

HERMES  
BUSINESS IDEA

# Hermes Business Idea Brand Book

# Logo & Logotype

## Overview

The Hermes Business Idea brand features a unique and creative design, consisting of the letter "H" with curved lines and symbolic wings. These wings, which symbolize flight and movement, are inspired by ancient Greek mythology and the figure of Hermes, known as the messenger of the gods and a symbol of speed, intelligence, and communication. The combination of these elements symbolically represents values such as dynamism, creativity, and inspiration, which likely reflect the goals and vision of the Hermes Business Idea company.

The colors used in this logo range from pink to purple, designed as a soft and fluid gradient. Pink conveys a sense of creativity, energy, and excitement, while purple refers to concepts like innovation, deep thinking, and forward-thinking. This choice of colors reinforces a message of power and inspiration while also adding a modern and progressive dimension to the logo.

The selection of a classic and legible font for the logo text conveys a sense of trust, credibility, and professionalism. The harmony between the graphic and textual elements of the logo creates a balanced blend of creativity and formality. This design, while simple, communicates strong and effective messages to the audience, emphasizing new ideas, forward movement, and impact in the business world.

برند ایده تجارت هرمس طراحی خاص و خلاقانه‌ای دارد که از یک حرف H با خطوط منحنی و بال‌های نمادین تشکیل شده است. این بال‌ها که به پرواز و حرکت اشاره دارند، الهام‌گرفته از اسطوره‌های یونان باستان و شخصیت هرمس هستند، که در اسطوره‌ها به‌عنوان پیام‌رسان خدایان و نماد سرعت، هوش و ارتباطات شناخته می‌شود. ترکیب این عناصر به‌طور نمادین نشان‌دهنده‌ی ارزش‌هایی مانند پویایی، خلاقیت و الهام‌بخشی است که احتمالاً نمایانگر اهداف و چشم‌اندازهای شرکت Hermes Business Idea است.

رنگ‌های استفاده‌شده در این لوگو شامل طیفی از صورتی تا بنفش است که در قالب یک گرادیان نرم و روان طراحی شده‌اند. رنگ صورتی حس خلاقیت، انرژی و هیجان را منتقل می‌کند، درحالی‌که بنفش به مفاهیمی مانند نوآوری، تفکر عمیق و آینده‌نگری اشاره دارد. این انتخاب رنگ‌ها پیام قدرت و الهام‌بخشی را تقویت می‌کند و همچنین جنبه‌ای مدرن و پیشرو به لوگو می‌بخشد.

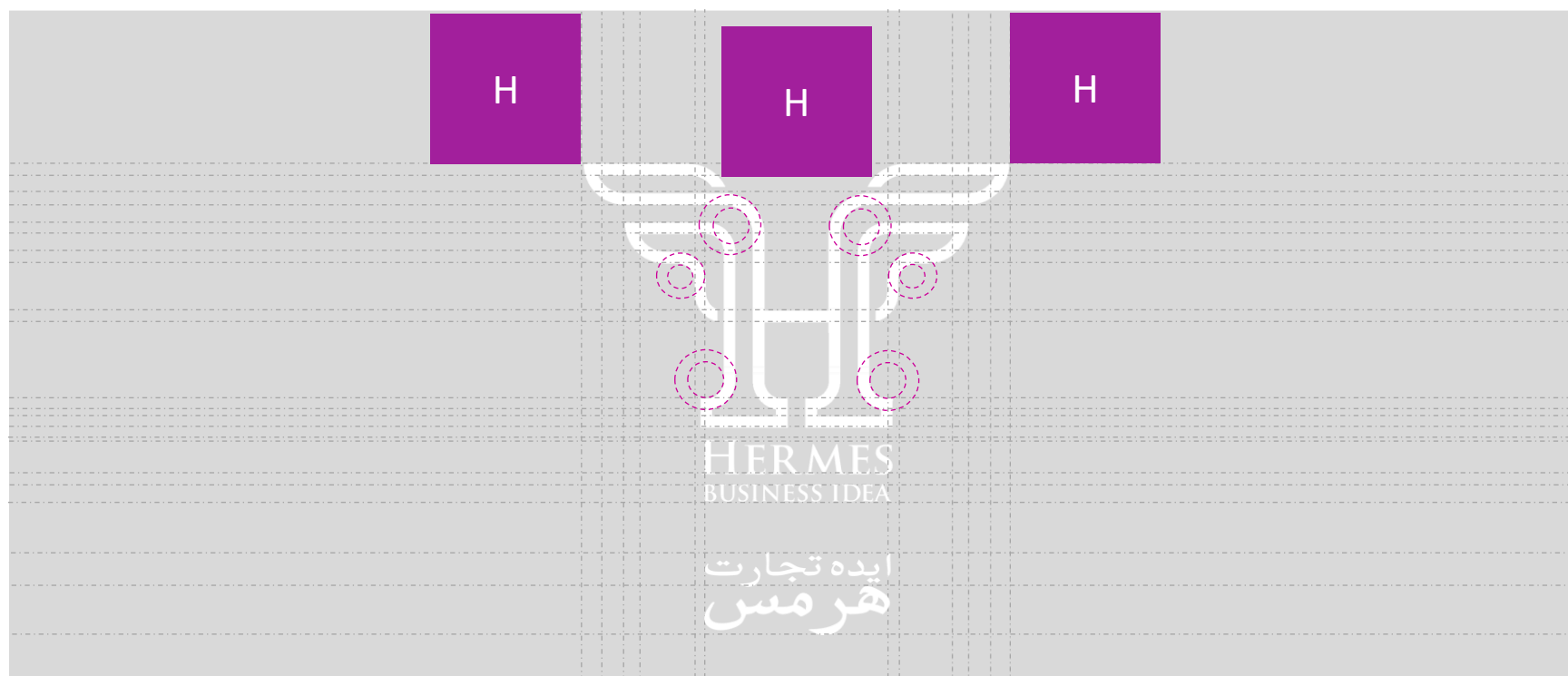
انتخاب فونت کلاسیک و خوانا برای متن لوگو، حس اعتماد، اعتبار و حرفه‌ای بودن را به نمایش می‌گذارد. هماهنگی بین عناصر گرافیکی و نوشتاری لوگو، تعادل خوبی بین خلاقیت و رسمیت ایجاد کرده است. این طراحی در عین ساده بودن، پیام‌های قوی و مؤثری را به مخاطبان منتقل می‌کند، از جمله تأکید بر ایده‌های جدید، حرکت رو به جلو و تأثیرگذاری در دنیای کسب‌وکار.



## Construction

The logo and its typography are designed with the aim of maintaining security, simplicity, easy accessibility, and relatability to the public. Both elements are created in a very simple and geometric style. The structures and elements are designed in such a way that they ensure clarity and consistency across all visual representations of the logo.

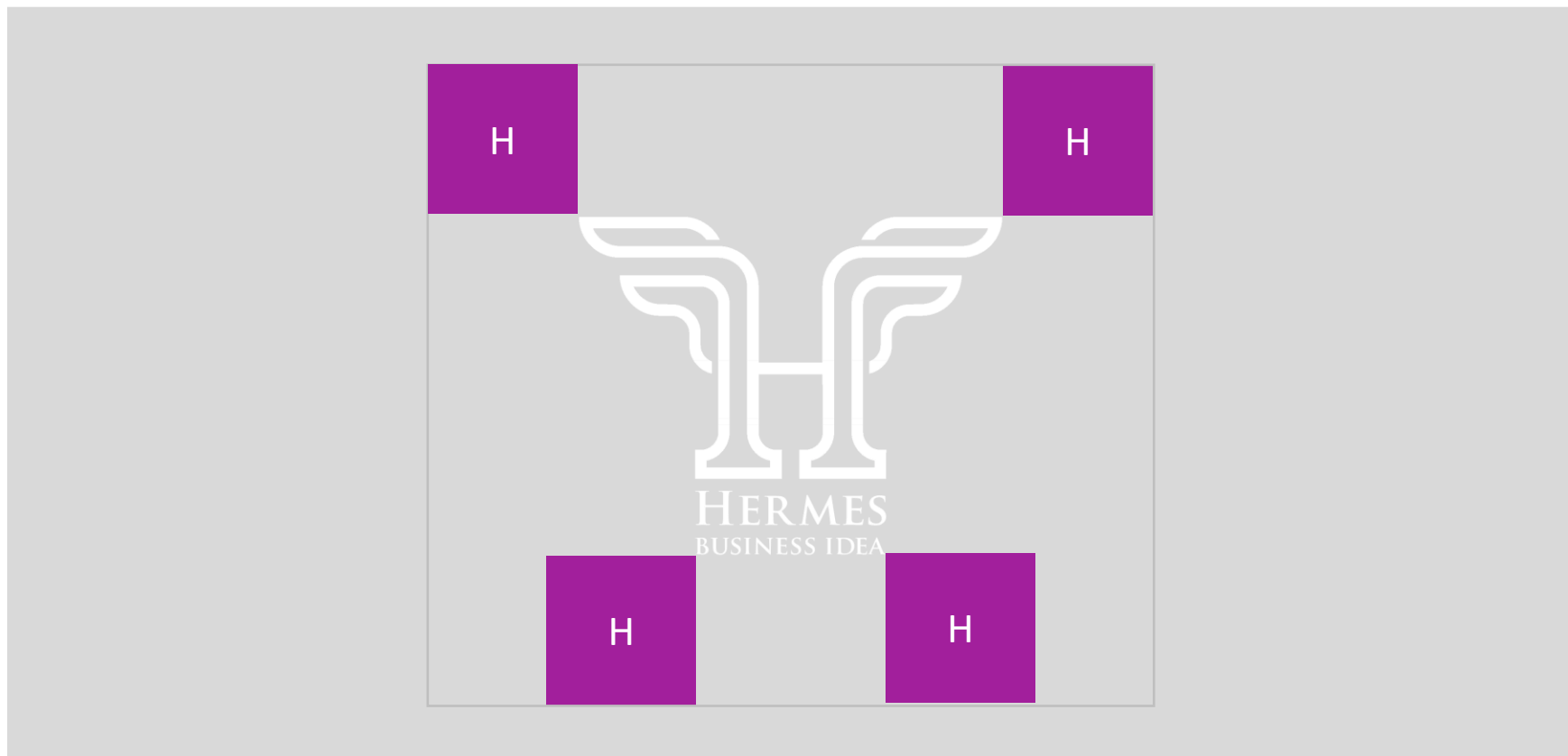
لوگو و نوشته‌ی لوگو با هدف حفظ امنیت، بی‌آلایشی، دسترسی آسان و مردمی بودن برند طراحی شده‌اند. هر دو عنصر با سبک بسیار ساده و هندسی ساخته شده‌اند. ساختارها و عناصر به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در تمام نمایش‌های بصری لوگو، شرایطی خوانا و یکپارچه را حفظ کنند.



## Clearspace

To ensure that logo and elements are clearly visible, surround them with clear space that is free of type, graphics, and other elements that might cause visual clutter. Minimum Clear space around the logo is equal to one H Unit.

برای اطمینان از وضوح و خوانایی نشانه، فضایی اطراف آن باید خالی از هرگونه متن و عناصر گرافیکی مزاحم باشد. حداقل اندازه‌ی این فضای خالی به مقدار یک واحد اچ ، دور تا دور نشانه است.



## Background Color

It is preferred to use the two-tone logo most of the time. When the logo is placed on a color other than white, use the following guidelines.

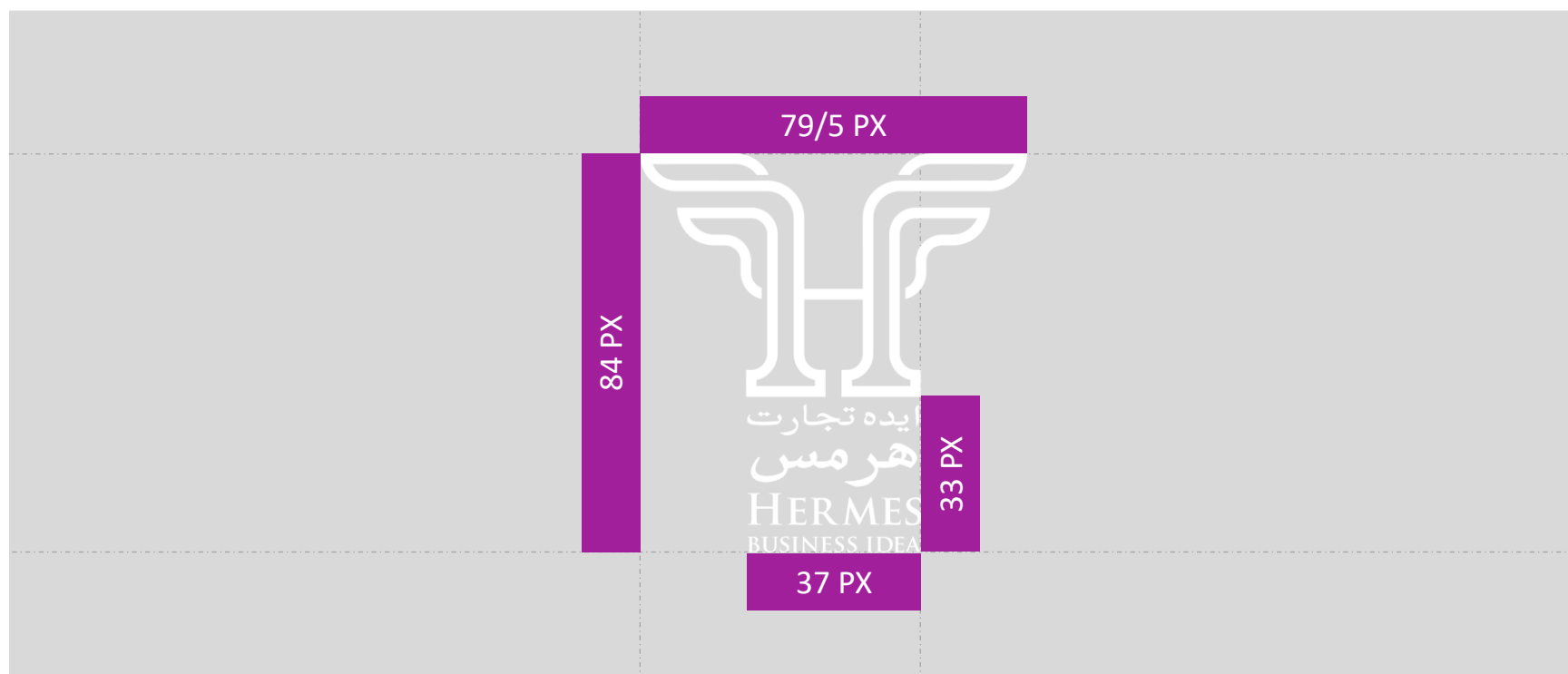
ترجیح بر این است که بیشتر اوقات از نشانه‌ی دو رنگ استفاده شود. در مواقعی که نشانه روی رنگی غیر از سفید قرار می‌گیرد، از قوانین زیر استفاده کنید.



## Logo Scale

The logo design is such that it performs well at any size and in any position. When resizing, it is important that both the symbol and the logotype scale proportionally. The minimum size of the logo for displays is 79.5 PX, and for printing, it is 2.8 CM.

طراحی نشانه به نحوی است که در هر سایز و موقعیتی عملکرد مناسب داشته باشد. هنگام تغییر سایز مهم است که نشانه و نشان نوشته به طور متناسب تغییر مقیاس دهند. کوچکترین سایز نشانه برای صفحه های نمایشی 79/5 PX و برای چاپ 2/8 CM است.



# Logo Guidance

To maintain the integrity of the Tapsi logo, and maintain the brand consistent, please do not misuse it. Some of the incorrect uses are listed below.

برای حفظ انسجام لوگو و یکپارچگی برند، در استفاده صحیح لوگو دقت کنید. نمونه‌هایی از استفاده‌ی نادرست لوگو در ادامه قرار داده شده است.



## Do

Use the visual symbol with the English or Persian text alone appropriately.

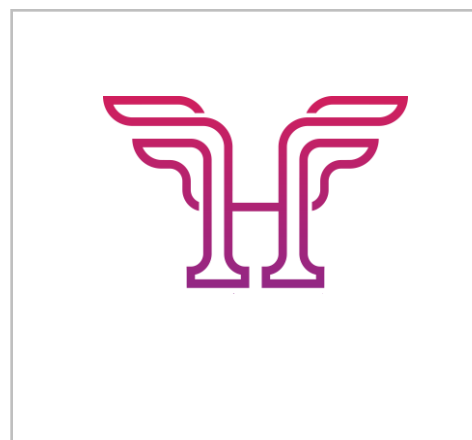
از نشانه تصویری با متن انگلیسی یا فارسی به تنهایی به تناسب استفاده کنید.



## Do

Use the full visual symbol with the Persian text above and the English text below.

از نشانه تصویری بصورت کامل با حالت متن فارسی بالا و متن انگلیسی پایین استفاده کنید.



## Do

Use The Tapsi sign only for icons, avatars and small areas (e.g. Favicon).

از نشانه تصویری برای آیکون شبکه‌های اجتماعی و فضاهای کوچک مثل favicon استفاده کنید.



## Do

Linear lockup is primary. Use it most of the time in cases of communication and composition.

لوگوی خطی نسخه اصلی لوگو است که در بیشتر مواقع در کانال‌های ارتباطی و ترکیب‌بندی‌ها استفاده می‌شود.



## Don't

Do not rotate elements.

نشانه را نچرخانید.



## Don't

Do not stretch the logo!

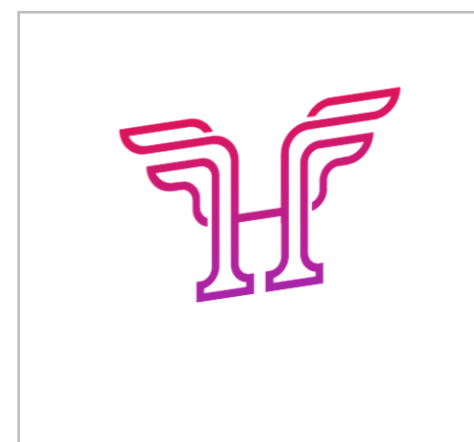
نسبت‌های نشانه را بهم نزنید.



## Don't

Do not deconstruct logo elements.

فاصله بین نشانه و نشان‌نوشته را تغییر ندهید.



## Don't

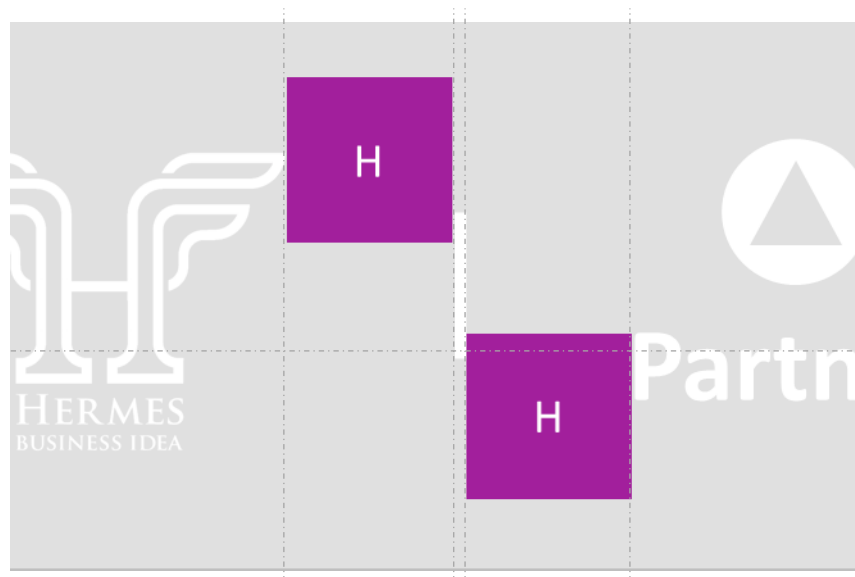
Do not use effects on logo.

از افکت‌های تصویری بپرهیزید.

## Partnerships

In co-branding cases, when pairing the Tapsi logo with a partner, the space between the logos should be equal to two H-Units. The separating line between logos is two H-Unit high, vertically aligned center with logos.

در موارد برندسازی مشترک، لوگوی تپسی و شریک باید طوری کنار هم قرار بگیرند که فاصله‌ی بین‌شان دو برابر واحد اچ باشد. ارتفاع خط جدا کننده‌ی لوگوها نیز به اندازه‌ی دو واحد اچ است و هر سه‌المان دقیقاً از مرکز در امتداد هم قرار می‌گیرند.

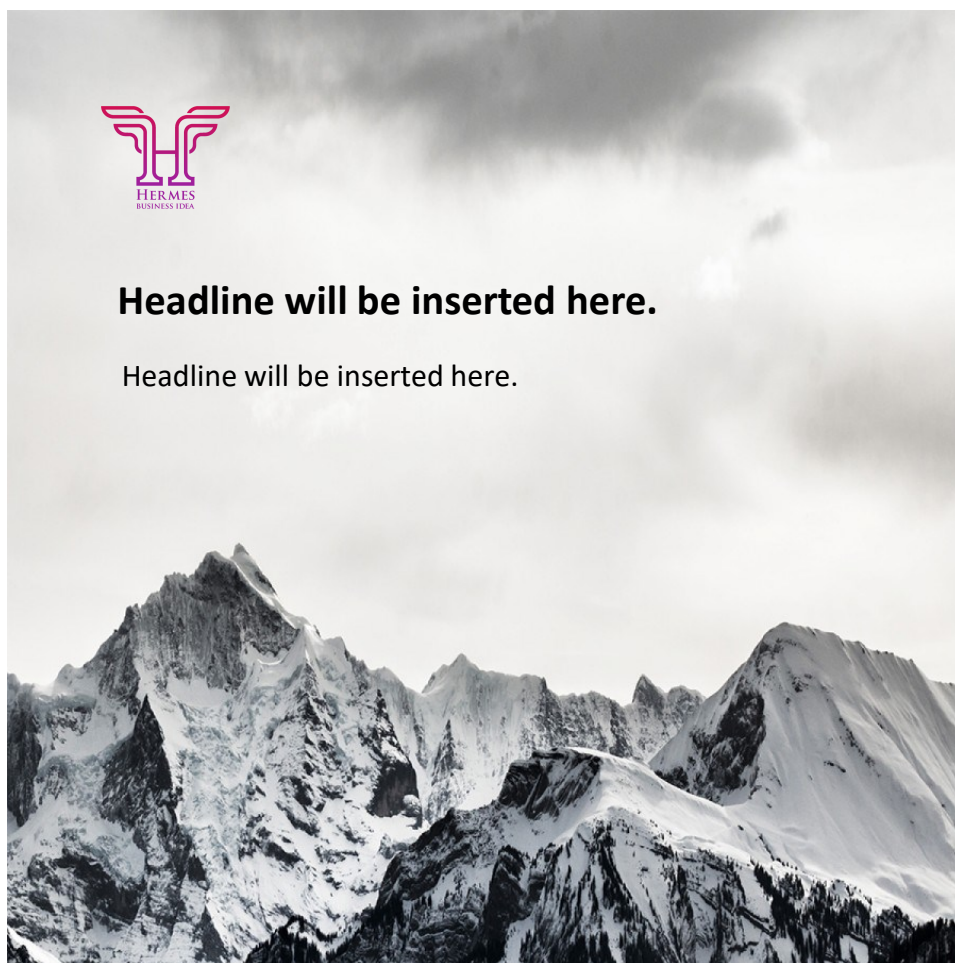




## Placement

In cases of creating a composition, The Hermes logo or sign should be placed in the top-left corner for English and top-right corner for Farsi materials.

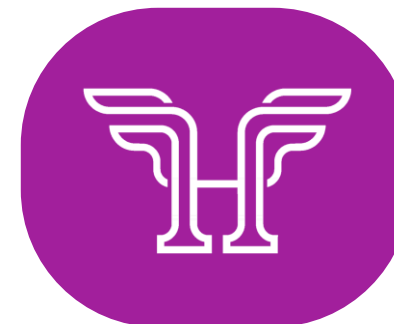
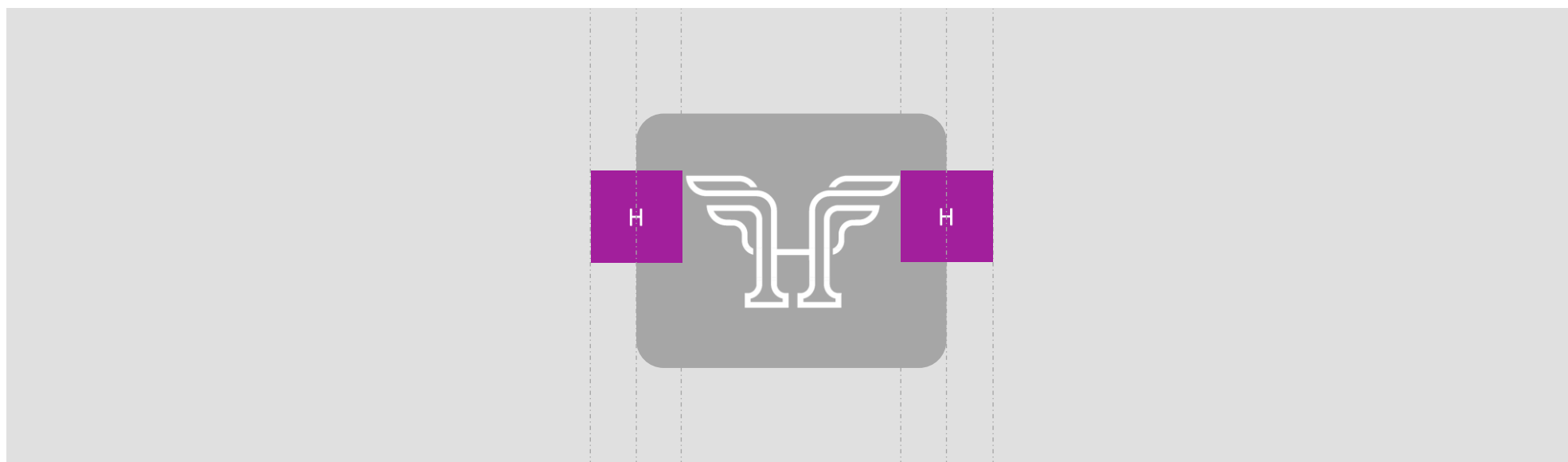
هنگام ترکیب بندی، لوگو یا نشانه‌ی هرمس باید در گوشه‌ی چپ-بالا (برای انگلیسی) و راست-بالا (برای فارسی) قرار بگیرد.



## Placement

For media icons, Hermes sign goes on a container. Use purple for containers and white for the sign. Media icons are an exception to the clear space guidelines; use half of the H-unit for clear space when using for app icon, social media icon and any profile signage.

برای آیکون رسانه‌ها پیشنهاد می‌شود از نشانه‌ی هرمس (با رنگ سفید) درون کادر با رنگ بنفش استفاده کنید. این آیکون‌ها مشمول قوانین کلی حاشیه‌ی ایمن نمی‌شوند؛ هنگام استفاده از نشانه برای پروفایل‌ها، بین کادر و لوگو از هر طرف به اندازه‌ی نصف واحد اچ فاصله بگذارید.



# Color

## Overview

For Hermes, the color purple and its products are key elements of the brand's identity, symbolizing authenticity, innovation, and creativity to create distinctive and trust-building experiences. This color, along with the secondary palette, enhances the brand's visual consistency and messaging across all media. Purple, by evoking a sense of depth and uniqueness, clearly conveys the brand's values and strengthens the connection between the audience and the brand. This harmonious use of color leaves a lasting and unified impression in the mind.

## Primary Brand Color

The purple color spectrum, inspired by natural elements such as luxurious violets and mesmerizing sunsets, is widely used as a strong identity in branding and marketing. Purple embodies qualities of brand personality, like Hermès, such as innovation, elegance, and deep mental connections. It has the power to create distinction and build trust in the minds of customers, making it an ideal choice for luxury and creative brands.

برای هرمس، رنگ بنفش و محصولات آن از عناصر کلیدی هویت برند هستند که با نمادهای اصالت، نوآوری و خلاقیت، تجربه‌های متمایز و اعتمادساز ایجاد می‌کنند. این رنگ در کنار پالت ثانویه، انسجام بصری و پیام‌رسانی برند را در تمامی رسانه‌ها تقویت می‌کند. بنفش با ایجاد حس عمق و تمایز، ارتباط با مخاطبان، برند و ارزش‌های برند را به طور شفاف منتقل می‌کند. این هماهنگی رنگی، تجربه‌ای ماندگار و یکپارچه در ذهن مخاطب به جا می‌گذارد.

طیف رنگ بنفش، الهام‌گرفته از عناصر طبیعی همچون گل‌های لوکس بنفشه و غروب‌های مسحورکننده، به‌عنوان رنگی با هویت قوی در برندینگ و بازاریابی استفاده می‌شود. رنگ بنفش کیفیاتی از شخصیت برند هرمس مانند نوآوری، شکوه و ارتباطات عمیق ذهنی، توانایی ایجاد تمایز و جلب اعتماد در ذهن مشتریان را دارد و برای برندهای لوکس و خلاق انتخابی ایده‌آل است.

**Hermes Business Idea**

# PANTONE

7663 C

PANTONE Rub. Red	44.03
PANTONE Pro. Blue	12.37
PANTONE Black	4.85
PANTONE HD Ext.	38.75



## Secondary Brand Color

The secondary palette contains a variety of colors to keep things fresh and interesting. Lean on these colors more frequently when brand awareness is high, or on illustrations, photography and other secondary communication contents.

پالت ثانویه برند شامل رنگ‌های متنوعی است برای شاداب و جذاب نگه داشتن برند. استفاده از این رنگ‌ها زمانی که آگاهی از برند وجود دارد، و در تصویرسازی‌ها، عکاسی و دیگر محتوای ارتباطات برند توصیه می‌شود.



## Usage Proportions

To ensure simplicity and ease of use for the product and brand communication elements, follow this color usage ratio. Deep Pink should play a role in key brand moments and elements—use it sparingly and avoid overuse!

برای سادگی و راحتی استفاده از محصول و عناصر ارتباطات برند، از این نسبت استفاده از رنگ‌ها پیروی کنید. رنگ صورتی پررنگ (Deep Pink) باید در لحظات و عناصر کلیدی برند نقش داشته باشد، در استفاده‌ی آن زیاده روی نکنید!

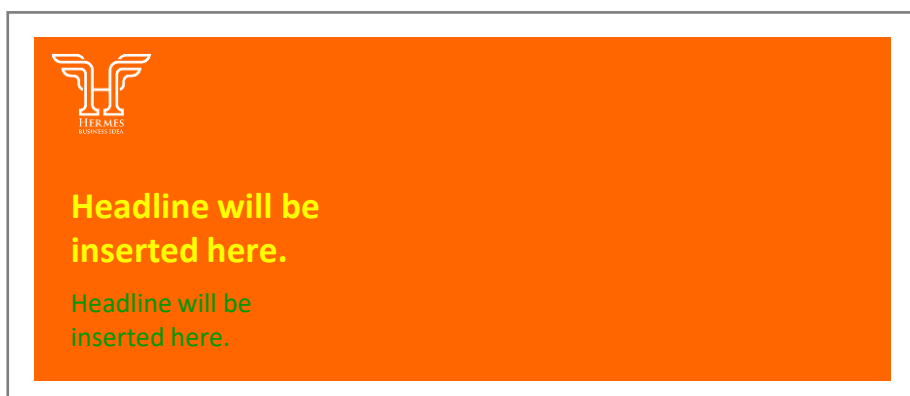
%90

%10

## Color Guidance

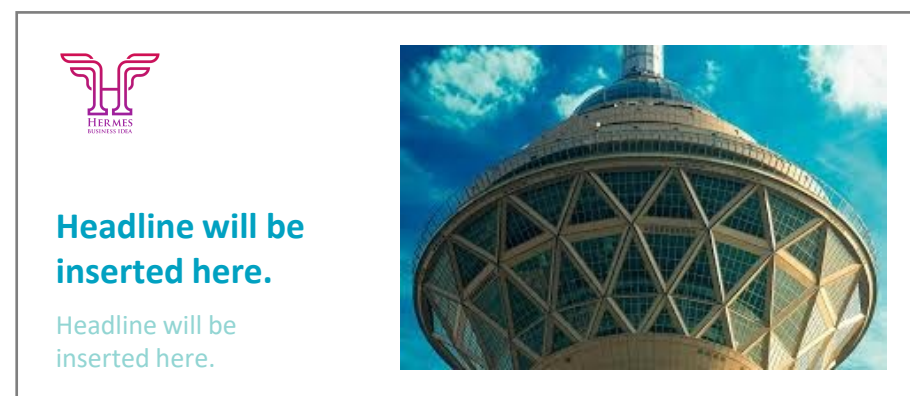
The Hermès brand should be bold, approachable, and captivating—not shallow or amateurish. Here are some key don'ts for using color.

برند هرمس باید جسور، مردمی و جذاب باشد، نه سطحی و مبتدی. اینجا برخی از نایدهای استفاده از رنگ قرار داده شده است.



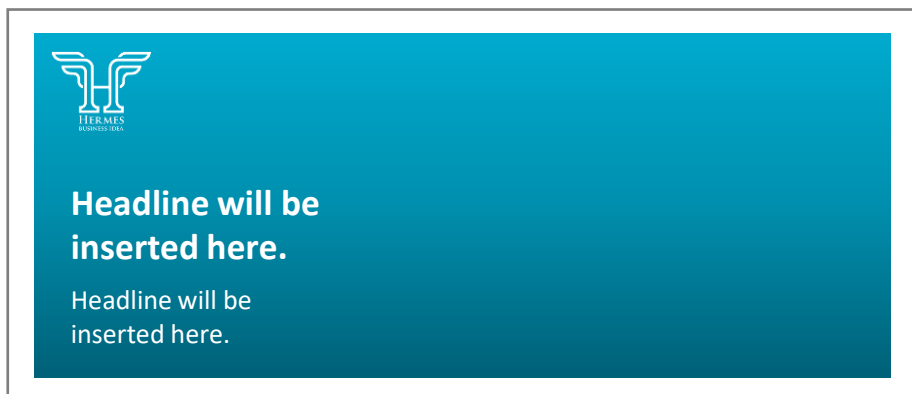
### Don't

Do not use too many secondary colors in one composition.  
از استفاده از چندین رنگ در پالت رنگ‌های ثانویه پرهیز کنید.



### Don't

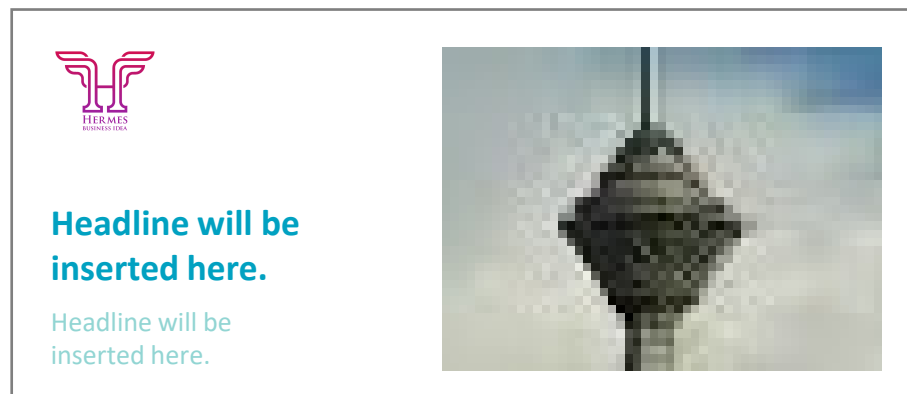
Do not use colors other than black, gray or white for texts.  
تنها از رنگ سیاه و سفید و طوسی برای نوشته‌ها استفاده کنید.



### Don't

Do not use the tram effect in the background.

از افکت ترام در بکگراند استفاده نکنید.



### Don't

Please use images with a minimum resolution of 300 pixels.

از تصاویر با رزولوشن حداقل ۳۰۰ پیکسل استفاده کنید.

## Variations

A Simple and flexible grid system is defined for different ratios and layouts according to content and needs. Three main composition options are defined for Farsi or English layouts: Full-Bleed, Left/Right Bar, Extended Left/Right Bar.

بر اساس محتوا و نیازهای ترکیب‌بندی، یک سیستم ساده و منعطف شبکه‌بندی برای به کارگیری در تناسبات مختلف تعریف شده است. سه گزینه‌ی اصلی برای لی‌آوت در فارسی و انگلیسی در نظر گرفته شده است.



Bar system for horizontal composition.

سیستم ترکیب‌بندی پاره‌خط افقی



**Headline will be inserted here.**

Headline will be inserted here.



Extended bar system for horizontal composition.

سیستم ترکیب بندی پاره خط کشیده ی افقی



**تیترا در اینجا قرار می گیرد.**

تیترا در اینجا قرار می گیرد.



Full-bleed system for horizontal composition.

سیستم ترکیب بندی تمام صفحه ی افقی



تیتر در اینجا قرار می گیرد.

تیتر در اینجا قرار می گیرد.



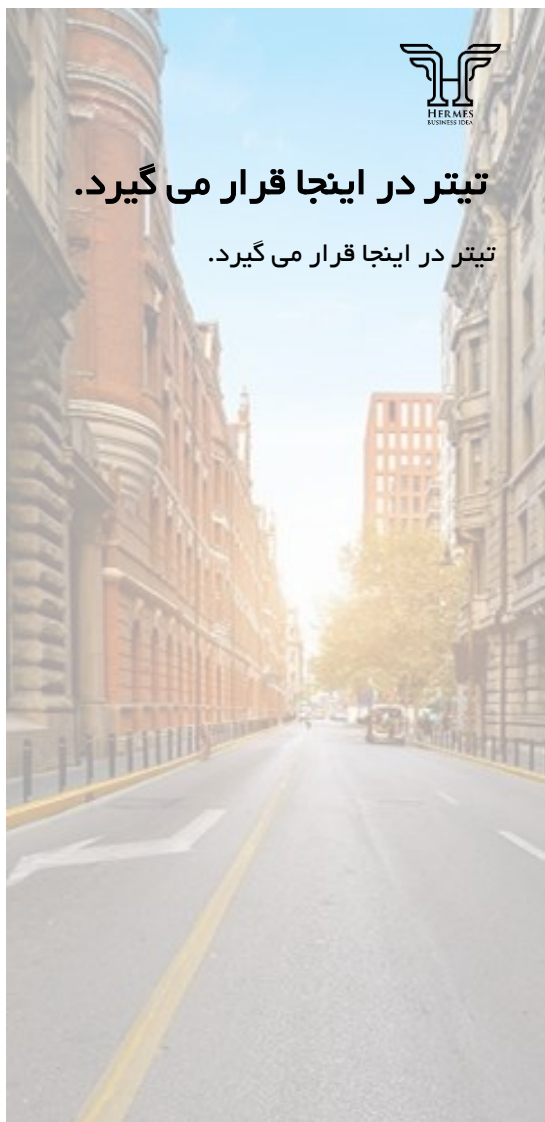
Bar system for vertical composition.

سیستم ترکیب بندی پاره خط عمودی



تیتر در اینجا قرار می گیرد.

تیتر در اینجا قرار می گیرد.



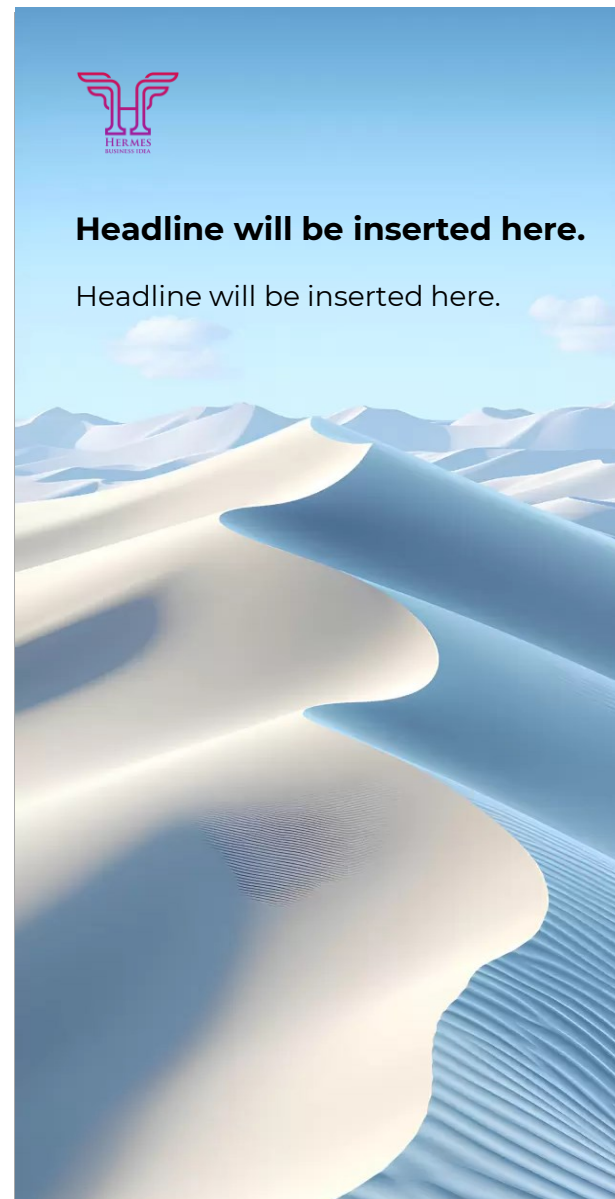
Extended bar system for vertical composition.

سیستم ترکیب بندی پاره خط کشیده عمودی



Headline will be inserted here.

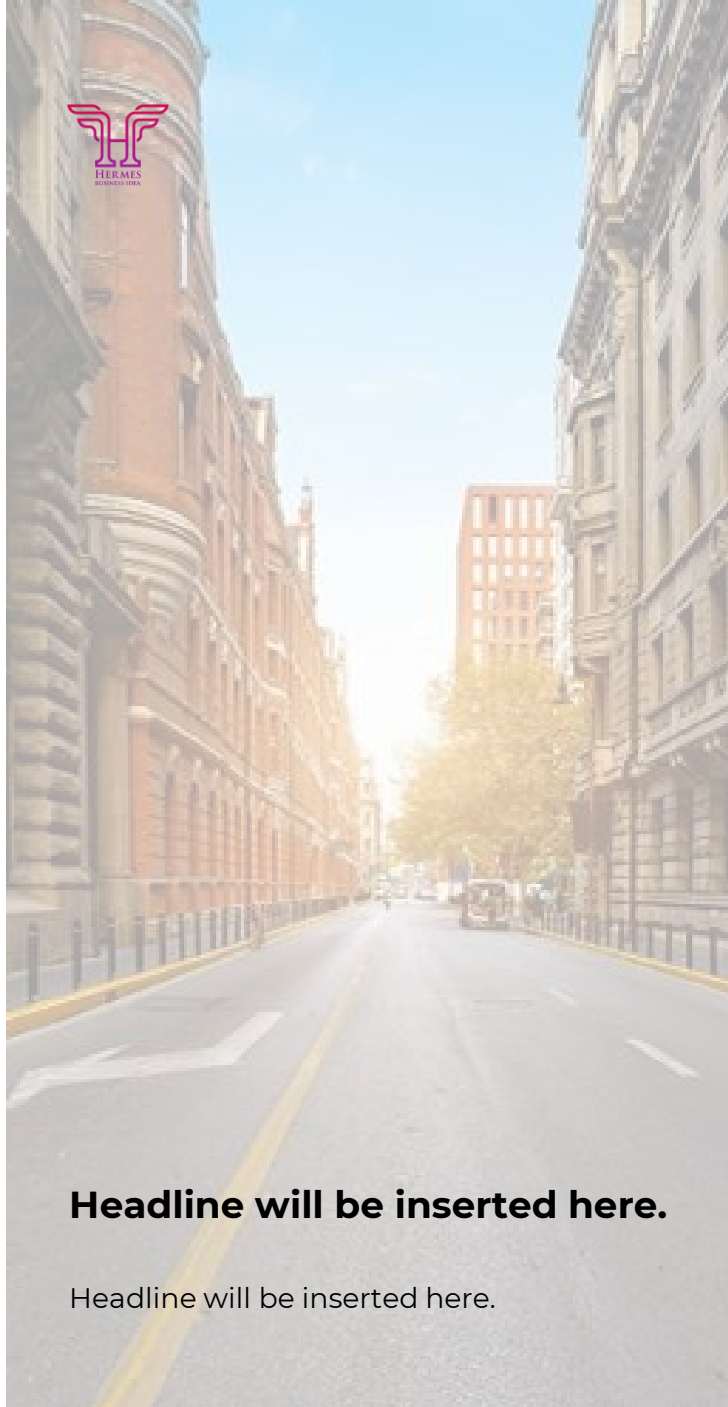
Headline will be inserted here.



Full-bleed system for vertical composition.

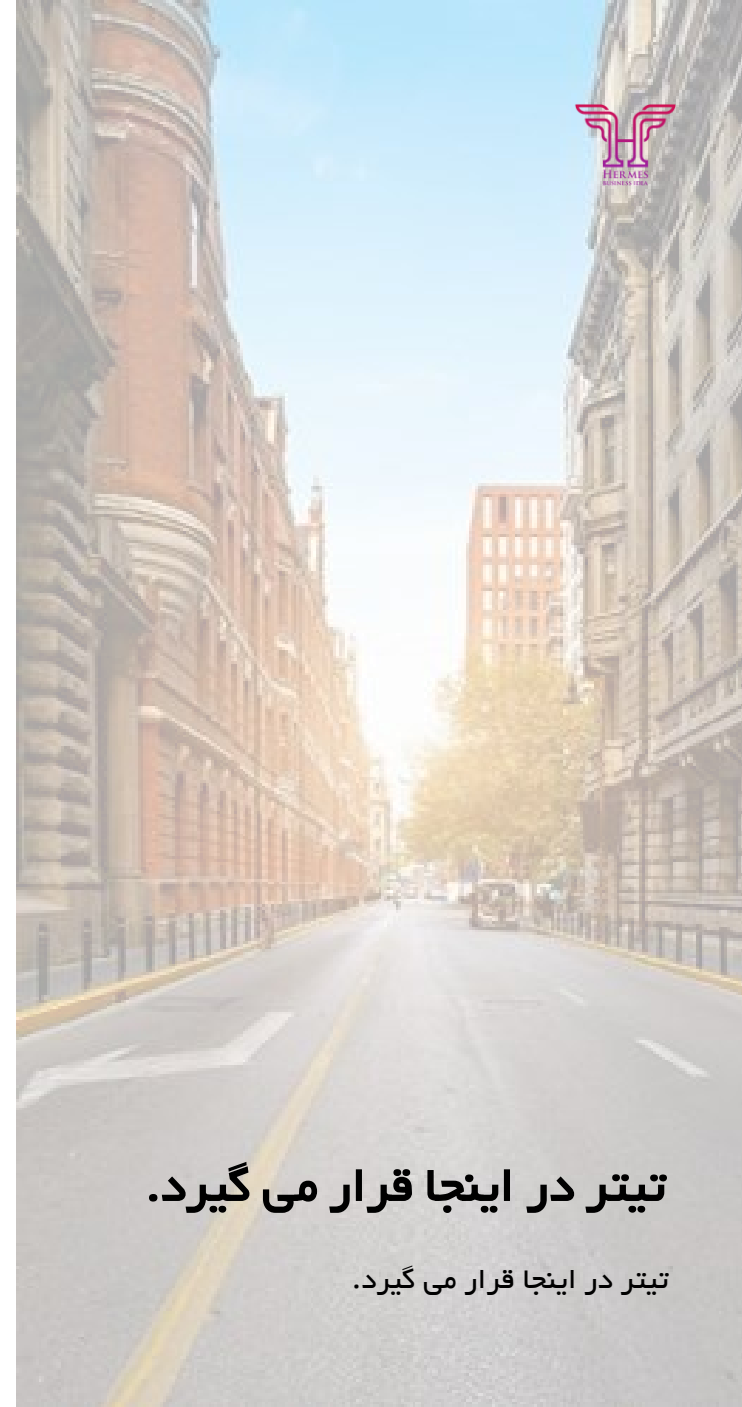
سیستم ترکیب بندی تمام صفحه عمودی





**Headline will be inserted here.**

Headline will be inserted here.



**تیتر در اینجا قرار می گیرد.**

تیتر در اینجا قرار می گیرد.

You are free to put typography on top or bottom of the page base on the needs.

می‌توانید بسته به نقطه تمرکز تصویر بلاک نوشتاری را در پایین حاشیه لیاوت کنید.