

базовые и дополнительные
константы бренда
и правила их применения



о проекте _____	3
пирамида бренда _____	4

1. базовые константы

1.1 логотип _____	6
1.2 рекомендуемые охранные поля _____	7
1.3 минимальные охранные поля _____	8
1.4 знак и его охранные поля _____	9
1.5 основная фирменная палитра _____	10
1.6 расширенная фирменная палитра _____	11
1.7 принципы использования фирменной палитры _____	12
1.8 недопустимое использование логотипа _____	13
1.9 фирменные шрифты и типографика _____	14

2. дополнительные константы

2.1 бренд-архитектура _____	16
2.2 фирменный блок западного квартала _____	17
2.3 фирменный блок западного квартала / охранные поля _____	18
2.4 принципы использования фирменной палитры _____	20
2.5 идентификация корпусов западного квартала _____	21
2.6 корпус «валенсия»: принципы построения и использования логотипа _____	22
2.7 корпус «тоскана»: принципы построения и использования логотипа _____	23
2.8 корпус «прованс»: принципы построения и использования логотипа _____	24
2.9 корпус «бордо»: принципы построения и использования логотипа _____	25

2.10 корпус «аликанте»: принципы построения и использования логотипа _____	26
2.11 дополнительная фирменная палитра _____	27
2.12 цветовая схема западного квартала и его корпусов _____	28
2.13 знаки корпусов западного квартала _____	29

3. стилеобразующие элементы

3.1 фирменная полоса, скругленный угол _____	31
3.2 фирменный паттерн _____	32

4. рекламные материалы

4.1 интернет-баннеры _____	34
4.2 макеты для соцсетей _____	35

5. сувенирная продукция

5.1 папка А4 _____	37
5.2 пакет универсальный _____	39
5.3 пакет новогодний _____	41
5.4 наклейки на стаканы универсальные _____	45
5.5 наклейки на стаканы новогодние _____	46

6. интерьер

6.1 логотип / пример использования _____	48
6.2 идентификатор корпуса / пример использования _____	49



«Новая Щербинка» — малоэтажный жилой комплекс комфорт-класса, расположенный в ближайшем южном Подмосковье.

Проект включает в себя три очереди, которые выводятся на рынок поэтапно. Первая очередь находится в завершающей стадии строительства. Вторая очередь с улучшенными характеристиками класса комфорт+ состоит из 5 корпусов и находится в стадии активного вывода на рынок. В будущем запланирована третья очередь, которая будет состоять из малоэтажной жилой застройки с инфраструктурой на первых этажах и торгового центра.

СУЩНОСТЬ БРЕНДА

ЛУЧШЕ ЖИТЬ БЛИЖЕ

МИССИЯ

Создать пространство, которое сближает друг с другом и приближает к новому уровню комфорта и качеству жизни, поднимая статус и самооценку.

ХАРАКТЕР

**РАЗБОРЧИВЫЙ
АМБИЦИОЗНЫЙ
УМНЫЙ**

ЦЕННОСТИ

**ОТНОШЕНИЯ
ПОДДЕРЖКА
ПЕРФЕКЦИОНИЗМ**

ПРЕИМУЩЕСТВА

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ	РАЦИОНАЛЬНЫЕ
Уверенность в собственном выборе Удовлетворение от покупки Уверенность в будущем Близость к семье и сообществу	Лучшее из доступного Улучшенные характеристики комфорт-класса Близость к Москве Улучшение качества жизни

АТРИБУТЫ / RTB

РАСПОЛОЖЕНИЕ

- 10 км до МКАД
- 10 мин до МЦД-2
- в окружении леса
- легко добраться до дачи / родного города
- нет риска плотной застройки территории

СТАНДАРТЫ СТРОИТЕЛЬСТВА

- 3–8 этажей, малоэтажный формат
- закрытые двory
- сквозные подъезды
- большие бесшумные лифты во всех домах
- безбарьерная среда и удобные пандусы
- лапомойки
- колясочные

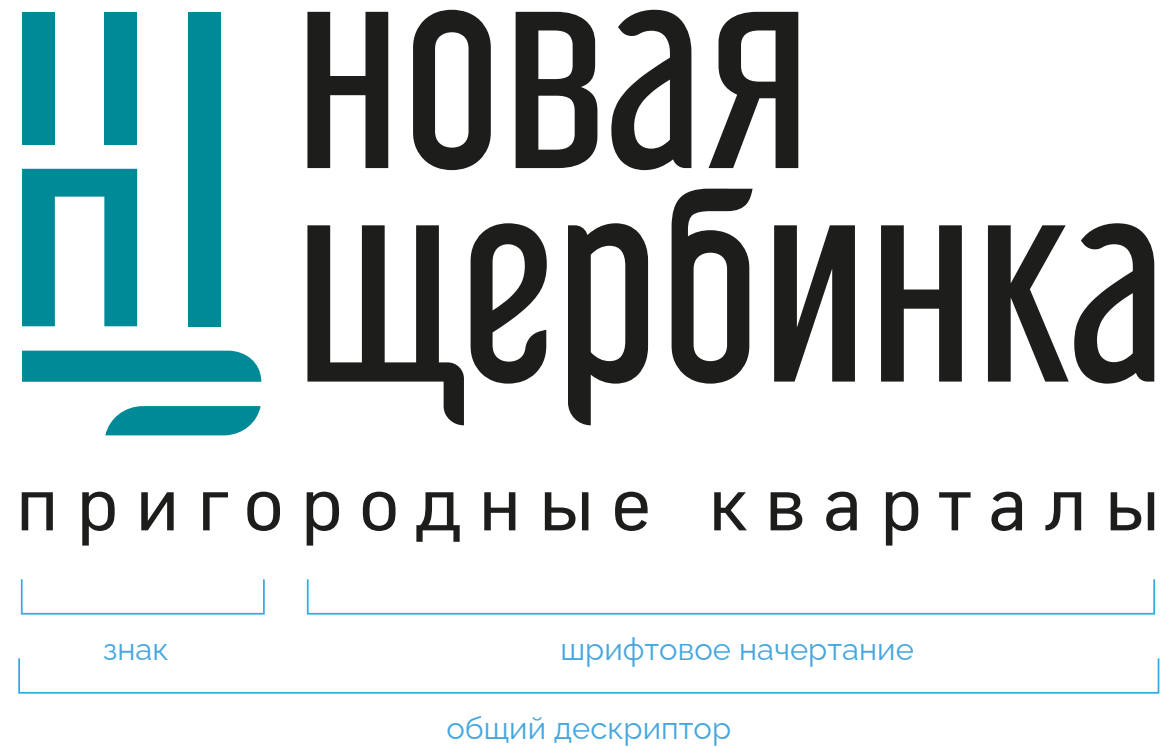
УСЛУГИ И СЕРВИСЫ

- 2 детских сада на 180 и 140 мест
- школа на 500 мест
- амбулатория для жителей
- торговый центр
- коммерческие помещения на первых этажах
- спортивная инфраструктура
- общественные пространства (коворкинги, соседские центры)
- Family- и friends-pack: гибкие условия для совместной покупки

1.

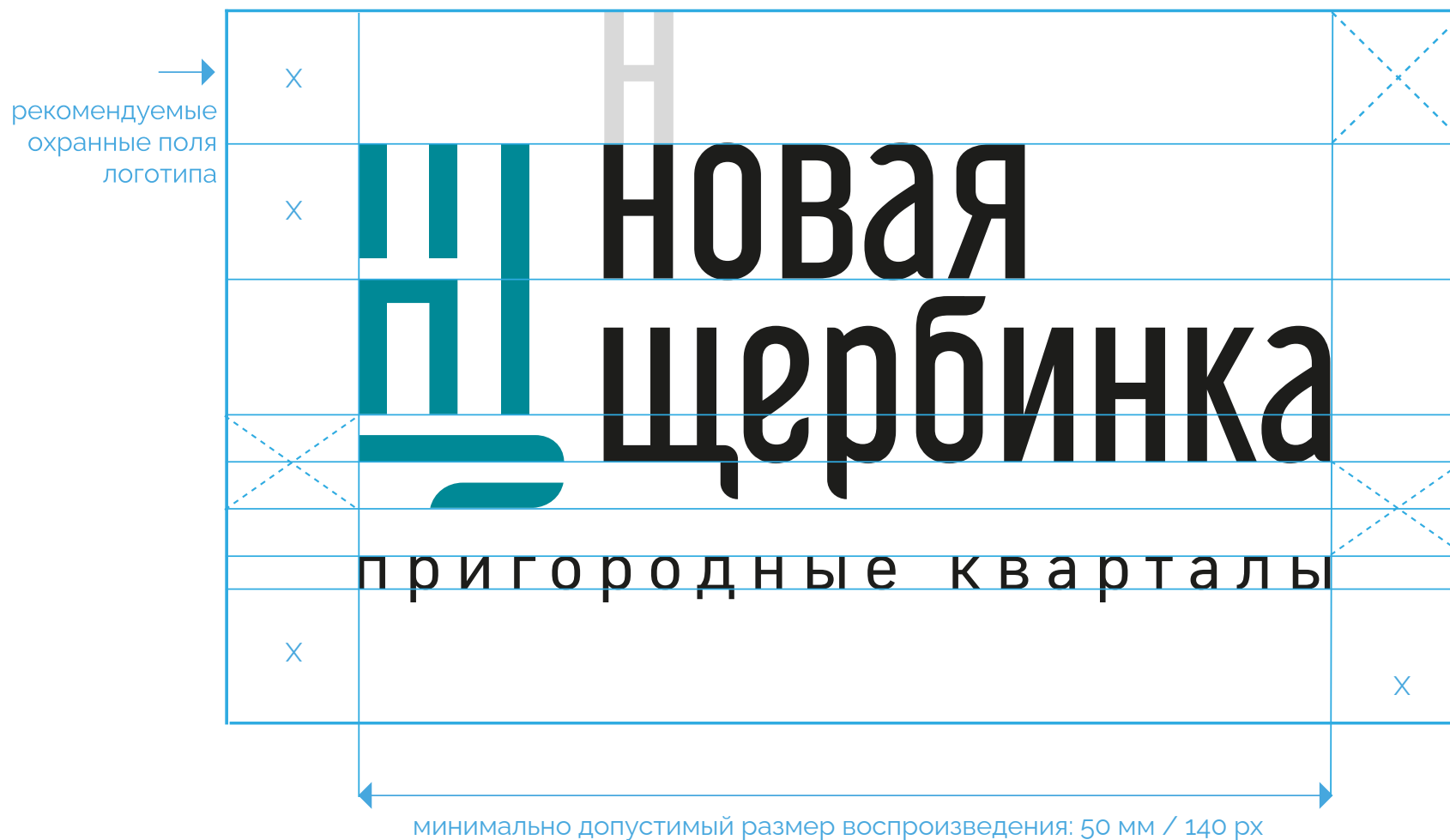


базовые константы



Логотип является центральным элементом системы идентификации бренда «Новая Щербинка». Он состоит из знака, уникального шрифтового начертания имени и функционального дескриптора. Знак представляет собой монограмму, составленную из литер Н и Щ: пропорции и взаимное расположение отдельных элементов внутри знака отсылают к расположению корпусов на генплане, а плавный элемент литеры Щ по форме напоминает изгиб ручья, рядом с которым расположен жилой комплекс.

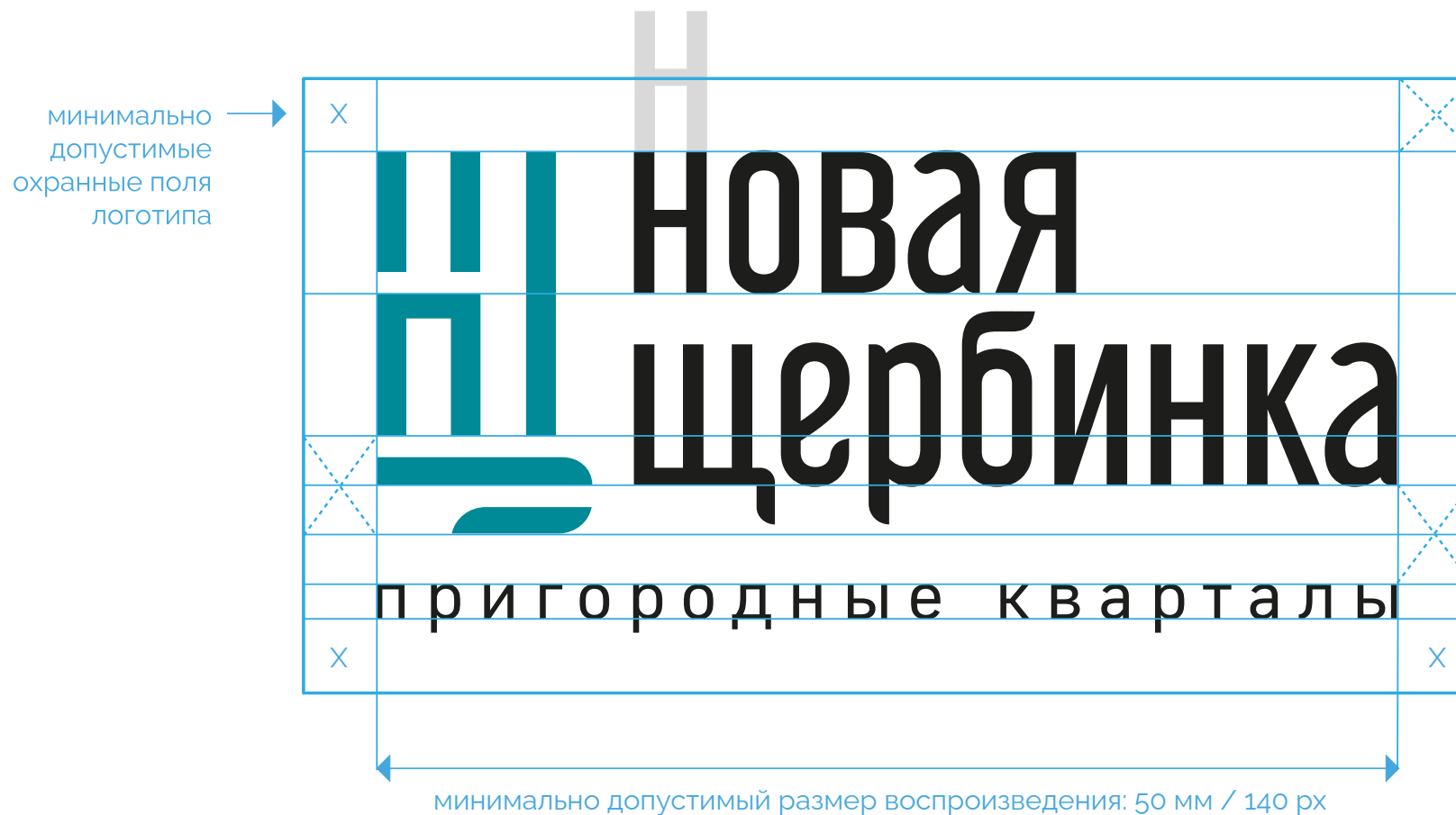
1.2 рекомендуемые охранные поля



Здесь представлены рекомендуемые охранные поля логотипа, которые позволяют наиболее гармонично разместить его на любом носителе.

Самостоятельное построение логотипа не допускается. Во всех случаях используйте только прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов, изменение начертания его шрифтовой части. Не допускается изменение цветов логотипа или нарушение его охранных полей.

1.3 минимальные охранные поля

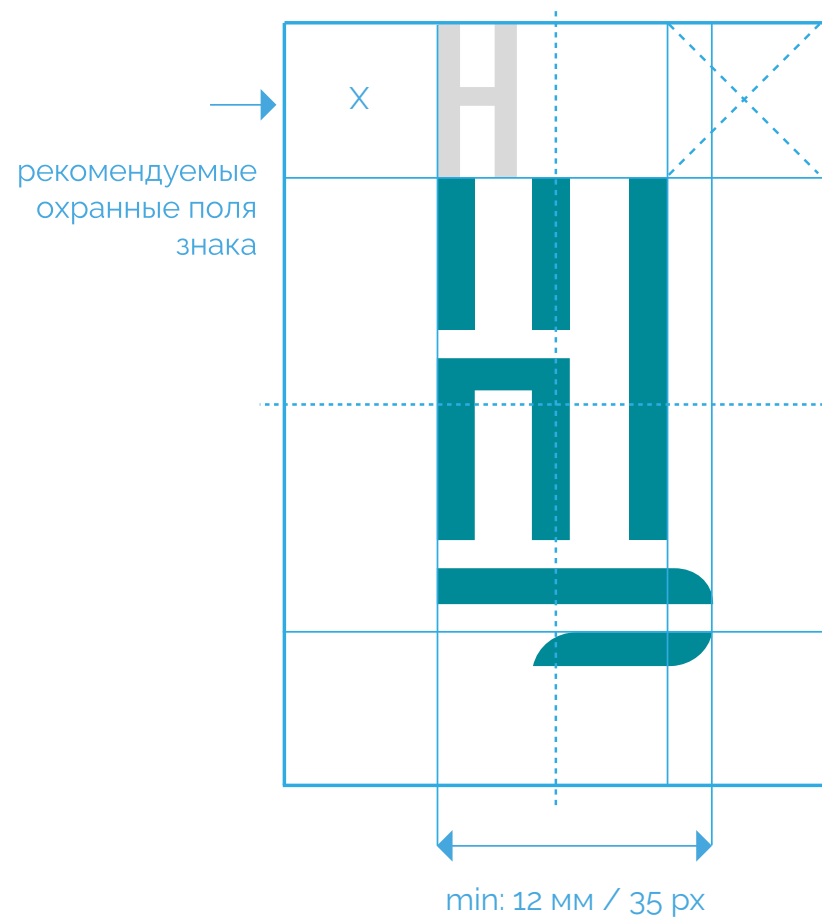
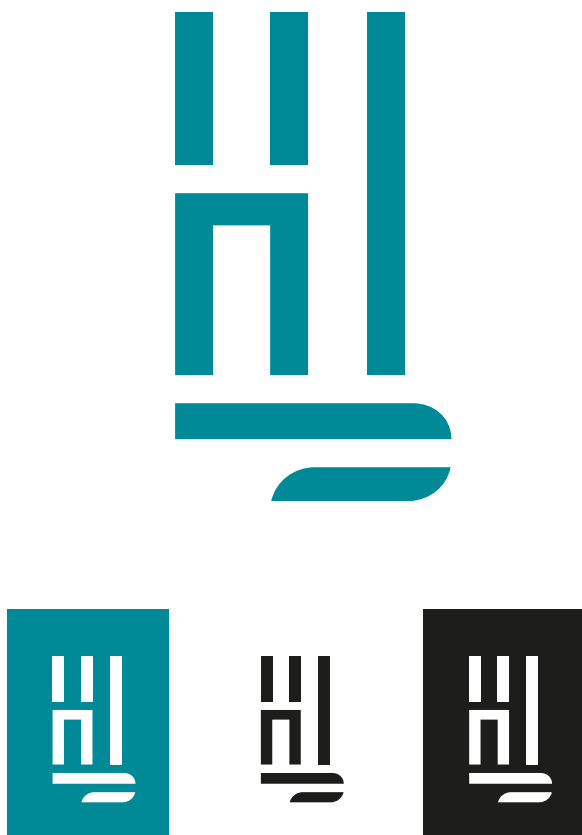


В крайних случаях при технической невозможности соблюдения рекомендуемых охранных полей допускается их сокращение до минимально допустимого размера, который составляет 1/2 высоты литеры Н в начертании первой части имени.



Никогда не нарушайте минимально допустимый размер охранных полей.

1.4 знак и его охранные поля



Допускается отдельное использование знака в тех случаях, когда использование полной версии логотипа затруднительно (например, в иконках соцсетей и на других носителях с существенным ограничением размеров).

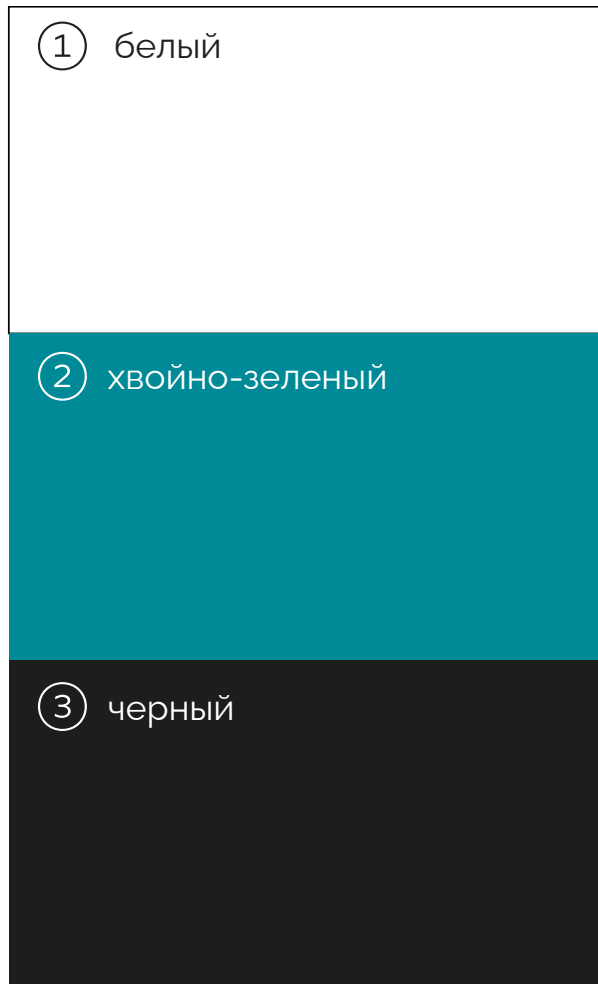


Важно: знак центрируется в зоне охранного поля не геометрически, а оптически.

Знак представляет собой уникальный графический элемент. Его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях используйте прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций знака или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов знака и нарушение его охранных полей.



1.5 основная фирменная палитра



CMYK	0, 0, 0, 0
RGB	255, 255, 255 / # ffffff
PANTONE	—

CMYK	100, 25, 50, 0
RGB	0, 137, 149 / # 008995
PANTONE	321 C

CMYK	0, 0, 0, 100
RGB	0, 0, 0 / # 000000
PANTONE	Black



Необходимо помнить, что точность цветопроизведения и цветовосприятия зависит от многих факторов, например:

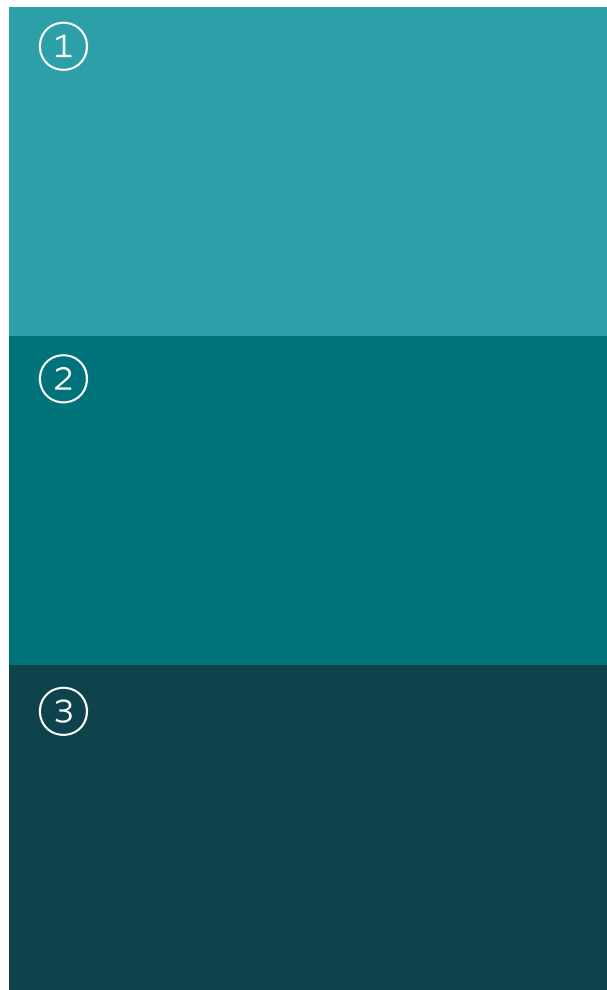
- от условий освещения;
- цветового окружения;
- физических размеров поверхности;
- материала и фактуры поверхности.

CMYK — офсетная печать на бумаге.

RGB /# — интернет и digital media.

Pantone — офсетная и трафаретная печать.

1.6 расширенная фирменная палитра



CMYK	75, 17, 35, 0
RGB	45, 159, 168 / # 2d9fa8
PANTONE	7710 C

CMYK	100, 25, 50, 20
RGB	0, 104, 113 / # 006871
PANTONE	322 C

CMYK	90, 50, 50, 50
RGB	14, 67, 75 / # 0e434b
PANTONE	3165 C



Необходимо помнить, что точность цветовоспроизведения и цветовосприятия зависит от многих факторов, например:

- от условий освещения;
- цветового окружения;
- физических размеров поверхности;
- материала и фактуры поверхности.

При оформлении рекламно-презентационных материалов возможно использование расширенной фирменной палитры.

CMYK — офсетная печать на бумаге.
RGB / # — интернет и digital media.
Pantone — офсетная и трафаретная печать.

1.7 принципы использования фирменной палитры



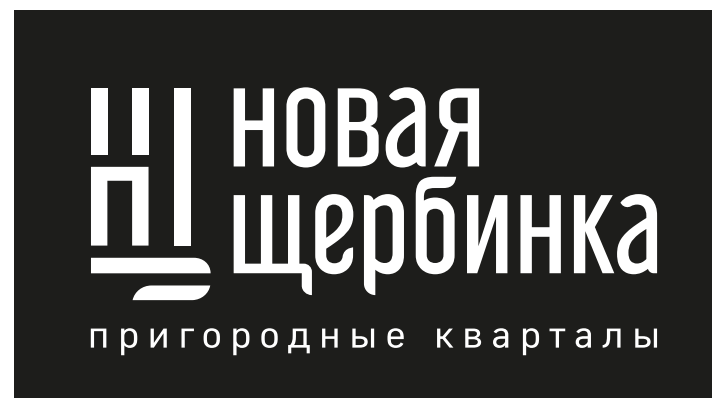
①



②



③



④



Общий принцип выбора цветов заключается в том, что логотип всегда должен быть контрастным по отношению к фону.

Предпочтительно использовать полноцветные варианты логотипа ① и ②. Черно-белые варианты являются дополнительными и используются при невозможности воспроизведения полноцветных вариантов.

Допустимые сочетания цветов логотипа и фона:

- ① основная версия логотипа: хвойно-зеленый, черный, белый;
- ② инверсный вариант: белый, хвойно-зеленый;
- ③ черный, белый;
- ④ белый, черный.

1.8 недопустимое использование логотипа



Для фонов, на которых располагается логотип, следует использовать цвета, которые обеспечивают его читаемость и соблюдение колорита бренда. Здесь показаны примеры недопустимых сочетаний цветов логотипа и фона.

Недопустимо использование:

- ① некорпоративных цветов;
- ② активных (агрессивных) цветовых сочетаний;
- ③-④ на фактурах, паттернах и фотофонах такого характера, которые нарушают целостность восприятия логотипа.



Заголовки:
Fira Sans Condensed Medium

Fira Sans Condensed

Подзаголовки,
выделения в тексте:
Raleway Bold

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Основной текст:
Raleway Medium

Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

Шрифты доступны на
Google Fonts

Корпоративные шрифты являются одними из основных идентификаторов бренда. Их необходимо использовать во всех видах коммуникаций — это обеспечивает стилистическое единство логотипа и всех остальных текстовых элементов стиля бренда.

2.



дополнительные константы



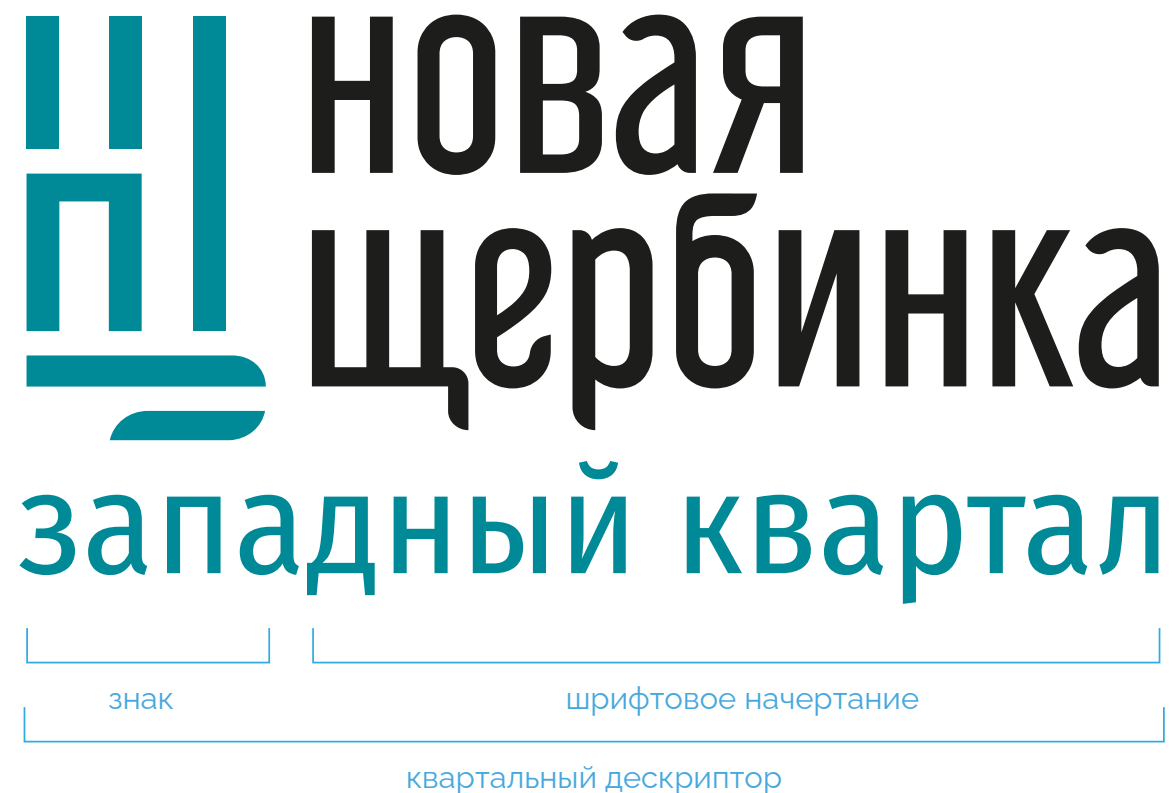
— первый квартал

— западный квартал

— столичный квартал

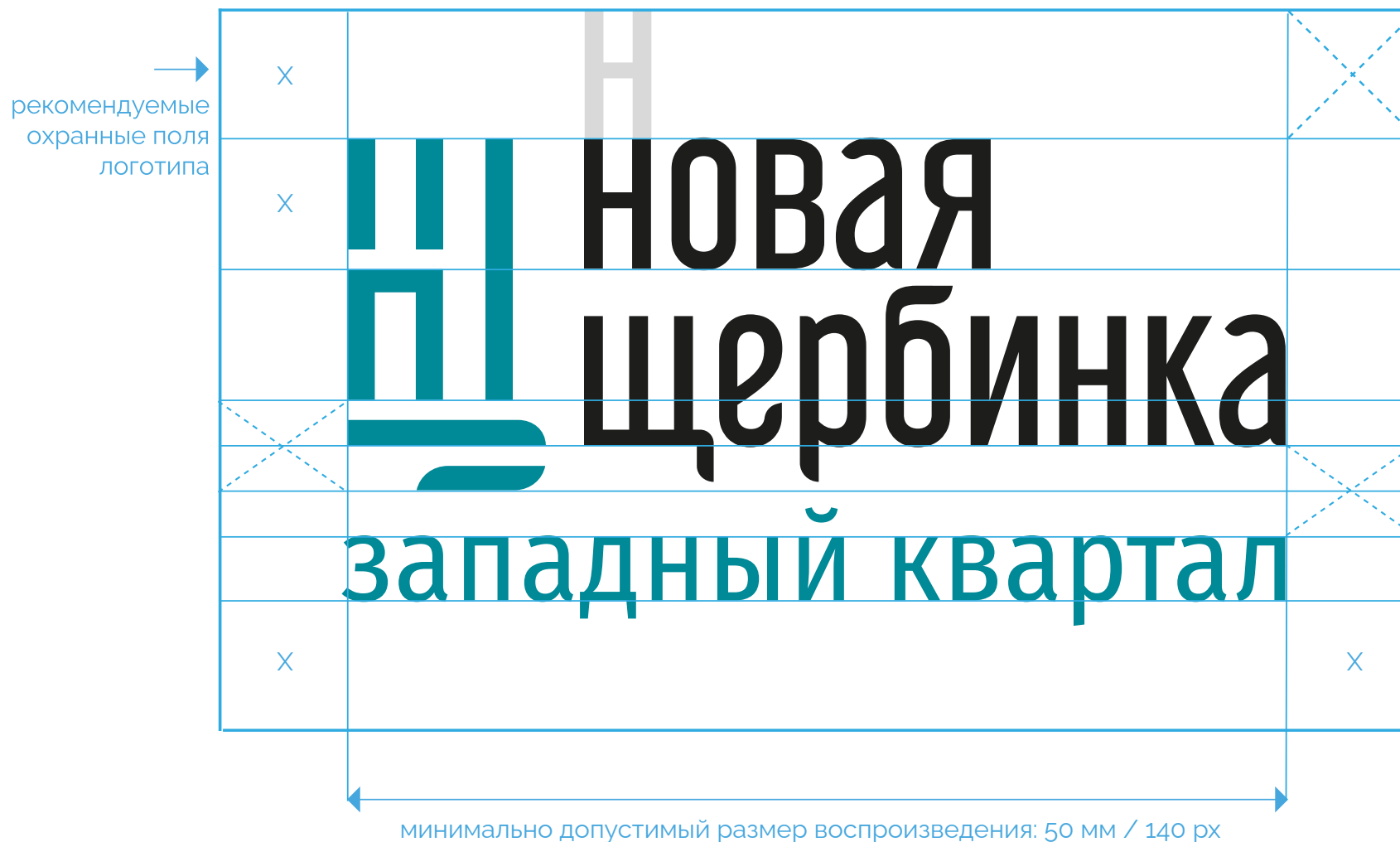
Для идентификации очередей строительства используется система наименований кварталов проекта:

- «первый квартал» для 1-й очереди;
- «западный квартал» для 2-й очереди;
- «столичный квартал» для 3-й очереди.



Квартальный дескриптор ставится на место общего дескриптора (см. раздел «Базовые константы») — одновременно они не используются.

2.3 фирменный блок западного квартала / охранные поля



Самостоятельное построение фирменного блока не допускается. Во всех случаях используйте только прилагаемые файлы.

Не допускается изменение пропорций фирменного блока или его отдельных элементов, изменение начертания его шрифтовой части. Не допускается изменение цветов фирменного блока или нарушение его охранных полей.

2.3 фирменный блок западного квартала / охранные поля



В крайних случаях при технической невозможности соблюдения рекомендуемых охранных полей допускается их сокращение до минимально допустимого размера, который составляет 1/2 высоты литеры Н в начертании первой части имени.



Никогда не нарушайте минимально допустимый размер охранных полей.


2.4 принципы использования фирменной палитры



 **НОВАЯ**
ЩЕРБИНКА
западный квартал

①



 **НОВАЯ**
ЩЕРБИНКА
западный квартал


②



 **НОВАЯ**
ЩЕРБИНКА
западный квартал

③



 **НОВАЯ**
ЩЕРБИНКА
западный квартал

④



Общий принцип выбора цветов заключается в том, что логотип всегда должен быть контрастным по отношению к фону.


Предпочтительно использовать полноцветные варианты логотипа ① и ②. Черно-белые варианты являются дополнительными и используются при невозможности воспроизведения полноцветных вариантов.

Допустимые сочетания цветов логотипа и фона:

- ① основная версия логотипа: хвойно-зеленый, черный, белый;
- ② инверсный вариант: белый, хвойно-зеленый;
- ③ черный, белый;
- ④ белый, черный.

2.5 идентификация корпусов западного квартала



 **Новая
Щербинка**
западный квартал

—  **валенсия**

—  **тоскана**

—  **прованс**

—  **бордо**

—  **аликанте**

Западный квартал состоит из 5 корпусов, у каждого из которых есть собственное имя и логотип, состоящий из уникального начертания этого имени и фирменного знака одного из цветов дополнительной палитры. Логотипы корпусов гармонируют с логотипом мастер-бренда, внесение каких-либо изменений в них не допускается. В том числе запрещено переставлять знак от одного корпуса к другому или менять цвет этого знака на другой из дополнительной палитры. За каждым корпусом закреплен свой знак и свой цвет.

2.6 корпус «валенсия»:

принципы построения и использования логотипа



минимально допустимый размер воспроизведения: 30 мм / 85 px

Логотип является уникальным начертанием, поэтому его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.



Основные сочетания цветов логотипа и фона:

- ① основная версия логотипа: синий (валенсия), черный, белый;
- ② основная версия логотипа: охранные поля;
- ③ инверсный вариант: белый, синий (валенсия);
- ④ черный, белый;
- ⑤ белый, черный.

2.7 корпус «тоскана»: принципы построения и использования логотипа



минимально допустимый размер воспроизведения: 26 мм / 73 px

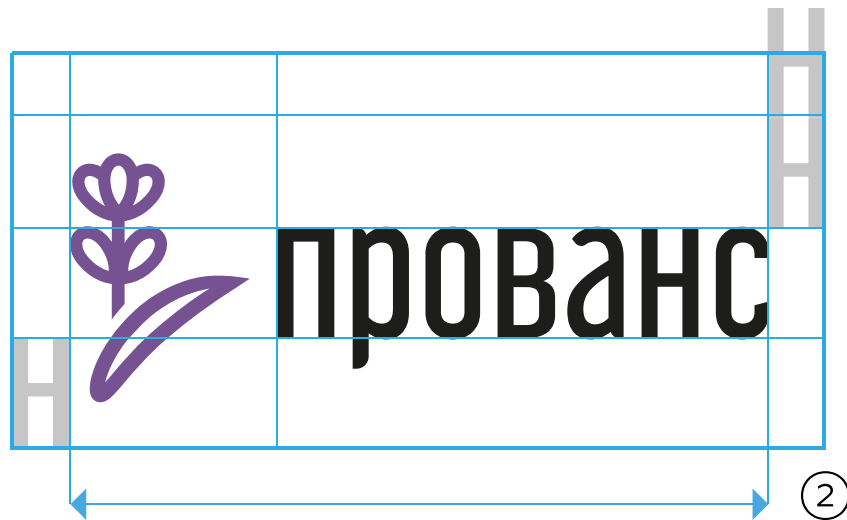
Логотип является уникальным начертанием, поэтому его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.



Основные сочетания цветов логотипа и фона:

- ① основная версия логотипа: травяной (тоскана), черный, белый;
- ② основная версия логотипа: охранные поля;
- ③ инверсный вариант: белый, травяной (тоскана);
- ④ черный, белый;
- ⑤ белый, черный.

2.8 корпус «прованс»: принципы построения и использования логотипа



минимально допустимый размер воспроизведения: 27 мм / 76 px

Логотип является уникальным начертанием, поэтому его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.



Основные сочетания цветов логотипа и фона:

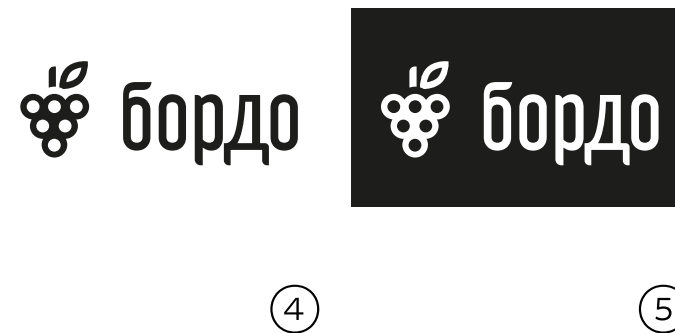
- ① основная версия логотипа: лавандовый (прованс), черный, белый;
- ② основная версия логотипа: охранные поля;
- ③ инверсный вариант: белый, лавандовый (прованс);
- ④ черный, белый;
- ⑤ белый, черный.

2.9 корпус «бордо»: принципы построения и использования логотипа



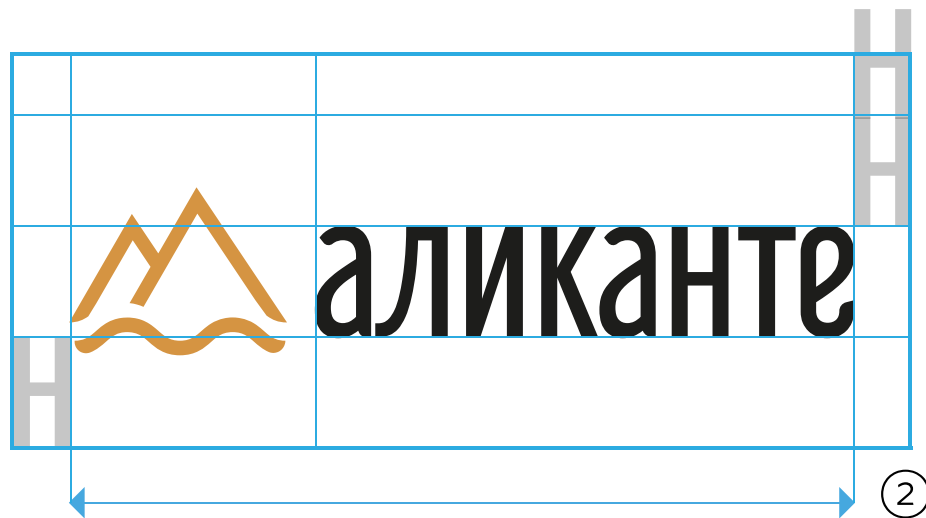
минимально допустимый размер воспроизведения: 21 мм / 60 px

Логотип является уникальным начертанием, поэтому его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.



Основные сочетания цветов логотипа и фона:
 ① основная версия логотипа: винный (бордо), черный, белый;
 ② основная версия логотипа: охранные поля;
 ③ инверсный вариант: белый, винный (бордо);
 ④ черный, белый;
 ⑤ белый, черный.

2.10 корпус «аликанте»: принципы построения и использования логотипа



минимально допустимый размер воспроизведения: 29 мм / 82 px

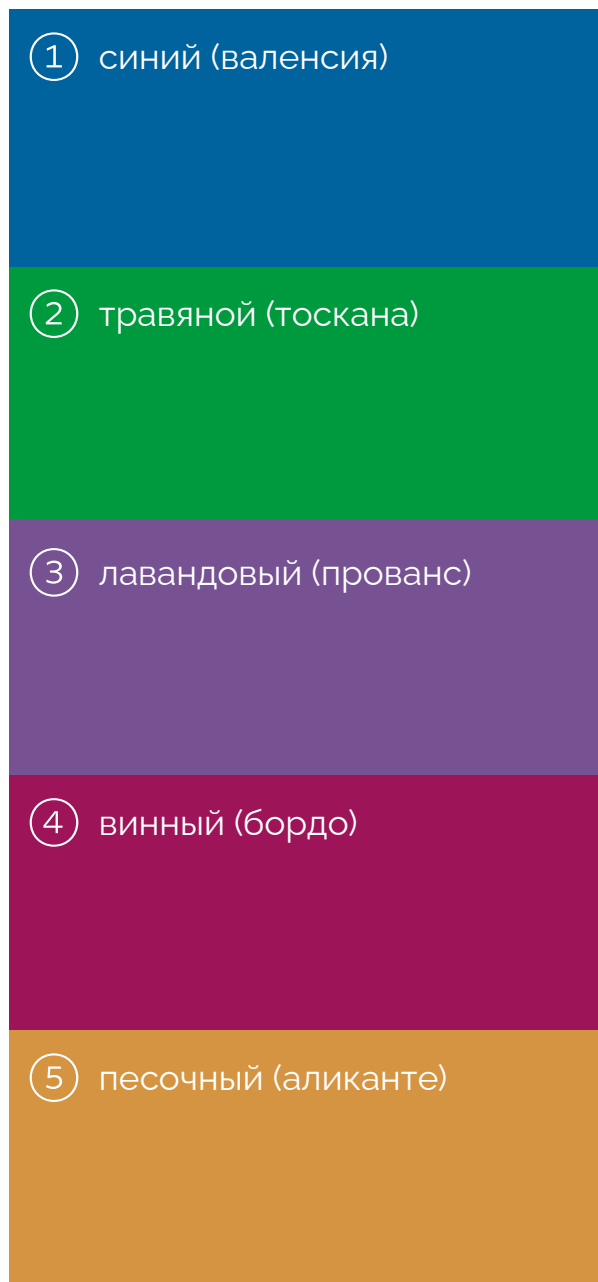
Логотип является уникальным начертанием, поэтому его самостоятельное построение не допускается. Во всех случаях должны использоваться прилагаемые файлы. Не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов. Не допускается изменение цветов логотипа и нарушение охранных полей. Возможно использование исключительно вариантов начертаний и цвета логотипа, представленных в этом руководстве.



Основные сочетания цветов логотипа и фона:

- ① основная версия логотипа: песочный (аликанте), черный, белый;
- ② основная версия логотипа: охранные поля;
- ③ инверсный вариант: белый, песочный (аликанте);
- ④ черный, белый;
- ⑤ белый, черный.

2.11 дополнительная фирменная палитра



CMYK 100, 55, 15, 0
RGB 0, 99, 158 / # 00639e
PANTONE 7691 C

CMYK 95, 0, 100, 0
RGB 0, 154, 63 / # 009a3f
PANTONE 355 C

CMYK 65, 75, 10, 0
RGB 118, 82, 47 / # 765293
PANTONE 7677 C

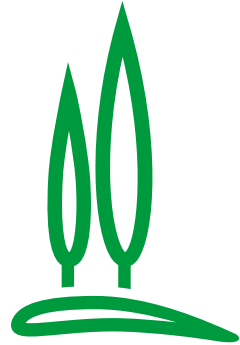
CMYK 30, 100, 30, 20
RGB 157, 20, 88 / # 9d1458
PANTONE 676 C

CMYK 15, 45, 80, 5
RGB 213, 148, 66 / # d59442
PANTONE 7510 C

2.12 цветовая схема западного квартала и его корпусов



2.13 знаки корпусов западного квартала



3.



стилеобразующие элементы

3.1 фирменная полоса, скругленный угол



горизонтальный вариант

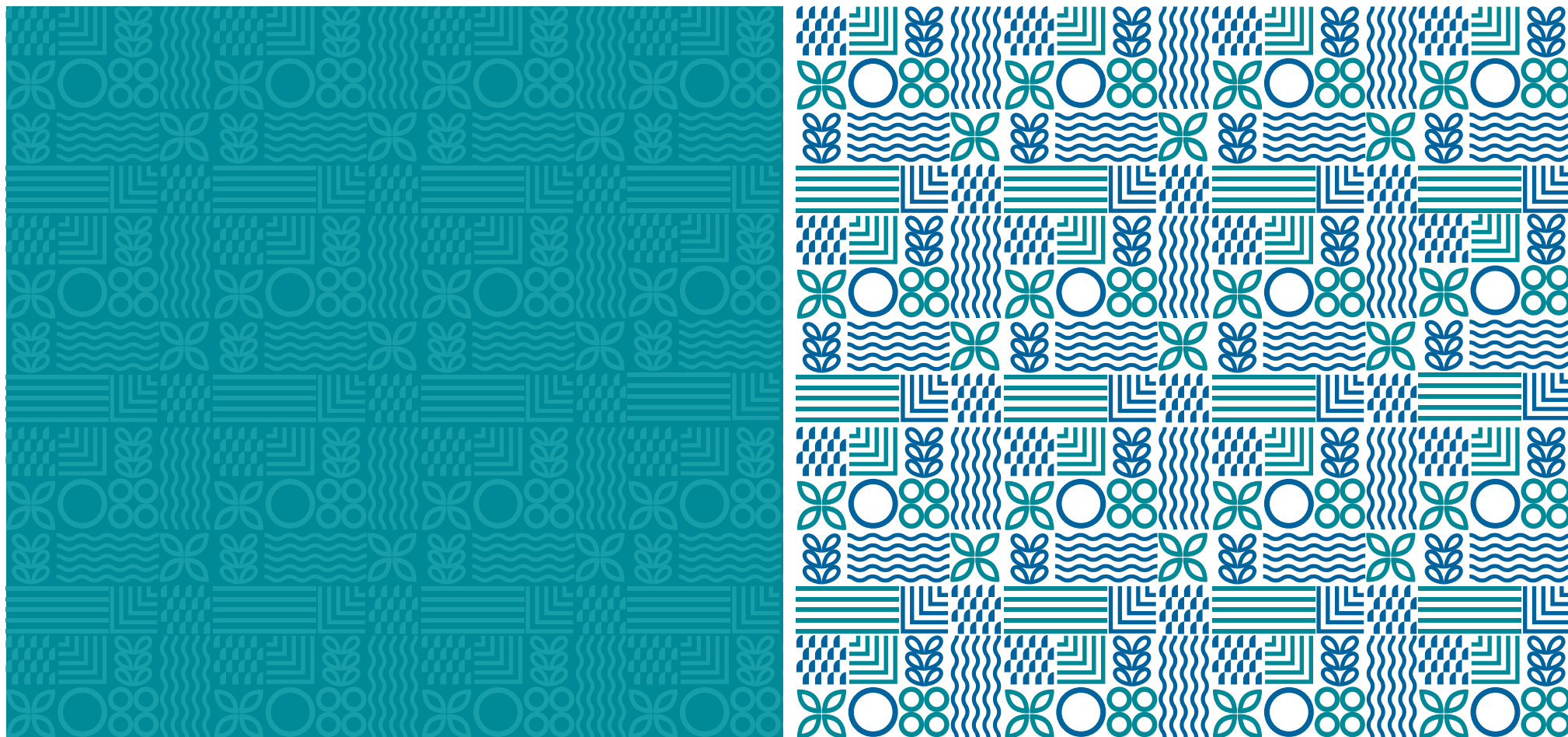
В качестве дополнительного стилеобразующего элемента в рекламных материалах рекомендуется использовать фирменную пятицветную полосу: на плашке она визуально отделяет логотип от информационной области. Полоса состоит из 5 равных отрезков фирменного цвета каждого из корпусов Западного квартала. Ширина полосы в каждом конкретном случае определяется шириной литеры Н в шрифтовом начертании имени в логотипе и не должна нарушать его охранное поле.

При заполнении области плашки как текстом, так и фотографией ее правый нижний угол должен быть скруглен. Радиус скругления всегда равен ширине знака в логотипе.



вертикальный вариант

3.2 фирменный паттерн



Паттерн создан на основе графических элементов знаков корпусов и представляет собой бесконечный орнамент.

Он может использоваться для различной сувенирной продукции, декоративных поверхностей, тканей, упаковки и проч. Базовый паттерн не может служить фоном для графических изображений и текстов.

4.




рекламные материалы

4.1 интернет-баннеры



НОВАЯ
ЩЕРБИНКА
западный квартал
старт продаж



Перспективный пригород Москвы
малоэтажные дома у леса
Квартиры от 4 млн ₽
МЦД-2 Щербинка 10 минут

Застройщик ООО «СЗ «Квартал-инвестстрой». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. «ПАО Сбербанк» Генеральная лицензия банка России на осуществление банковских операций №1481 от 11.08.2015

300×600 px

НОВАЯ
ЩЕРБИНКА
западный квартал
старт продаж




Перспективный пригород Москвы
малоэтажные дома у леса
Квартиры от 4 млн ₽
МЦД-2 Щербинка 10 минут

Застройщик ООО «СЗ «Квартал-инвестстрой». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. «ПАО Сбербанк» Генеральная лицензия банка России на осуществление банковских операций №1481 от 11.08.2015

930×180 px

НОВАЯ
ЩЕРБИНКА
западный квартал
старт продаж



Перспективный пригород Москвы
малоэтажные дома у леса
Квартиры от 4 млн ₽
МЦД-2 Щербинка 10 минут

Застройщик ООО «СЗ «Квартал-инвестстрой». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. «ПАО Сбербанк» Генеральная лицензия банка России на осуществление банковских операций №1481 от 11.08.2015

240×400 px



НОВАЯ ЩЕРБИНКА западный квартал **старт продаж**



Жить лучше в комфорте
малоэтажные дома у леса

МЦД-2 Щербинка 10 минут **от 4 млн ₽**

1080×1080 px

НОВАЯ ЩЕРБИНКА западный квартал **старт продаж**



Эксклюзивная квартира с окном в ванной, двумя спальнями и лоджией

прованс Малоэтажный дом у леса

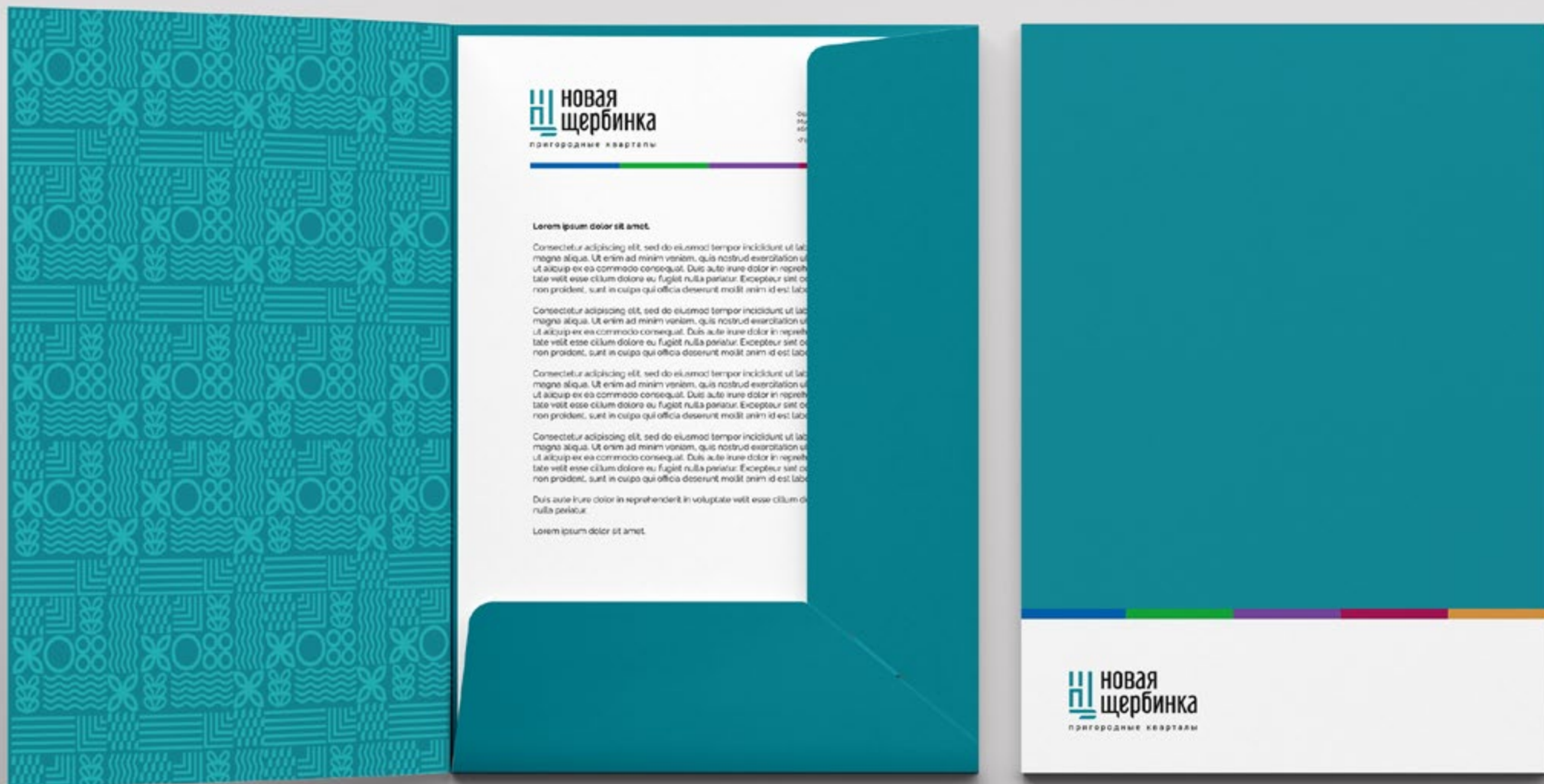
от 4 млн ₽ МЦД-2 Щербинка 10 минут

1080×1080 px

5.



сувенирная продукция



5.1 папка А4 / край

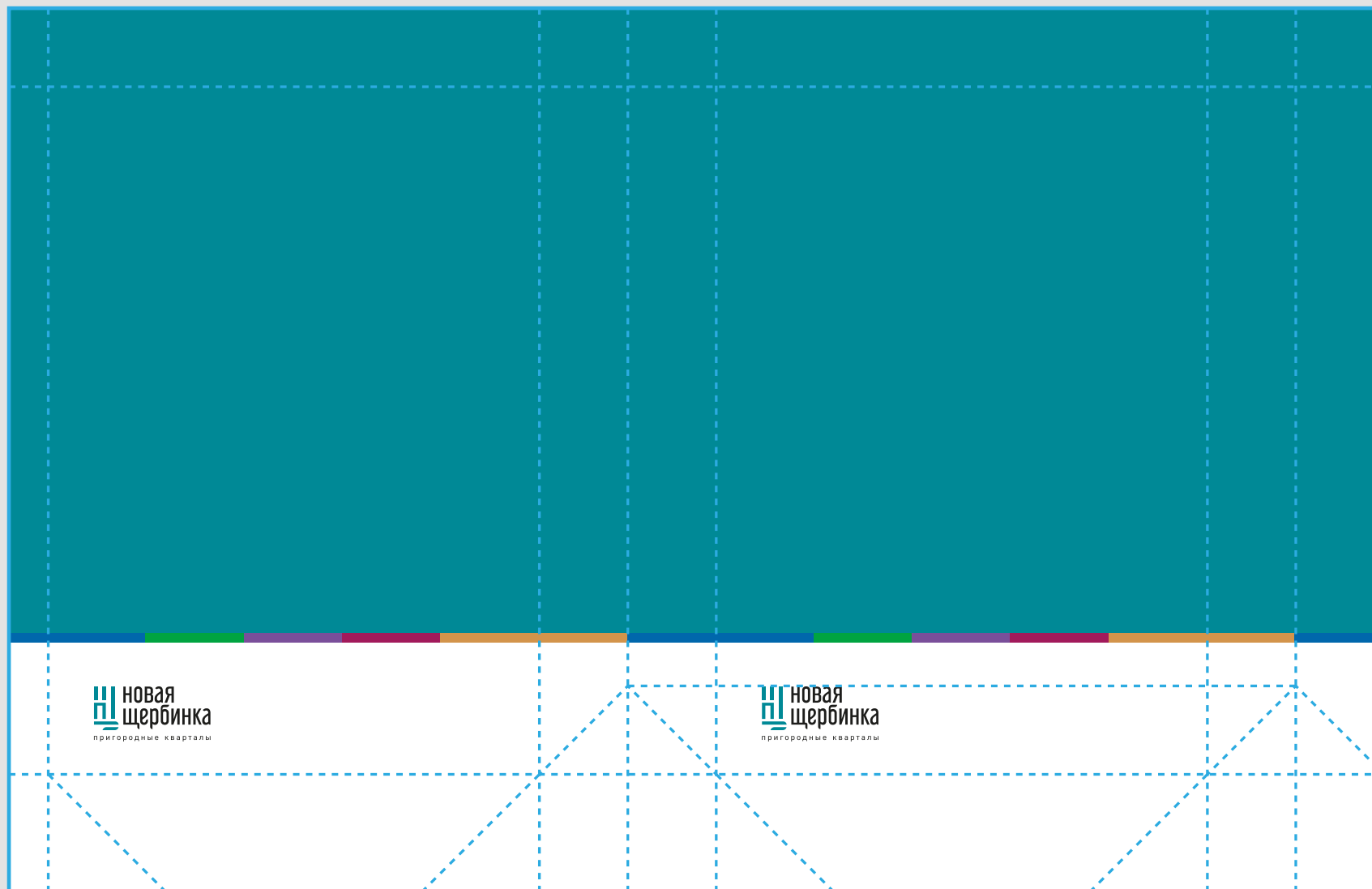


размер 305×215 мм, бумага – двусторонний картон
300 г, печать 4+4, ламинация 1+1, вырубка

5.2 пакет универсальный



5.2 пакет универсальный / крой



размер 250×350×90 мм, бумага 170 г, ламинация 1+1, ручки белые, пикколо – серебро, печать 4+0

5.3 пакет новогодний



5.2 пакет новогодний / крой

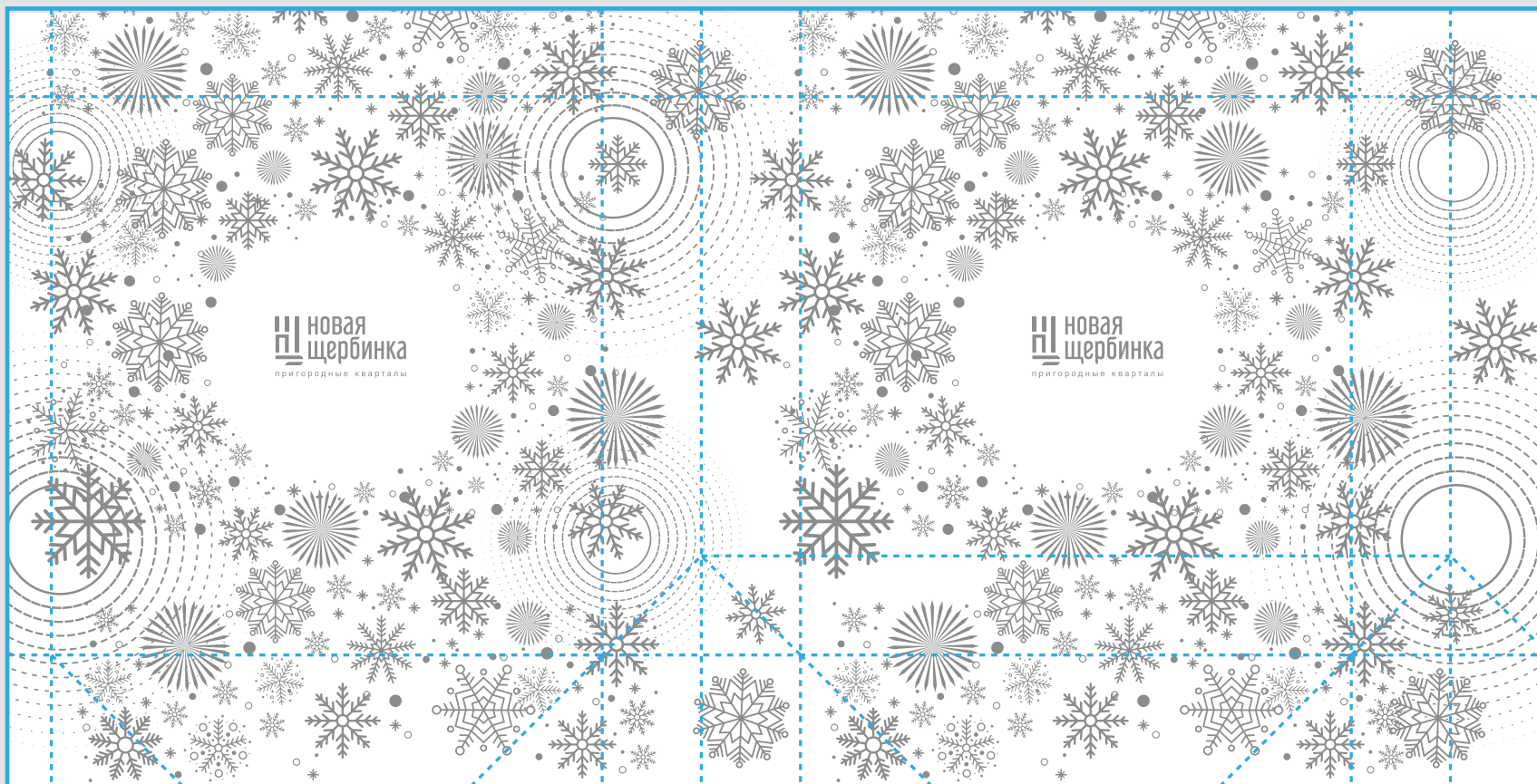


размер 250×250×90 мм, серебряная бумага 170 г, ламинация 1+1, ручки белые, пикколо – серебро, печать 1+0 (белила)

5.3 пакет новогодний



5.3 пакет новогодний / крой



размер 250×250×90 мм, бумага 170 г, ламинация 1+1, ручки белые, пикколо – серебро,
печать 1+0 (серебро)

5.4 наклейки на стаканы универсальные



Ø 60 мм

5.5 наклейки на стаканы новогодние



Ø 60 мм

6.



интерьер

6.1 логотип / пример использования



6.2 идентификатор корпуса / пример использования



Логотипы и знаки корпусов могут использоваться как самостоятельные элементы в оформлении среды и навигации на территории комплекса без привязки к логотипу «Новой Щербинки».



Самостоятельное использование идентификаторов и знаков корпусов в рекламных материалах не допускается.



new-scherbinka.ru