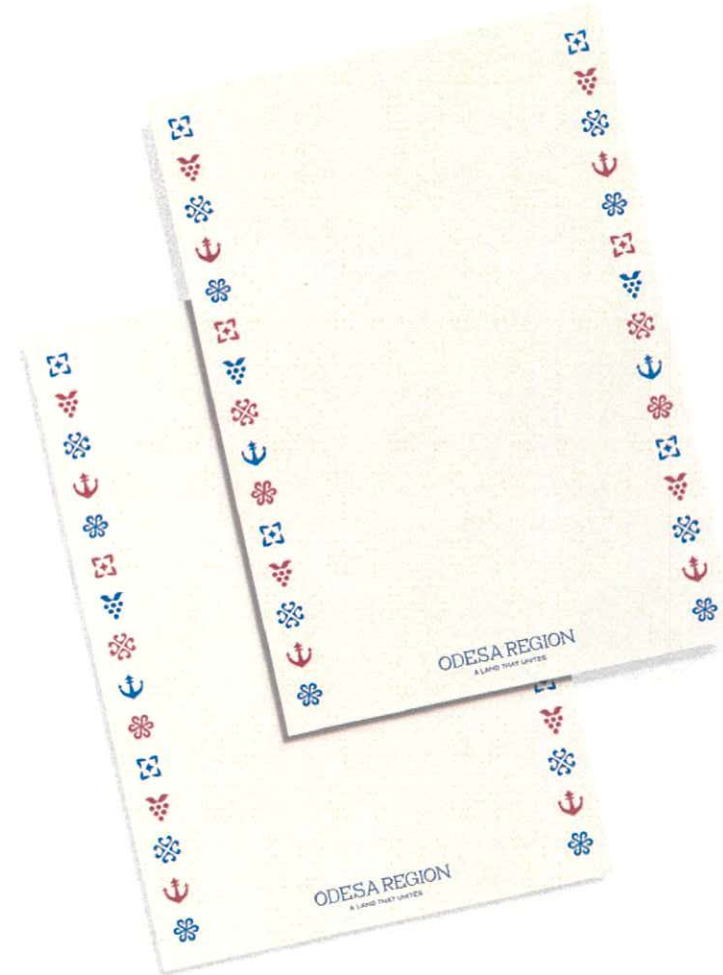
ODESA REGION  
A LAND THAT UNITES

Логотип без іконки

Брендовані піктограми



Взаємодія трьох кольорів  
брендування у канцелярії



## Ручки



Odesa Region  
Type Semi

Брендовані  
піктограми



Взаємодія кольорових  
пар брендування у  
канцелярії



## Настільні Прапорці (Українська Версія)



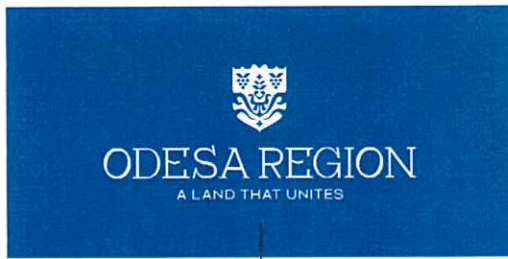
Основний логотип



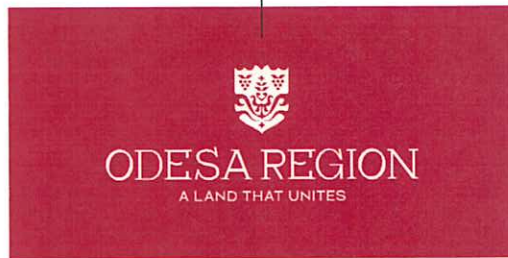
Взаємодія кольорових пар брендування у канцелярії



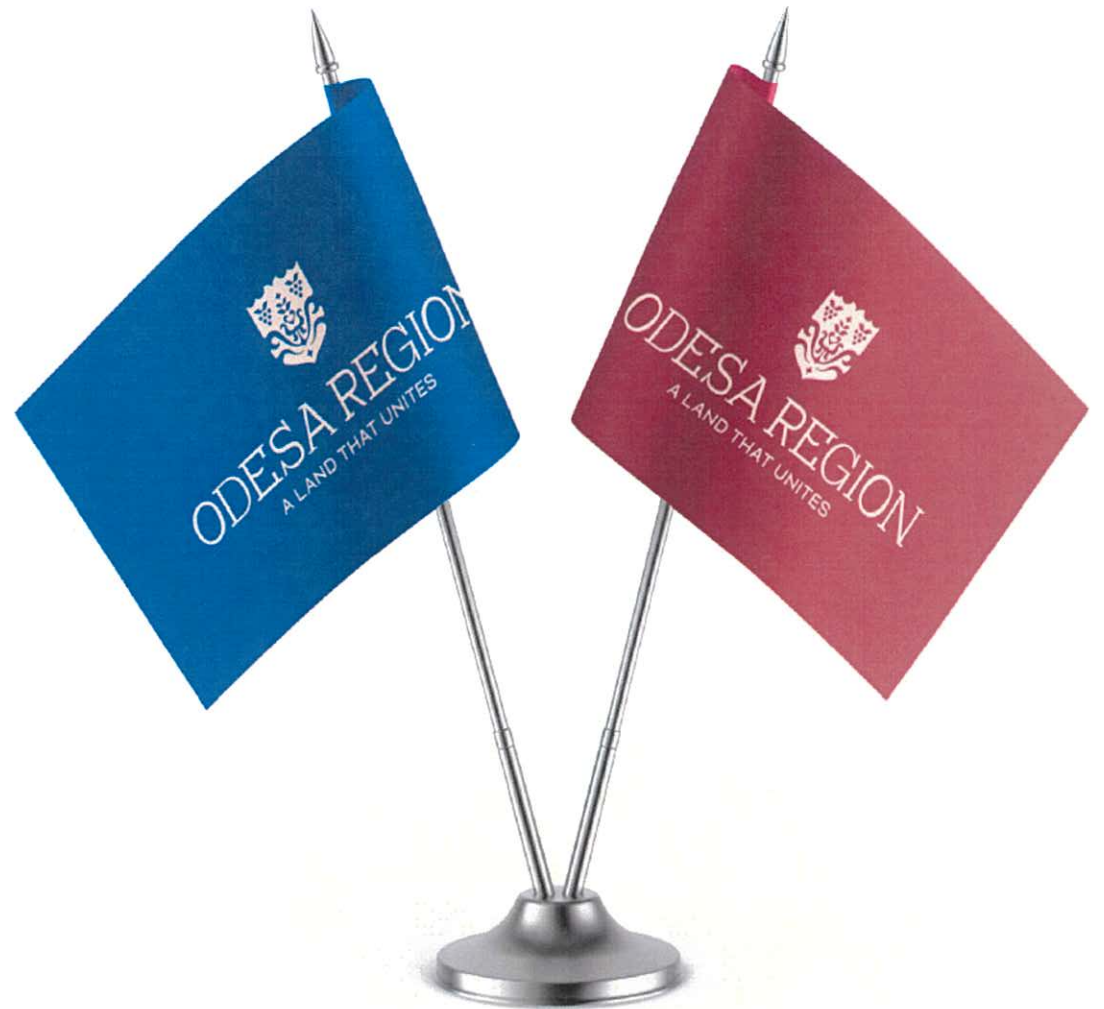
## Настільні Прапорці (Англійська Версія)



Основний логотип



Взаємодія кольорових пар брендування у канцелярії



## Сувенірна Монета



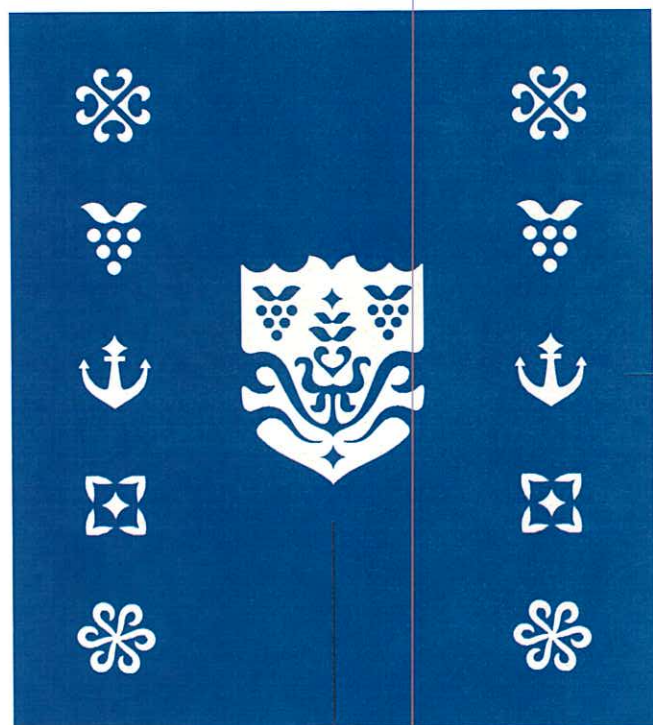
## Сувенірна Монета



## Керамічна Чашка



Взаємодія двох кольорів  
брендування у брендovаних  
товарах



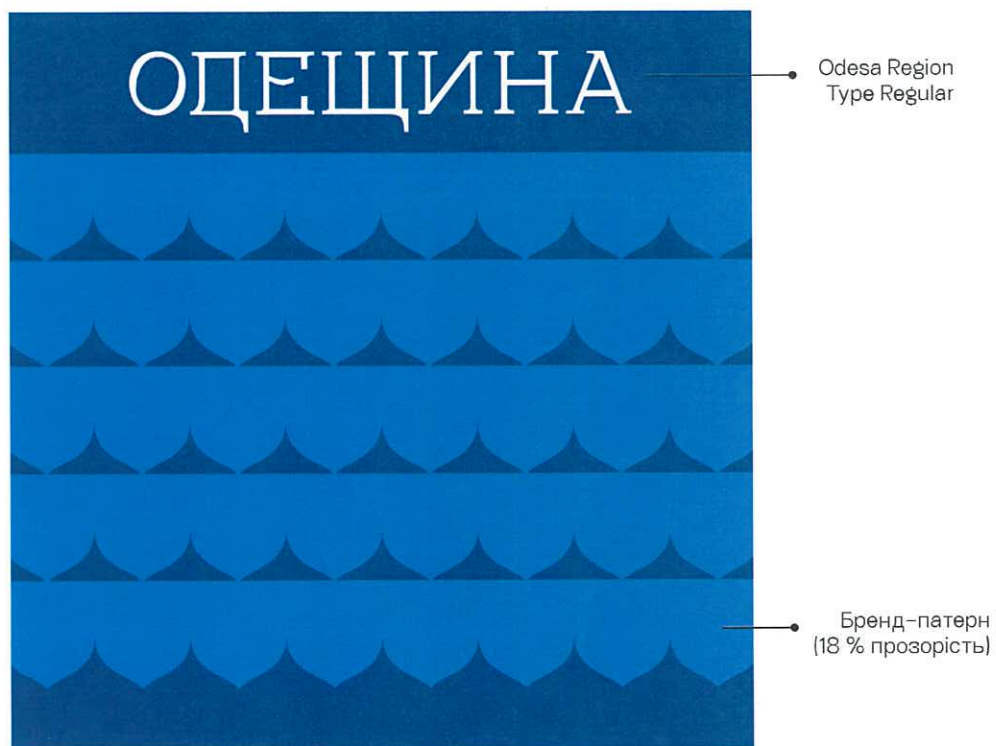
Брендovані  
пiктограми

Логотип

Брендбук

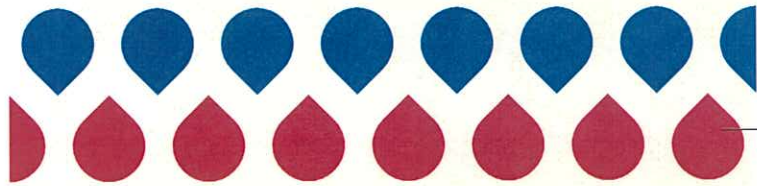


## Паперовий Стаканчик





## Паперовий Стаканчик



Кольоровий патерн,  
утворений з дизайн-форм



Логотип

земля, що об'єднує

Odesa Region  
Type Regular



## Термос для Напоїв



Взаємодія двох кольорів у  
брендованих товарах

## Паперовий пакет Варіант 1 (30смх25см)



Взаємодія двох  
кольорів брендування у  
брендованих товарах

Брендовані  
піктограми

Odesa Region  
Type Medium



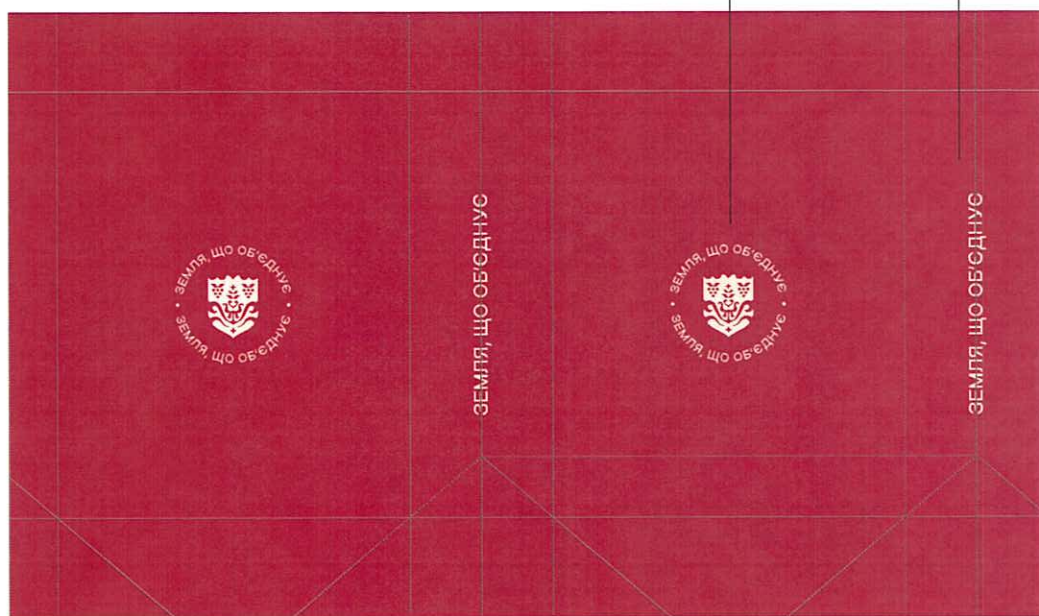
## Паперовий пакет Варіант 2 (30смx25см)



Взаємодія двох  
кольорів брендування у  
брендованих товарах

Кругове лого

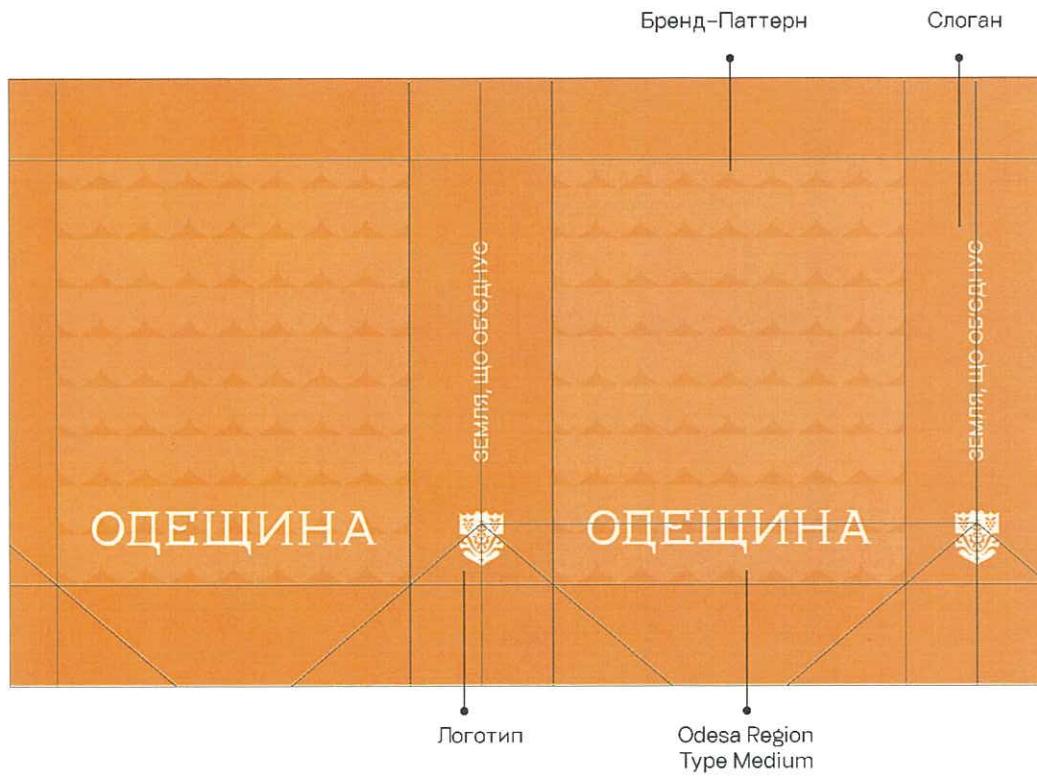
Слоган



## Паперовий пакет Варіант 3 (30смх25см)



Взаємодія двох  
кольорів брендування у  
брендованих товарах



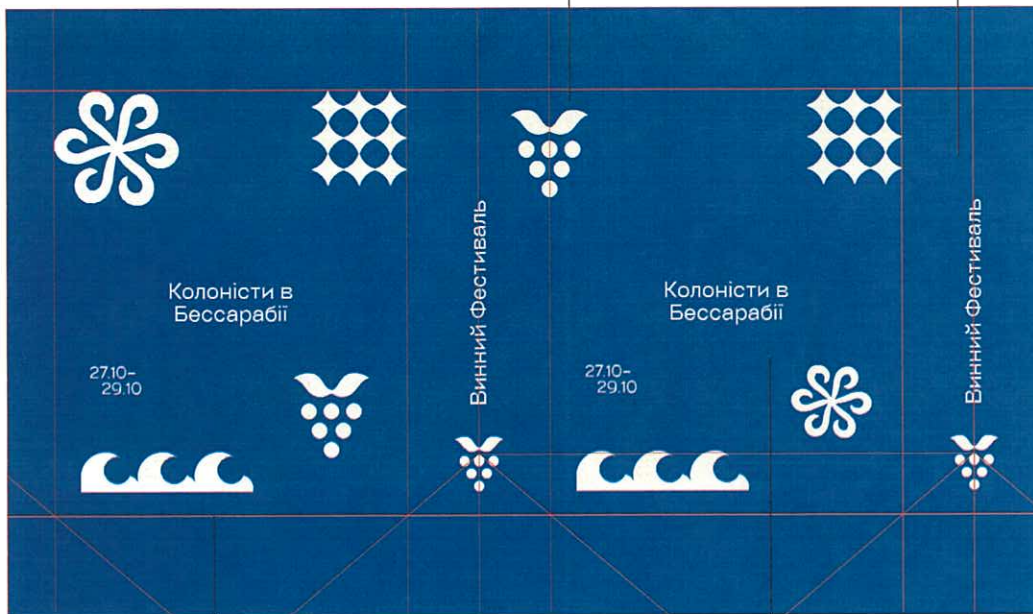
## Паперовий пакет Варіант 4 (30смх25см)



Взаємодія двох  
кольорів брендування у  
брендованих товарах

Брендовані  
піктограми

Odesa Region  
Type Medium



Брендовані  
піктограми

Odesa Region  
Type Medium



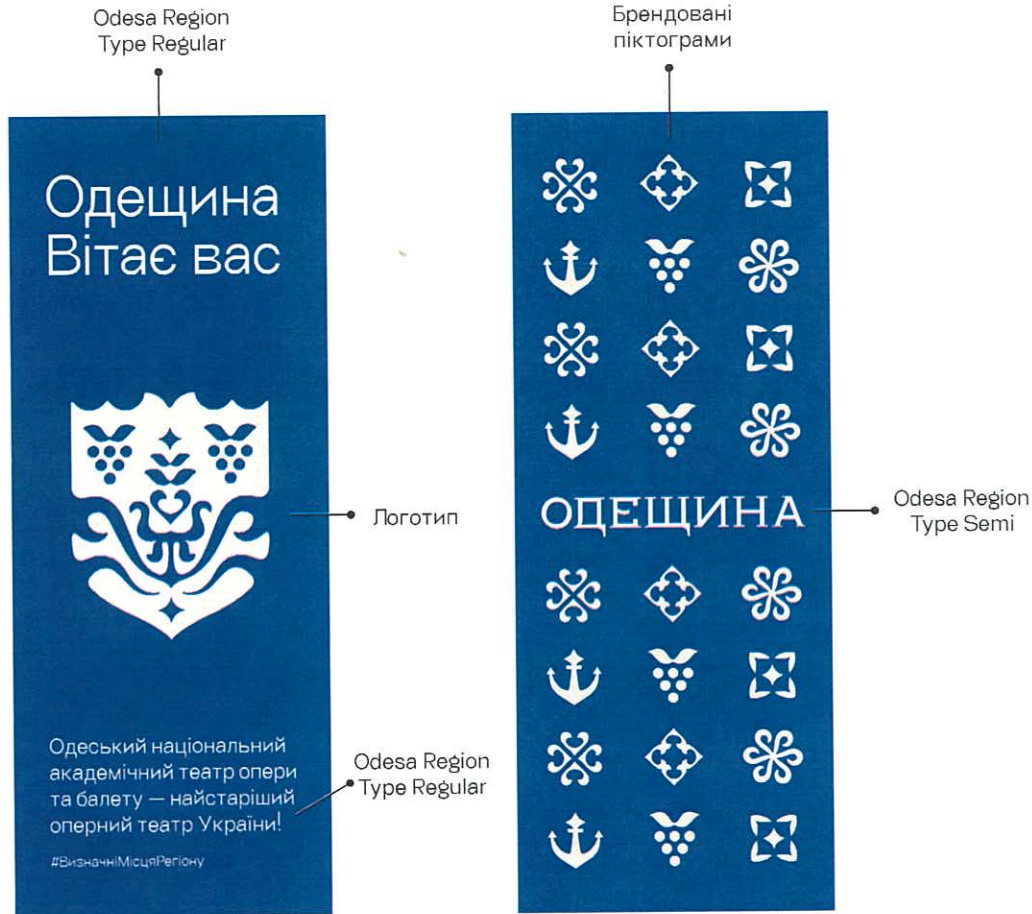
## Еко-торбинка



Взаємодія трьох  
кольорів брендування  
у брендovаних товарах



## Вуличний Банер





## Вертикальні Прапори

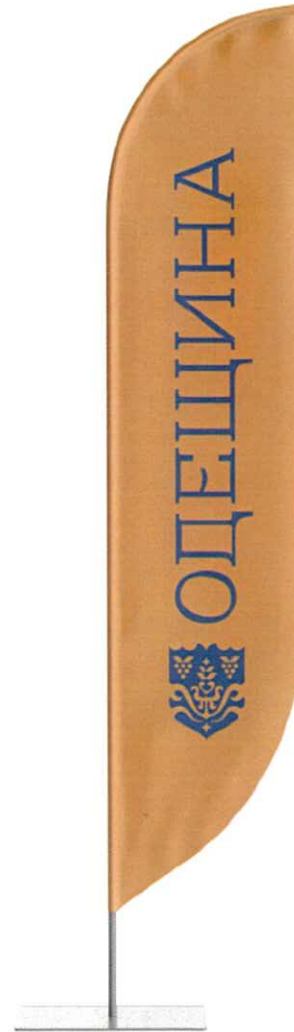


Взаємодія двох  
кольорів брендування  
у бренданих товарах



Odesa Region  
Type Regular

Логотип



## Брендвол



## Фасадна Вивіска



## Вуличний Вказівник



Взаємодія двох  
кольорів брендування  
у навігації міста

Odesa Region  
Type Regular

Odesa Region  
Type Medium

Брендована  
піктограма

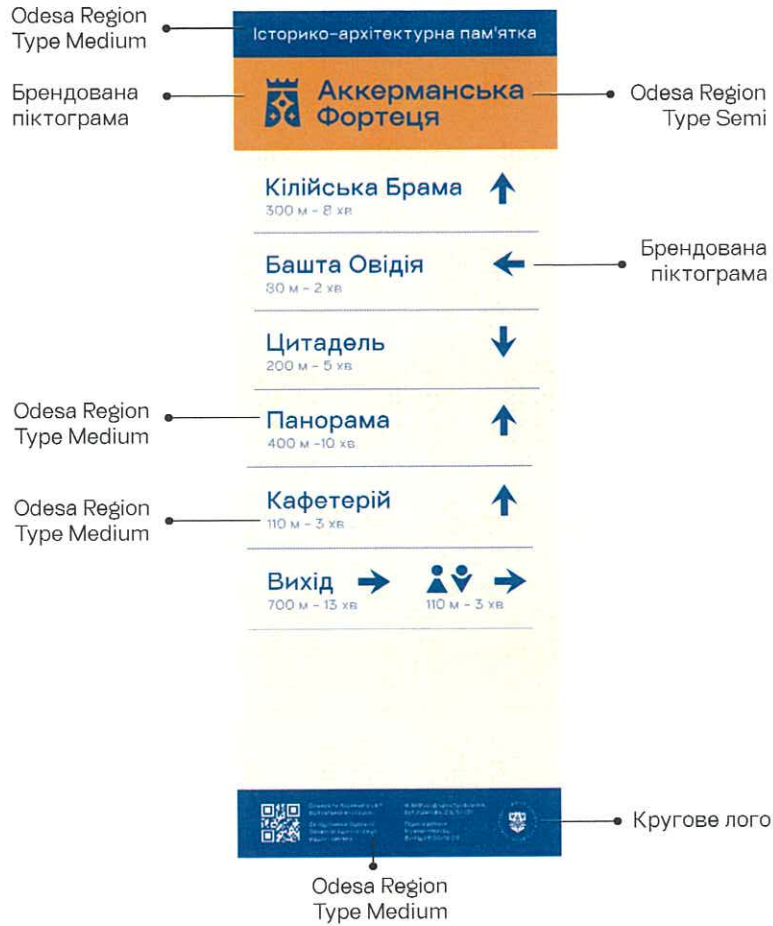


Odesa Region  
Type Regular

Odesa Region  
Type Medium



## Туристичний Стенд



# Автобусна Зупинка



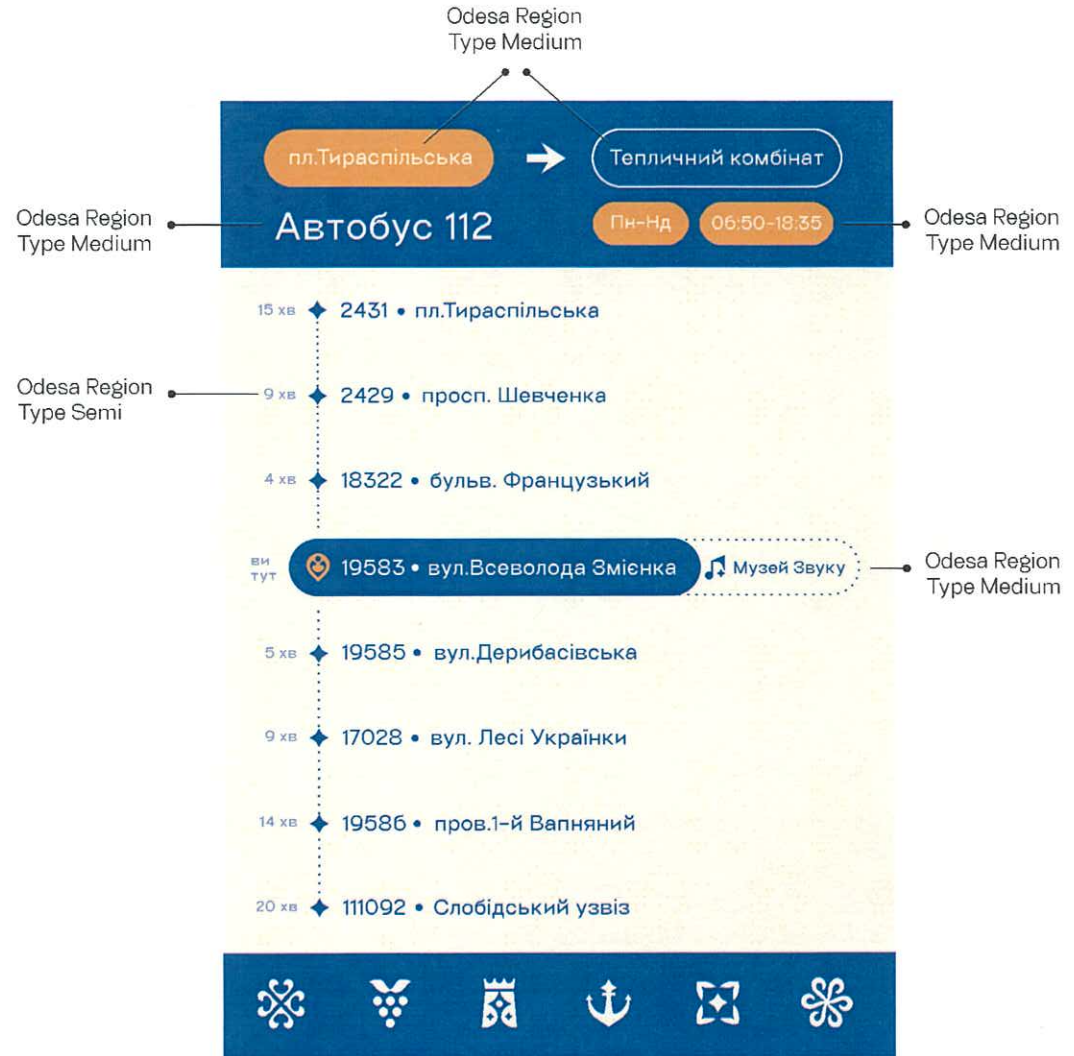
Взаємодія трьох кольорів брендування у навігації міста



Брендована піктограма

Odesa Region Type Medium

Odesa Region Type Regular



## Білборд

Бренд-Патерн

Логотип

Odesa Region Type Bold

Odesa Region Type Semi

Дотримуйтесь правил поведінки на катерах.

01.05–31.10

Фотозображення згідно теми (займає 55% площі)

Odesa Region Type Regular

Odesa Region Type Semi

Брендовані піктограми

1. Завжди слідуйте інструкціям капітана або оператора катера.
2. Під час перебування на борту катера обов'язково надягайте рятувальні жилети, особливо діти.
3. Дотримуйтесь встановленої кількості пасажирів на катері.
4. Під час руху катера слід залишатися на своїх місцях, щоб уникнути падінь.
5. Не стійте або не нахиляйтеся за борт, особливо під час руху або на високій швидкості.
6. Під час заправки або під час плавання тримайте паливний бак закритим.
7. Завжди дотримуйтесь встановлених швидкісних обмежень, особливо поблизу інших суден і пляжів.
8. Не викидайте сміття за борт і не забруднюйте воду.
9. Не керуйте катером у стані алкогольного сп'яніння.
10. Завжди переконайтеся, що погодні умови сприятливі для безпечного плавання.

Сезон відкрито!

Взаємодія трьох кольорів у поліграфії

**Дотримуйтесь правил поведінки на катерах.**

01.05-31.10

1. Завжди слідуйте інструкціям капітана або оператора катера.
2. Під час перебування на борту катера обов'язково надавайте рятувальні жилети, особливо діти.
3. Дотримуйтесь встановленої кількості пасажирів на катері.
4. Під час руху катера слід залишатися на своїх місцях, щоб уникнути падінь.
5. Не стійте або не нахильтеся за борт, особливо під час руху або на високій швидкості.
6. Під час заправки або під час плавання тримайте паливний бак закритим.
7. Завжди дотримуйтесь встановлених швидкісних обмежень, особливо поблизу інших суден і пляжів.
8. Не викидайте сміття за борт і не забруднюйте воду.
9. Не керуйте катером у стані алкогольного сп'яніння.
10. Завжди переконайтеся, що погодні умови сприятливі для безпечного плавання.

**Сезон відкрито!**



# Інформативні Постери



Відсічна маска у дизайн-формі

Фотозображення згідно з темою

Кругове лого

Брендовані піктограми



Odesa Region Type Semi

**Білгород-Дністровський**

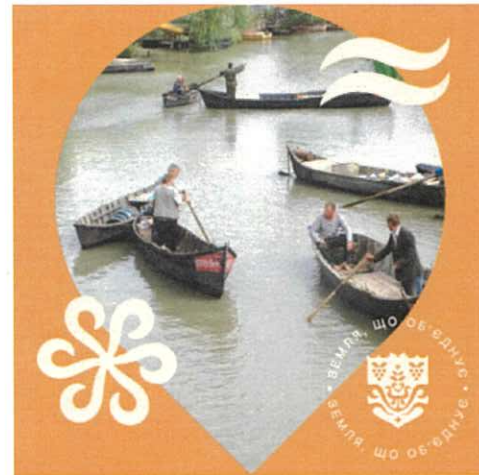
Дивлячись на Анжарський бережок, пам'ятаєш про знаменитий парк у історичній Одесі? Тутешні Олександрівські садиби величезні. Річка Білгородська впадає в море. Висхідні скелі дають відчуття величчя. Тутешні садиби величезні. Річка Білгородська впадає в море. Висхідні скелі дають відчуття величчя. Тутешні Олександрівські садиби величезні.

**Туристичні Записки**

Odesa Region Type Semi



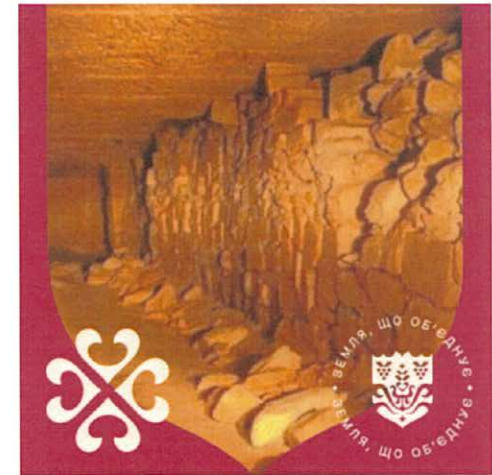
Взаємодія кольорів у поліграфії



**Українська Венеція**

Українська Венеція - це не тільки Одеса, це історична столиця України. Тутешні садиби величезні. Річка Білгородська впадає в море. Висхідні скелі дають відчуття величчя. Тутешні Олександрівські садиби величезні.

**Туристичні Записки**



**Підземна Одеса**

Підземна Одеса - це не тільки Одеса, це історична столиця України. Тутешні садиби величезні. Річка Білгородська впадає в море. Висхідні скелі дають відчуття величчя. Тутешні Олександрівські садиби величезні.

**Туристичні Записки**

## Сітілайт



Брендбук



Застосування Стилю Одещини

## Металевий Пін



## Шеврон (Варіант 1)



## Світшот+Шеврон (Варіант 1)



## Шеврон (Варіант 2)



## Світшот+Шеврон (Варіант 2)



## Принтовані Світшоти





## Жилети



Логотип



Odesa Region  
Type Regular



Можливі кольорові  
комбінації

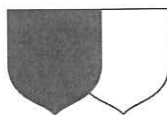
## Офіційні Футболки



Основний логотип

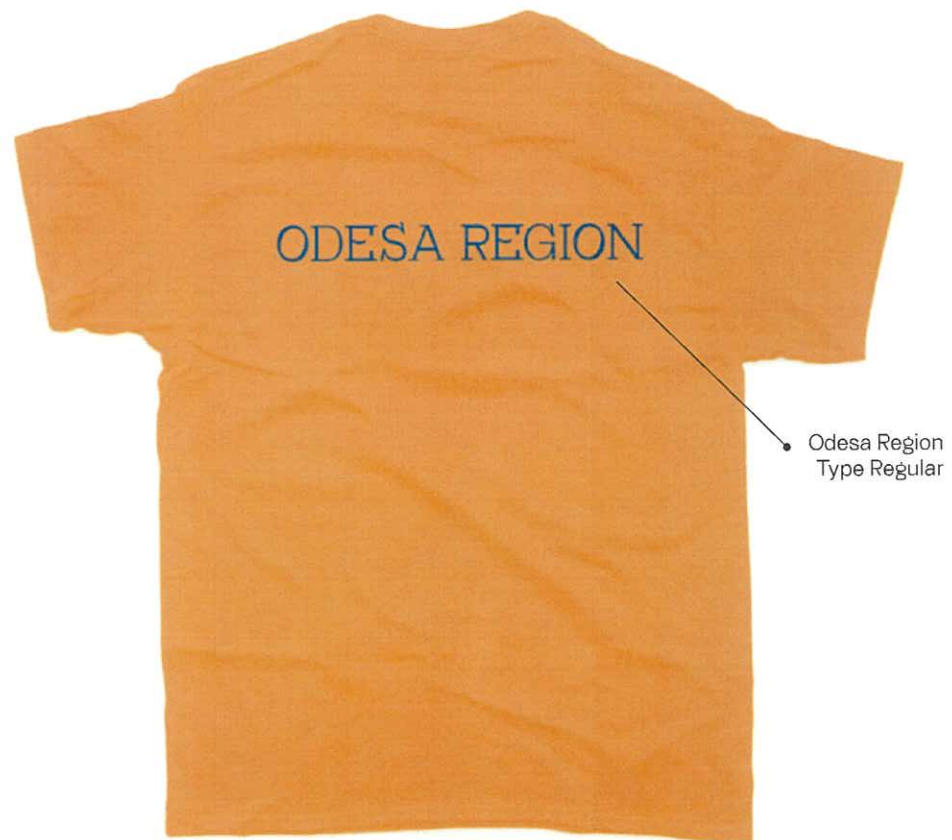


Odesa Region  
Type Regular

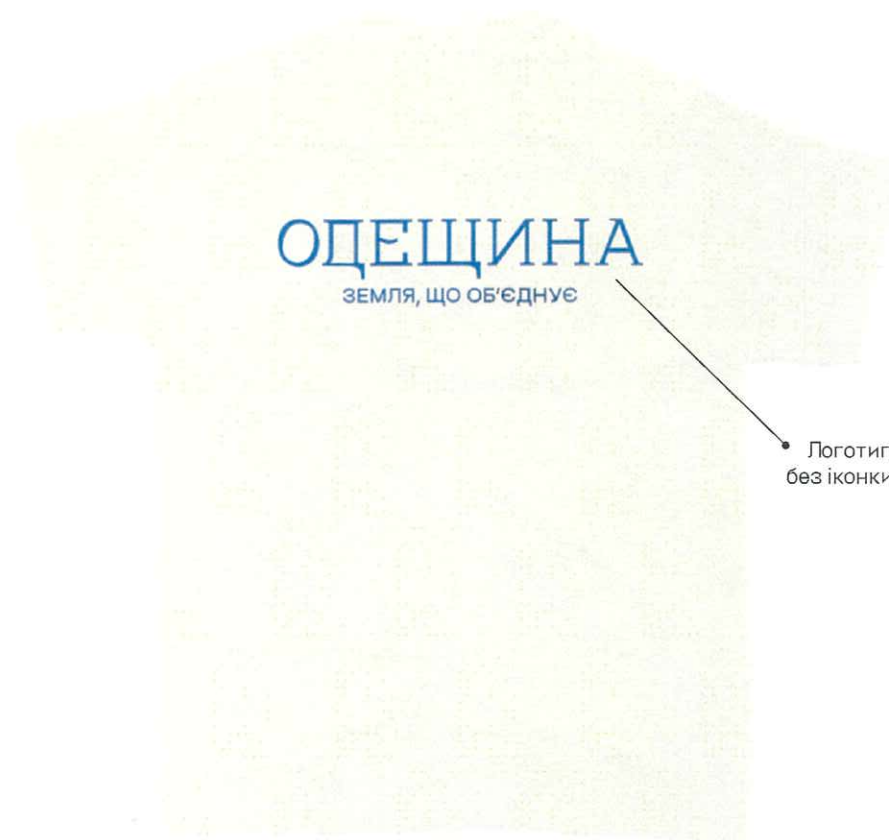


Можливі кольорові  
комбінації

## Брендовані Футболки



## Брендовані Футболки



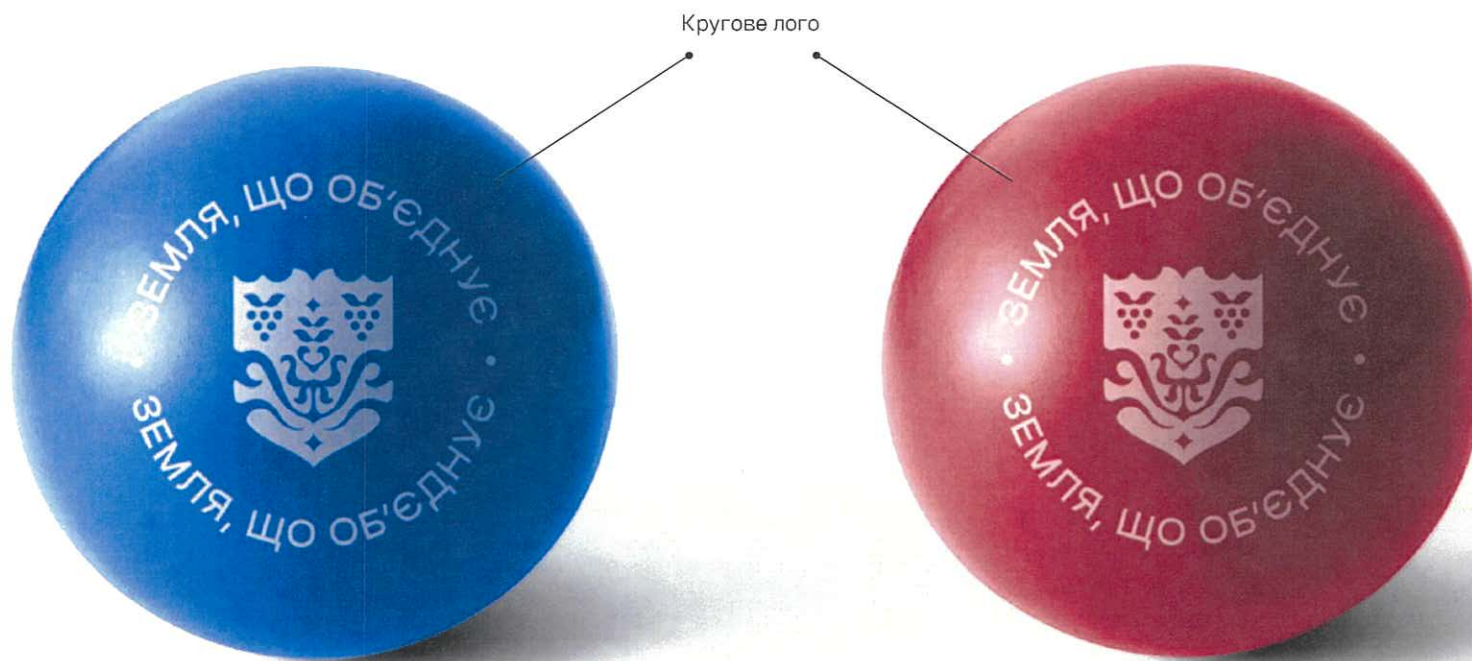
## Брендвані Футболки



## Рюкзак



## М'ячик-Анстистрес



## Чохли для Смартфонів



Логотип



Основний логотип



## Накопичувач Пам'яті

Основний логотип



Odesa Region  
Type Bold



Логотип

Застосування Стилю Одещини

## Мобільний Додаток



Вебінконка



Брендбук

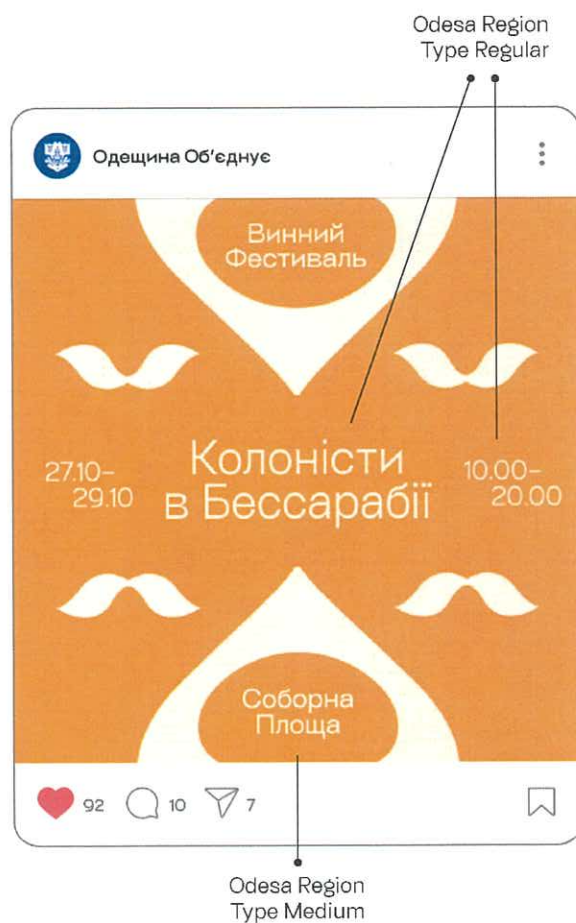
## Вебсайт Регіону



## Соціальні Мережі (Одещина Туристична)



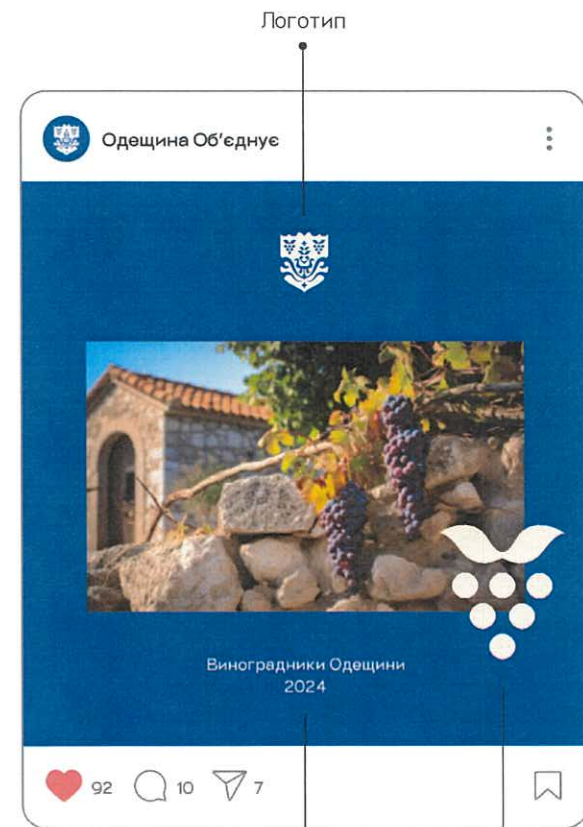
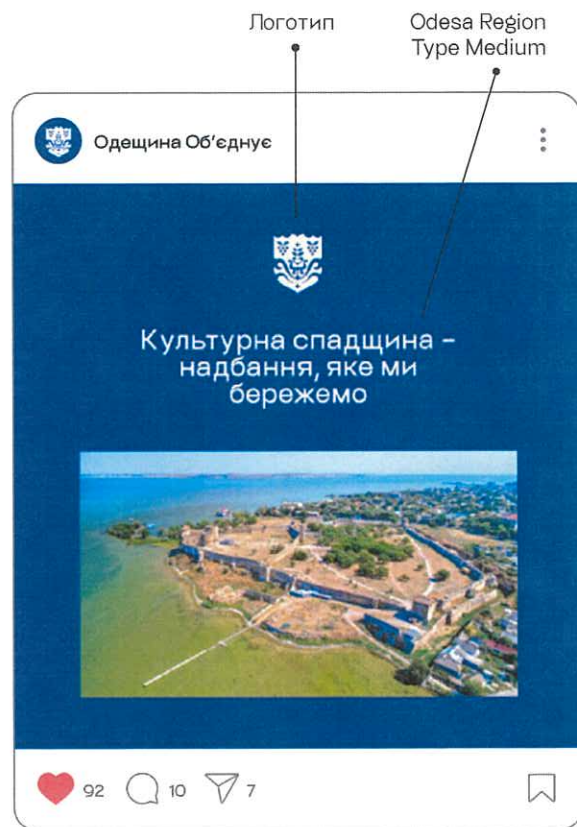
Для неофіційних публікацій використання кольорових комбінацій



## Соціальні Мережі (Одещина Офіційна)



Для офіційних публікацій  
використання стриманих  
кольорів



Брендбук

# ОДЕЩИНА

ЗЕМЛЯ, ЩО ОБ'ЄДНУЄ

2024

Додаток 2  
до рішення обласної ради  
від 12 грудня 2024 року  
№ 737-VIII

## **ПОРЯДОК використання айдентики та бренд-концепції Одеської області**

### **1. Загальні положення**

1.1. Порядок використання айдентики та бренд-концепції (далі – айденстика) Одеської області (далі – Порядок) визначає єдині організаційні вимоги його використання на офіційній і промоційній продукції Одеської області, стилістику продукції, яка виготовляється на замовлення або за підтримки Одеської обласної державної адміністрації та/чи Одеської обласної ради.

1.2. Порядок розроблений відповідно до, Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Цивільного кодексу України, законів України «Про місцеві державні адміністрації», «Про інформацію», «Про рекламу», «Про туризм».

1.3. Порядок поширює свою дію на структурні підрозділи Одеської обласної державної адміністрації, районні державні адміністрації, Одеську обласну раду, комунальні підприємства, установи, організації, фізичних та юридичних осіб всіх форм власності (далі – суб'єкти брендуювання).

1.4. В Порядку поняття вживаються у такому значенні:

айденстика та бренд-концепція Одеської області – це детальна інструкція з використання всіх розроблених елементів айдентики та бренд-концепції (логотип, фірмовий шрифт, фірмовий колір тощо), що при правильному використанні значно підвищує імідж регіону;

офіційна та промоційна продукція області – продукція, яка виготовляється суб'єктами брендуювання.

### **2. Мета і завдання Порядку**

Мета бренду Одещини — підсилити впізнаваність регіону на національному та міжнародному рівнях, створити асоціації з сучасним, прогресивним та ресурсним краєм.

### **3. Опис бренду**

3.1. Бренд Одещини — не лише візуальний стиль, а й вияв цінностей, характеру та потенціалу південного регіону. Він орієнтований на створення цілісного образу області, що поєднує в собі природні ресурси, багатство культурної спадщини, економічні можливості та гостинність її мешканців.

### 3.2. Логотип

- Основним логотипом виступає графічна іконка, назва регіону “Одешина” у спеціально розробленому шрифті Odessa Region Type та гасло, що підкреслює лого в цілому.

- Основною дизайну став ресурсний потенціал регіону. Логотип виконаний у формі щита, що символізує захист і силу, та водночас відображає природні багатства і культурну спадщину регіону. Елементи всередині щита мають окремі смислові підрунтя, що окреслюють все багатство області.

3.3. Графічні стандарти та правила використання айдентики детально описані для кожного елемента (логотипу, слогану, фірмових кольорів, шрифтів, фірмової графіки).

3.4. Для бренду регіону Одешина використовується шрифт Odessa Region Type, що має 3 різних накреслення, кожне з яких вирізняється у своєму візуальному та смисловому значенні.

### 3.5. Фірмові кольори

- Фірмова палітра бренду Одешини складається з чотирьох основних кольорів: бежевий, жовтий, червоний та синій. Кольори мають спеціальні назви, що символізують важливі аспекти Одешини, створюючи візуальний образ, що підкреслює її історичну унікальність та природний ресурсний потенціал. Ці кольори утворюють візуальний фундамент для всієї брендваної продукції: ділової атрибутики, рекламних матеріалів та сувенірів.

- Для продукції, яка не вимагає повнокольорового друку, рекомендується використовувати палітру PANTONE для точного відтворення кольору. У випадках, коли потрібен повноколірний друк, допускається варіант з СМУК, однак це може вплинути на вартість виготовлення.

- Палітра RGB використовується для електронних та цифрових форматів, таких як вебдизайн і презентації.

### 3.6. Використання кольорів

- Чорноморська Глибина служить акцентним або фоновим кольором, додаючи змістовності та елегантності для офіційних документів та інших матеріалів, де потрібен серйозний, але ненав'язливий вигляд. Цей колір виступає основним у брендингу.

- Мерезиво використовується як фоновий колір для більш світлого та повітряного оформлення. Воно створює візуальний простір і не переважаче загальний дизайн, особливо у текстових блоках.

- Золотий Врожай та Яскрава Бордо використовуються для контрастних акцентів у друці або на вебсторінках, надають відчуття вишуканості та витонченості.

Унікайте надмірного використання насичених кольорів одночасно, щоб дизайн залишався гармонійним і ненав'язливим. Для максимальної зручності сприйняття рекомендовано використовувати контрастні пари.

### 3.7. Вербальні атрибути:

3.7.1. Рекламний слоган Одеської області — «Земля, що об'єднує». Це місце, де кожен, незалежно від походження, може знайти себе, розвиватися та



долучатися до спільної історії. Водночас слоган підкреслює прагнення Одещини до єдності та взаємоповаги: як в межах регіону, так і на рівні зв'язків зі світом.

#### **4. Умови та порядок використання айдентики**

4.1. Технічний та консультативний супровід застосування айдентики здійснюється Одеської обласною державною адміністрацією (далі – ООДА).

4.2. Суб'єкти брендуння мають право здійснювати брендуння на безоплатній основі.

4.3. Рекомендується використовувати елементи айдентики під час проведення зустрічей, презентацій, інших заходів, зокрема:

- як елемент святкового оформлення області під час державних свят, урочистих церемоній (фестивалі, конкурси, виставки тощо);
- на відзнаках, грамотах, вітальних листах тощо;
- на сувенірній продукції;
- на поліграфічній продукції, презентаційних матеріалах;
- в елементах навігації, вивісках;
- у рекламних цілях: на афішах, соціальній рекламі тощо;
- в дизайні вебсторінок та мобільних додатків.

4.4. Отримати графічні матеріали айдентики можна на офіційному сайті ООДА.

4.5. Вимоги до графічного використання айдентики є обов'язковими до виконання. Айдентика містить допустимі та недопустимі варіанти використання логотипу, фірмові кольори, фірмову гарнітуру тощо.

4.6. Айдентика не може використовуватися в незаконних, образливих цілях, таких, що дискредитують її та не відповідають принципам гуманності та моралі, або в будь-яких інших цілях, які можуть негативно впливати на імідж Одеської області.