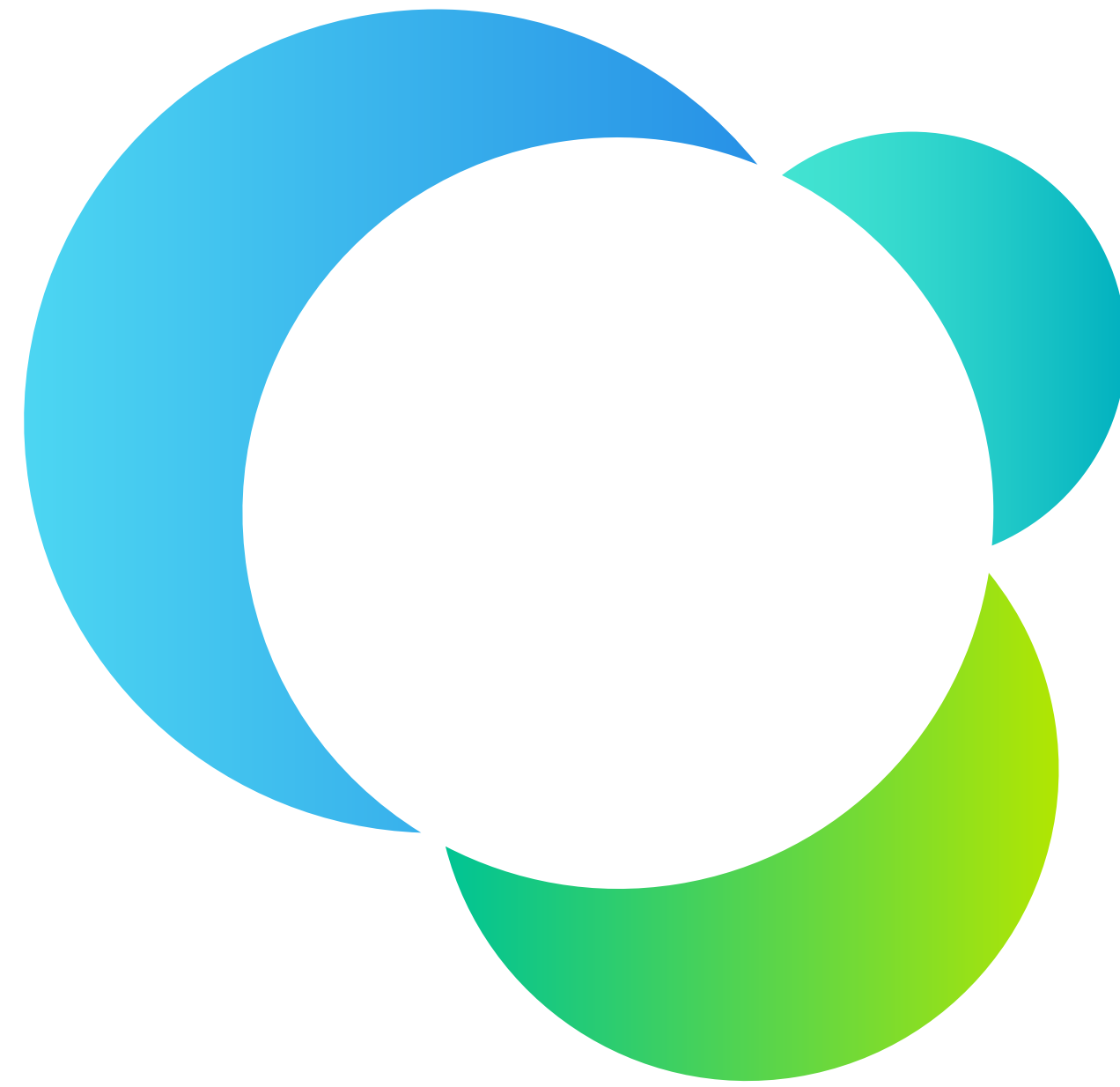


Visuaalne identiteet

Meie sümbol – Värskuse ring



Meie hüüdlause

Värskus sinu ümber



Sümbol – Värskuse ring

Logo sümboliseerib vee ringlust ja looduse värskuse pidevat uuenemist, mis on Tallinna Vee tegevuse keskmes. Üksteisega põimuvad graafilised vormid moodustavad voolava, pidevas liikumises oleva tsükli – visuaalse viite looduse iseregulatsioonile ja ringmajanduse põhimõtetele.

Värvigradient ulatub sinisest roheliseni, tähistades üleminekut puhtast veest jätkusuutlikkusse keskkonda. See värvivalik toetab ettevõtte fookust loodushoiu, puhta vee ja vastutustundliku ressursikasutuse edendamisel.

Logo ei kujuta vett otseselt, vaid loob abstraktse, kaasaegse kujundi, mis sobib erinevatesse kasutusolukordadesse. See annab brändile professionaalse ja usaldusväärse, ent samas elusa ja orgaanilise ilme.



Logo

Logo ja nime kooskasutus loob ühtse ning professionaalse brändikuvandi, mida on lihtne ära tunda ja järjepidevalt kasutada erinevates kanalites.

Tüpoograafia paikneb selgelt ja tasakaalustatult märgi kõrval, toetades loetavust ning brändi usaldusväarsust. Kooslus töötab hästi nii digitaalses kui ka trükitud materjalis.

Selline paigutus aitab tugevdada nime seost visuaalse identiteediga ja tagab, et bränd jääb meelde ka lühikese kokkupuutega.



Horisonaalne ja vertikaalne logo

A. Põhilogo

Kasutage alati põhilogo, kui kasutuskoha suurus ja proportsioonid võimaldavad saavutada logo hea nähtavuse. Jälgige täpselt slaididel 31...35 kirjeldatud reegleid.

B. Ainult erandjuhtude vertikaalne logo

Kasutage ainult siis kui:

- taustpind on pigem vertikaalne, selliste proportsioonidega, et horisontaalset logo peaks kasutama liiga väiksel.
- taustpind asub sümmeetrilise ja tsentreeritud vormiga objektil, näiteks kiivri laubapinnal, transpordivahendi esiosal jne.

Põhilogo



Ainult erandjuhtude vertikaalne logo



Logo värviversioonid

Kasutage logost alati sobivaimat versiooni vastavalt taustale ja tootmisviisile või meediale.

A. Gradientidega logo

Eelistage alati teistele versioonidele

B. Ühtlaste toonidega logo

Kasutage ainult siis, kui trükitehnika või muu tootmisviis ei võimalda tagada sujuvaid logo gradientpindasid või esineb muu tehniline tõrge. Otsustage see alati koos tootja spetsialistiga, ärge kasutage ühtlaste toonidega logo kergekäeliselt.

Ühevärviline logo

Kasutage ainult siis, kui värvilisi versioone pole võimalik kasutada:

- trükitehnika või tootmisviis ei võimalda värvide kasutamist.
- kasutuskoha kontekst, kujunduse stiil ja meeleolu, koosbränding teiste logodega ei soosi värviliste logode kasutamist.

Kontrast ja loetavus

Tagage logo hea loetavus ja ühtlane kvaliteet igas kanalis – ka fototaustadel, mustvalgetes trükistes või piiratud värviga keskkondades. Ära kasuta logo versiooni, mis vähendab selle nähtavust või äratuntavust.



Logo värviversioonid

Jälgige kasutusreegleid slaidil 30 ka
vertikaalse logo puhul.



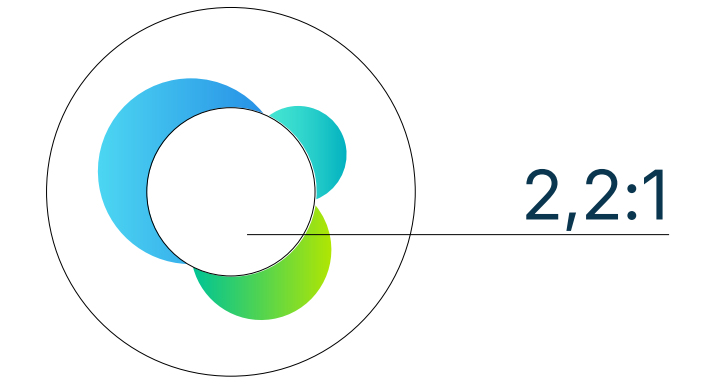
Kaitseala

Logo ümber olev kohustuslik vaba ruum ehk kaitseala aitab logol esile tulla ja hoiab ära visuaalse ülekülluse.

Kaitseala järgimine tagab, et logo ei konkureeri teiste graafiliste elementide ega tekstiga, säilitades selle mõjususe ja selguse.

Ära paiguta logo liiga lähedale servadele, teistele objektidele või tekstidele – ruum loob väärikust ja aitab brändil hingata.

Logo graafilist ikooni ilma tekstilogota kasutame ainult kohtades, kus ettevõtte nimi ja põhilogo on vaatajale juba tuttav – sotsiaalmeedia profiilipildina ja esitluse sisuslaididel.



Suurused

Vähimad lubatud suurused

Igal logol on minimaalne suurus, millest väiksemana kasutamine kahjustab selle loetavust ja äratuntavust.

Olenevalt meediumist ja logo versioonist võivad need mõõdud veidi erineda, kuid põhimõte jääb samaks – bränd peab olema alati selgelt tajutav.

Kui logo tundub liiga väike või detailid kaovad, tuleks kaaluda alternatiivset paigutust või teistsugust logo versiooni.



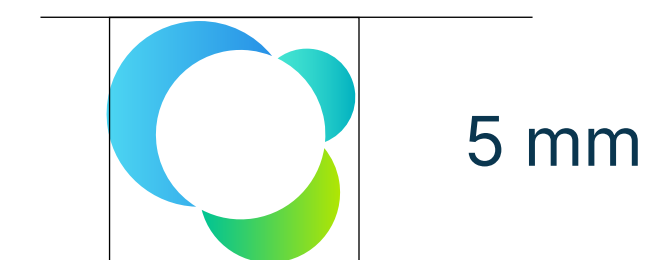
21x5 mm

248 × 59 px @ 300 PPI



10x13 mm

118 × 154 px @ 300 PPI



5x5 mm

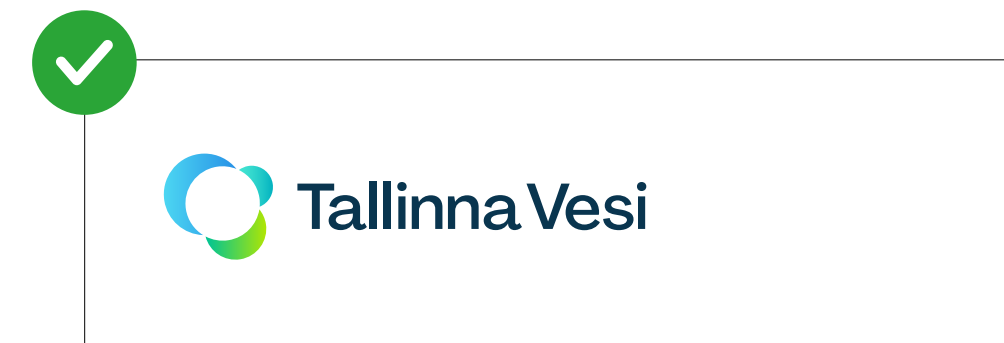
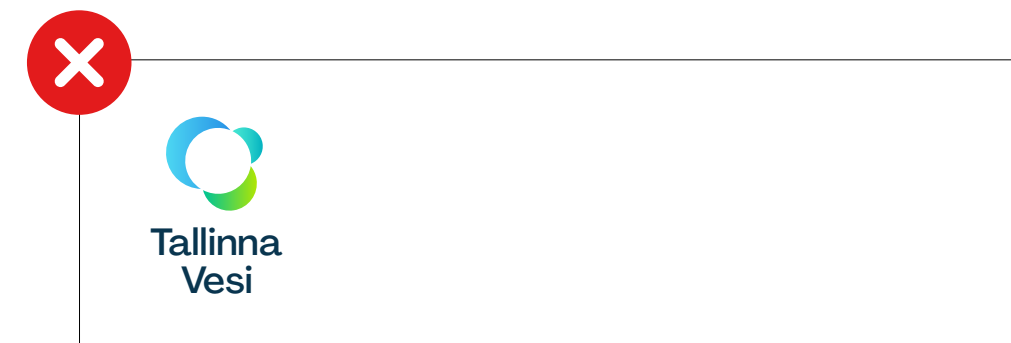
59 × 59 px @ 300 PPI

Väärkasutus

Logo muutmine – venitamine, värvide vahetamine, elementide ümbertõstmine – rikub brändi ühtsust ja professionaalsust.

Iga muudatus, mis erineb originaalist, võib kahjustada usaldusväarsust ja vähendada äratuntavust.

Kasutades logo alati selle ametlikul kujul, tagad brändi järjepidevuse ja kujundusterviku.



Fondid

Veebis ja turundusmaterjalidel

Suur pealkiri **Agrandir** Medium

Alapealkiri ja sisu **Inter**

Vene keeles vastavalt

Another Grotesk Text Medium ja **Inter**

Kontoritarkvara

Office 365 **Aptos**

Alternatiivina Arial

Veeb ja turundus

PP Agrandir Medium

Inter

vene keeles

Another Grotesk Text Medium

Inter

PP Agrandir Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Šš Zz Žž Tt Uu Vv
Ww Õõ Ää Öö Üü Xx Yy

Inter

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Šš Zz Žž Tt Uu Vv
Ww Õõ Ää Öö Üü Xx Yy

Another Grotesk Text Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч
Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Kontor

Aptos

Office 365 default

Arial

Alternatiiv

Fondi suuruse ja reavahe suhe

Pealkirja reavahe **1,1**
Sisu reavahe **1,5**
Pealkirja ja sisu suhe **2,14**

Korralik reavahe aitab teksti paremini loetavaks muuta ja loob visuaalse tasakaalu.

Hea tava on hoida reavahet pisut suuremana kui tähe kõrgus – see muudab tekstiplokid õhuliseks ning lihtsamini jälgitavaks.

Sõltuvalt fondist ja meediumist võib see suhe veidi erineda, kuid ühtlane rütm aitab kogu kujundusel paremini toimida.

18/19,8

8,4/12,6

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

30/33

14/21

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

48/52,8

22,4/34

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint

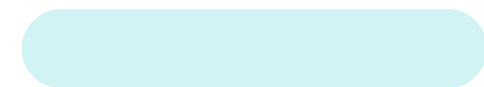
Brändivärvid

Tallinna Vee viis põhivärvi – jääsinine, võrseroheline, laimiroheline, taevasinine ja öösinine – sümboliseerivad vett, värskust ja loodust eri vaatenurkadest. Iga värv esineb viies tugevuses: 100%, 80%, 60%, 40% ja 20%. Selline süsteem loob visuaalset kihilisust, dünaamikat ja voolavust, mis toetab brändi pehmeid ja looduslähedasi väärtusi. Tumedamad toonid sobivad tekstile ja rõhuasetustele, keskmised varjundid mustriteks ja pindadeks ning heledamad taustadeks ja õhulisteks üleminekuteks. Protsentuaalne jaotus tagab järjepidevuse ja paindlikkuse kõigis kasutusvaldkondades – veebist välimeediani.

Jääsinine



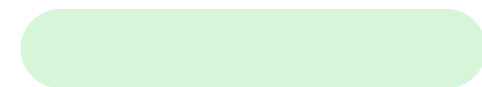
RGB 23-194-206
 HEX 17C2CE
 CMYK 70-0-19-0
 PMS 3115 C



Võrseroheline



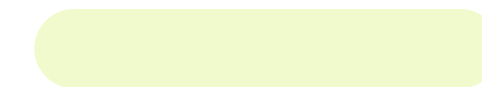
RGB 56-207-59
 HEX 38CF3B
 CMYK 72-0-85-0
 PMS 3561 C



Laimiroheline



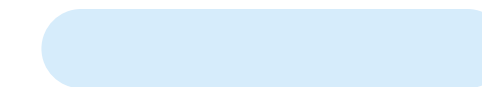
RGB 209-230-2
 HEX D1E602
 CMYK 30-0-95-0
 PMS 2291 C



Taevasinine



RGB 0-167-255
 HEX 00A7FF
 CMYK 75-10-0-0
 PMS 2995 C



Öösinine



RGB 10-54-79
 HEX 0A364F
 CMYK 100-19-10-72
 PMS 3035 C



100%

80%

60%

40%

20%

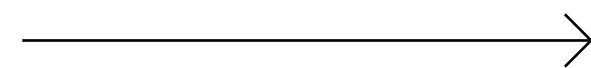
Lisavärvid

Lisavärvid on mõeldud toetama brändivärve olukordades, kus on vaja eristada elemente – näiteks infograafikates või diagrammides.

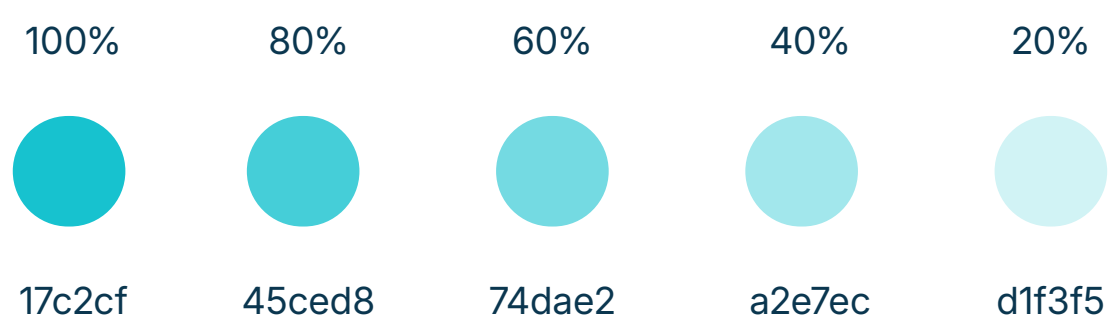
Need värvid ei ole põhivärvid, kuid võimaldavad paindlikumat visuaalset väljendust ilma brändi identiteeti lõhkumata.

Oluline on, et lisavärvid toetaksid brändi tooni ning ei konkureeriks põhipaleti mõjuga.

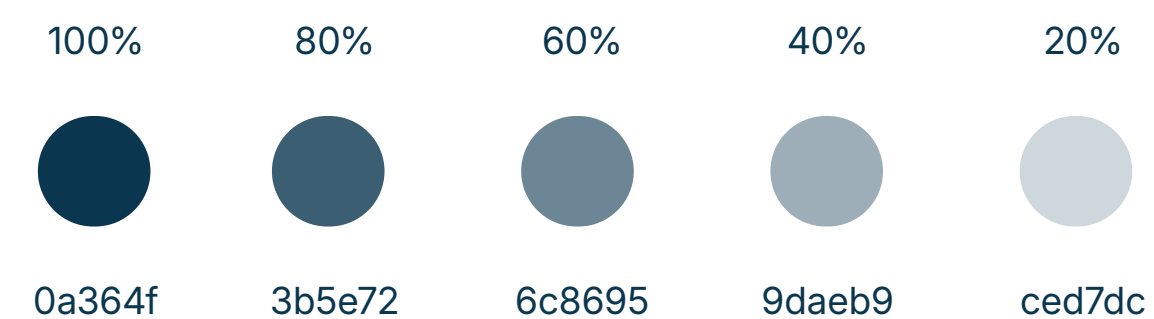
Värvide valimise järjekord. Vali järjest või üle ühe.



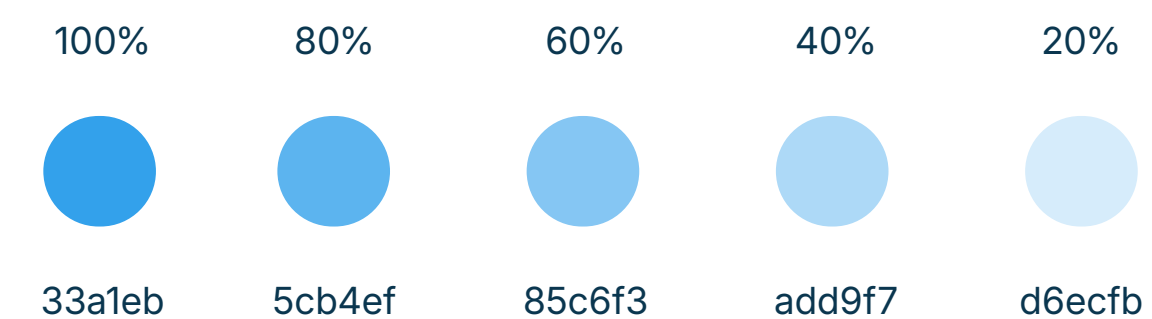
Jääsinine



Öösinine



Taevasinine



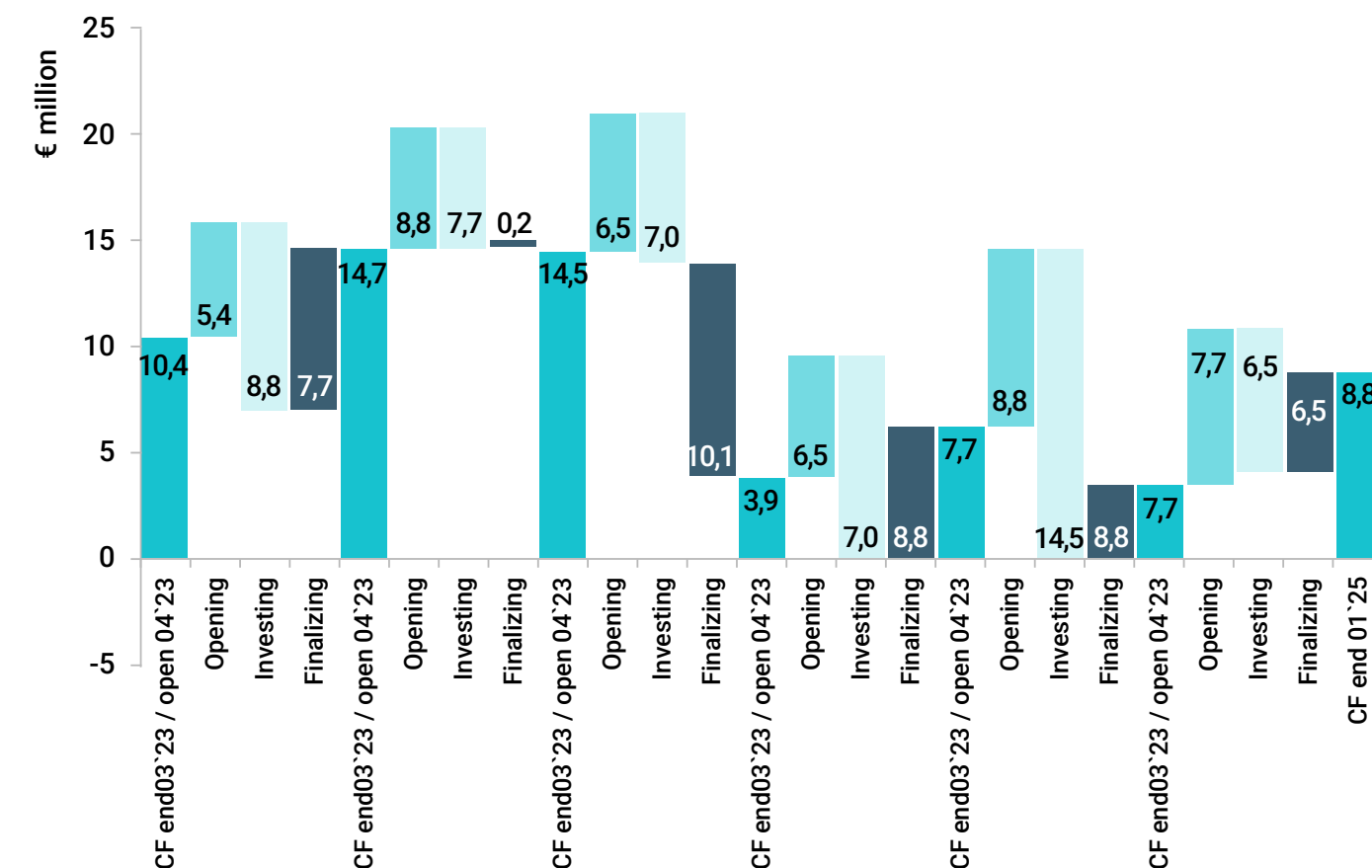
Infograafika

Ka tehnilised materjalid, nagu Exceli graafikud, on osa brändikuvandist. Värvide läbimõeldud kasutus muudab andmed selgemaks ja esteetilisemaks.

Brändivärvidega harmoneeruvate lisavärvide kasutamine graafikutes aitab materjalil jääda visuaalselt ühtseks ja professionaalseks nii sise- kui ka väliskommunikatsioonis.

Vältida tuleks vaikimisi määratud värve, mis ei toeta brändikeelt. Värv võib olla ka usaldusväarsuse tööriist.

Cash position



Water and wastewater sales volume by m³ (YTD)

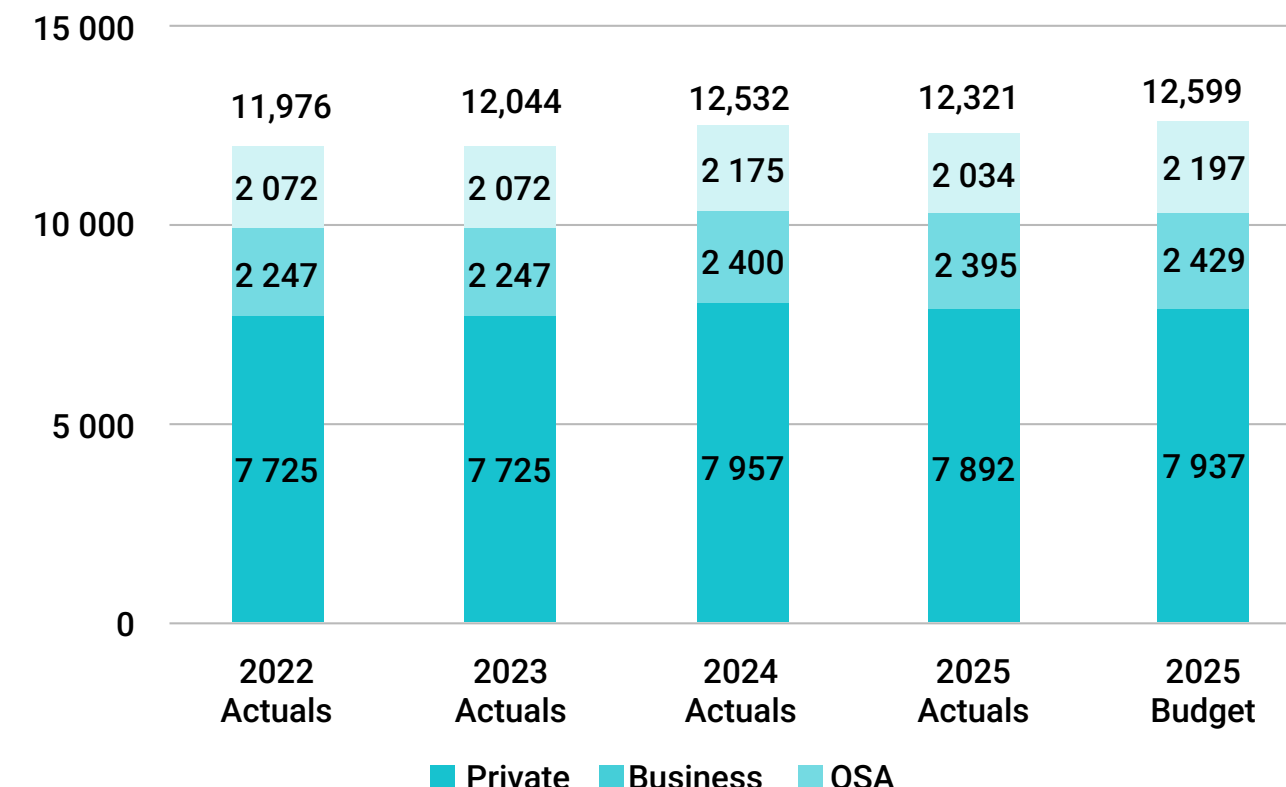


Diagramm 5 teemat

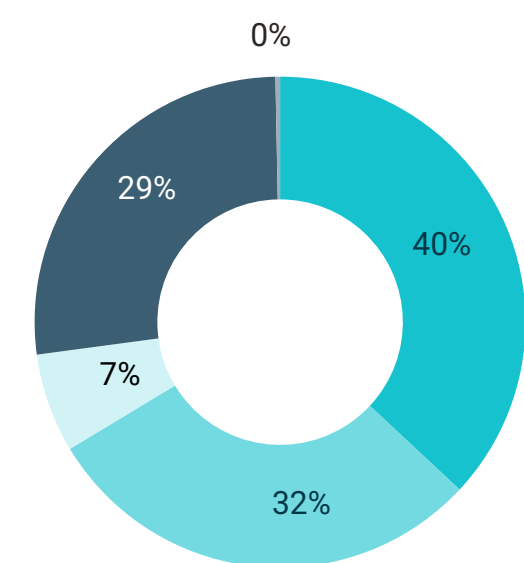
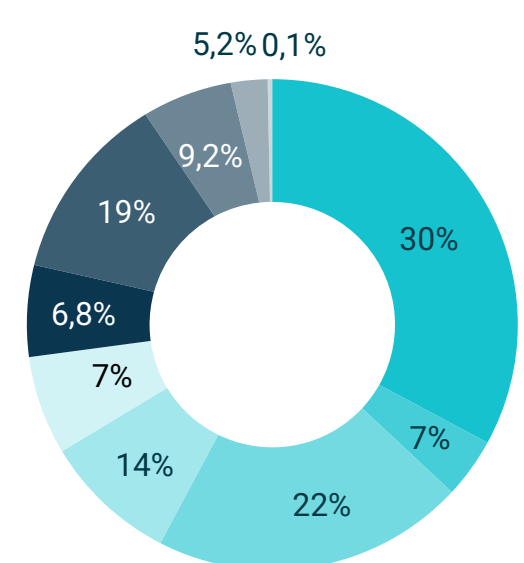
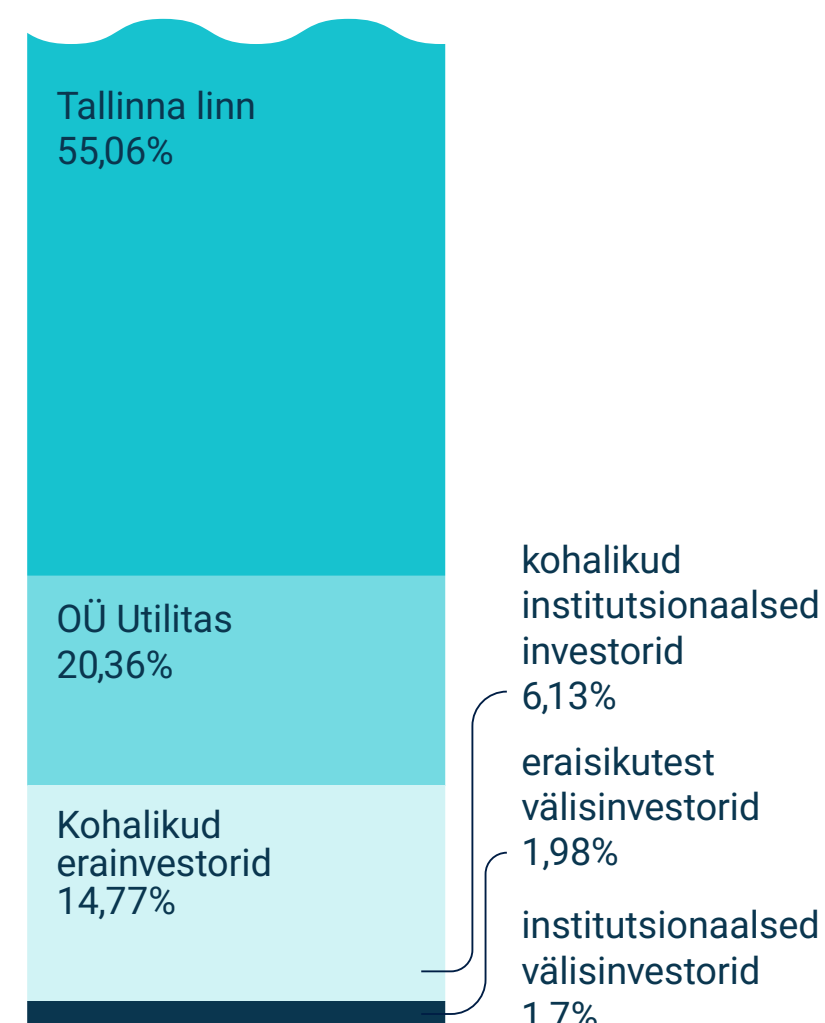


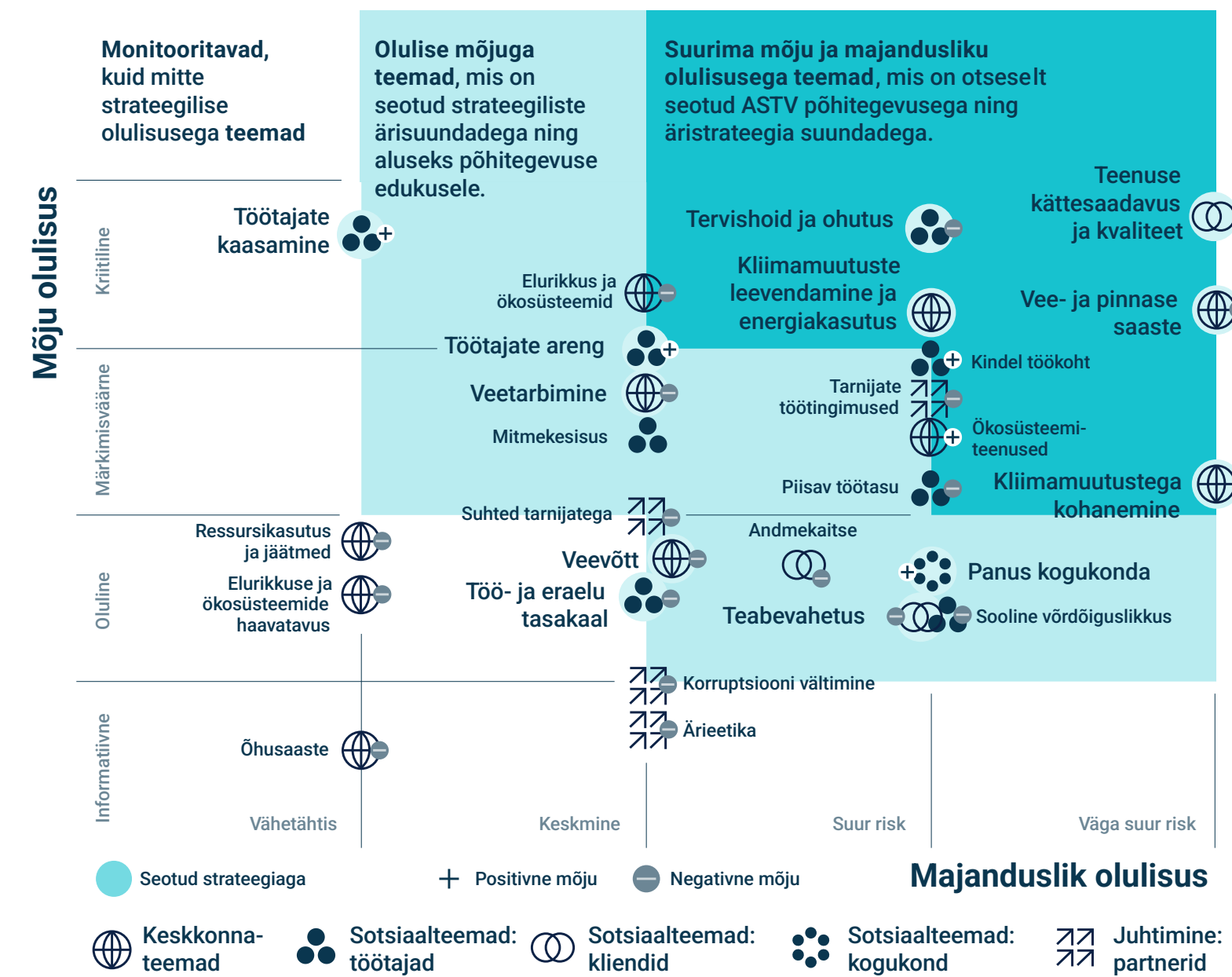
Diagramm 10 teemat



Aktsionärid liikide lõikes seisuga 31. detsember 2023



Oluliste teemade analüüsi koondtulemused



Ikoonid

Ikoonid toetavad teksti, muudavad sisu lihtsamini haaratavaks ja lisavad visuaalset rütmi.

Ühtses stiilis ikoonikomplekt aitab hoida kujundust korrastatuna ja toetab brändi tonaalsust.

Välgi erinevatest allikatest pärit juhuslikke ikoone – järjepidevus on selguse ja kvaliteedi alus.



Brändiarhitektuur ja koosbränding

Tallinna Vee ja Watercomi teenused, sihtgrupid, tegevuspiirkonnad ja väärtuspakkumised on erinevad. Ettevõtted tegutsevad tihedas koostöös, neid ühedavad põhiväärtused – asjatundlikkus, innovatiivsus, eesmärkidele pühendumine ja kaasav ning läbipaistev juhtimiskultuur.

Tallinna Vesi osutab lõppkliendile vee- ja kanalisatsiooniteenuseid, Watercom taristu ehitamise, remondi- ja korrashoiuteenuseid, sealhulgas Tallinna Veele. Tallinna Vesi keskendub teenuste osutamisega Tallinnas ja Harjumaal, Watercom saab konkureerida taristuprojektides kogu Eestis ja lähiriikides.

Sünergia tekib läbi tiheda partnerluse, oskusteabe vahetamise kaudu meeskondade vahel ning jagades administratiivseid- ja kommunikatsiooniüksusi.

Rakendame branded house brändiarhitektuuri. Logod on sarnase märgi ja tekstivormiga. Brändielement ja logomärk on erineva värvilahendusega. Meediapindade graafiline ülesehitus ja tekstistiilid on sarnased.

Üksustel on erinevad hüüdlauseid ja sõnumid.

Koosbrändingul kasutame hüüdlauseid "Koos loome puhta veega parema elu".



Brändi tunnuskujundid

Kujundid on Värskuse ringi laiendatud väljendus, oluline visuaalse iseloomu loojad ja sõnumite täiendajad.

Paigutus paremasse nurka loob tasakaalu ja toob eneseväljendusse äratuntava korduvmotiivi.

Kujundite järjepidev kasutus aitab ehitada visuaalset mälu ja tugevdada brändi terviklikkust.

Tallinna Vesi



Watercom



Kujundite kasutamine

Kujund võib olla nähtav erinevates kontekstides – esitluste taustal, veebilehe jaluses, sõidukitel või trükistes.

Oluline on, et kujundi kasutus oleks järjepidev kõikides kanalites. Näidised aitavad mõista, kuidas seda paindlikult kasutada, säilitades visuaalse tasakaalu ja sidususe.



Kujundite kasutamine foto pinnal

Läbikumav kujund võimaldab ühendada brändigraafika ja foto üheks tervikuks, ilma et kumbki kaotaks oma mõju.

See lähenemine loob visuaalselt kihilise ja rikkaliku tulemuse, mis mõjub moodsalt ja läbimõeldult.

Oluline on säilitada tasakaal – kujund ei tohiks varjutada fotot ega muuta seda loetamatuks.



Kujundi väärkasutus

Kujundi nihutamine, moonutamine või liigne kordamine võib muuta selle häirivaks ja lõhkuda kujunduse rütmi.

Kujundi eesmärk on toetada, mitte domineerida. Selle valesti kasutamine võib viia tähelepanu sisust eemale.

Hoia kujundi stiilipuhtust – järjepidevus tugevdab brändi visuaalset iseloomu.

Väike ja moonutatud



Lorem ipsum dolor sit amet

Tor aut aut que pa volumquibus, volorpo rporio tem nihilis adit veles illaboreres pediscipsamTae. Nempori buscill uptibus et veligendit odigenis doluptatquis et qui aut poremquis plia nieture inienda sendae verumquia qui te expedipit as etur, od quatur? Hentem volorrone, ne volum quia consequam, qui si volest ipienditio bea nobitibus seque voluptas et eostem eiumque eat estio molum ant ut aperspe corenit a as molendictur alit et aliti tem verenia tquatempori inusa nat vitio. Nam ut lam eaquas erro odi qui ducius dolupta impore doluptur? Dolore volupti bustiur? Aborrov iderios simpostiate que dolore reiunt exeri ipiduci iscilignis nonsequi tem aut quo vendite sam qui sequosim fuga. Itatinc tatur, cores inctae laborio. Ovidebisqui doluptatis expernatiis aute sit vendion sequid quae. Tum repta ipis et volor mintium volessim cus solupture, odiciendicid et molorehent fugiatem re laceptam comnis est, eiur, conserum ipsandandis rest, omnit maxim harum fugiasp ienist, quis dolut quam, et res accat eum venditibus. Harum reperro es accaboribus aut eum ea consequ iasperum volecea quam consequ asperae nos pellam, volut atur abo. Et lam, non prat. Ga. It et volentem harupta tiandaerciis rem rest, tem dolor simus, temporum faces acillabo. Ehenet od maion



Vasakul



Liiga väike ja ei ole pinnalt välja viidud



Kujund koosluses fotoga

Kui kujund ja foto toimivad ühtse kompositsioonina, saab tulemuseks lugu jutustava, professionaalse visuaali.

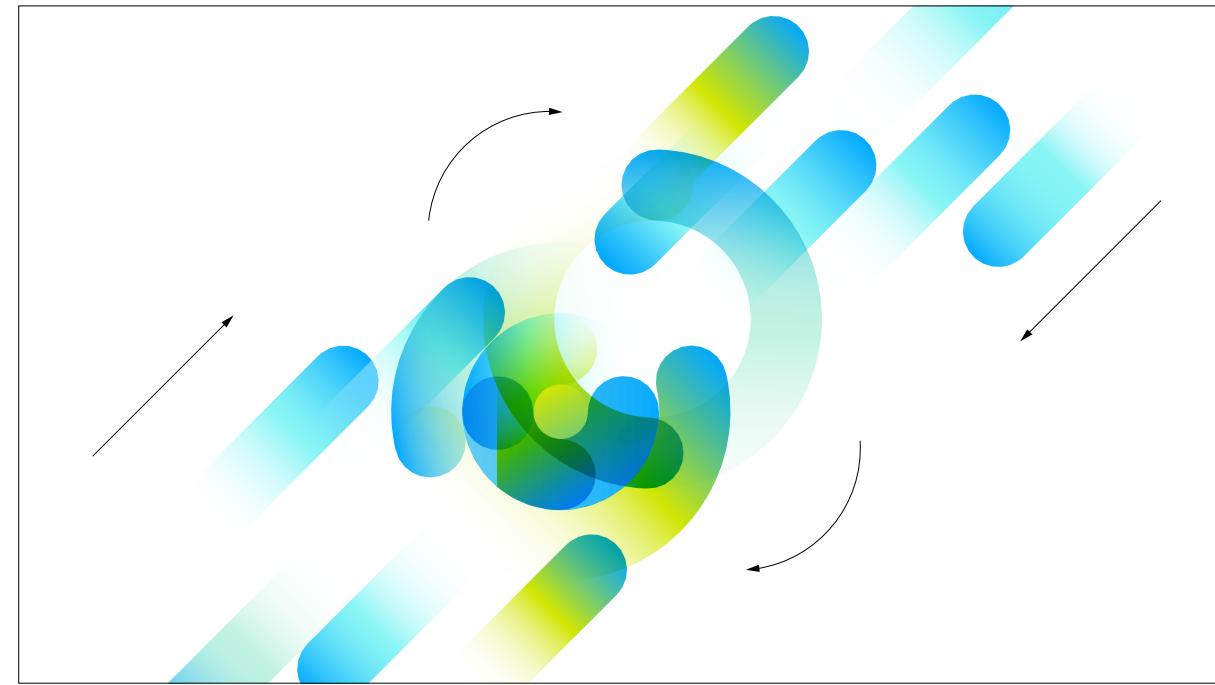
Selline lähenemine loob mitmekihilise brändikeele, kus kujund raamib ja toetab fotokujutist.

Oluline on hoolikas paigutus – foto ja kujund peavad toimima harmoonias, mitte eraldi elementidena.

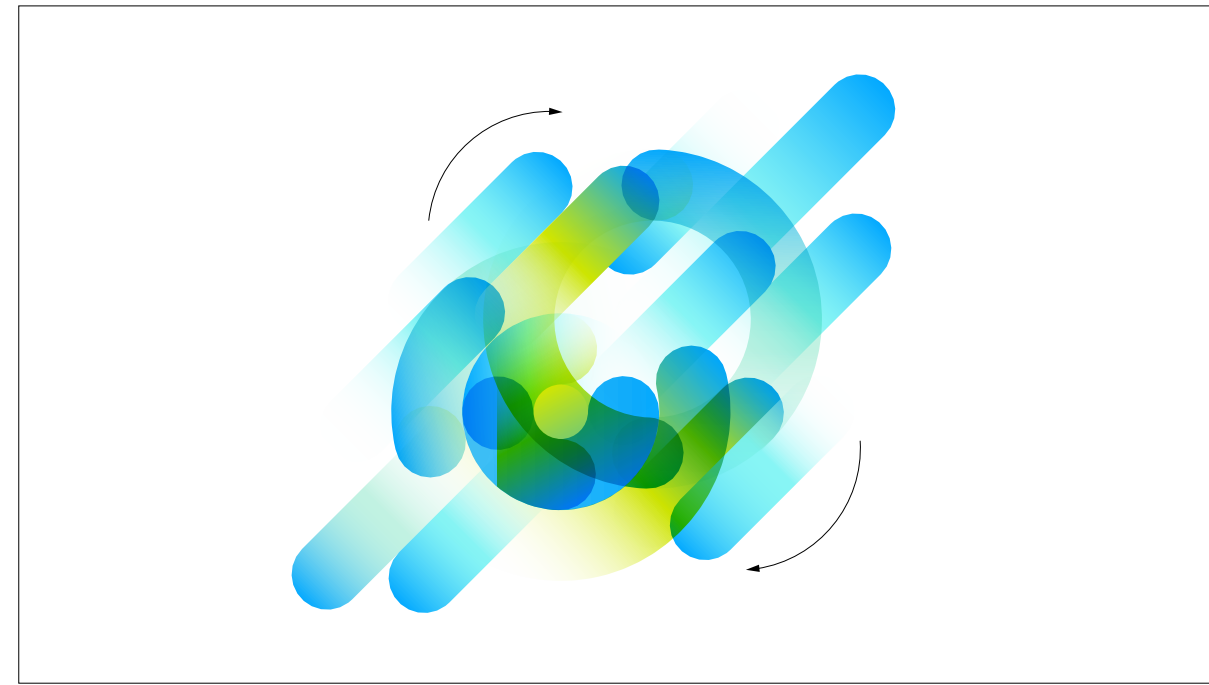


Animeeritud kujund

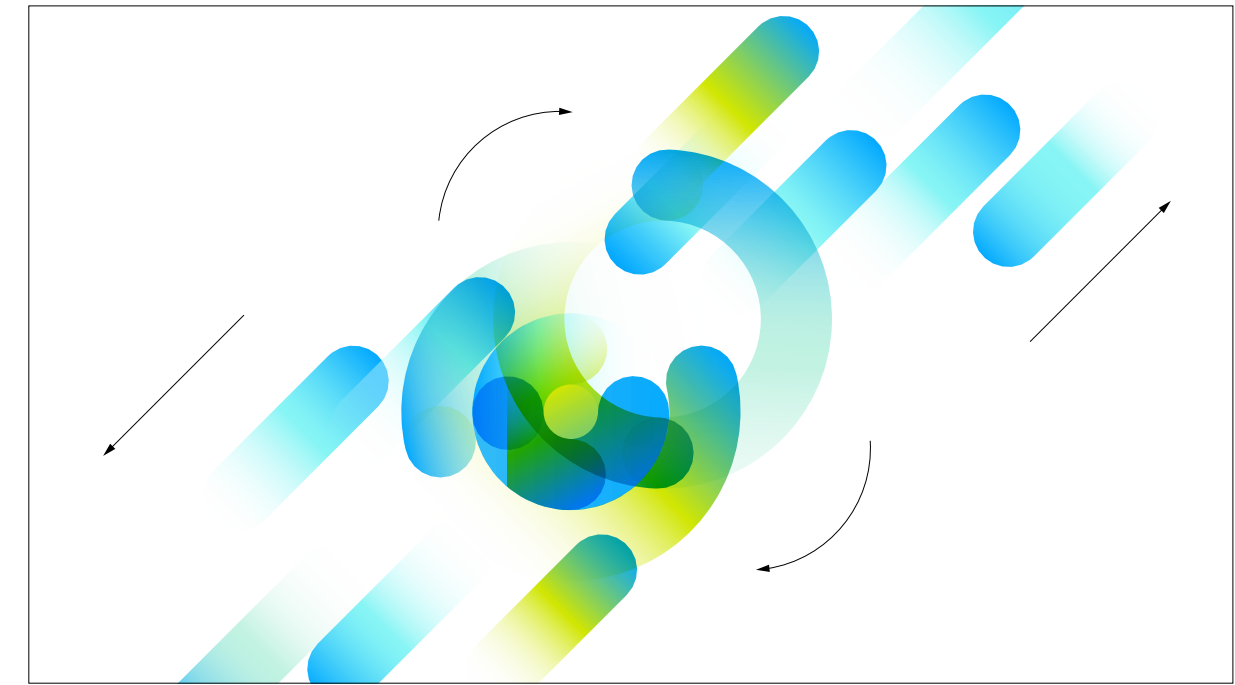
Kujundi moodustumine ja kujundi muutumine logoks



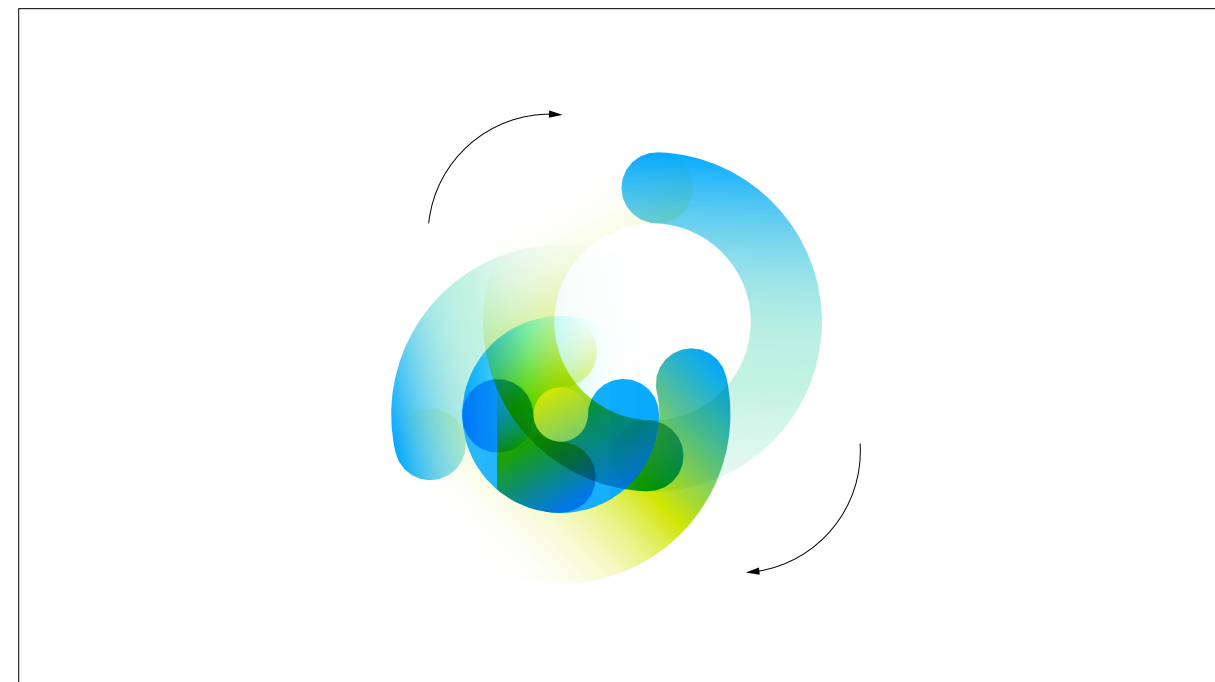
1. Kujundi moodustumine



2. Moodustunud kujundi elemendid liiguvad



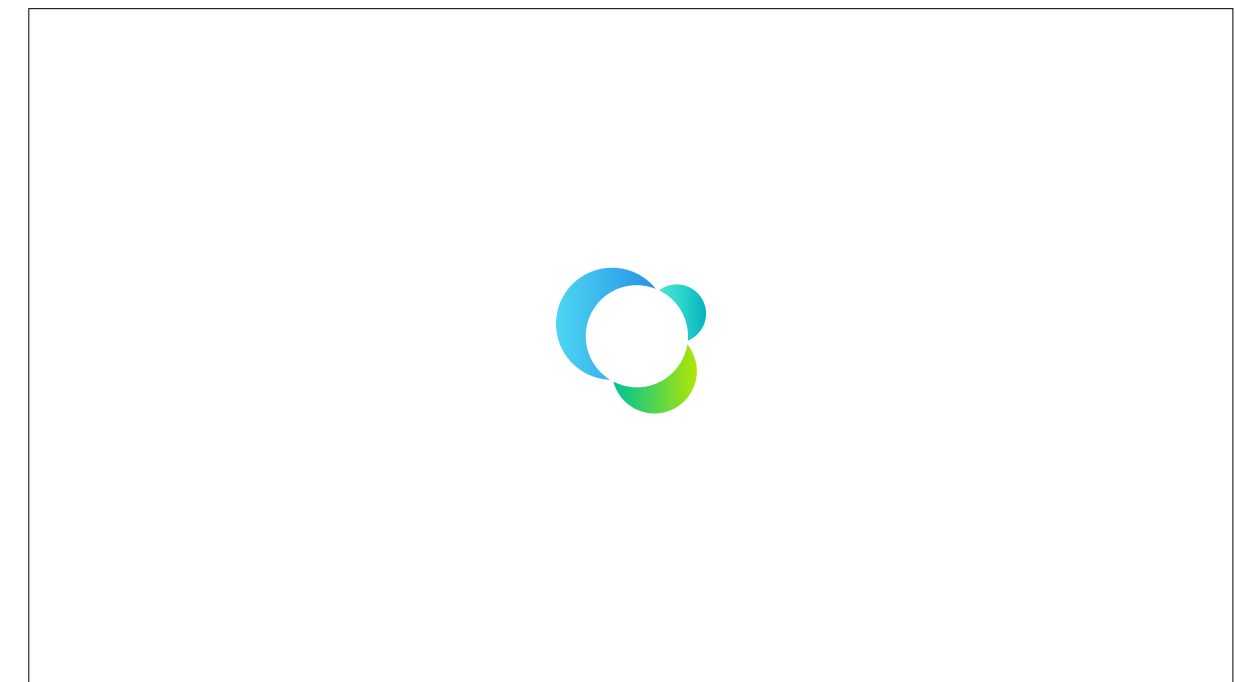
3. Diagonaalsed elemendid eemalduvad



4. Keskmised keerlevad



5. Elemente jääb vähemaks



6. Kujundid muutuvad logoks



7. Märki kõrvale ilmub tekst

