



서로장터 브랜드 가이드
Seoul Local Market Brand Guidelines



Introduction

매뉴얼 관리 지침

본 매뉴얼은 서로장터의 Brand Identity System에 관련된 기본 원칙과 적용에 관한 세부지침서로서 서로장터의 통일된 이미지 홍보를 위해 각 세부사항을 반드시 준수해야 한다.

시각적 요소들이 아무리 훌륭하게 제작된 Guide System이라 할지라도 실제 활용에 있어서 철저한 사후관리가 따르지 않는다면 오히려 서로장터의 시각 아이덴티티를 저해할 우려가 있으므로 사용상의 세심한 주의를 기울여야 한다. 따라서 본 매뉴얼에 수록된 각 규정을 올바르게 이해한 후 사용하여야 하며 임의로 판단해서 내용을 변경해서는 안된다.

본 매뉴얼은 서로장터의 Identity System 표준화 지침서이므로 무단으로 외부에 노출되거나 복제되어서는 안되며, 제작 발주 시 해당 부분만 발췌하여 대여하고 제작 완료와 동시에 반드시 회수되어야 한다.

또한 디자인 제작물의 일관성이 유지하도록 해야하고, 본 매뉴얼에 수록되지 않은 기타의 매체에 대한 제작이 필요한 경우에는 본 매뉴얼에 수록된 모듈이나 규격에 맞게 제작, 적용되어야 한다. 보다 명확한 가이드라인이 필요한 경우 브랜드 업무를 담당하고 있는 담당자에게 문의 후 재가를 받아 적용해야 한다.

Brand Platform

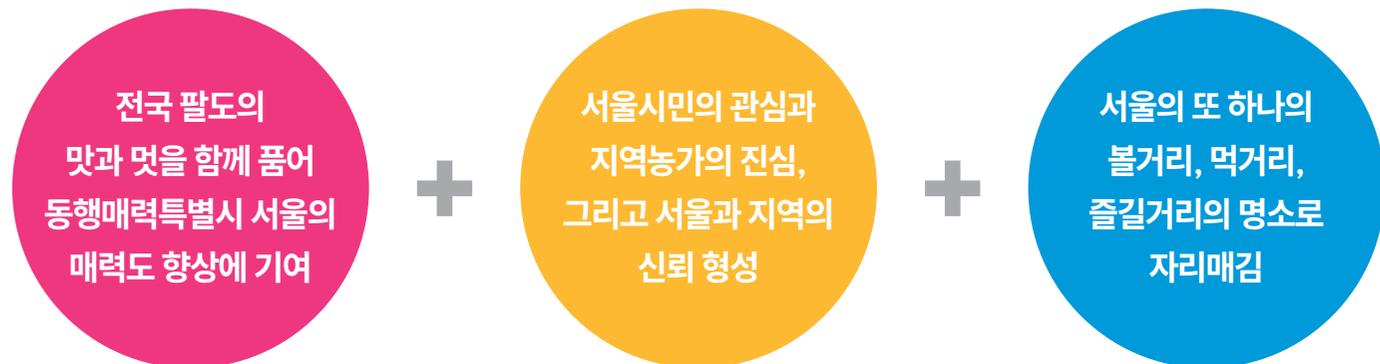
브랜드 미션

지역농가에게는 **판로 개척과 지역 홍보의 기회**를,
서울시민에게는 **지역의 삶의 현장**을 간접적으로 엿볼 수 있는 **신선한 기회**를 제공

브랜드 비전

서울과 지방이 **“서로 연결되는 가치, 함께 성장하는 장터”**
생산자와 소비자가 **“서로 신뢰하는 장터”**
서로 돕고 나누며 **“사회적 가치를 지키는 정터”**

전략 방향



LOGOTYPE

Concept

“서로장터”는 지역과 서울의 만남으로 부터 시작되는 브랜드로서, 연결과 협력을 이루는 만남의 장이라는 메시지를 전달하고자 한다. 타이포그래픽을 통해 "서로"와 "장터"의 두 단어의 **연결**을 마주 잡은 손 (약수하는 모습)으로 표현하였다. 서울장터의 철학인 상생, 신뢰, 지역 사회와의 연결을 함축적으로 담아 내고 있다. 심플하지만 의미 있는 디자인으로, 서울장터의 브랜드 메시지를 명확히 전달하는 동시에 **친근하고 현대적인 이미지**를 제공한다. 맞잡은 손은 협력, 신뢰, 믿음, 그리고 거대한 힘을 상징하고 있으며 손이 연결되는 모양이 연속적인 선으로 이어져, **끊없는 연결과 화합을 표현**하고 있으며, 서울장터가 단순히 거래하는 장소가 아닌 **다양한 사람과 지역이 어우러져 자원이 모이고 순환하는 허브**임을 나타내고있다.

가로 타입



세로 타입



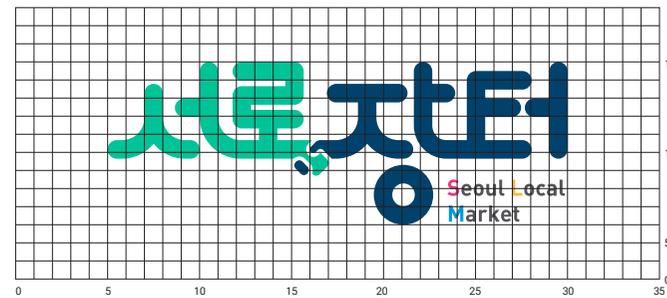
*브랜드 타입은 가로형타입을 기본적으로 사용하는것을 원칙으로 하며, 광고 및 기타 제작물에 가로 타입 사용시 가독성 및 시인성이 떨어질 경우 세로 타입을 적용한다.

Grid System / Clear Space

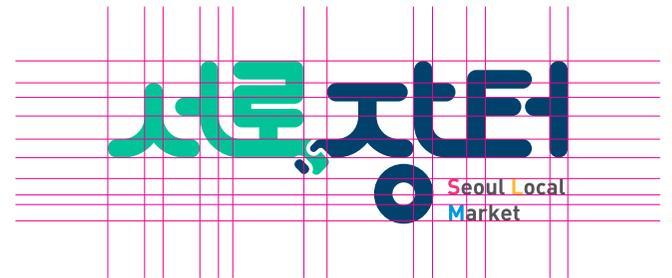
그리드시스템 / 공간규정

서로장터의 그리드 시스템은 일관된 로고마크 이미지를 유지하기 위한 작도 기준이다. 로고마크의 사용은 컴퓨터 데이터에 의한 출력방식을 원칙으로 하나 적용 매체의 특성상 디지털 원고의 사용이 불가능한 경우 그리드 시스템에 의하여 형태가 변하지 않도록 적용하여 사용해야 한다. 시각적 인지도를 높이기 위해, 규정된 여백을 준수하고 특별 제작된 그래픽 요소 외에 다른 시각적 요소의 침범을 제한한다. 또한, 로고타입의 일관성과 가독·가시성을 위해 최소 크기 규정을 준수해야 한다. 광고 및 기타 영상매체에서의 사용에 따라 왜곡된 형태의 로고타입을 사용해야 할 시 브랜드 관리 부서인 커뮤니케이션센터와 협의 후 재가를 받아 적용하도록 한다.

그리드시스템



작도법



공간 규정



최소 사이즈 규정



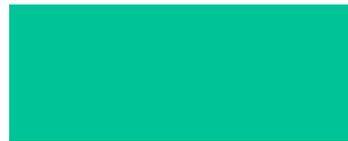
※ 최소 규정 사용 시 영문은 너무 작아 사용시 빼고 사용한다

Color system

전용색상

전용 색상은 브랜드 이미지를 차별화 시키는 또 하나의 중요한 수단이다. 따라서, 아래로 지정된 색상을 정확하게 사용하는 것이 중요하다. 서로장터는 가이드에 명시된 pantone Color를 표준으로 삼는다. 별색 사용이 어려운 경우 CMYK로 대신 사용할 수 있다. 특히 Web환경 사용 시 각 컬러의 CMYK색상과 RGB색상을 잘 구별하여 적용한다. 인쇄 및 웹 등의 각각의 사용처에 맞는 컬러 기준을 참고하여 지속적으로 통일성있게 활용 해야한다.

Main Color



PANTONE 3395 U
CMYK C76 M0 Y56 K0
RGB R0 G175 B139



PANTONE 7694 C
CMYK C100 M80 Y50 K0
RGB R0 G69 B103



PANTONE Cool Gray 11 C
CMYK C73 M65 Y58 K14
RGB R84 G86 B90

SUB POINT COLOR



PANTONE 2039 C
CMYK C0 M90 Y27 K0
RGB R255 G10 B115



PANTONE 7548 C
CMYK C0 M30 Y90 K0
RGB R255 G180 B0



PANTONE 2174 C
CMYK C90 M20 Y0 K0
RGB R0 G130 B255

Metalic Colors



PANTONE 8384 C



PANTONE 877 C

Color Variations

색상 활용 규정

배경색 위에 브랜드 마크를 적용할 경우 명확하게 식별 할 수 있도록 하는것이 매우 중요한 요소이며 브랜드 마크의 색상과 배경색은 기본 색상 외에 본 항에 수록된 색상을 사용할 수 있다. 가장 바람직한 배경 색상 활용은 백색 배경에 지정 색으로 표현하는것이며, 불가피하게 백색이 아닌 다른 색상의 배경에 적용할 경우는 배경 색상 기준에 맞추어 정확하게 적용한다. 이미지 왜곡 및 손상을 막기 위해 제시된 배경색 사용규정을 준수하여 오용사례가 발생하지 않도록 해야한다.

컬러(Full Color) 규정

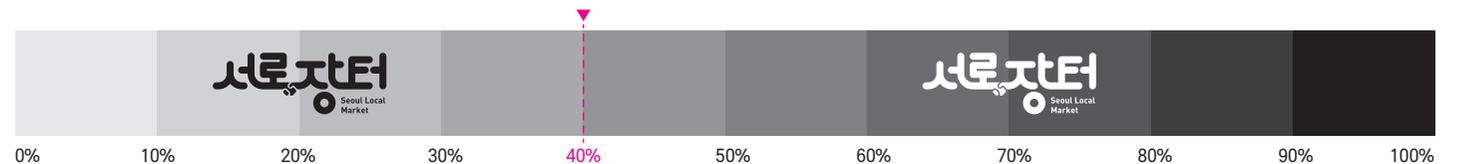
메인 컬러 배경 위 로고타입



메인 컬러 단색 적용



흑백(Black & White) 규정



*Background A : 바탕색이 Black 40%에 준한 농도보다 낮을 경우, White사용을 금지한다.

*Background B : 바탕색이 Black 50%에 준한 농도보다 진할 경우 Black사용을 금지한다.

특수색(Metallic Colors) 규정

White바탕에 시그니처 금박 Black바탕에 Gold 1도 Gold 1도 바탕에 White Gold 1도 바탕에 black 1도 White바탕에 시그니처 은박 Black바탕에 Silver 1도 Silver 1도 바탕에 White Silver 1도도 바탕에 black 1도



Incorrect Usage

사용 금지 규정

브랜드의 형태를 임의로 변경 할 경우 브랜드가 본래 가지고 있는 이미지 컨셉을 손상 시키므로 반드시 표준 형태를 사용해야한다. 사용금지규정은 로고타입 적용 시 자주 어겨지는 규정들의 경우를 예시화 하여 보여주고 있다. 제시된 예시들을 포함하여 작은 부분이라도 규정 외 사용은 하지 않도록 각별한 주의가 필요하다.



❌ 규정의 다른 형태로 임의로 변경 한 경우



❌ 투시를 적용하거나 왜곡 한 경우



❌ 규정된 컬러의 다른 컬러 및 그라데이션을 사용한 경우



❌ 브랜드를 라인형태로 사용한 경우



❌ 그림자 효과 등 로고에 기타 효과를 적용한 경우



❌ 다른 도형을 조합하여 사용한 경우



❌ 브랜드 마크에 테두리를 적용한 경우



❌ 임의로 다른 컬러를 조합해서 사용한 경우

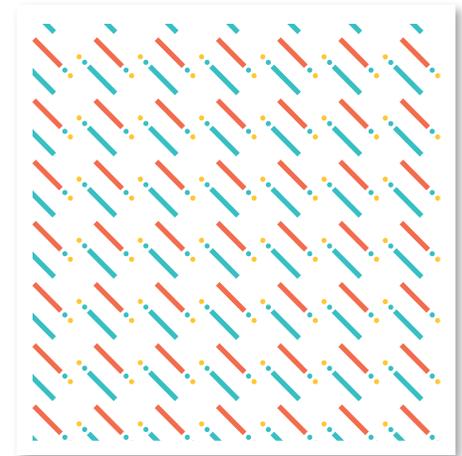
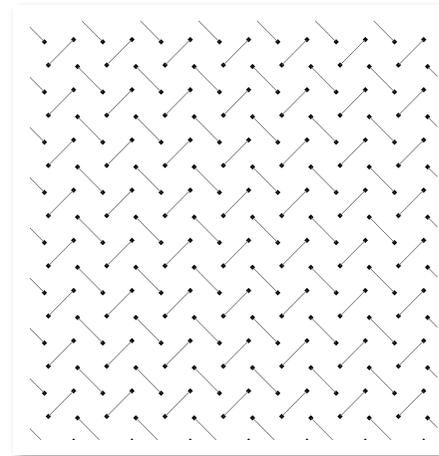


❌ 복잡한 배경이나 패턴에 사용한 경우

Brand Pattern

브랜드 적용 패턴

브랜드의 형태의 의미인 연결과 화합이라는 의미의 제시된 패턴을 활용하여 다양한 디자인제작물에 적용할 수 있다. 제시된 예시들을 포함하여 각각의 목적에 따라서 변경하여 적용할 수 있으며 베이직시스템에 저촉되지 않도록 브랜드를 적용하는 것을 원칙으로 한다.



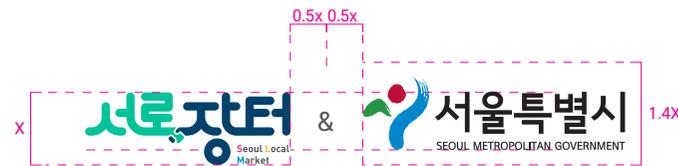
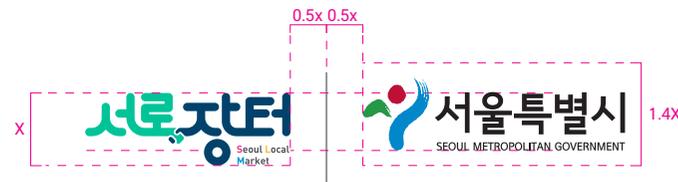
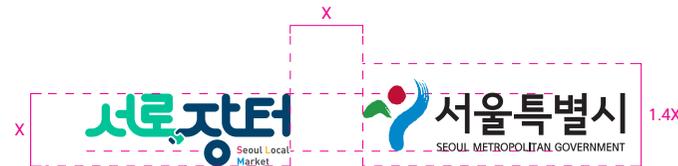
Collaboration

행사 콜라보 브랜드 규정

각 지역의 행사 및 제작물에 브랜드 적용 시 아래의 예시를 참고하여 적용하여야 하며, 로고 및 브랜드별 구분이 명확해야 하는 경우 Gray Color 선(라인)을 이용하여 나누어 사용한다. 다른 배열로 변경 시 담당기관의 컴펌을 통해 변경되어야 하며 임의로 변경하면 안된다. 브랜드 적용 비율은 아래의 예시를 참고하여 적용 비율에 맞게 적용되어야 한다.

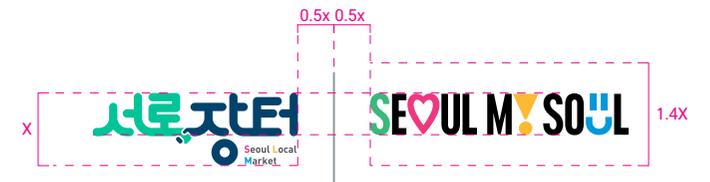
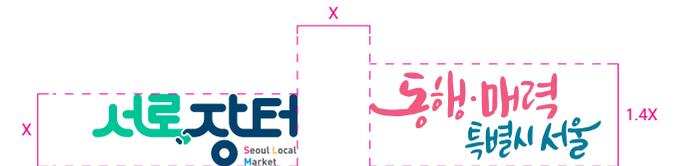
주최 / 주관사 병기형

주최/주관사와 함께 병기할 경우 Gray Color 선(라인)과 &(기호)를 적절히 사용하여 명확하게 구분한다. 예시 비율 규정에 최대한 맞추어 사용하고, 한쪽이 너무 크거나 작지 않도록 유의하여 사용한다.



슬로건 병기형

슬로건과 함께 병기할 경우 예시 비율 규정에 최대한 맞추어 사용하고, 한쪽이 너무 크거나 작지 않도록 유의하여 사용한다.



Collaboration

행사 콜라보 브랜드 규정

각 지역의 행사 및 제작물에 브랜드 적용 시 아래의 예시를 참고하여 적용하여야 하며, 로고 및 브랜드별 구분이 명확해야 하는 경우 Gray Color 선(라인)을 이용하여 나누어 사용한다. 다른 배열로 변경 시 담당기관의 컴펌을 통해 변경되어야 하며 임의로 변경하면 안된다. 브랜드 적용 비율은 아래의 예시를 참고하여 적용 비율에 맞게 적용되어야 한다.

지자체 / 행사 장소 / 타 브랜드 장터 병기형

지자체 또는 타기관과 병기할 경우 X(영문)를 사용하고, 행사 장소 및 타 브랜드 장터와 병기할 경우 &(기호)를 사용하여 명확하게 구분한다. 예시 비율 규정에 최대한 맞추어 사용하고,을 한쪽이 너무 크거나 작지 않도록 유의하여 사용한다.



