

Brandbook

4D

4D Development

Content

01	Strategy		03	Visual system			
01.1	Позиционирование	4-21	03.1	Графика	80-83	Забор. Вариант 1	147
01.2	Архитектура бренда	22-28	03.2	Типографика	84-93	Паспорт объекта	153
02	Identity guideline		03.3	Цвет	94-104	Логоблок	154
02.1	Logotype	30-34	03.4	Фотостиль	105-109	Забор. Вариант 2	159
	Логотип	31	03.5	Сетки	110-120	Забор. Вариант 3	163
	Охранное поле	32	04	Implementation		Флаги	167
	Использование	33	04.1	Формирование	122-127	Униформа	169
02.2	Identity	35-42		смыслов		Скотч. Вариант 1	172
	Графика	36	04.2	Развитие в продукте	128-140	Скотч. Вариант 2	174
	Основные приемы	37		Малые архитектурные	131	Стелла 1	176
	Цвета	38		формы		Навигация по стройке 1	178
	Типографика	40		Общественные зоны	134	Навигация по стройке 2	179
	Фотостиль	41		Зоны рекреации	137	Вход на демоэтаж	180
02.3	Media	43-69	04.3	Стройдепартамент	141-208	Коридор	181
02.4	Digital	70-76		Дизайн	143	Этажи	189
				Наружная навигация	145	Баннер на здание	193
						Въездная группа	195
						Брендирование предметов	196
						общего пользования	
						Внутренняя навигация	197
						Лайф-объекты	204
						Стелла 2	206

Strategy

01

Позиционирование

01.1

4D – это

Больше места

Масштаб

Пространство

Эффект



В наших квартирах больше места при схожем метраже, потому что мы знаем как построить квартиры с правильными планировками

Человек получает больше места, поскольку мы уделяем внимание окружению и тому, чтобы дом начинался с комплекса

Мы создаем жилое пространство, которое
больше, чем просто место

Это пространство для жизни,
свершений и событий

Позиционирование

Аудитория

Жители Тюмени уже встречаются с эмоциональными коммуникациями и понимают, что атмосфера и комфорт не менее важны, чем непосредственно стоимость метра, планировки и отделка.

Но ключевым инсайтом является желание максимально улучшить жилое пространство.

Продукт

Прагматичные, но качественные и эмоционально вовлекающие проекты.

Современная и смелая команда.

Отдельно отмечают хорошие планировки.

Конкуренты

Все делают для всех.

Отличительные особенности есть в тоне коммуникации или специальных приемах, но не в сердце бренда.

Дифференциация за счет сочетания эмоции,
ответа на инсайт и отличия продукта
от конкурентов

Позиционирование

Инсайт

Я хочу купить квартиру, чтобы обеспечить себя местом для жизни, но постоянно сталкиваюсь с компромиссом между метражом и средствами.

Ответ бренда

Мы создаем решения, в которых больше места. Больше — потому что мы всё продумали.

Почему нам поверят?

Позиционирование

Потому что мы — компания
с инвестиционным геномом
оптимизации
и эффективности

01

02

Потому что у нас лучшие
планировки квартир

Потому что мы расширяем
пространство квартиры
до двора

03

Архитектура бренда

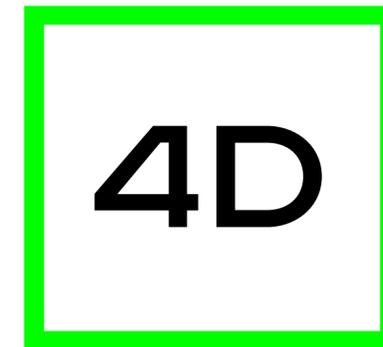
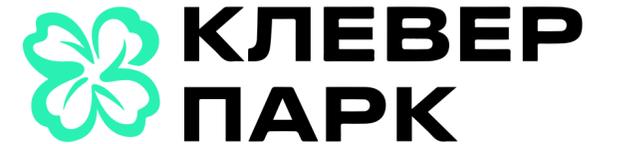
01.2

Тип архитектуры бренда

Мы изначально выбрали смешанный тип архитектуры бренда, который с одной стороны связывает все наши объекты единым застройщиком, с другой — дает возможность для каждого из объектов продемонстрировать свою уникальность.

Подобная архитектура достаточно редка для застройщиков (предпочитающих либо монобренд, либо отдельный бренд для каждого ЖК, не связанного друг с другом), поэтому может позволить выделиться в локации и создать синергию единства смыслов, демонстрируемых брендом — застройщиком и индивидуальный подход в каждом объекте.

АНДЕРСЕН
ПАРК



MOË

VÉRNO

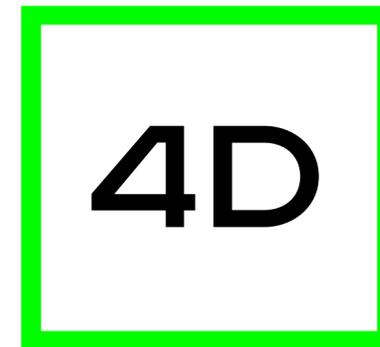
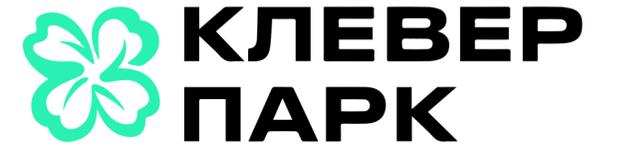
Вид связей

При смешанном типе ключевым является вид связей бренда и объектов.

Объекты могут быть связаны тремя способами:

1. **Визуальный** (единые тона и принципы верстки)
2. **Нейминговый** (схожие названия, или один схожий элемент у названия)
3. **Смысловой** (схожие слоганы, смыслы)

АНДЕРСЕН
ПАРК



MOË

VÉRNO

Поскольку визуально и в нейминге текущие объекты сложно привести к соответствию, а имеющиеся паттерны фирменного стиля ярко выражены, чтобы передаваться разным по своей сути объектам, мы предлагаем смысловой тип связи с материнским брендом.

Экспансия позиционирования

Пластичность позиционирования «Больше места» позволяет адаптировать текущие позиционирования объектов под необходимые нам для создания бренд-архитектуры.

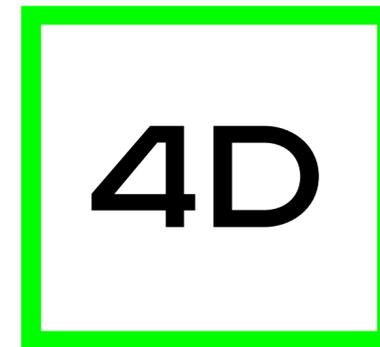
Андерсон Парк: Больше места для меня.

Гранд квартал: Больше места для жизни.

VERNO: Больше места для перспектив.

АНДЕРСЕН
ПАРК

 КЛЕВЕР
ПАРК



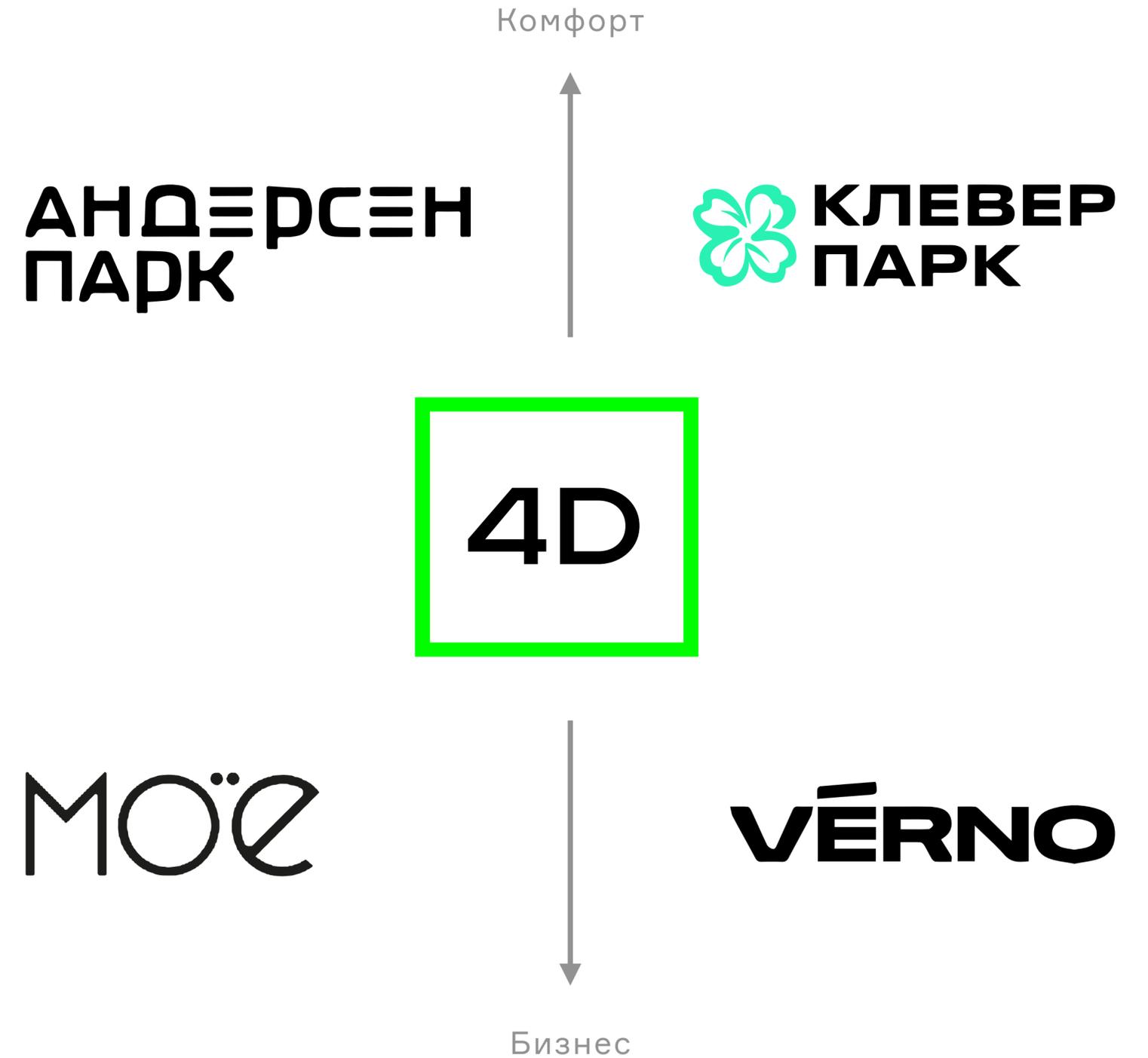
MOË

VÉRNO

Принципы

Престиж

При построении позиционирования квартала рекомендуется использовать более прагматичные трактовки «места» для комфорт- класса и более абстрактные, высоко нагруженные смыслом — для кварталов, тяготеющих к бизнес-классу.



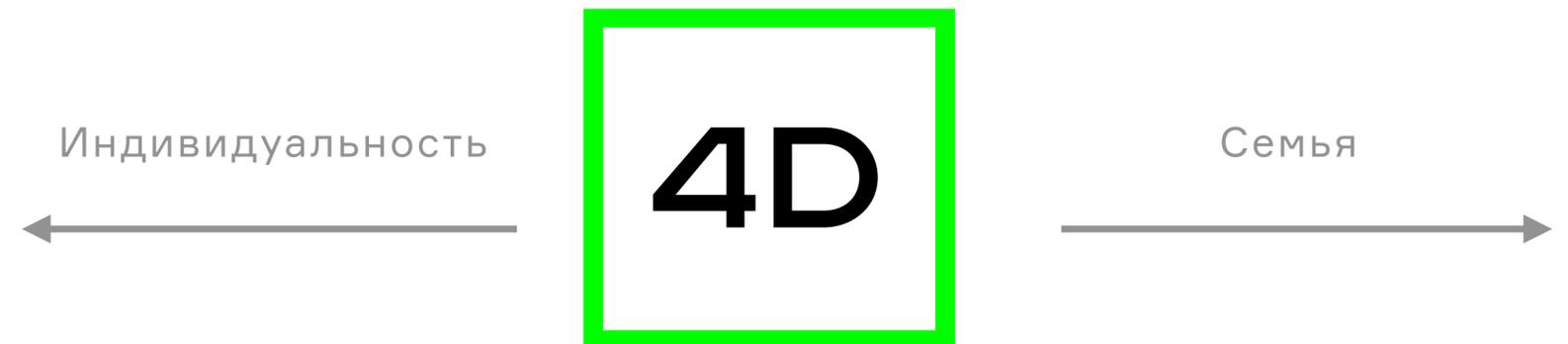
Принципы

Индивидуальность

Для более индивидуальных объектов (для профессионалов, детей обеспеченных родителей, молодых семей) рекомендуется сфокусироваться на слоганах, связанных с индивидуальным слегка гедонистическим пониманием «места», для семейных — с фокусом на опыте совместного проживания.

АНДЕРСЕН
ПАРК

 КЛЕВЕР
ПАРК



MOË

VÉRNO

Identity guideline

02

Logotype

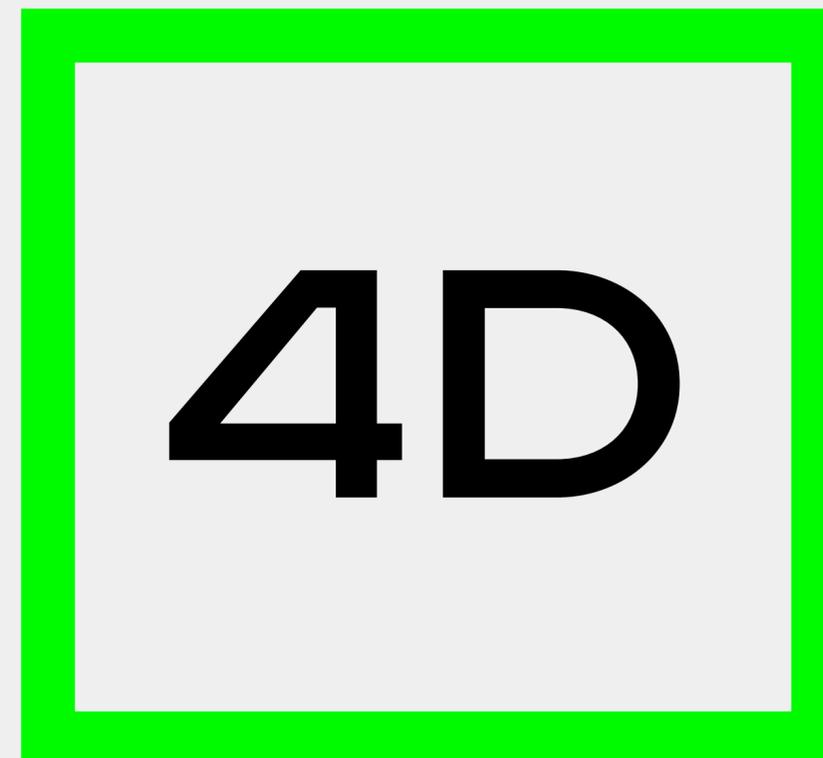
02.1

Логотип

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля.

Шрифтовая часть логотипа является уникальной и разработана специально для бренда 4D.

Не допускается деформирование логотипа по любой из сторон, а также замена на другое шрифтовое начертание.

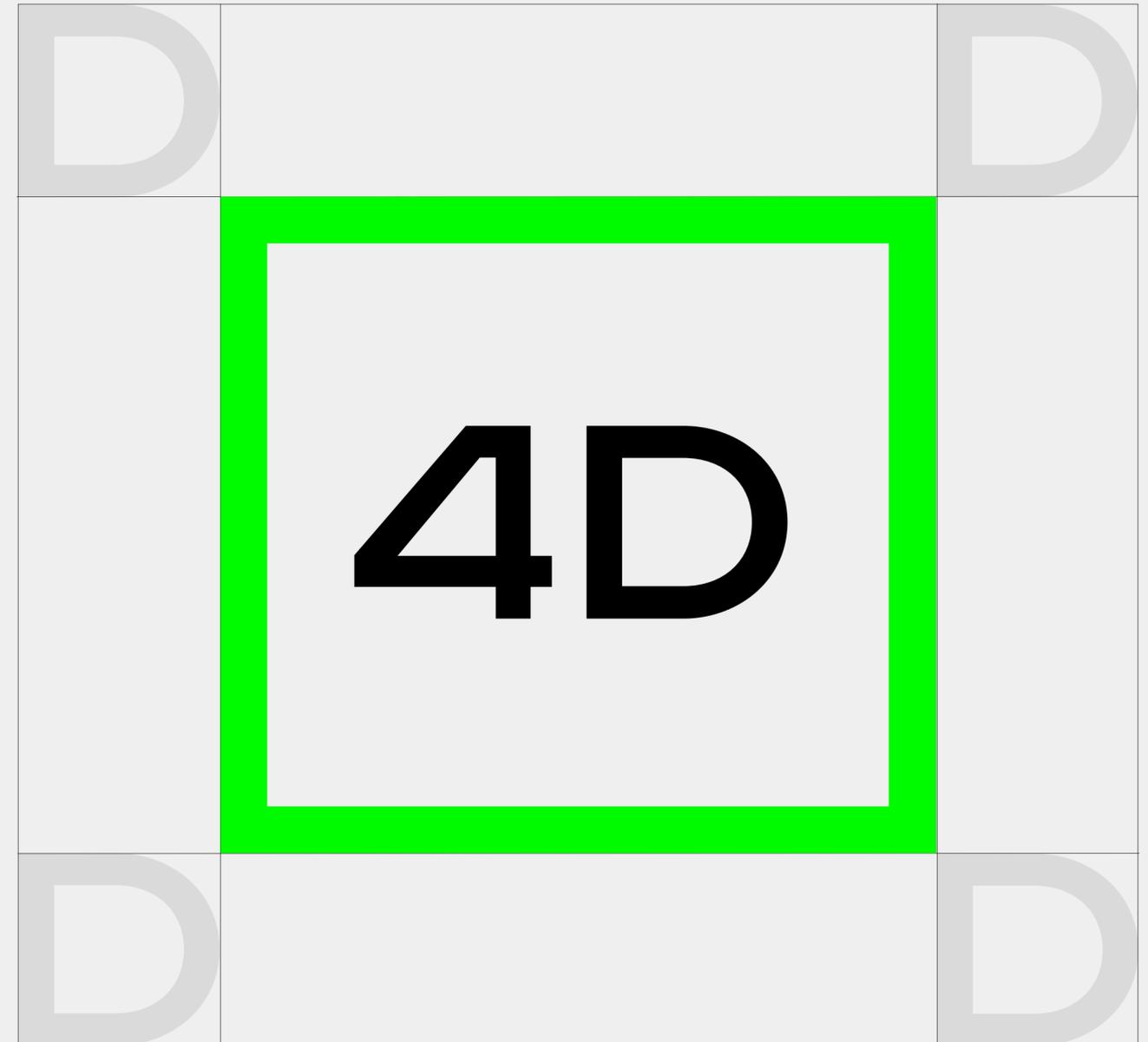


Охранное поле

Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов макета и его границ. Оно строится по высоте и ширине буквы «D» логотипа.

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.

Минимальные размеры логотипа:
15 px для цифровых носителей
35 мм для физических носителей.

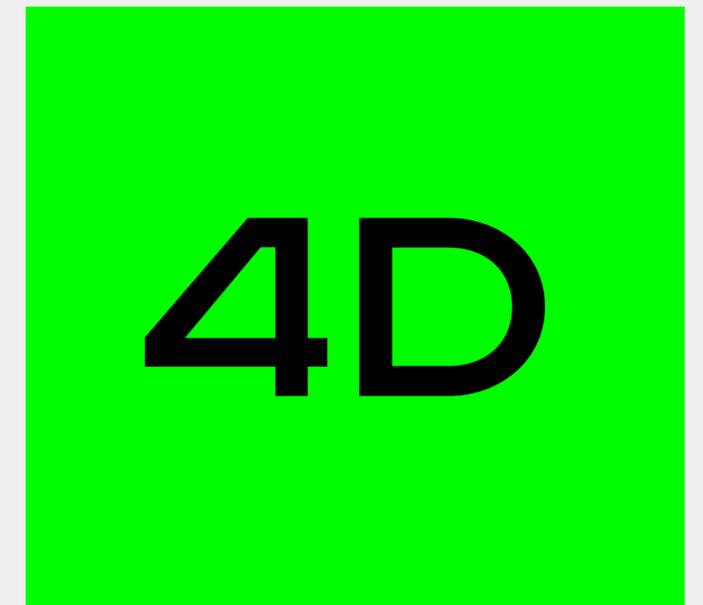
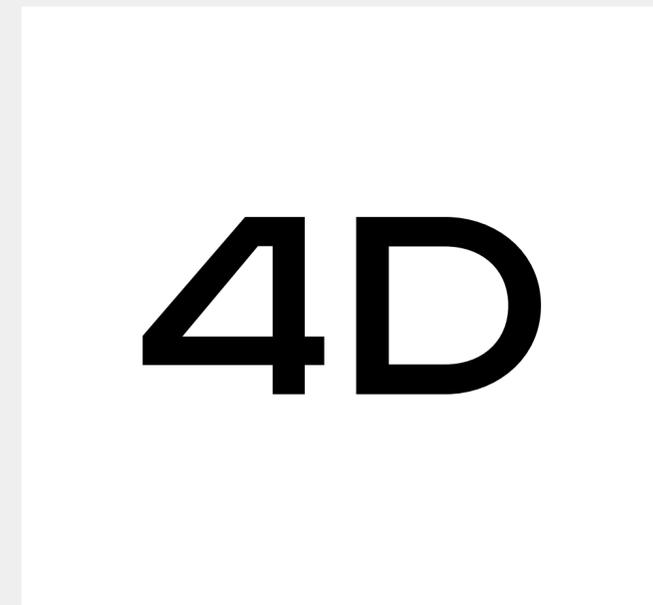


Использование

Основа фирменного знака – шрифтовое начертание. Оно остается неизменным.

Возможно использование логотипа на фирменных цветах, без рамы.

Логотип может располагаться как на фирменном цвете так и на белом. Так же допускается использование логотипа на фотографиях без обрамления рамой и без подложки.



Использование

Недопустимо использование в качестве заливки для логотипа любых цветов помимо фирменных. При размещении логотипа на фотоконтенте необходимо под-бирать контрастный к фону цвет заливки, чтобы сохранить читаемость.

Identity guideline

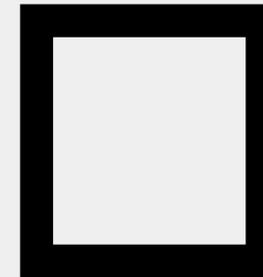


Identity

Графика

Стилеобразующим элементом айдентики является рама — она лежит в основе построения всех материалов.

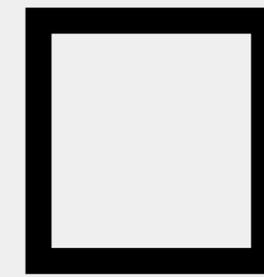
Рама не имеет четких размеров.
Размер зависит от носителя.
Минимальная ширина рамы — 15 px
Минимальная ширина рамы на физическом носителе — 20 mm



Акцент

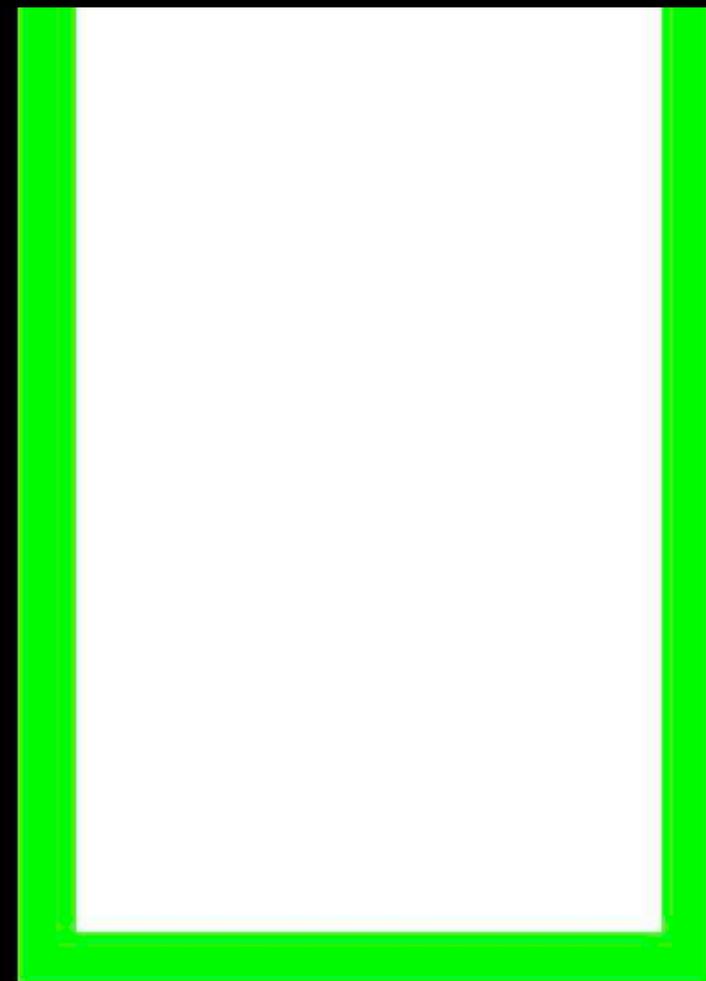
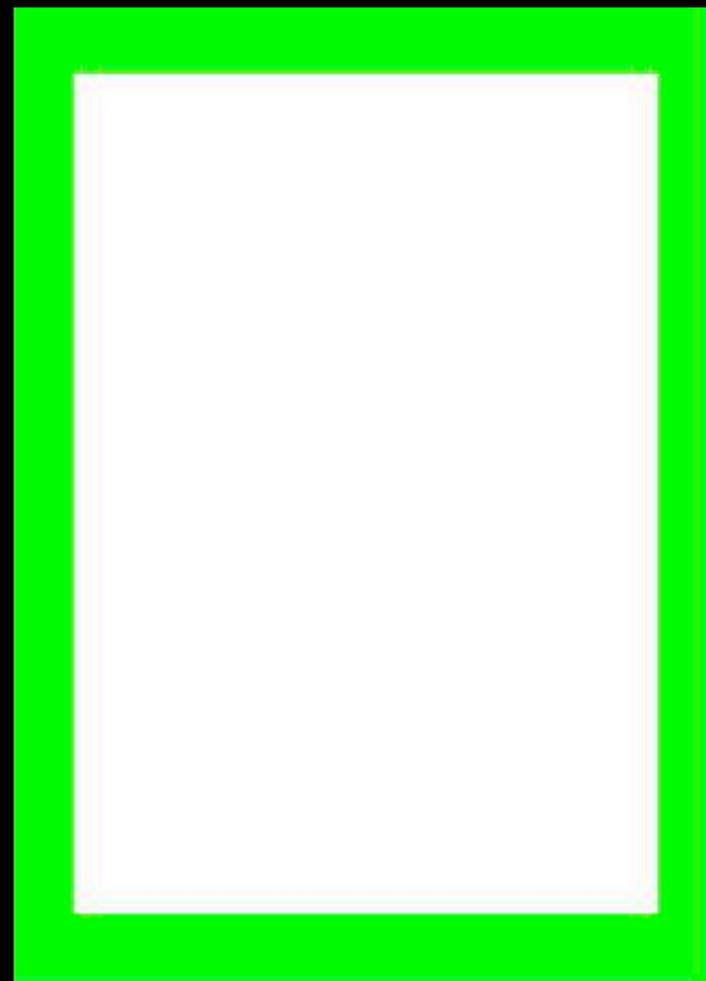
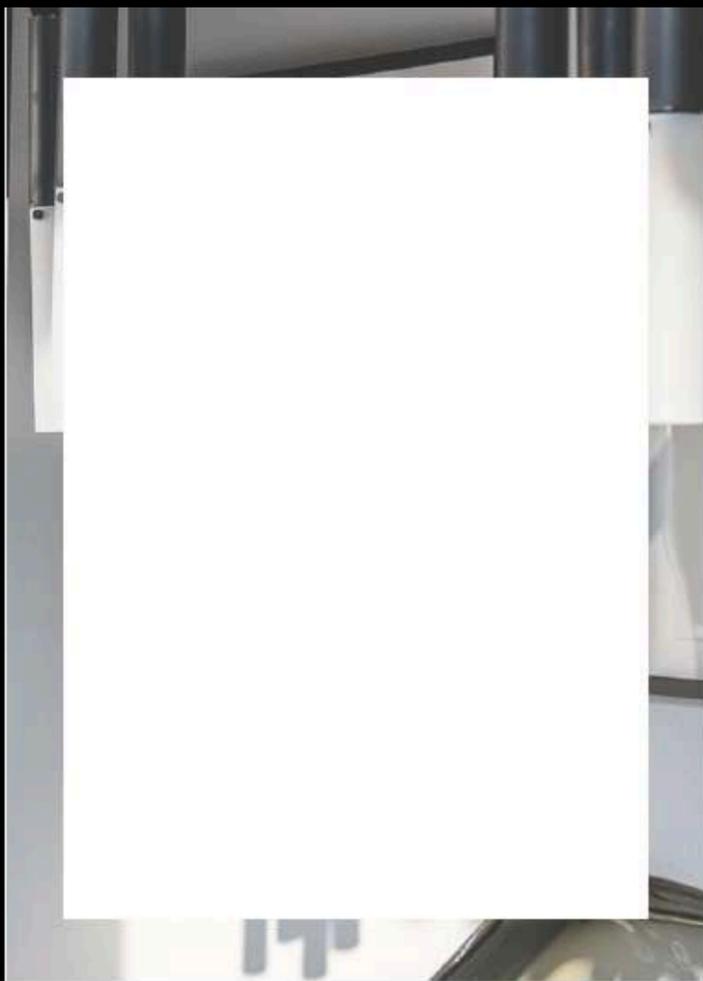


Инверсия



Уменьшение

Основные графические приемы



Цвета

В основе фирменного стиля лежат три основных цвета — зеленый, белый и черный. Недопустимо использование других цветов в качестве основы для носителей.

Calm Night

#000000

Whitebox

#ffffff

Sun Grass

#00fd00

Pantone 802C

Цвета

В качестве акцентных цветов и для использования дополнительной графики, допускается использование цветов находящихся рядом в палитре с основными фирменными цветами.

Sun Grass

#00fd00
Pantone 802C

Calm Night

#000000

Salmon

#ff572f
Pantone
171 C

Типографика

Фирменным шрифтом является Stolzl. Используются два начертания Regular и Book.

При необходимости палитра начертаний может быть расширена. В случае необходимости использования системного шрифта стоит отдать предпочтение Arial.

Семейство

Stolzl

Абзац

Book

Заголовки

Regular

Доп. элементы

Light

Stolzl

Фотостиль

Для сохранения единого образа бренда рекомендуется придерживаться определённого стиля в фотоконтенте, как при использовании стоков, так и при организации фирменной съёмки.

Следует отдавать предпочтение визуально чистым изображениям, без лишних деталей. В изображениях должны преобладать яркий чистый фон, однотонность и простота кроя одежды.



Фотостиль



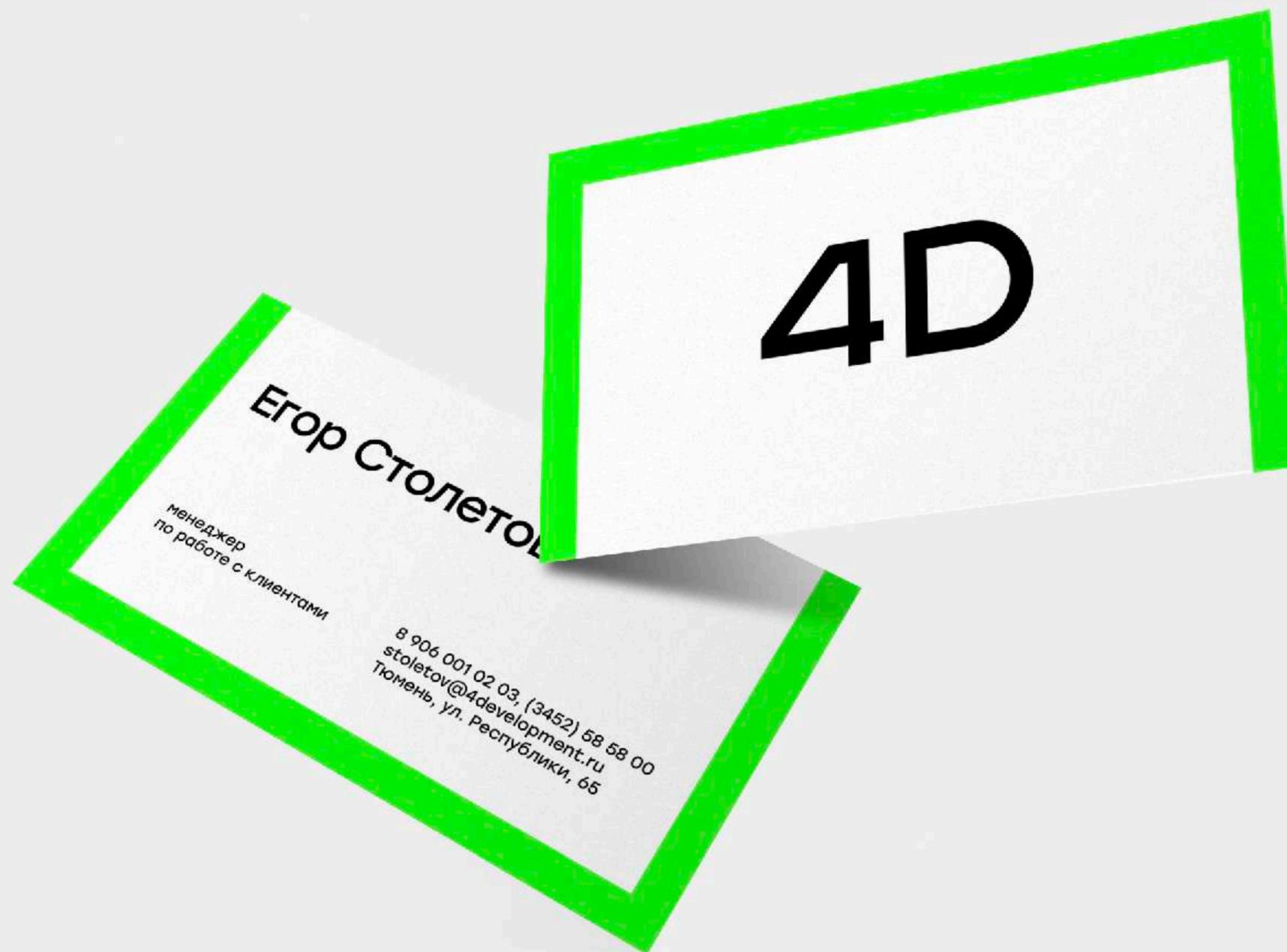
Media

Визитная карточка

Основой визитной карточки служит плотный текстурный картон.

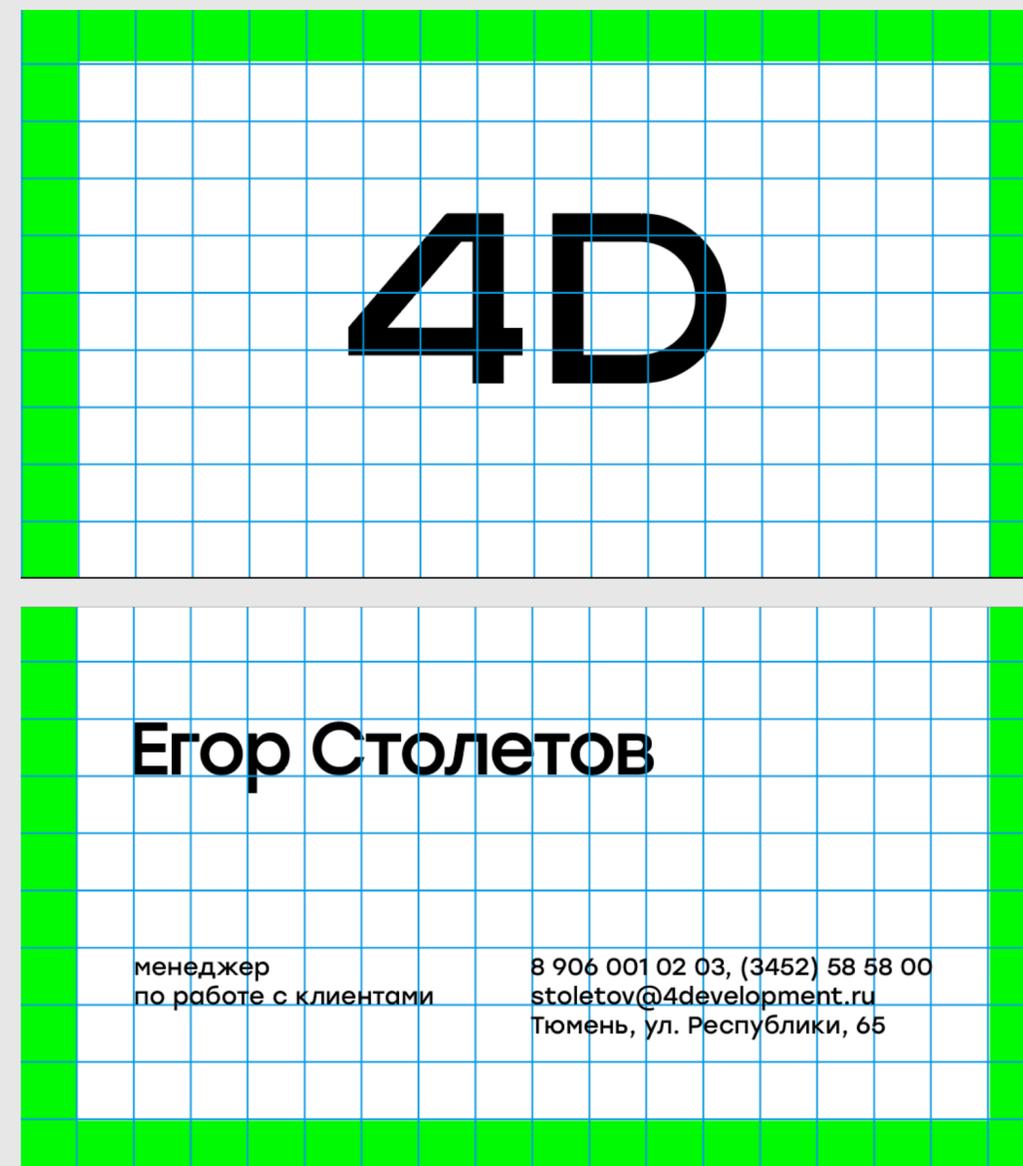
Основная идея — расширение пространства.

На фронтальной стороне размещается контактная информация. На оборотной стороне размещается информация о владельце визитки и часть графики с фронтальной стороны.



Визитная карточка

Построение визитной карточки
строится на сетке.
Размер модуля – 5 мм.



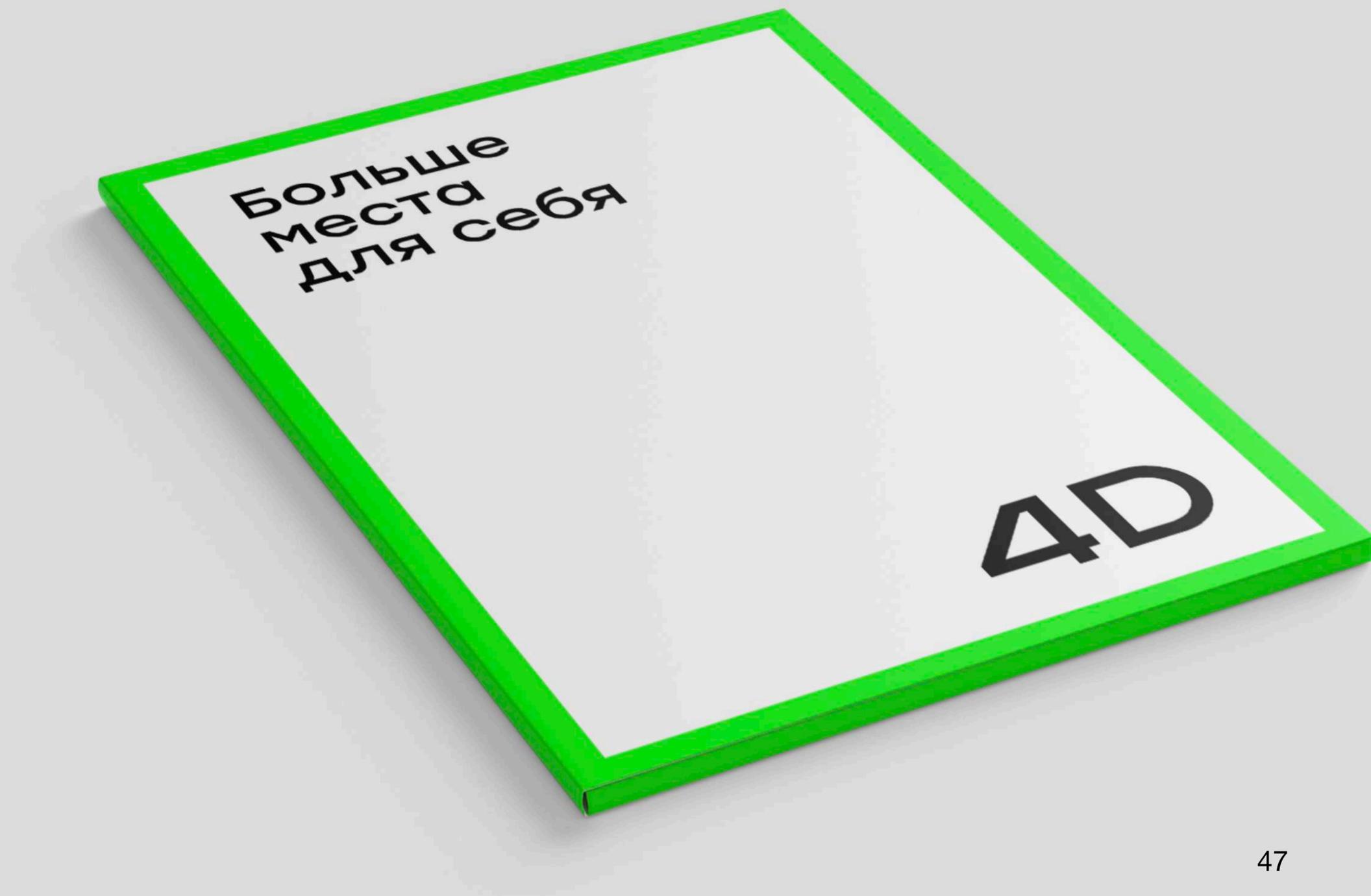
Визитная карточка

Так же допускается использовать инверсию. В этом варианте, вся информация выравнивается по середине.



Папка А4

Для основы папки рекомендуется выбрать плотный картон. На лицевой стороне размещаются логотип и слоган.



Бланк

На фирменном бланке располагаются логотип по левой стороне.



Пакет

Для основы папки рекомендуется выбрать плотный картон. На лицевой стороне размещаются логотип и слоган. Рамка в пакетах может быть как белой так и фирменной зеленой.



Буклет

Для большего раскрытия узнаваемости бренда, рекомендуем учитывать графику, при верстке буклета.

Сам буклет вкладывается в коробку, что служит что подчеркивает концепцию дополнительного пространства.



Буклет

Верстка буклета также должна иметь под собой основу – квадрат и раму.

В буклете должны использоваться фирменные цвета и фотостиль.

Identity guideline



12

О проекте

Концепция проекта

Подняться над собой порой бывает даже сложнее, чем подняться над другими. Kazakov Grand Loft даст такую возможность: это настоящее столичное место силы, проект, задающий городу планку на годы вперед. Индивидуальность даже в мелочах и комфорт, возведенный в абсолют – чем не рецепт

13

Интерьеры

Варианты отделки

Подняться над собой порой бывает даже сложнее, чем подняться над другими. Kazakov Grand Loft даст такую возможность: это настоящее столичное место силы, проект, задающий городу планку на годы вперед. Индивидуальность даже в мелочах и комфорт, возведенный в абсолют – чем не рецепт совершенства?

40



51

Буклет

Верстка буклета также должна иметь под собой основу – квадрат и раму.

В буклете должны использоваться фирменные цвета и фотостиль.

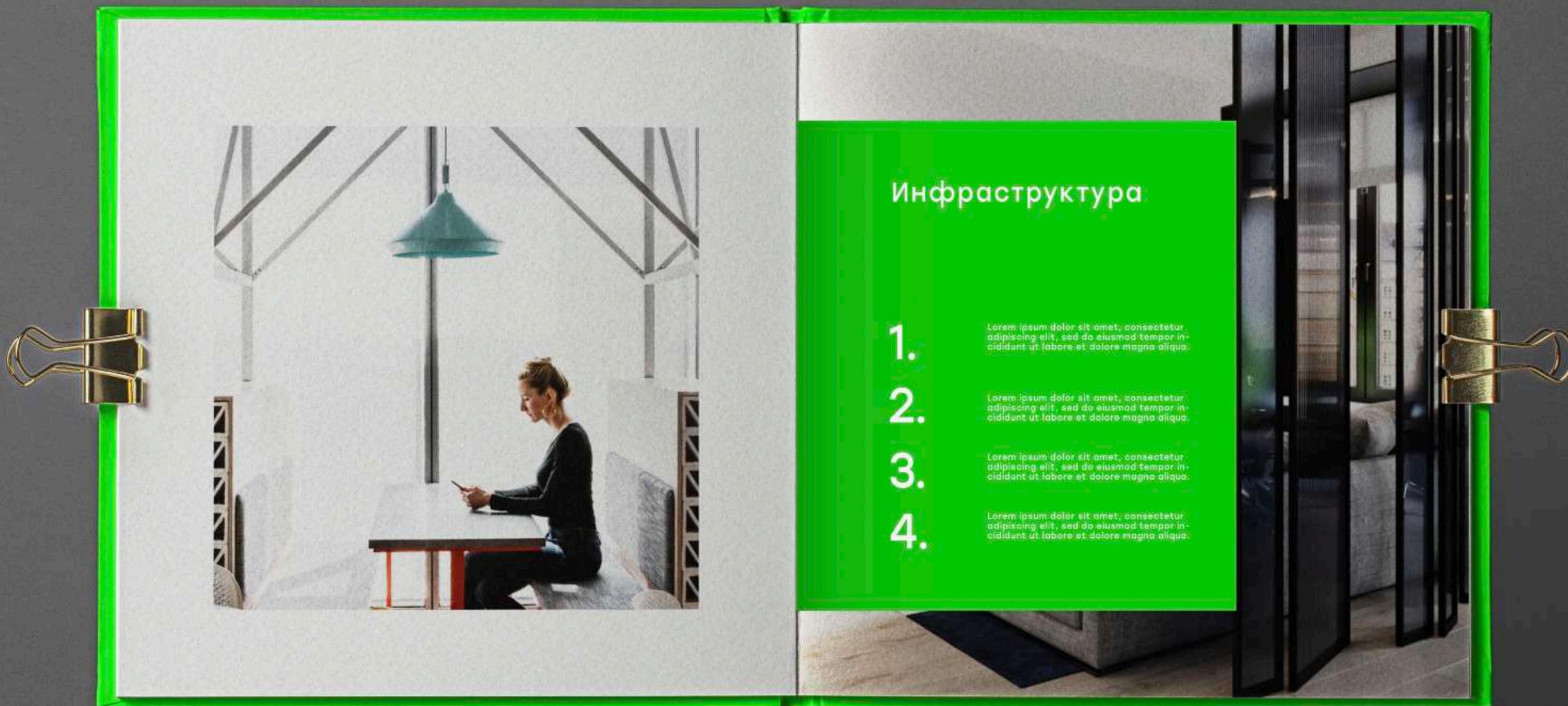


Инфраструктура

1. Рестораны	1. Рестораны	1. Рестораны
2. Кафе	2. Кафе	2. Кафе
3. Магазины	3. Магазины	3. Магазины
4. Студии красоты	4. Студии красоты	4. Студии красоты

Концепция проекта

Подняться над собой порой бывает даже сложнее, чем подняться над другими. Kazakov Grand Loft даст такую возможность: это настоящее столичное место силы, проект, задающий городу планку на годы вперед. Индивидуальность даже в мелочах и комфорт, возведенный в абсолют – чем не рецепт совершенства?





Буклетница

Для оформления напольной буклетницы рекомендуется использовать только фирменные цвета.

Важно, чтобы основание буклетницы имело форму квадрата. Рекомендуем использовать подсветку под логотип.

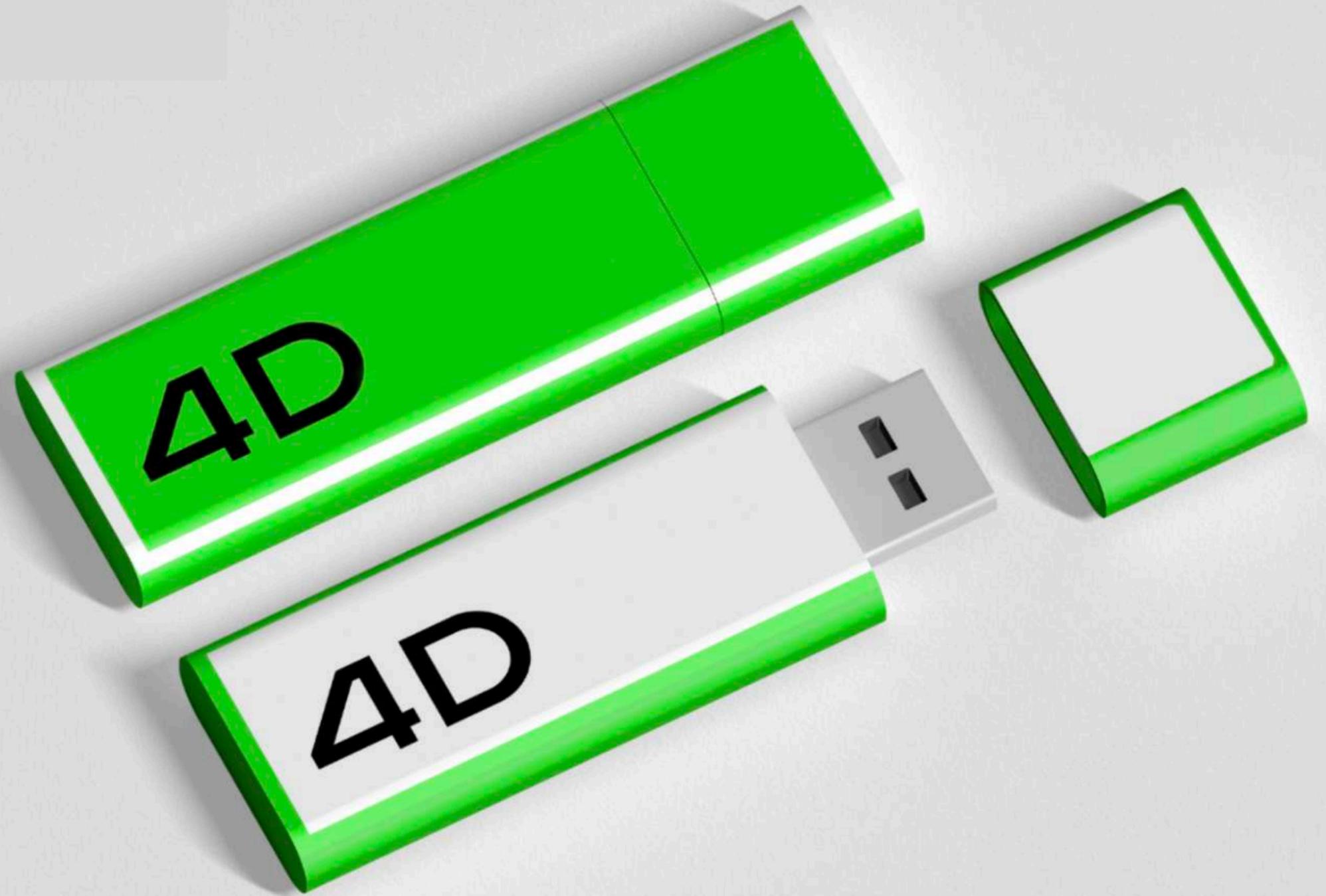
Промо материалы размещаются в специальных карманах в теле буклетницы.



Сувенирная продукция

Дополнительными элементами фирменного стиля является сувенирная продукция.

На флеш накопителях используется графика. На лицевую часть нанесен логотип и при желании слоган.



Сувенирная продукция

Важным элементом корпоративного стиля является сувенирная продукция — например, чайная пара.

Чайную пару рекомендуется выполнять на заказ из толстого стекла.

Слоган всегда располагается по верхнему левому краю, а логотип по правому нижнему.



Канцелярия

Корпус ручки выполняется в фирменных цветах бренда. На него наносится логотип, а так же может нанесен быть слоган.

Рекомендуется выбирать квадратную форму ручек и карандашей.



Одежда

Футболки выполняются из плотного хлопка. Логотип размещается с правой стороны на груди.



Конверты

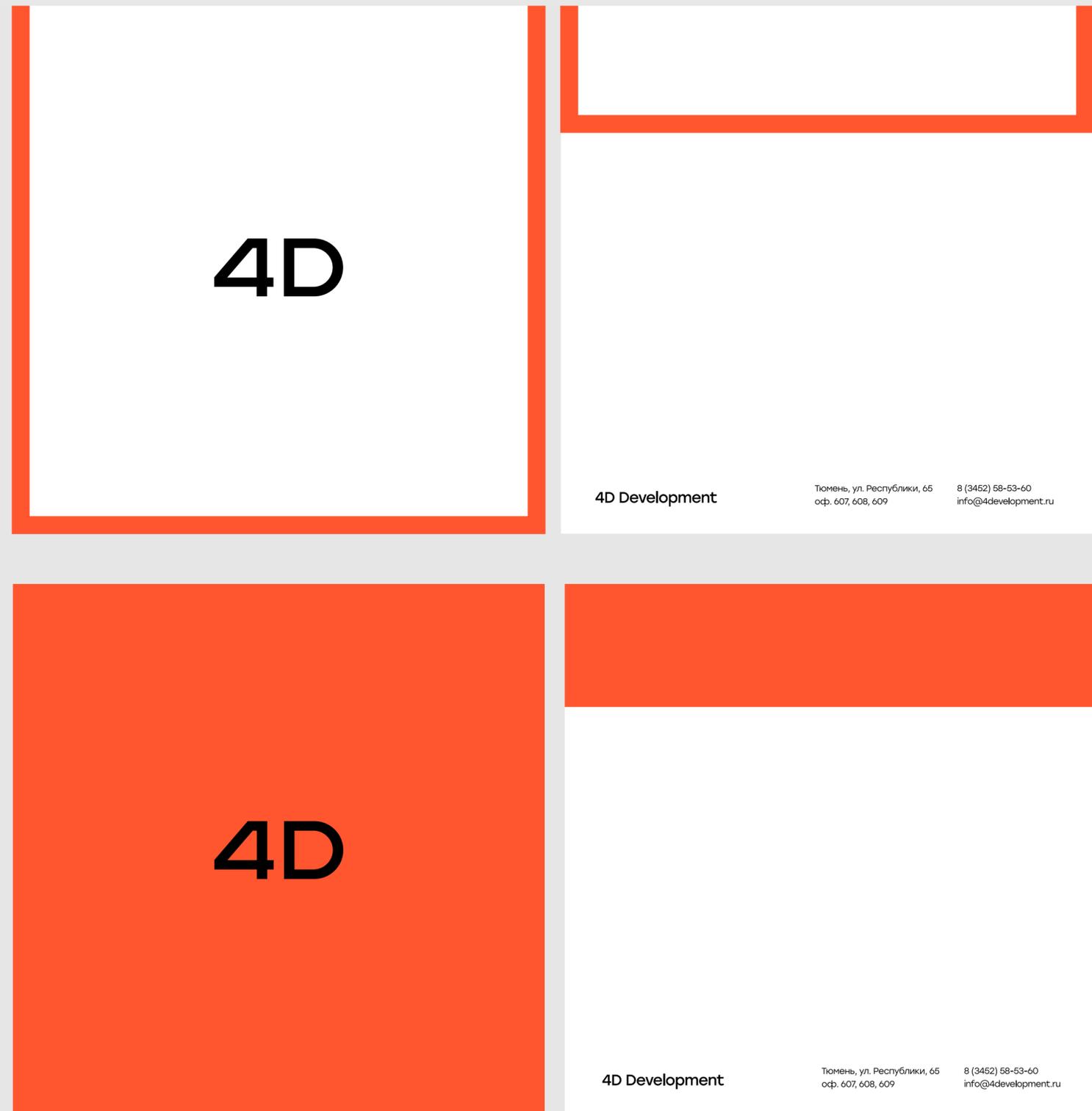
Для основы фирменного конверта рекомендуем выбрать плотный картон, чтобы конверт не деформировался.

Допускается печать на бумаге. Минимальная рекомендуемая плотность бумаги – 120 гр.



Конверты

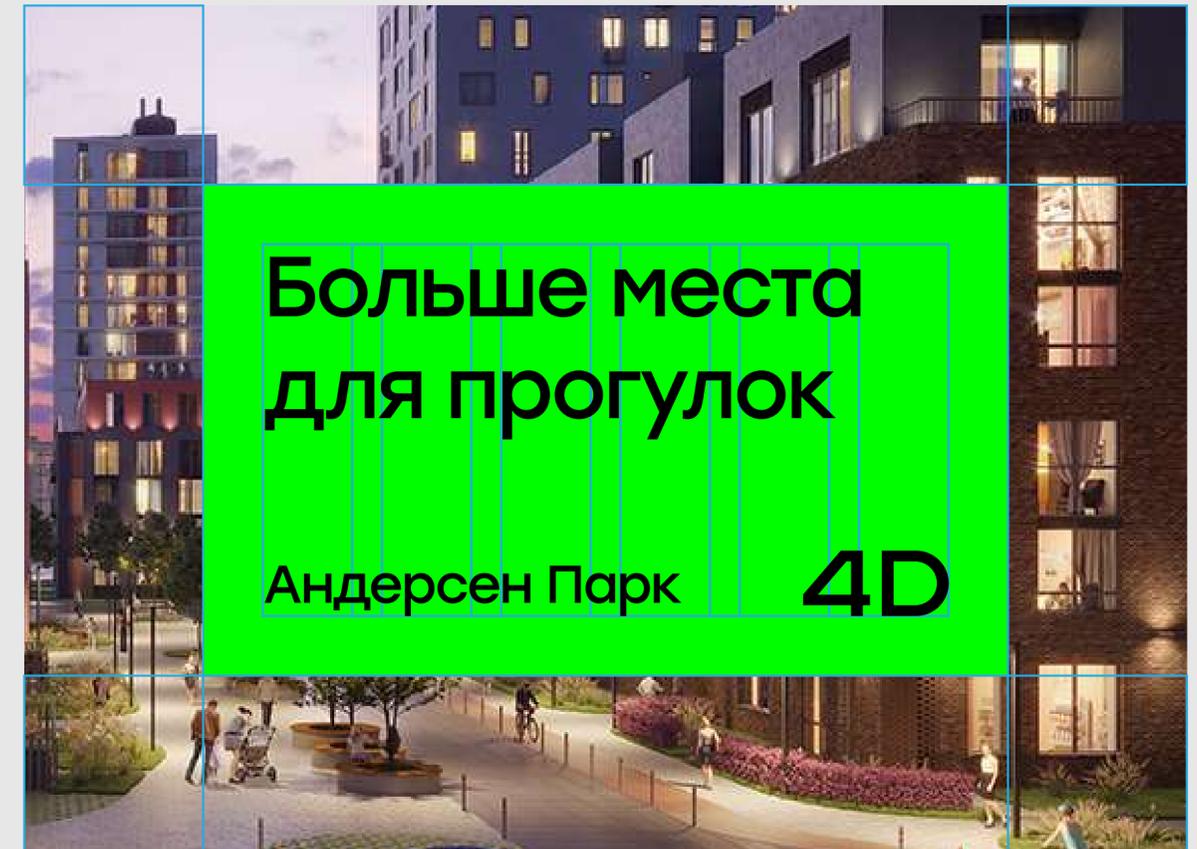
Альтернативный квадратный конверт.
Допускается использование акцентного
цвета.



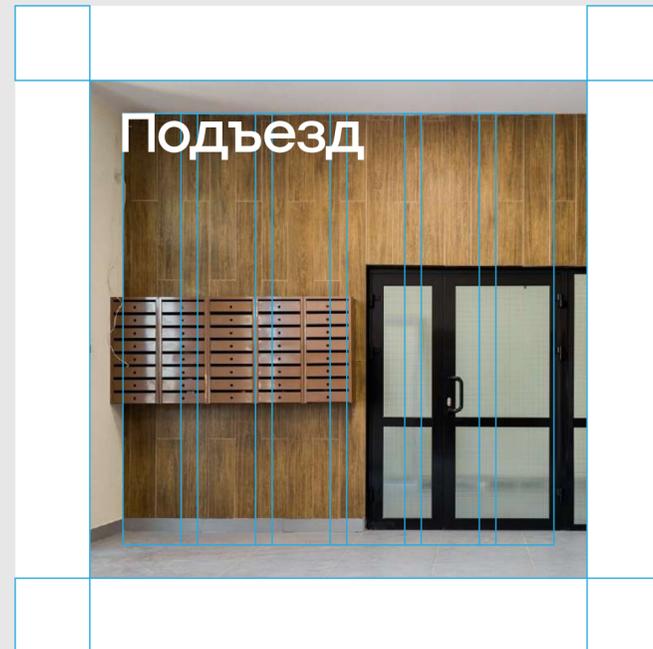
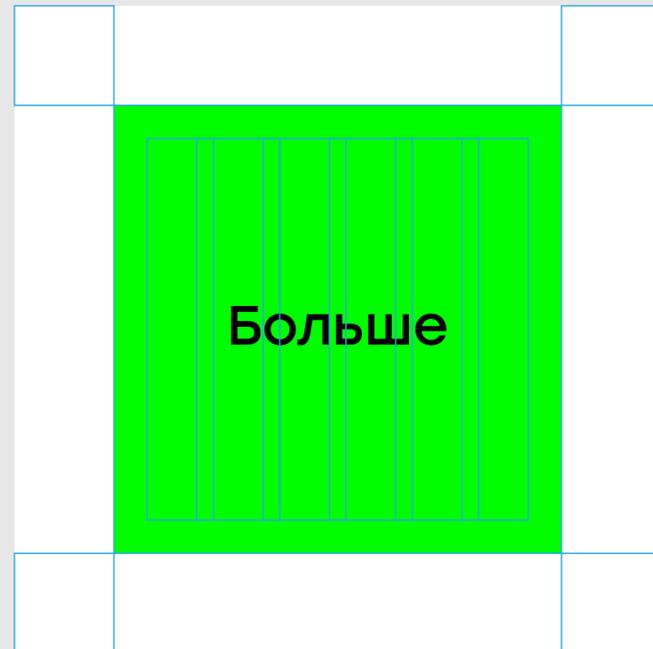
Сетка

Построение сеток базируется на квадрате.

Построение макета строится на трехмерной сетке. Квадрат внутренней части полностью отражает внешнюю и строится по такому же принципу.



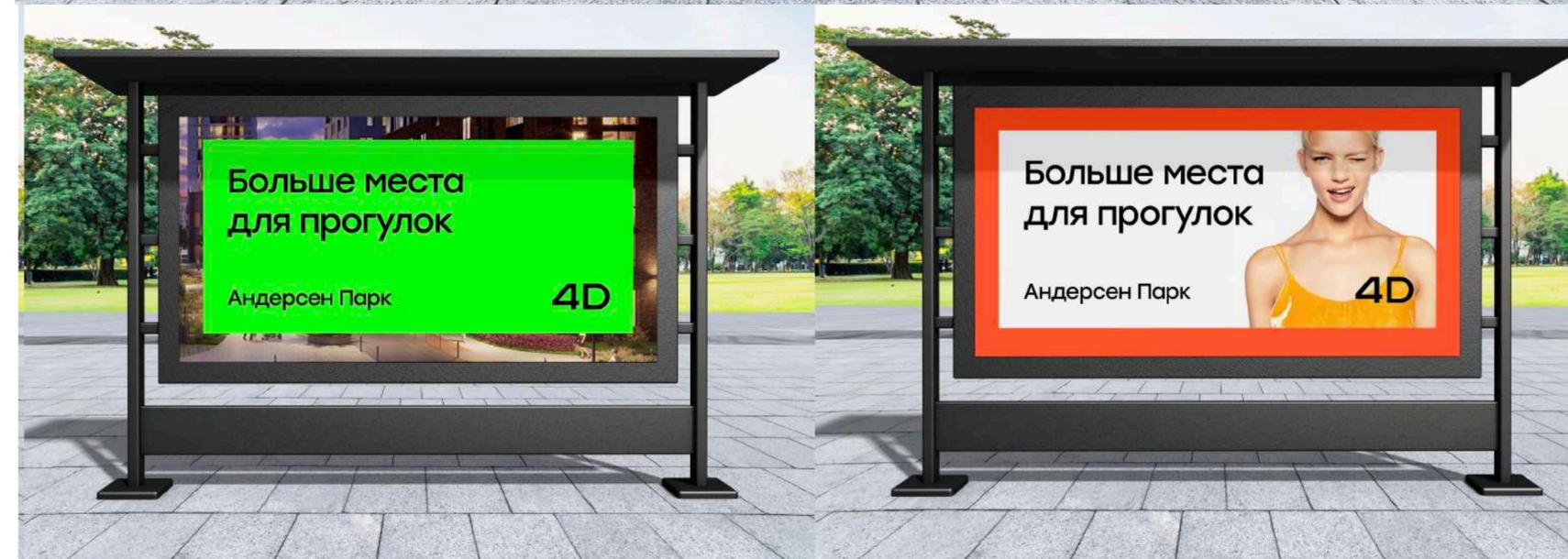
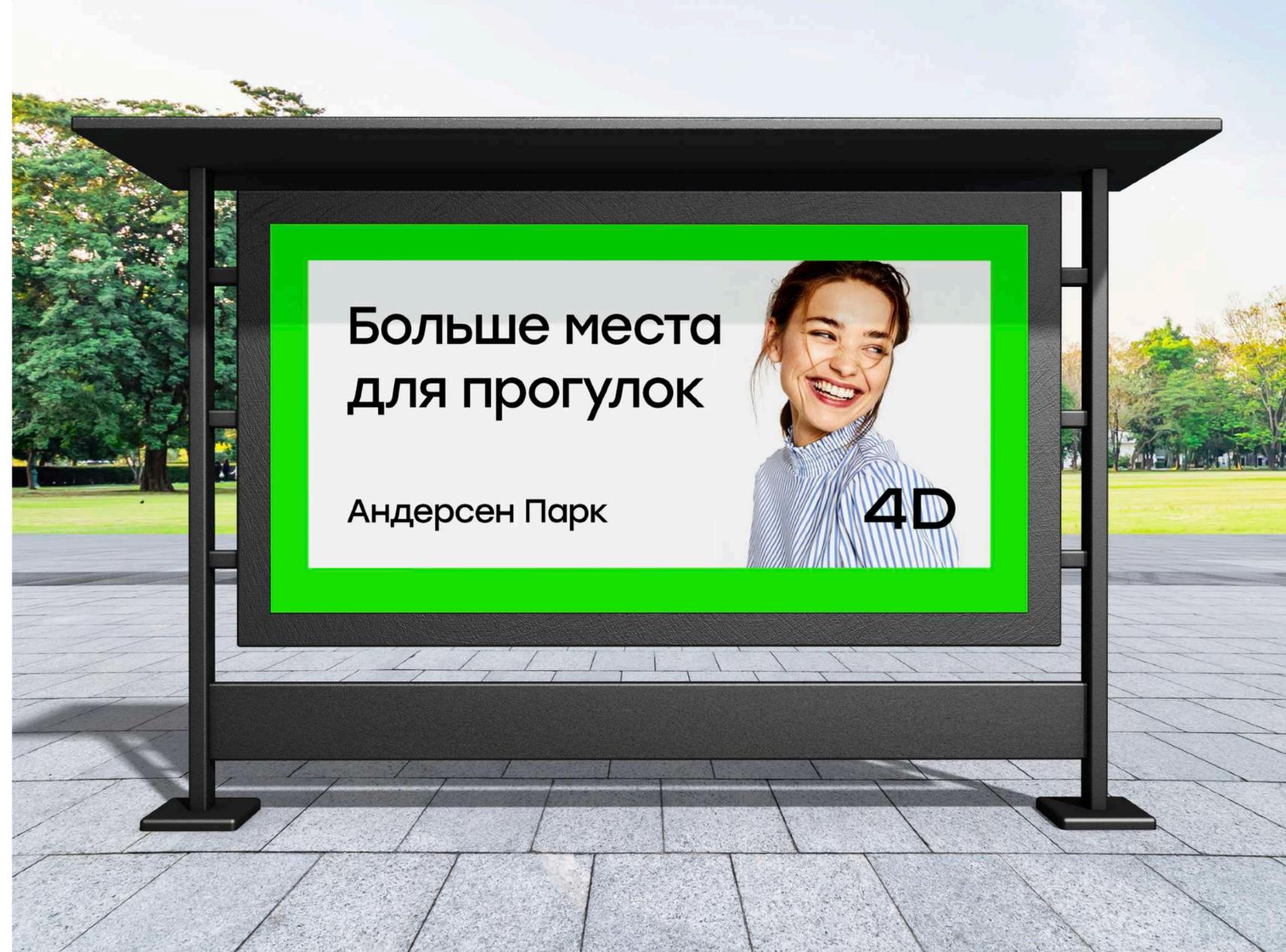
Сетки



Наружная реклама

Важным элементом фирменного стиля является рама. Рама может быть как цветной так и белой.

Рамой может служить и фото контент.



Identity guideline

Офис продаж

Для оформления фасада офиса продаж рекомендуется использовать фирменную графику и логотип. Белые элементы рекомендуется дополнить подсветкой.



Указатели

Для оформления указателей используются фирменные цвета и фирменный шрифт Stolzl.

Не рекомендуется использовать кругловатые иконки.



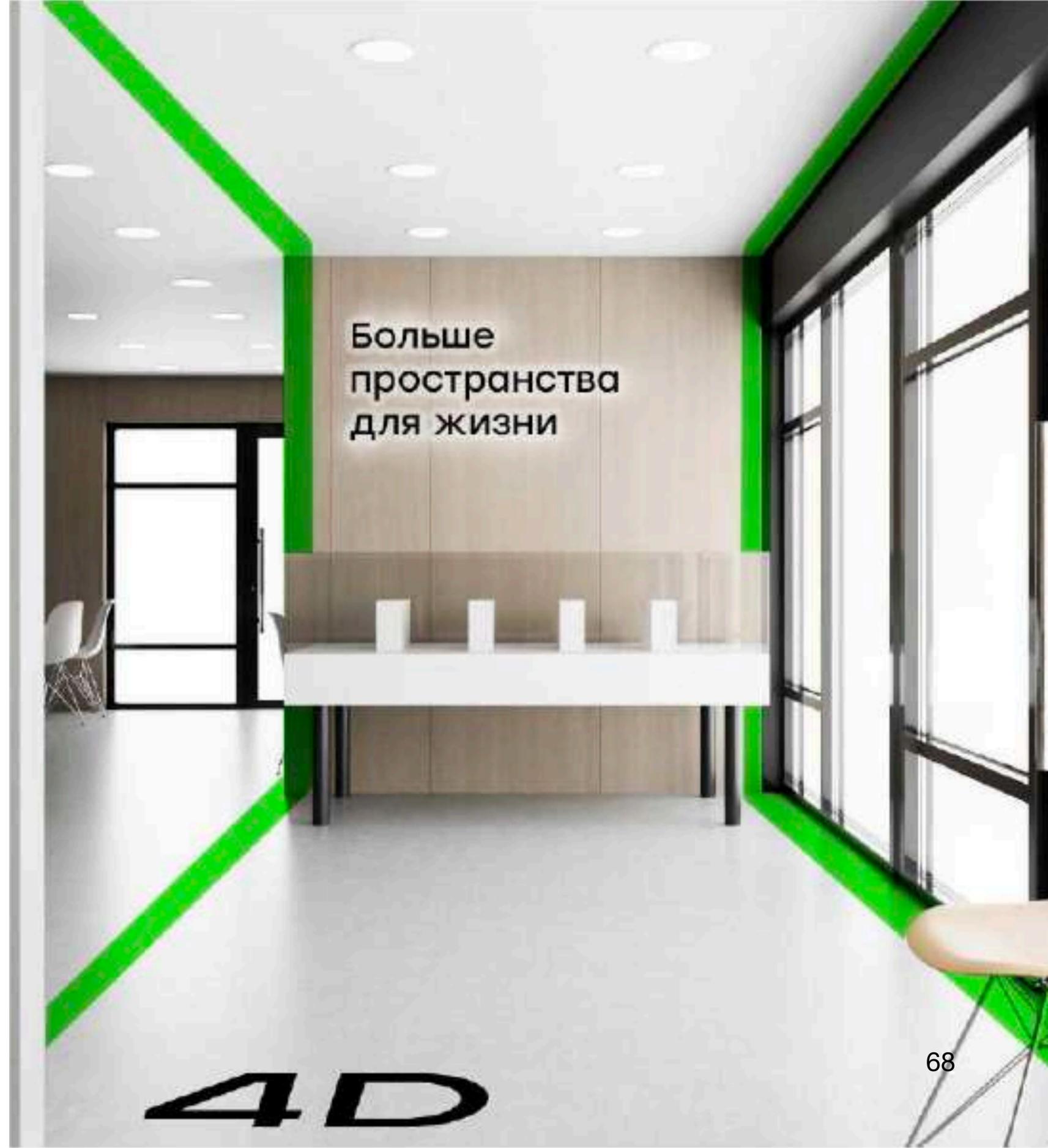
Указатели

Допускается инверсия.



Указатели

При оформлении внутреннего пространства офиса рекомендуется использовать слоган, логотип и фирменную графику.



Навигация

Пример использования в навигации фирменного цвета.

Иконографику следует разрабатывать вручную, используя острые углы – имитация квадрата.

Логотип размещается в правом нижнем углу.



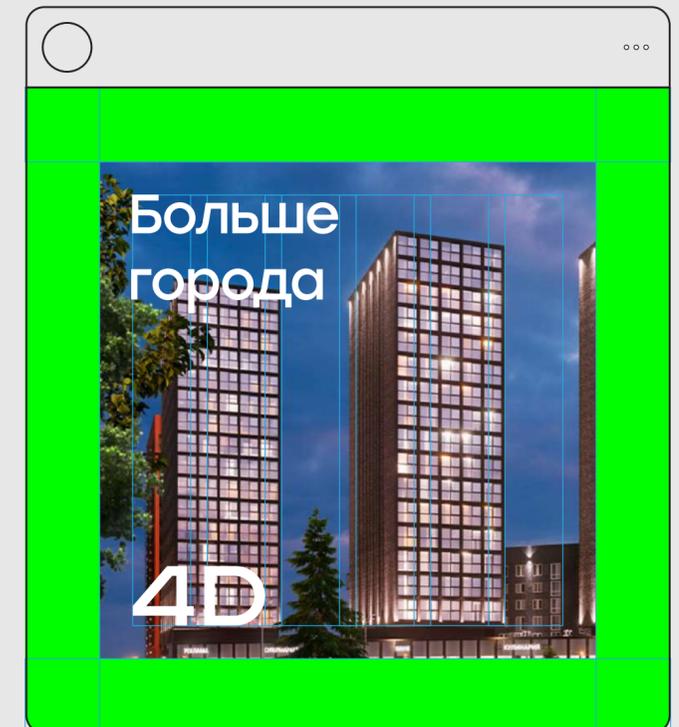
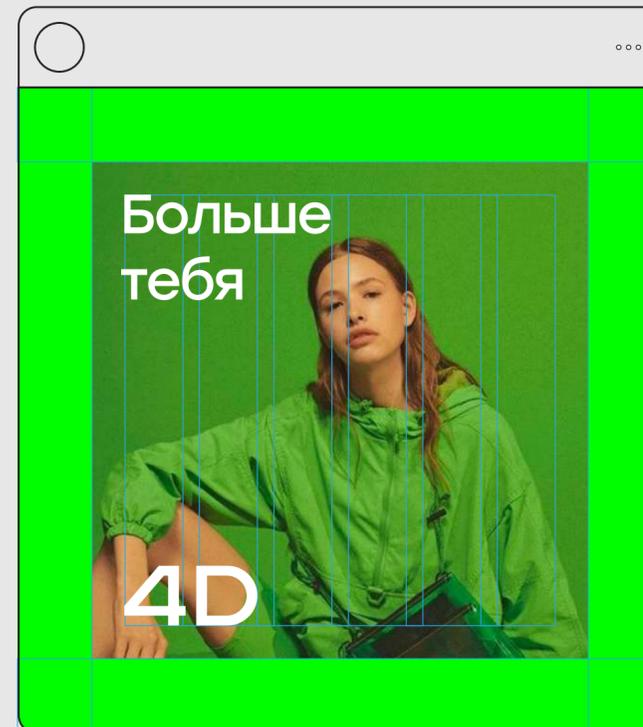
Digital

02.4

SMM

При построении сетки для шаблон-макетов постов в социальных сетях важно учитывать фирменную графику.

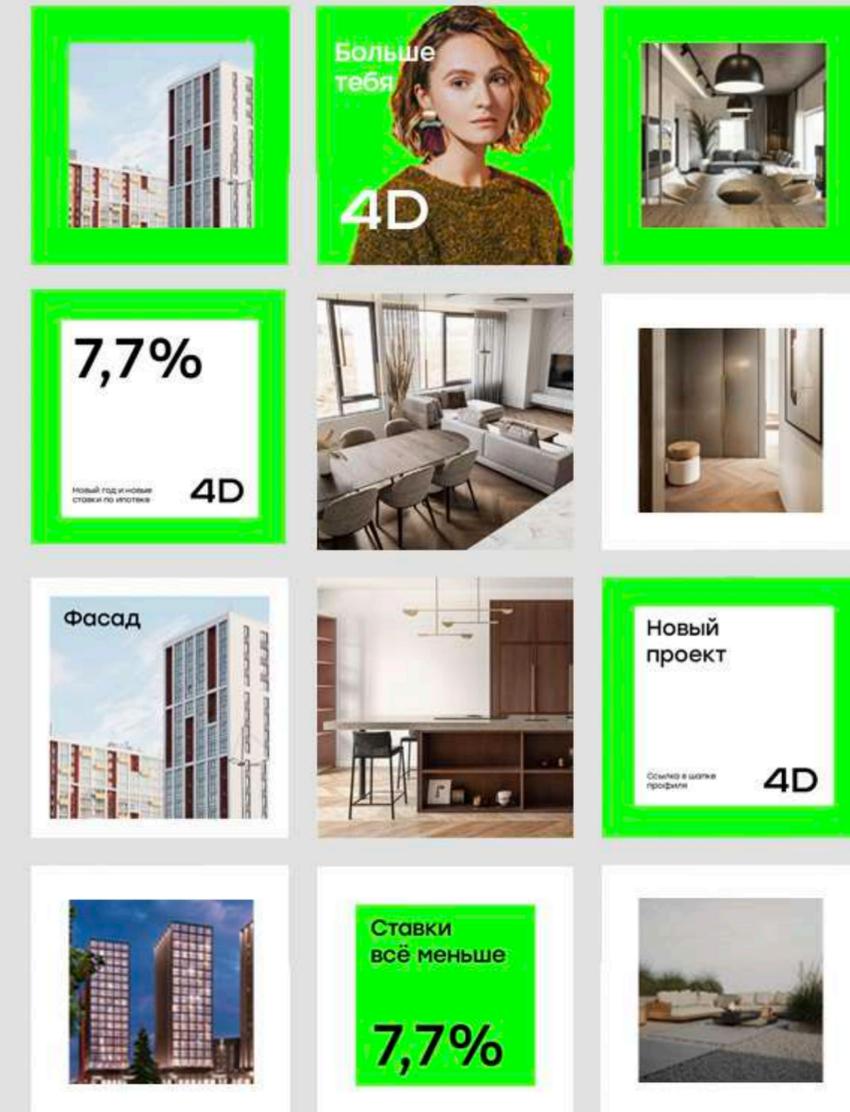
Разрешается увеличивать, уменьшать раму в зависимости от контента. Рама выступает и как объект динамики.



SMM

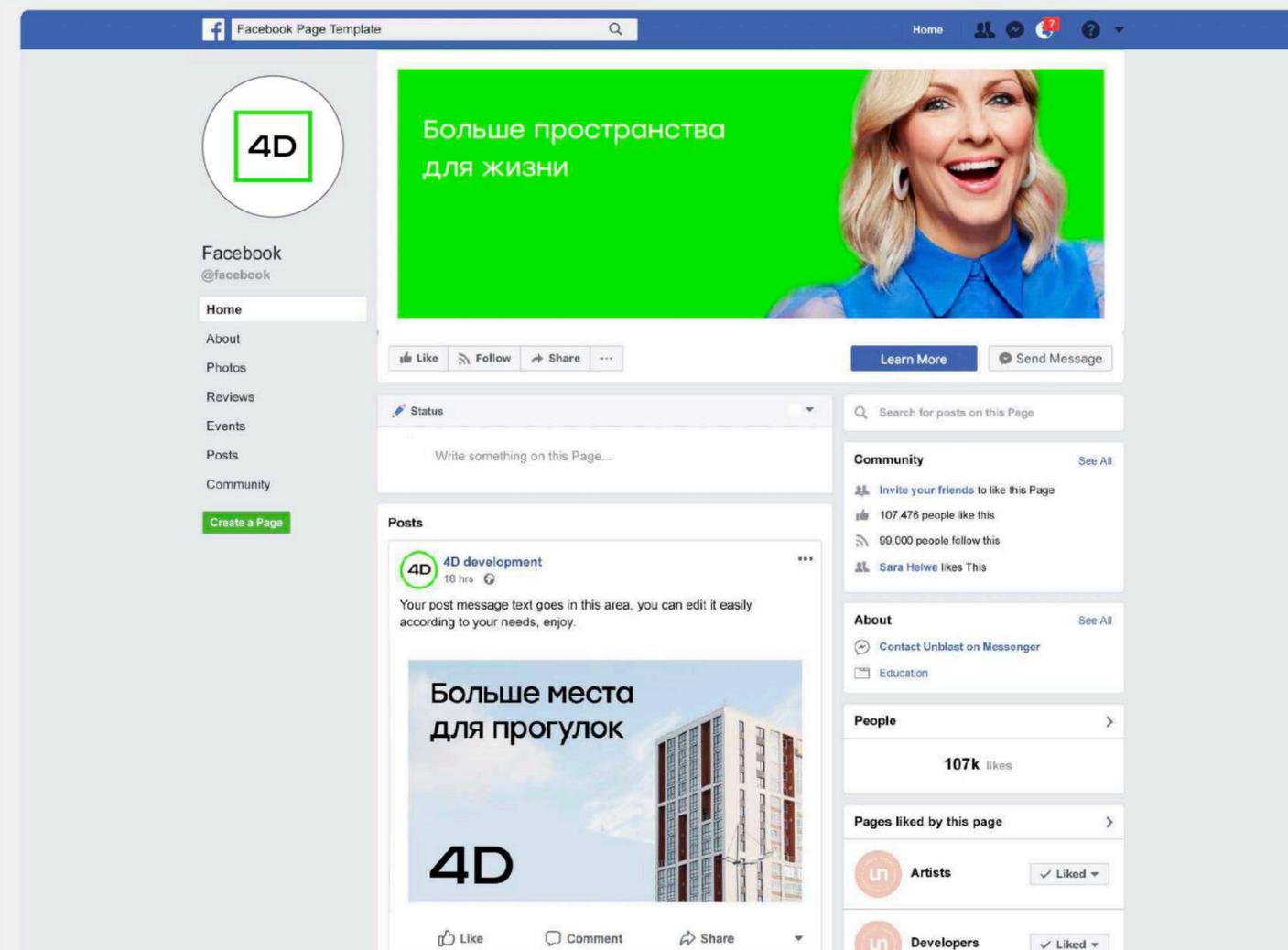
В постах важно использовать лаконичный, чистый и простой фотоконтент.

Там, где используется рама, не допустимо нарушать ее границы текстом. Рекомендуемое количество текста на 1 посте – 20% от всей площади.



SMM

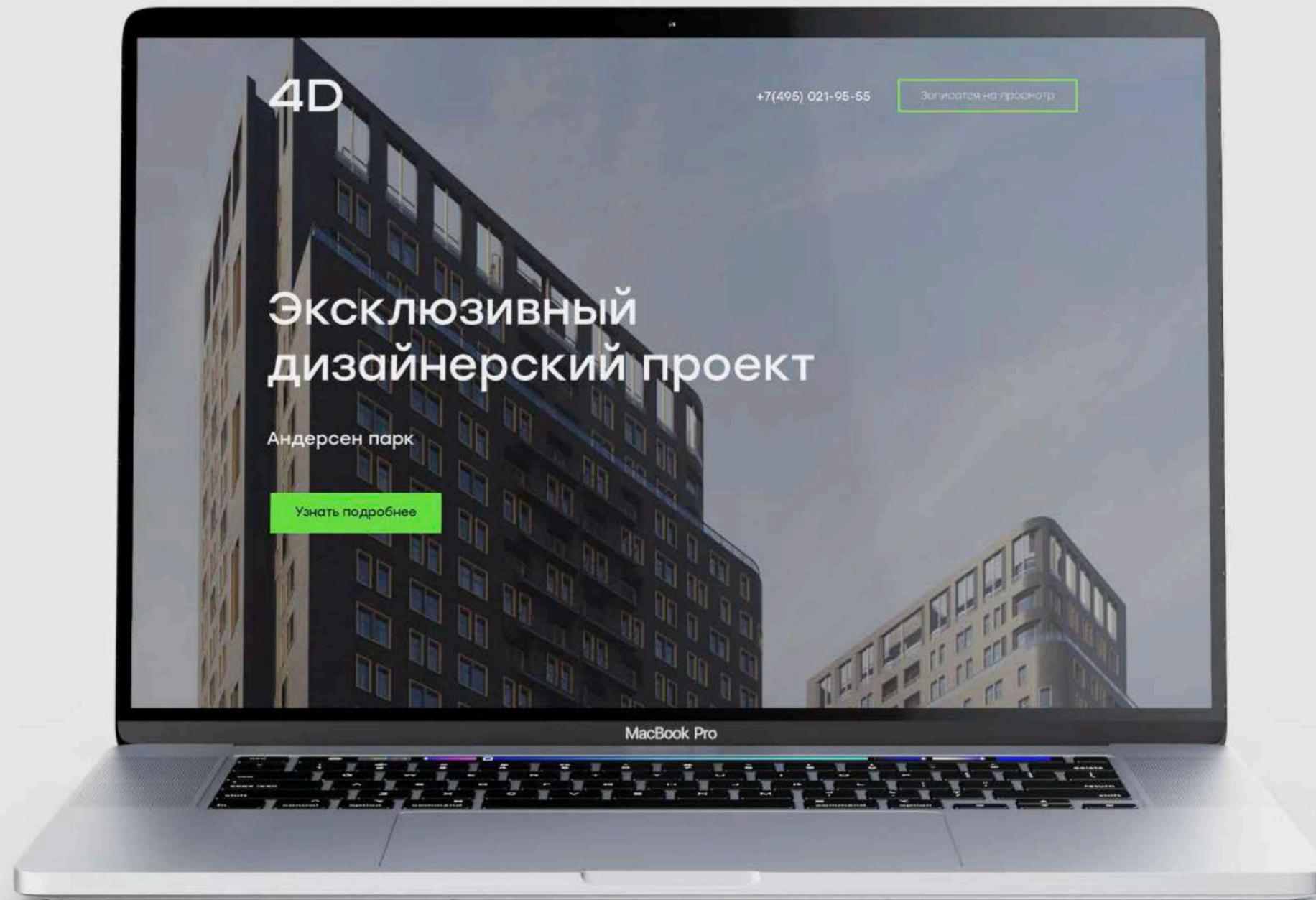
Единый принцип оформления
используется для всех smm-каналов.

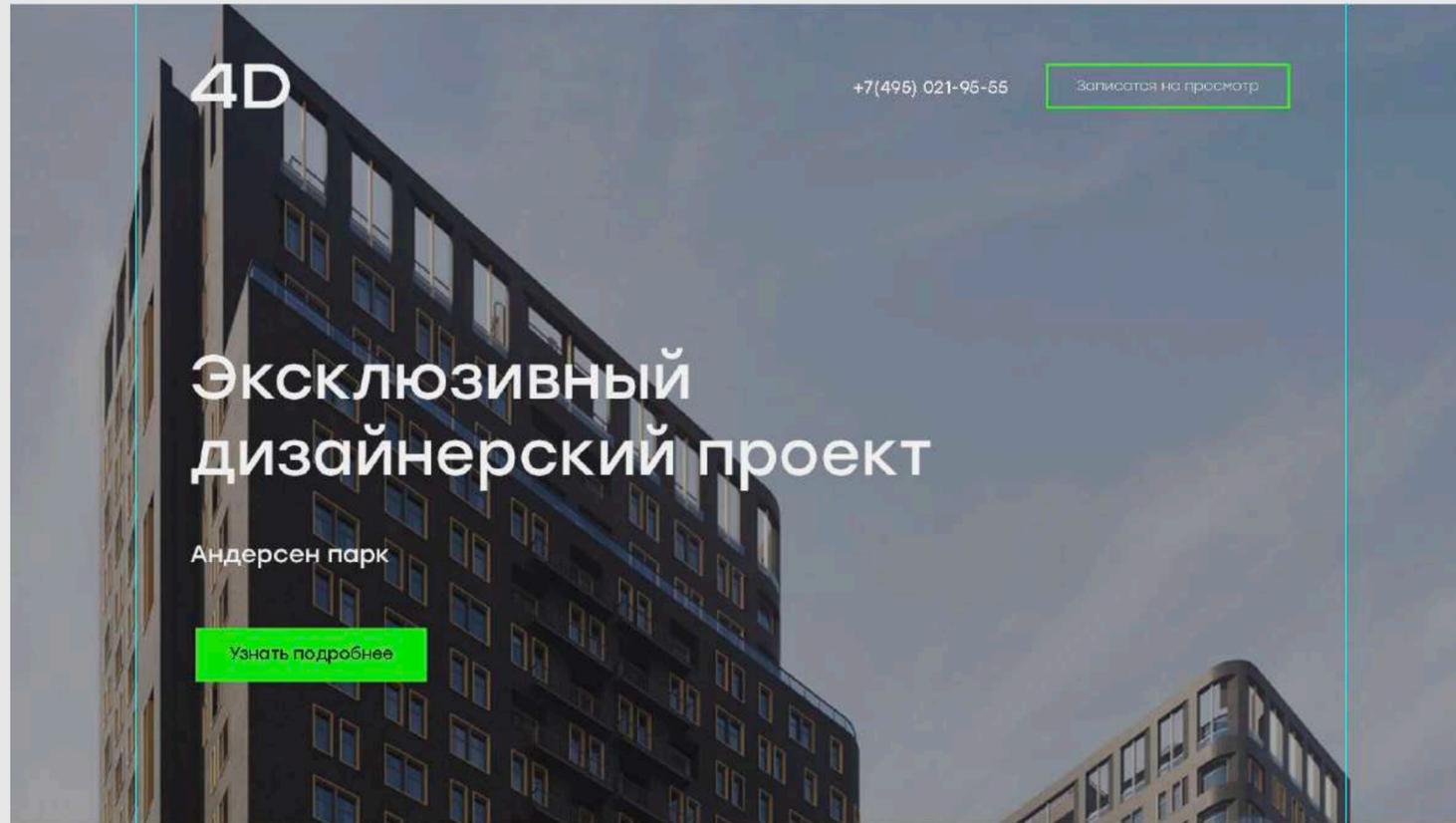


Сайт

В дизайн сайта заложены геометрические формы. Так же незримо присутствует элемент формы и стилеобразующий элемент — рама.

Рама может использоваться для выделения информации и в качестве основного eye-catch элемента (например, кнопки захвата).





О проекте

“Дыхание” — готовый комплекс из пяти секций высотой от 12 до 28 этажей, построенный по проекту Филиппа Старка. Дом с квартирами площадью от 73 до 215 м2. Благодаря трапециевидной форме дома в нем созданы более 400 видов планировок с зимними садами, остекленными террасами и лоджиями.

Только для жителей дома обустроены террасы на крыше, во дворе уютная зона патио и две детские площадки. Внутри дома — лобби с каминами, библиотека с конференц-залом, частный кинотеатр и детская игровая комната.



О проекте

“Дыхание” — готовый комплекс из пяти секций высотой от 12 до 28 этажей, построенный по проекту Филиппа Старка. Дом с квартирами площадью от 73 до 215 м2. Благодаря трапециевидной форме дома в нем созданы более 400 видов планировок с зимними садами, остекленными террасами и лоджиями.

Только для жителей дома обустроены террасы на крыше, во дворе уютная зона патио и две детские площадки. Внутри дома — лобби с каминами, библиотека с конференц-залом, частный кинотеатр и детская игровая комната.



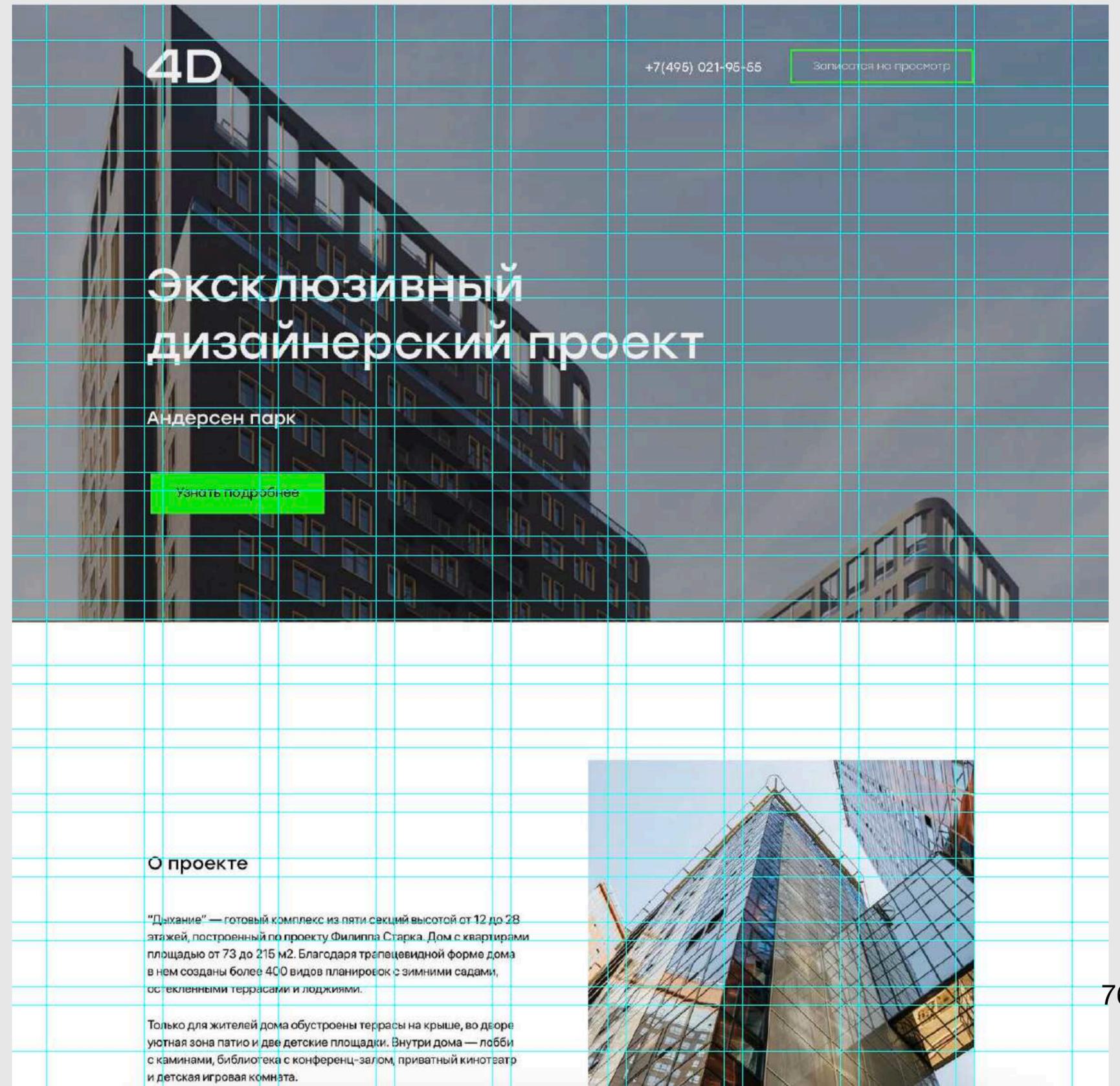
Тюмень

Дмитровское шоссе, 13

Дом «Дыхание» расположен за пределами Садового кольца, но живое дыхание города ощущается здесь, как нигде. Рядом расположены 6 ВУЗов, 10 детских учреждений, 7 фитнес клубов, 4 бассейна и более 20 медицинских учреждений.



Сетка – 9 столбцов, 16 строк.
Рама – 7 мм



Visual system

03

Идентичность каждого конкретного проекта развивается на основании концепции и характера этого проекта. Но в рамках базовых принципов формирования системы айдентики 4D

Основные критерии

Оставаясь в «рамках»

Рама – важный элемент стиля. Именно она собирает воедино всю информацию, делая на ней акцент. Элемент узнаваем и сразу считывается, становясь идентификатором всей линейки бренда.

Быть ярким

Мы сконцентрировали сочные цвета в одном месте. 4D Development как отражение самого сочного, яркого. Движение в новое измерение.

Быть смелым

Концепция может на первый взгляд показаться простой. Рамка здесь не только отражена в графике, но и создает пространство для креатива. Она не ограничивает а, наоборот, дает возможность высказаться на языке бренда.

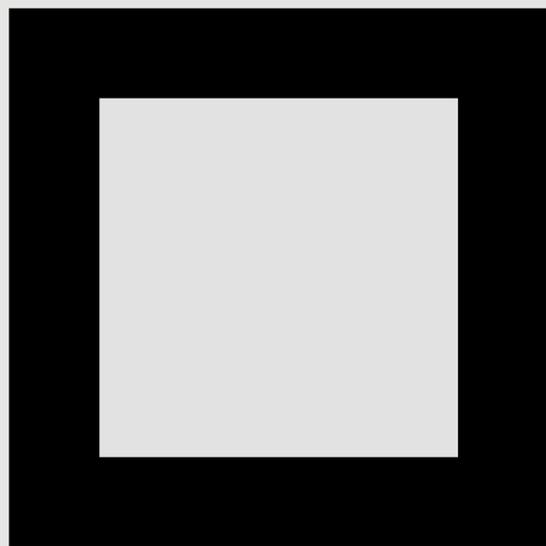
Графика

Стилеобразующим элементом айдентики является рама – она лежит в основе построения всех материалов.

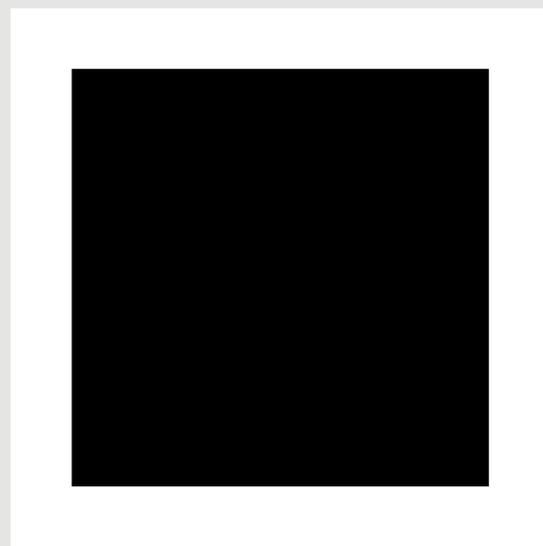
Ее использование в последующих проектах значительно увеличит узнаваемость бренда, как единой системы.

Линия рамки должна прослеживаться на всех носителях, включая рекламные баннеры.

Рама не имеет четких размеров. Размер зависит от носителя. Минимальная ширина рамы – 15 px. Минимальная ширина рамы на физическом носителе – 20 mm.



Акцент

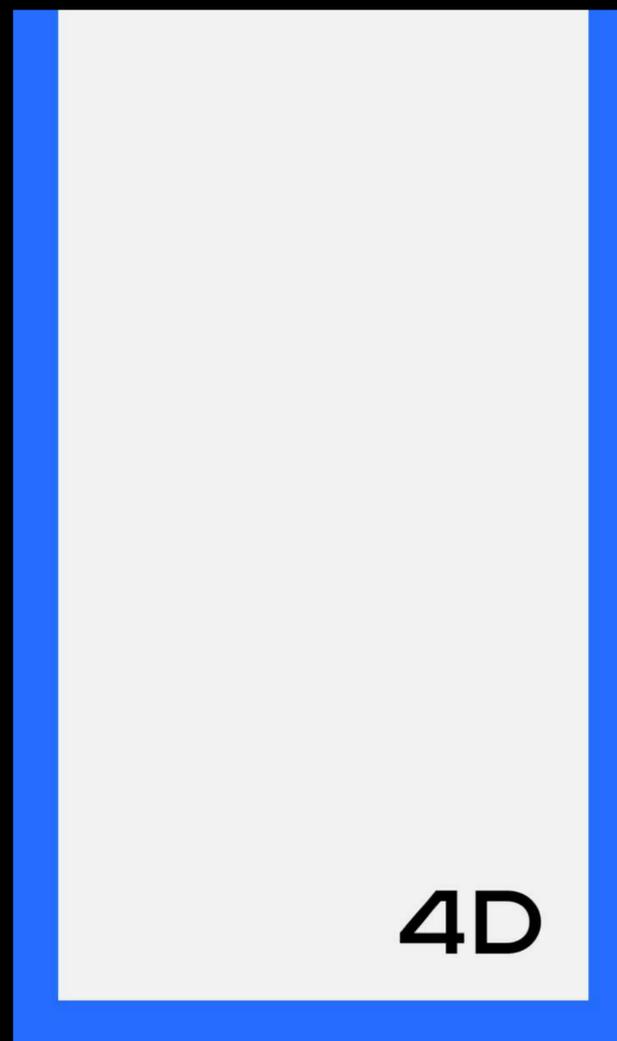
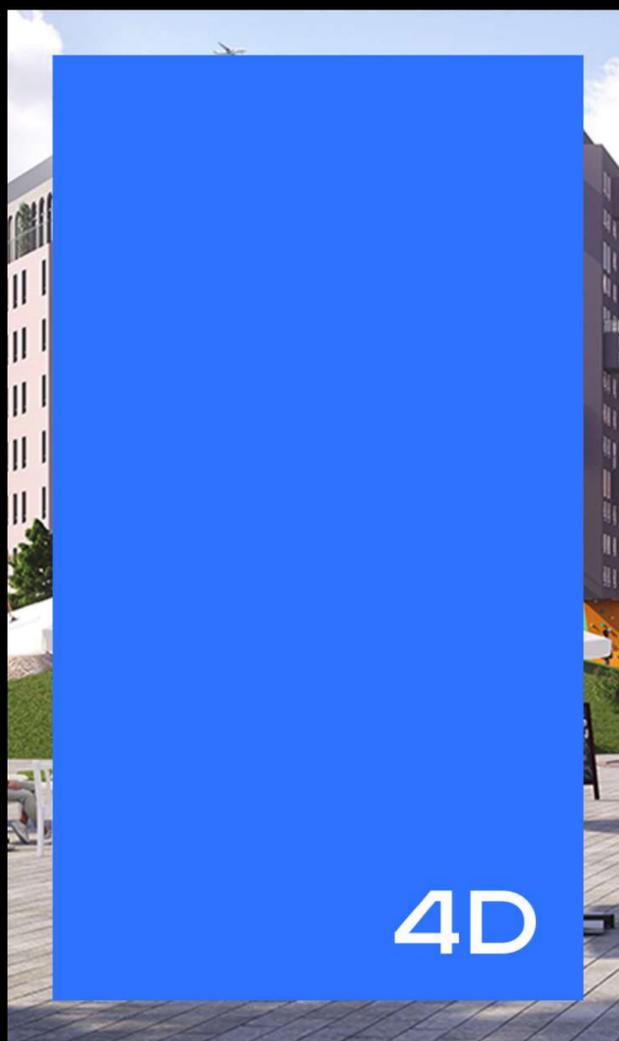


Инверсия



Уменьшение

Основные графические приемы



Типографика

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля

Шрифтовая композиция логотипа

При дальнейшей разработке серии логотипов для будущих брендов, важно придерживаться одного стиля начертания.

Логотипы для новых фирменных блоков формируются на базе шрифта Druk.

Шрифтовая композиция логотипа

Логотипы существующих брендов рекомендуется переводить в ЧБ. Логознаки следует окрашивать согласно цветоводу, закрепленному за брендом, и размещать по верхнему левому краю в зоне логоблока.



 **ГРАНД КВАРТАЛ**

**Видовые
апартаменты**

(3652) 58 00 00 grandkvartal.ru



 **ГРАНД КВАРТАЛ**

**Видовые
апартаменты**

(3652) 58 00 00 grandkvartal.ru

Шрифтовая композиция логотипа

Druk

Medium **Bold**

Шрифтовая композиция логотипа

Ориентированное на использование в структурных элементах семейство Druk Text Wide проясняет типографическую иерархию, не требуя резких изменений размера в пределах страницы.

Этот шрифт следует применять для начертания логотипов последующих проектов, чтобы сохранилась привязка к логотипу материнского бренда.

Шрифт сохраняет хорошую читаемость даже при 6 пунктах.

Семейство

DRUK TEXT WIDE

Логотип

Medium

Druk

Шрифтовая композиция логотипа

 **ГРАНД КВАРТАЛ**

 **КЛЕВЕР
ПАРК**

Существующие бренды

SMORODINA

ВЕРШИНЫ

Будущие бренды

Основная гарнитура

Stolz

Regular Medium **Bold**

Основная гарнитура

Фирменным шрифтом является современный геометрический гротеск Stolzl.

В нем есть как выразительность отдельных букв, задающая общий тон текстовому блоку, так и привычность форм, сохраняя читабельность текста.

Во всех проектах бренда используется именно эта гарнитура.

Семейство

Stolzl

Абзац

Book

Заголовки

Regular

Доп. элементы

Light

Stolzl

Visual system

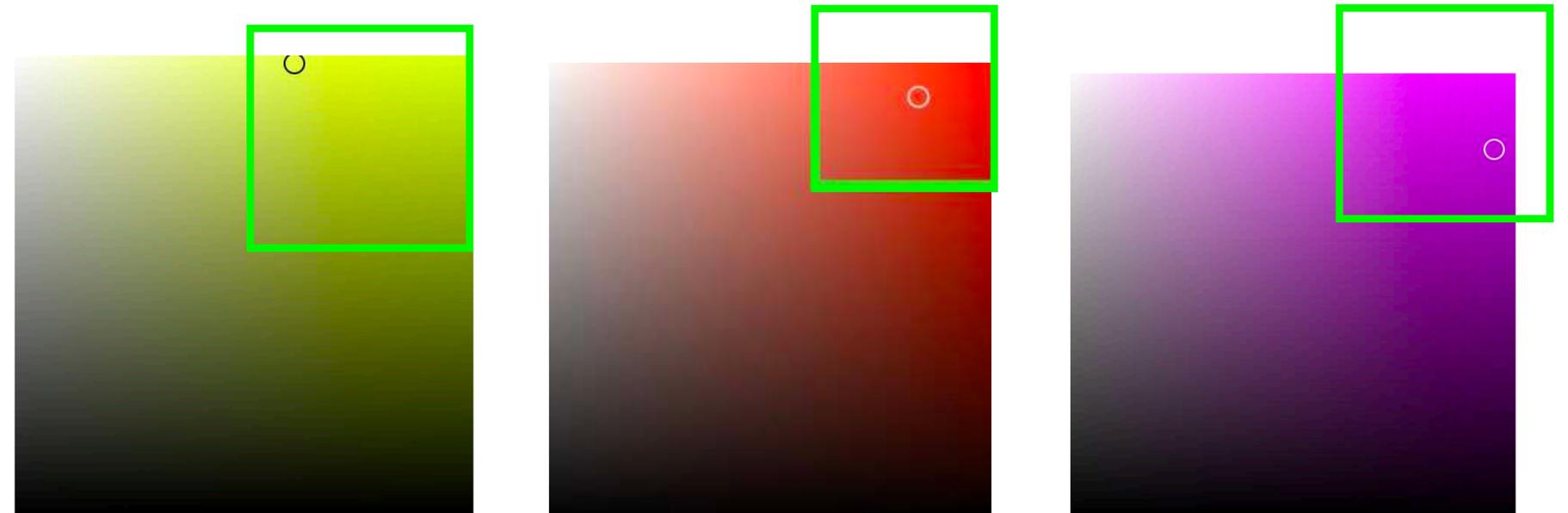
Цвет

03.3

Цвет

Для каждого проекта формируется свой уникальный цветокод на базе фирменной палитры 4D.

Основная концепция выбора цвета – это выбор, в рамках квадрата.



Цвет

Цветовая основа – белый цвет. Далее все комбинируется вместе с ним. Белый и черный не изменяются из проекта в проект.

Использование белого цвета как основного, так же важно, как и применения фирменных цветов. Правильное использование белого цвета позволяет подчеркнуть пространство, легкость и контраст.

Цветовой спектр определяется в соответствии с общей концепцией проекта и подбирается из наиболее подходящих оттенков из правого верхнего угла квадрата.

В качестве акцентных цветов и для использования дополнительной графики, допускается использование цветов находящихся рядом в палитре с основными фирменными цветами.

АНДЕРСЕН ПАРК

Жилой квартал
«Андерсен Парк»

Visual system

#2E74FF
Pantone 285 C

#000000

#FFFFFF

MOë

Жилой квартал
«Моё»

Visual system

#F93822
Pantone
Bright Red C

#000000

#FFFFFF



Жилой квартал
«Клевер Парк»

Visual system

#28F1B3
Pantone 333 C

#279989
Pantone
7473 C

#000000

#FFFFFF



Жилой квартал
«Гранд Квартал»

Visual system

#00AA13
Pantone 2423 C

#13322B
Pantone
627 C

#000000

#FFFFFF

VERNO

Жилой квартал
«VERNO»

Visual system

#FFAE00
Pantone 2010 C

#D66600
Pantone
2019 C

#000000

#FFFFFF

#E7FF6C
Pantone 386 C

Пример цветового кодирования
для будущих проектов

#000000

#FFFFFF

#CB05E0
Pantone
Purple C

Пример цветового кодирования
для будущих проектов

#000000

#FFFFFF

#FF8965
Pantone 1635 C

Пример цветового кодирования
для будущих проектов

#000000

#FFFFFF

ФОТОСТИЛЬ

Фотостиль

Фото подбираются отдельно для каждого конкретного проекта, но в рамках общего фотостиля 4D.

Следует отдавать предпочтение минималистичным, контрастным изображениям, располагающимся на однотонном / изолированном фоне.

Цвет фона определяется в соответствии с закрепленным за проектом фирменным цветом.



 **ГРАНД КВАРТАЛ**

**Видовые
апартаменты**

(3652) 58 00 00 grandkvartal.ru



VÉRNO

Комфорт класс

(3652) 58 00 00 verno.ru

Фотостиль



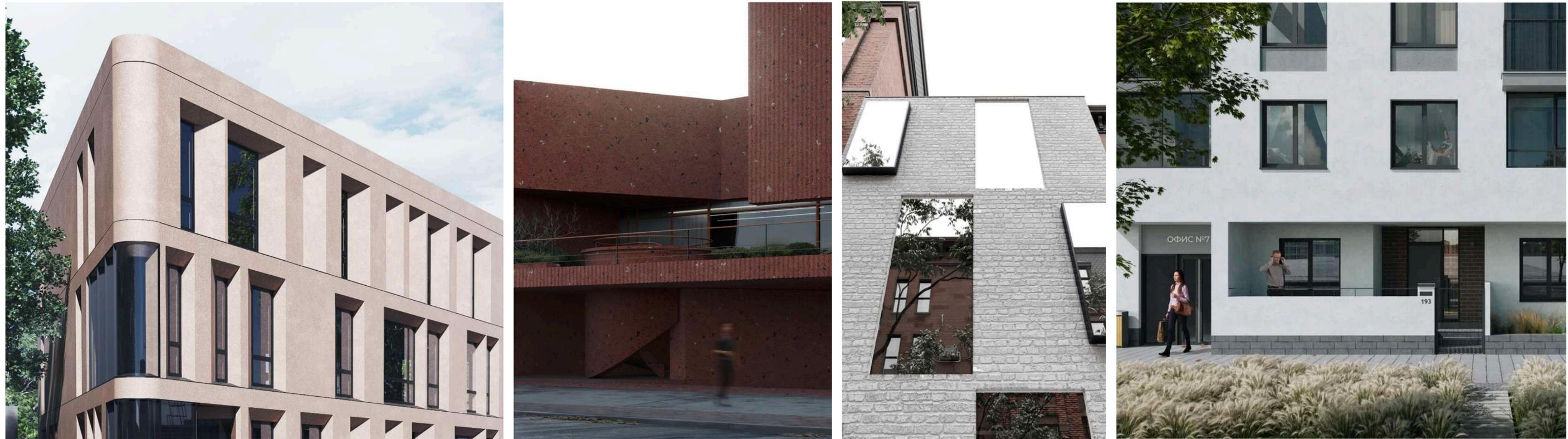
Основной принцип стиля — минимализм.
На фото должны преобладать яркий чистый фон, однотонность и простота кроя одежды.

Фотостиль



Те же принципы следует учитывать при работе с изображениями интерьеров.

Фотостиль



Рекомендуется не переусложнять рендеры экстерьеров, избегать излишних деталей на изображении, чаще использовать крупные планы.

Visual system

Сетки

03.5

Построение сеток

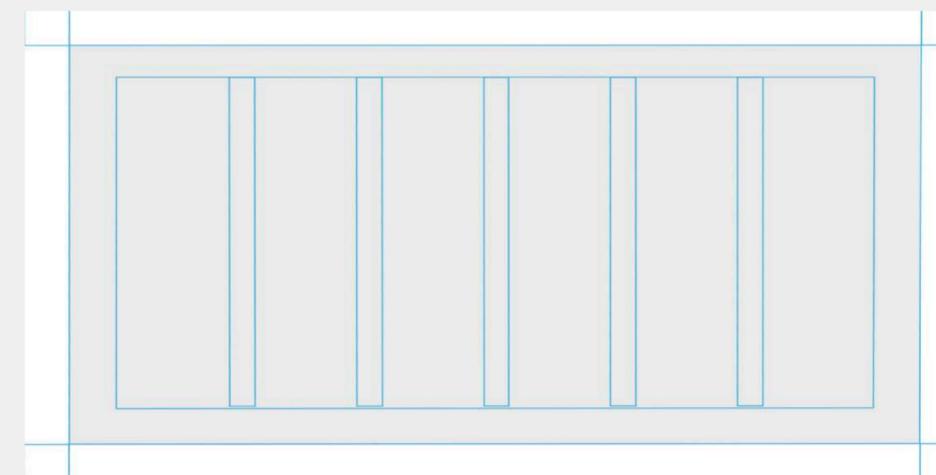
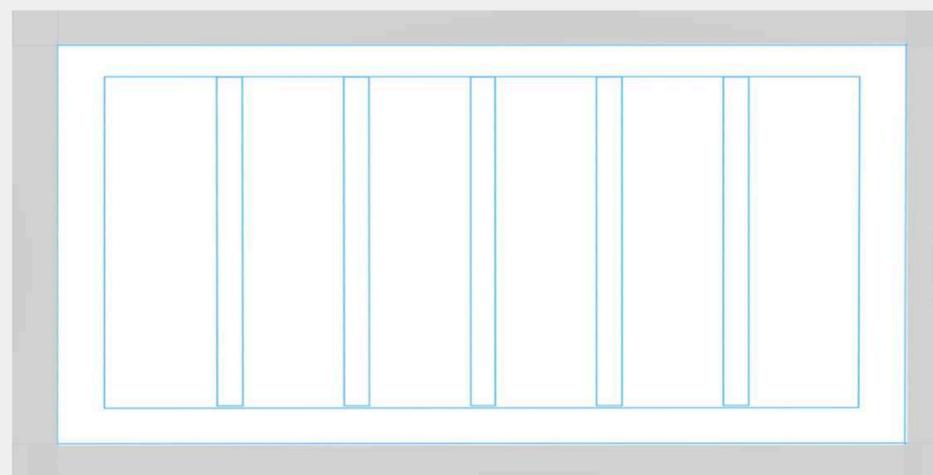
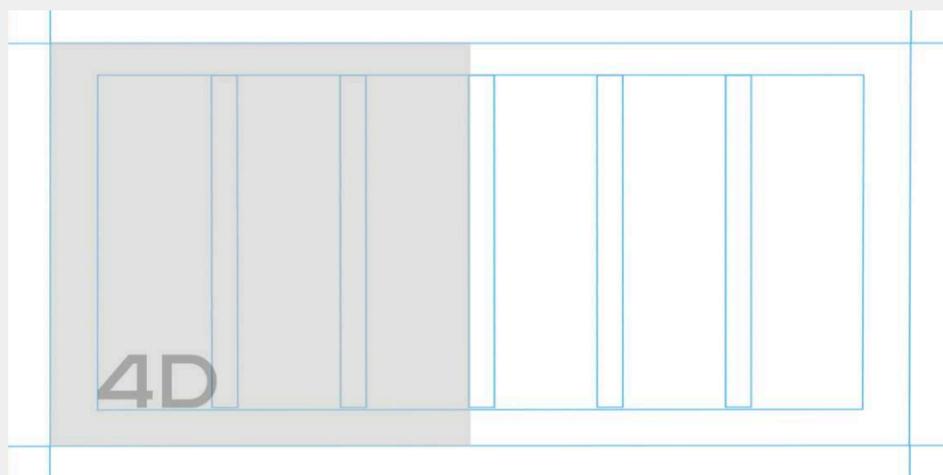
Сетка верстки формируется по единому принципу для всех проектов.

Расположение фотоэлементов, текстовых блоков и логотипа, а также отступы строятся исходя из пропорций сетки общего стиля 4D и должны всегда соблюдаться.

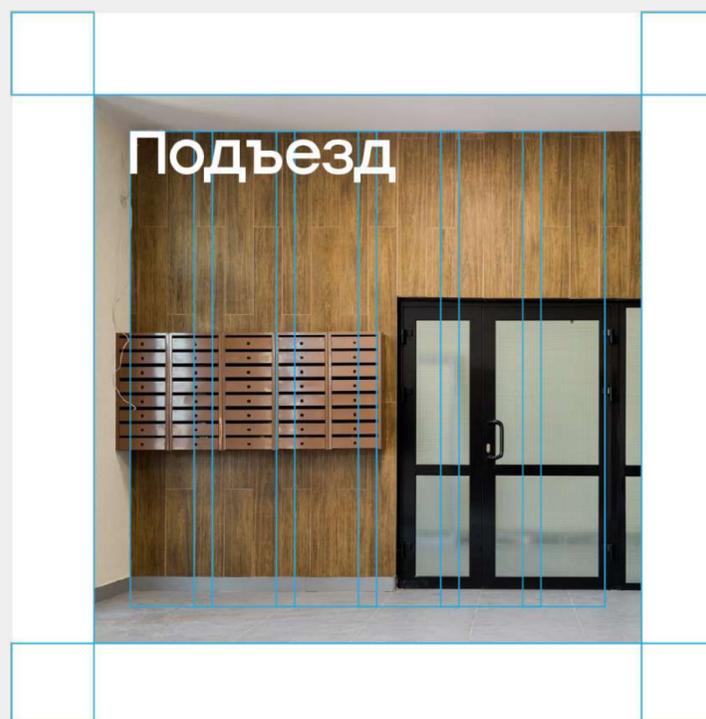
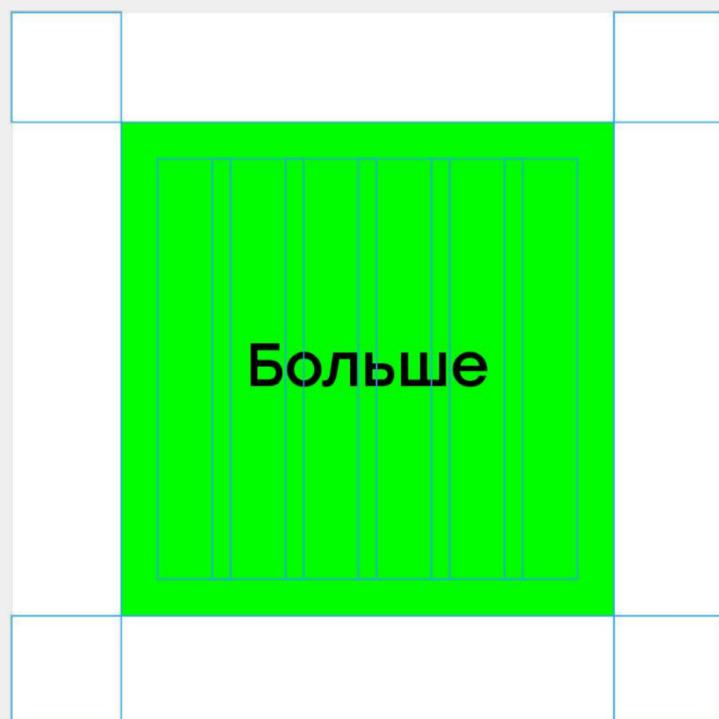
Логотип проекта находится вверху с выключкой по левому краю.

Информация на носителях может быть расположена в любом месте по периметру сетки с выравниванием по левому краю.

Построение сеток



Построение сеток



Построение сеток

<p>Запишитесь на экскурсию +7 (3452) 60 40 40 info@4development.ru www.moe72.ru</p> <p>Центральный офис продаж</p> <p>Тюмень, улица Республики, дом 65 офисы 607, 608, 609 пн-пт: 9.00 - 18.00</p> <p>Офис продаж на объекте</p> <p>Тюмень, улица Родниковая, дом 2 пн - пт: 10.00 - 18.00 сб: 10.00 - 14.00</p> <p><small>Актуальную информацию Вы можете получить в отделе продаж по телефону: 8 (3452) 60-40-40. Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Разрешения на строительство от 22.06.2016 г. Не является публичной офертой.</small></p>	<h1>MOË</h1> <h2>Дизайн-квартал НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ</h2> <p>Восточный мкр.</p> <h1>4D</h1>
---	---

Пример верстки фирменного буклета

	<h2>Современное жилье комфорт-класса</h2> <p>О проекте</p> <p>Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia corum corentur aligend iorero quiscianda cuptam ene eum soluptae cumquatatqui oditat am quid fuga. Facepra porepe quis volupta epudit, volore cusant.</p> <p>Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia corum corentur aligend iorero quiscianda cuptam ene eum soluptae cumquatatqui</p> <p><small>Данные указаны по состоянию на момент выхода буклета (апрель, 2019 г). Застройщик имеет право вносить изменения в состав, количество, комплектация, цветовые и художественные решения плана благоустройства территории.</small></p>
---	---

Построение сеток



Интерьеры

Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia corum corentur aligend iorero quiscianda cuptom ene eum soluptae cumquatatqui oditat am quid fuga. Facepra porepe quis volupta epudit, volore cusant.

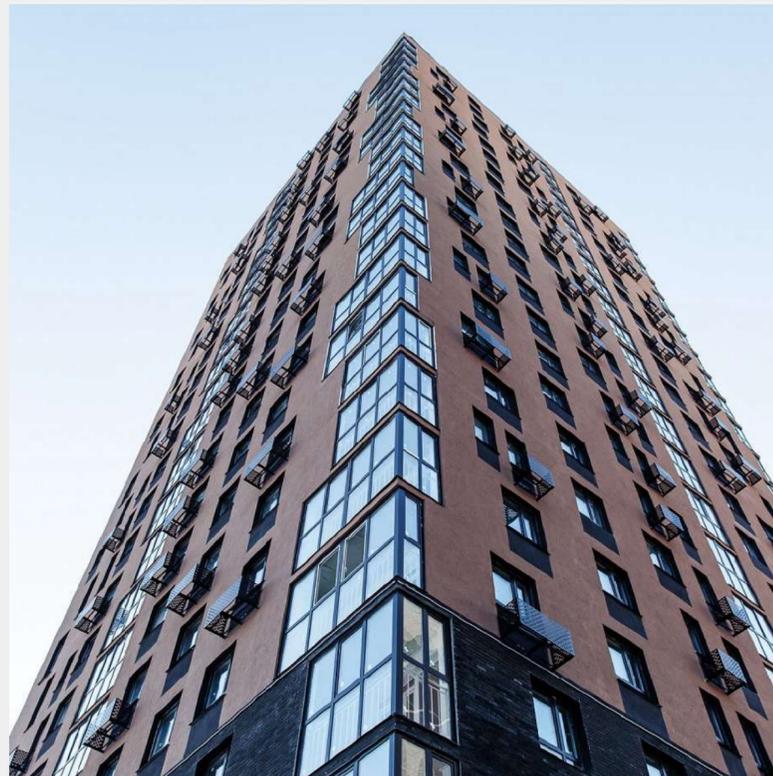


Готовые решения

Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia soluptae cumquatatqui oditat am quid fuga. Facepra porepe quis volupta epudit, volore cusant.

Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia soluptae cumquatatqui

Пример верстки фирменного буклета



Варианты планировок

Bo Onsecabor magnatis ea ab inctotatis et debitia simincia corum corentur aligend iorero quiscianda cuptom ene eum soluptae Facepra porepe.

Типовой этаж ГП-1



Типовой этаж ГП-2



Построение сеток

MOE

Дизайн-квартал
нового поколения
Восточный мкр.



4D

(3452) 58-53-60

MOE

Современная
архитектура
Жилье комфорт-класса



4D

(3452) 58-53-60

MOE

Просторные
квартиры
от 1+ до 4+



4D

(3452) 58-53-60

MOE

Запишитесь
на экскурсию
(3452) 58-53-60



4D

4development.ru

Баннер 240x400

Построение сеток



MOË

Дизайн-квартал
нового поколения

Восточный мкр.

(3452) 58-53-60



MOË

Современная
архитектура

Жилье комфорт-класса

(3452) 58-53-60

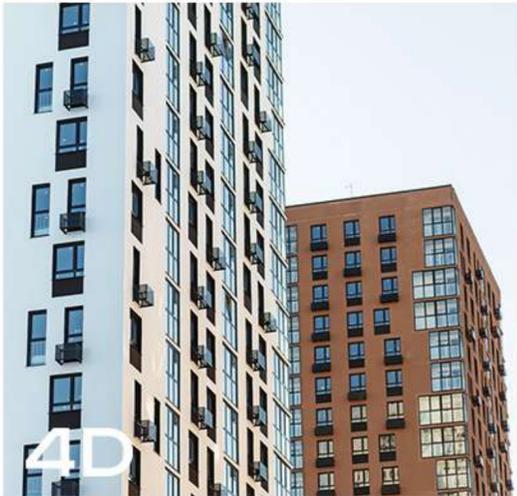


MOË

Просторные
квартиры

от 1+ до 4+

(3452) 58-53-60



MOË

Запишитесь
на экскурсию

(3452) 58-53-60

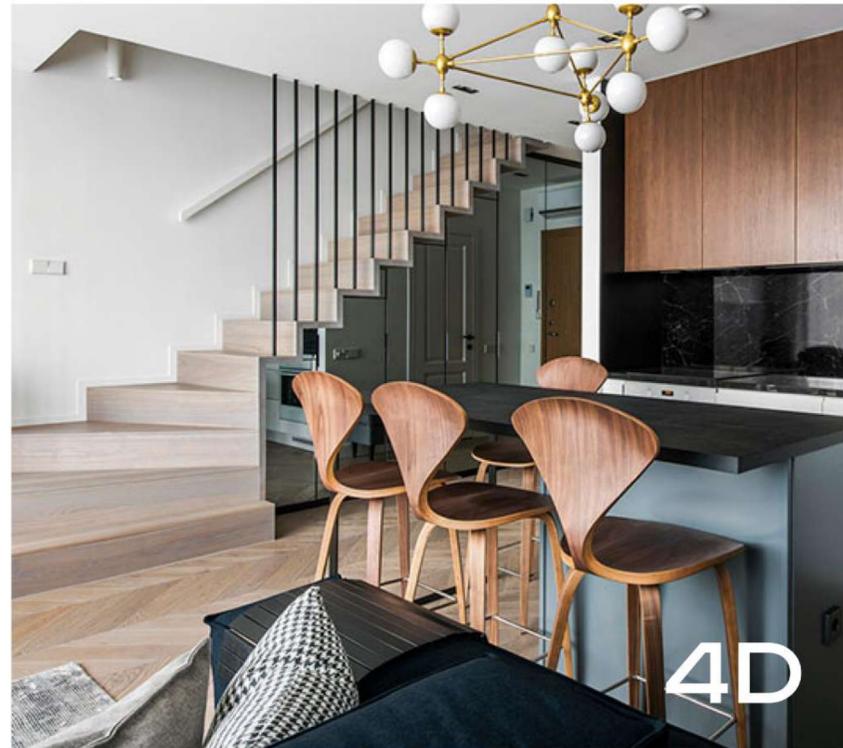
4development.ru

Баннер 240x400

Построение сеток

Рекламный
постер

АНДЕРСЕН ПАРК



**Жилой квартал
Ипотека от 2,7%**

andersenpark.ru

(3652) 58 00 00

АНДЕРСЕН ПАРК

**Лаунж-квартал
Тюменской
слободы**

Ипотека от 2,7%

andersenpark.ru

4D

Построение сеток



АНДЕРСЕН ПАРК

Ипотека
по ставке 2,7%

Баннер
Facebook

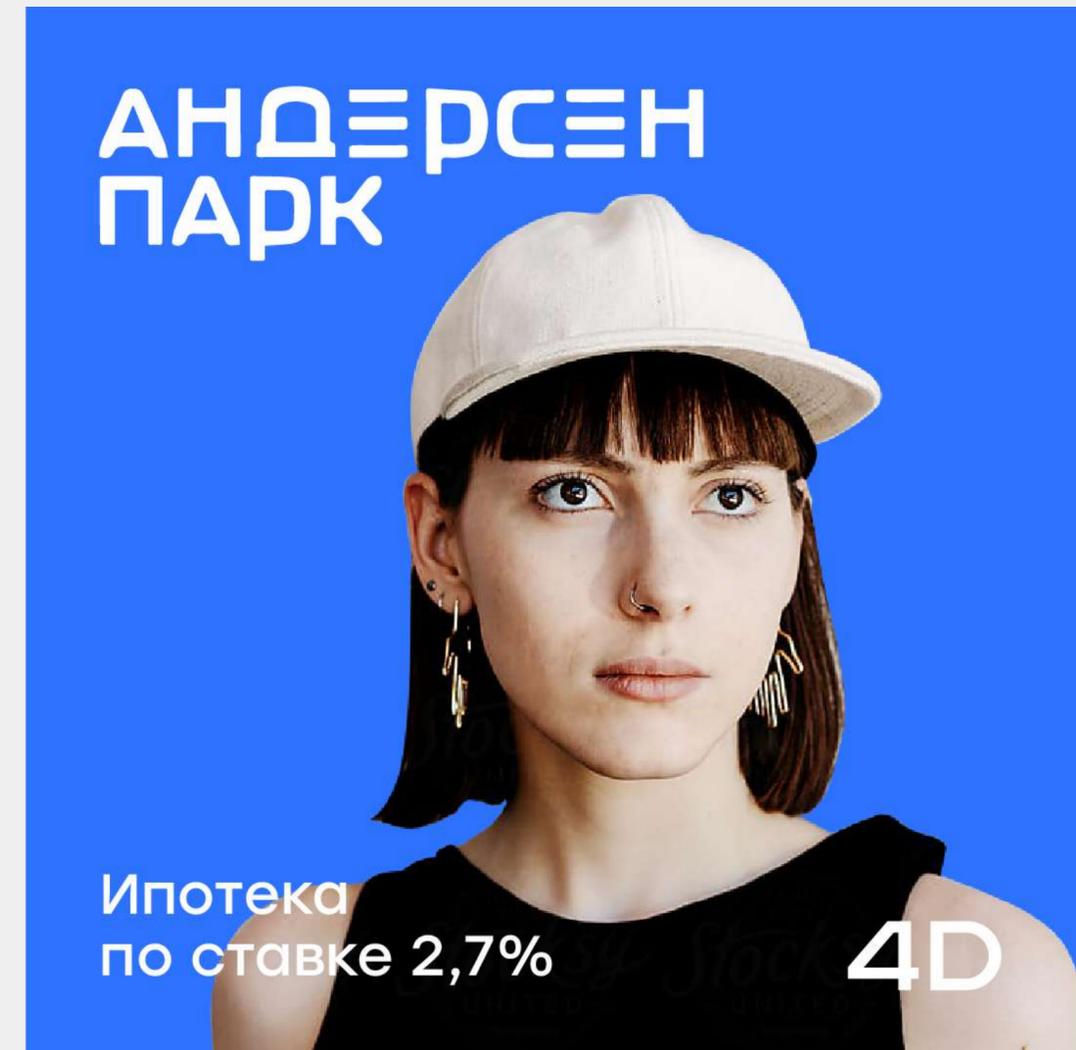
АНДЕРСЕН ПАРК

Ипотека
по ставке 2,7%

4D

Построение сеток

Пост
Instagramm



Implementation

04

Формирование СМЫСЛОВ

04.1

Формирование смыслов

При разработке системы айдентики будущих брендов, следует учитывать не только общую визуальную концепцию и придерживаться всех основных критериев, установленных для работы с фирменным стилем, но и смысловую составляющую.

Каждому проекту 4D присущ не только свой стиль, но и уникальное позиционирование, выделяющее его среди остальных проектов.

Важно учитывать индивидуальность каждого проекта при работе с фирменными носителями и подчеркивать самобытность, внедряя характерные элементы стиля на всех уровнях.

Далее, на примере Андерсен Парка показано, как элементы фирменного стиля могут воплощаться в жизни в виде предметов, малых архитектурных форм, элементов навигации, общей планировки пространства и тд. Подобный подход позволяет создать неразрывность образов и смысла, помещая человека в гармоничную среду.

Больше места

для жизни

Больше места для меня

для перспектив

Больше

уюта

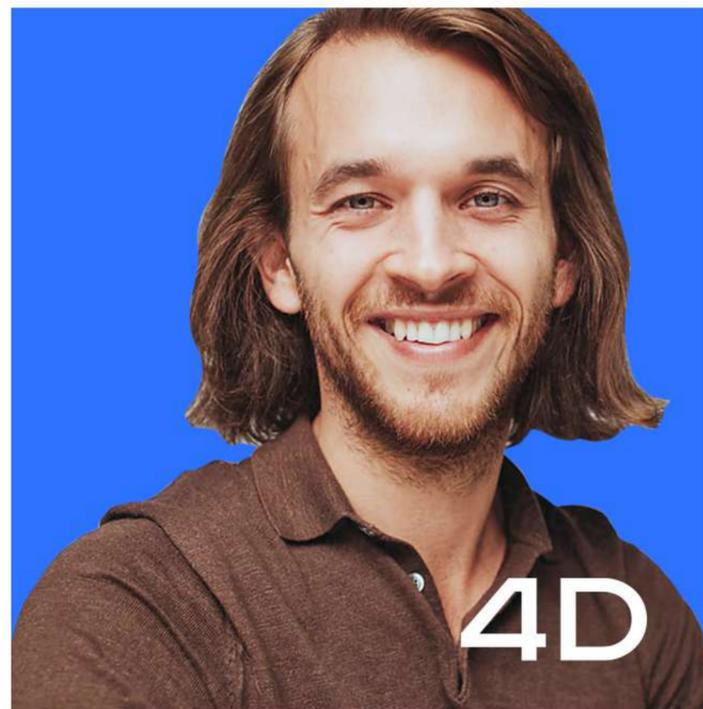
простоты

личного пространства

функциональности

комфорта

АНДЕРСЕН ПАРК



Больше места
для меня

Ипотека от 2,7%

АНДЕРСЕН ПАРК

Больше места
для меня

Ипотека от 2,7%

4D

АНДЕРСЕН ПАРК

Больше места
для меня

Ипотека от 2,7%



Развитие в продукте

Основные критерии

Много воздуха, плавные линии, натуральные материалы, природные цвета

Ощущение уединенности и уюта достигается не за счет изоляции, а с помощью зонирования и создания зон комфорта даже в общественных местах

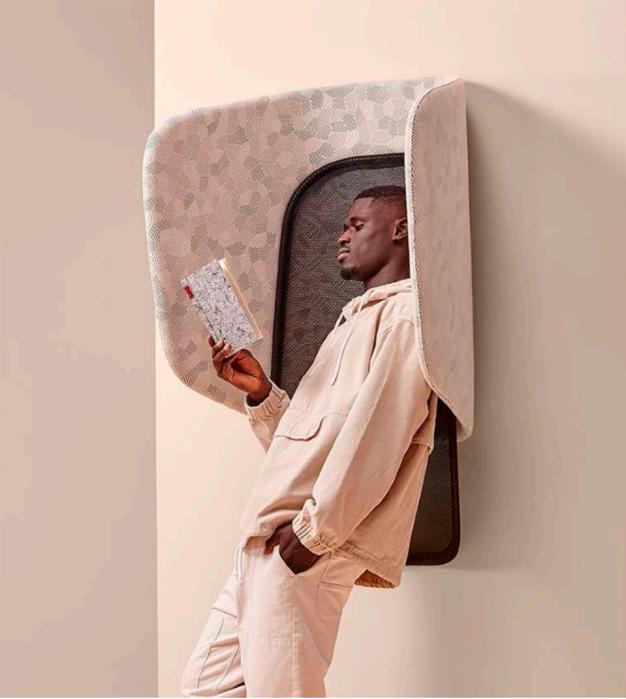
Малые архитектурные формы

Малые архитектурные формы

Определяющие черты — минимализм, гармония и удобство.

Используем сочетания натуральных материалов: дерева, камня, ткани. Мягкая спокойная палитра. Избегаем резких и острых углов, большого количества металла.

Малые архитектурные формы



Общественные зоны

Общественные зоны

Зоны обустраиваются таким образом, чтобы вывести на первый план не функцию, а человека. Сделать его пребывание максимально комфортным.

Небольшие столики у скамеек, мягкие подлокотники, высокие спинки у кресел и уютные уголки — все это дает ощущение личного пространства.

Общественные зоны



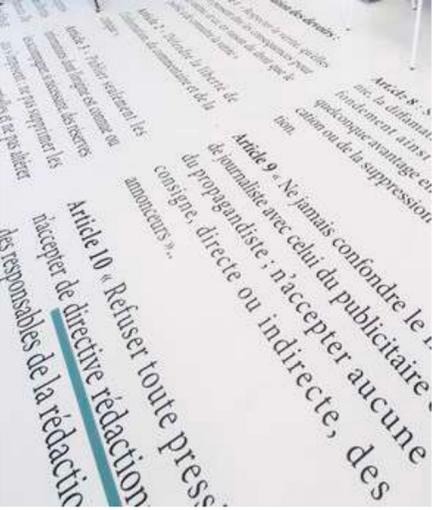
Больше места для Релакса



Больше воздуха



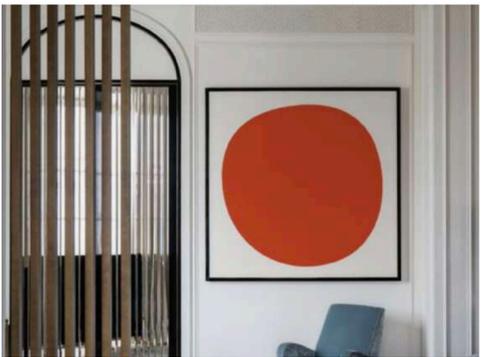
Больше вдохновения



Больше вдохновения



> More inspiration
Книжные полки



Больше творчества
Арт в лобби (не дорогой)



Зоны рекреации

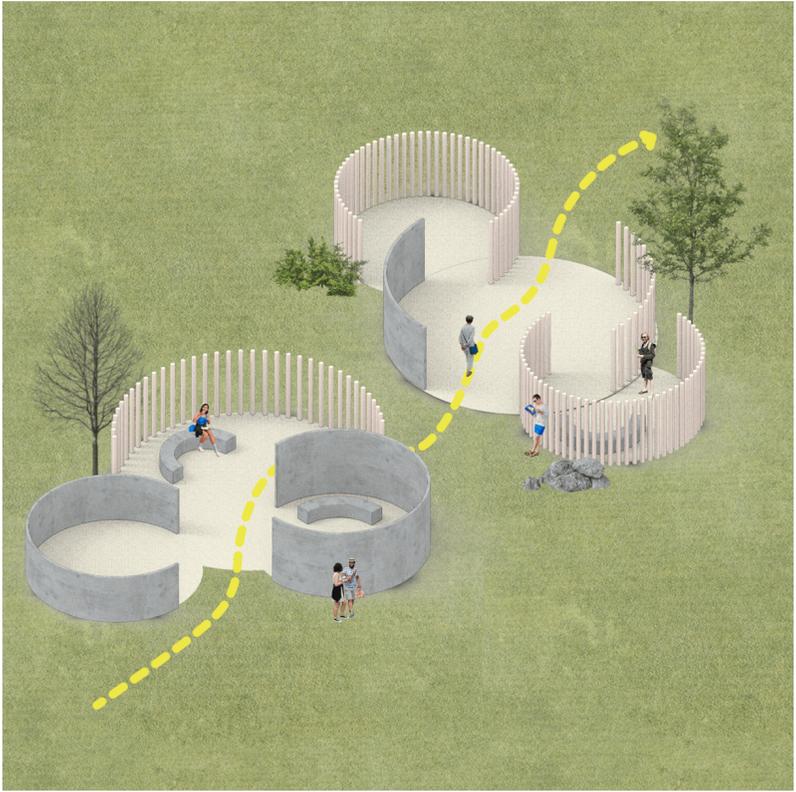
Зоны рекреации

Не делаем глухих, закрытых пространств, а создаем места уединения.

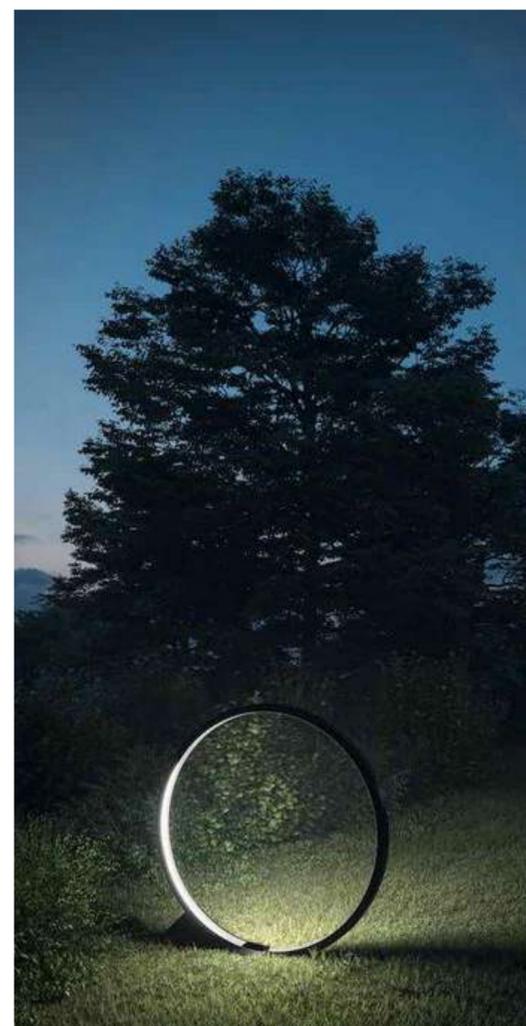
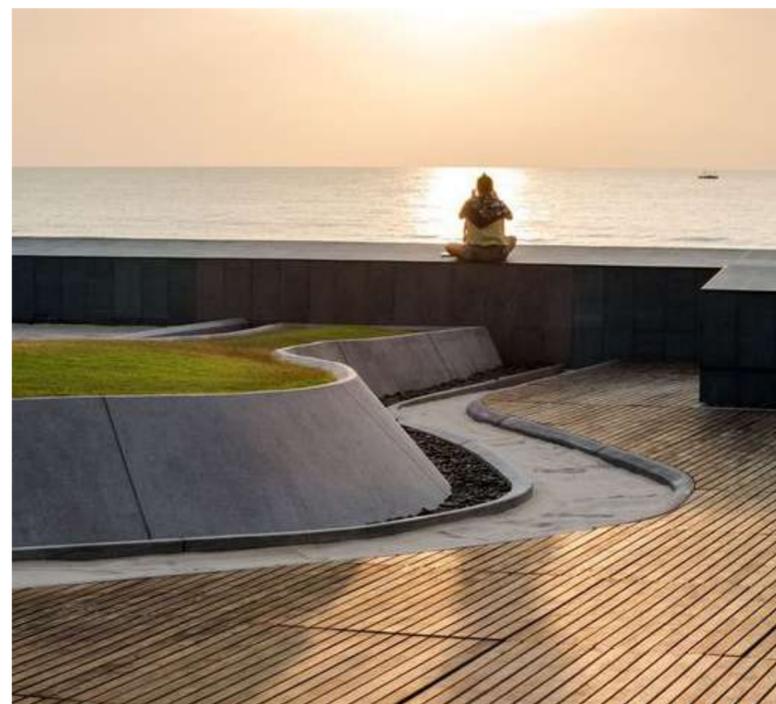
Возможно использование тканевых тентов, прозрачных материалов, конструкций из дерева и камня.

Избегаем сплошных бетонированных поверхностей.

Зоны рекреации



Зоны рекреации



Стройдепартамент

04.2

Больше работы с пространством, больше
выразительности, больше жизни, больше
наполненности

Implementation

Дизайн

Дизайн

При работе со всеми носителями фирменного стиля следует руководствоваться установленными в гайдлайне правилами. Но так же важно учитывать специфику работы со строительными и техническими элементами и придерживаться нескольких основных критериев.

Связующая нить дочерних проектов и 4D: рамка или квадрат. Это ДНК. Цветовая гамма — цветокод проекта. Если носитель отождествляется с наполнением проекта, используйте гамму проекта. На строительных технических элементах предпочтение отдаётся стилю 4D, как оболочке.

На одном носителе может присутствовать только одна цветовая гамма, кроме случаев, когда блоки сосуществуют изолированно друг от друга (прим. с. 180, с. 195).

Наружная навигация

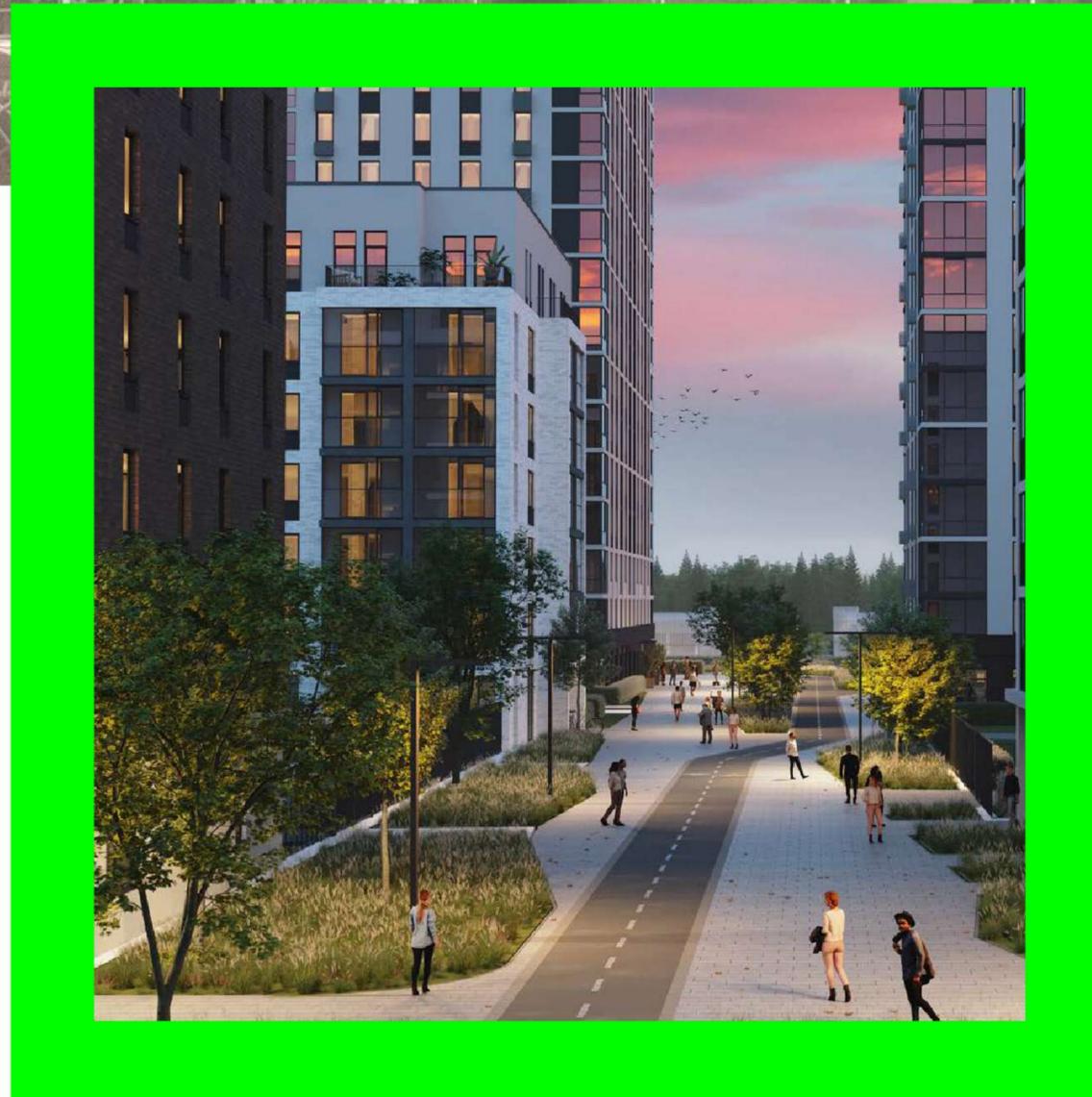
Дорога до стройки,
указатели



Наружная навигация



Забор. Вариант 1



Забор. Вариант 1



ГРАНД КВАРТАЛ

4D



БОЛЬШ
НАПОЛ

grand-k.ru

Забор. Вариант 1



ГРЕНД КВАРТАЛ

4D

Больше

Места общего комфорта
Концепция города в городе
Природный парк рядом
Дизайн-дворы



Больше
наполненности

grand-k.ru



Забор. Вариант 1




ГРАНД КВАРТАЛ
4D

Больше
Места общего комфорта
Концепция города в городе
Природный парк рядом
Дизайн-дворы



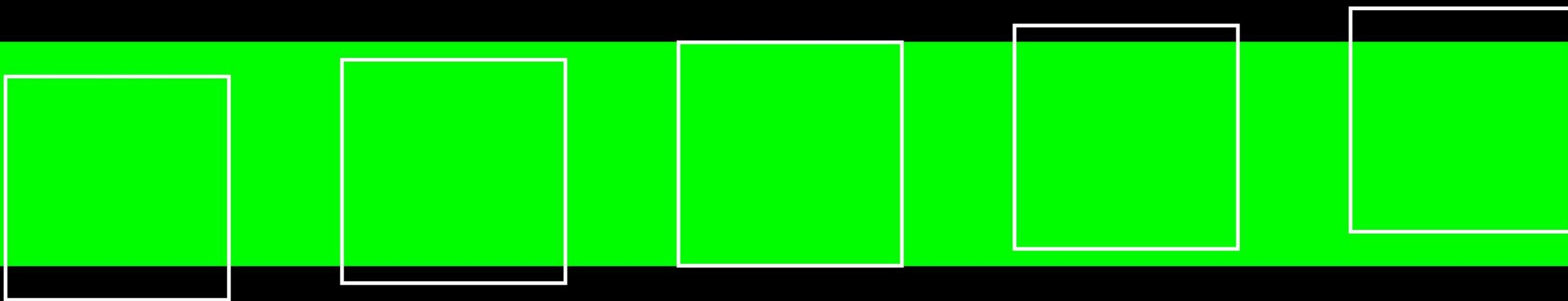
**Больше
наполненности**
grand-k.ru




ГРАНД КВАРТАЛ
4D

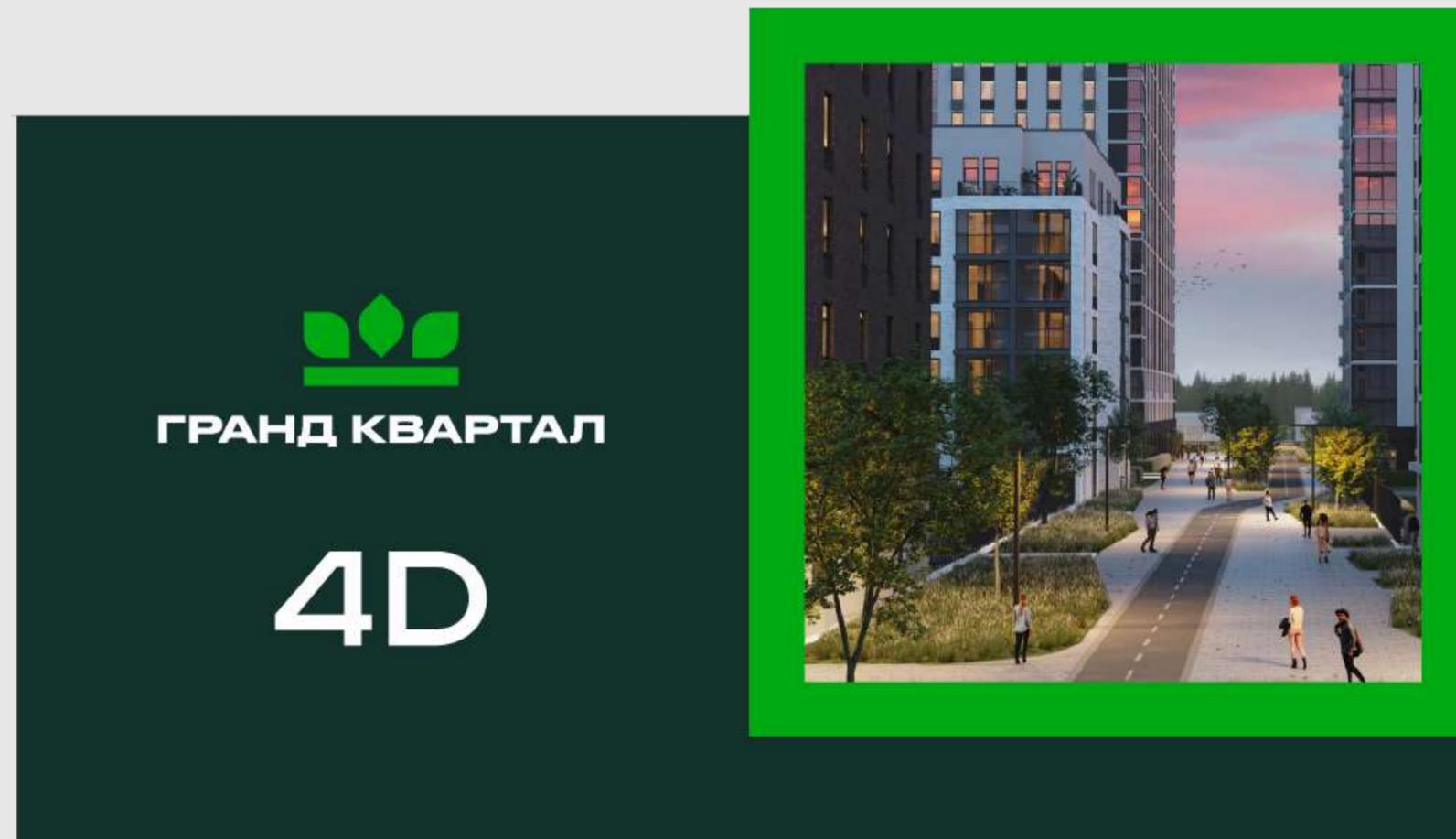
Забор. Вариант 1

Прогрессия



Забор. Вариант 1

Одиночный сектор,
2,5 x 5 м



«Жилой комплекс в д. Дударева, Тюменского района, Тюменской области (1 очередь)»

Начало строительства:
I кв. 2020г.

Окончание строительства:
IV кв. 2021г.

Разрешение на строительство:

ГП-1 № 72-516-57-2019
выдано Администрацией Тюменского
муниципального района

ГП-2 № 72-516-58-2019
выдано Администрацией Тюменского
муниципального района

Заказчик:
ООО «Специализированный
застройщик «Клевер Инвест»

Генеральный подрядчик:
ООО «Дженерал констракшн»
Начальник участка: Малютин П.А.
Адрес: 625000, г Тюмень, ул. Республики, д. 65, оф. 601
Тел.: +7 (3452) 56-58-85

Администрация Московского
муниципального образования
Адрес 625525, Тюменская область, Тюменский район,
п. Московский, ул. Озерная, 6
Тел.: +7 (3452) 76-44-49



4D grand-k.ru

ГРАНД КВАРТАЛ

Логоблок



Логоблок



Логоблок



Логоблок



Логоблок



Забор. Вариант 2

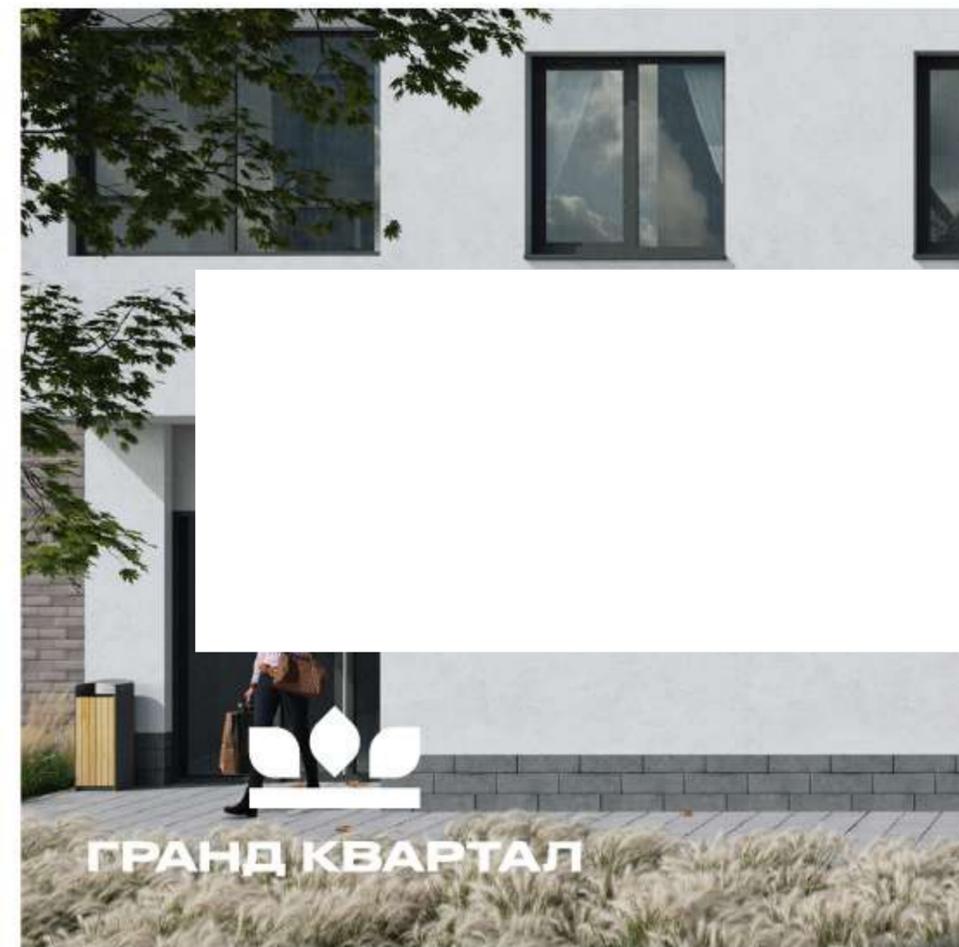
Больше места для грандиозного

grand-k.ru

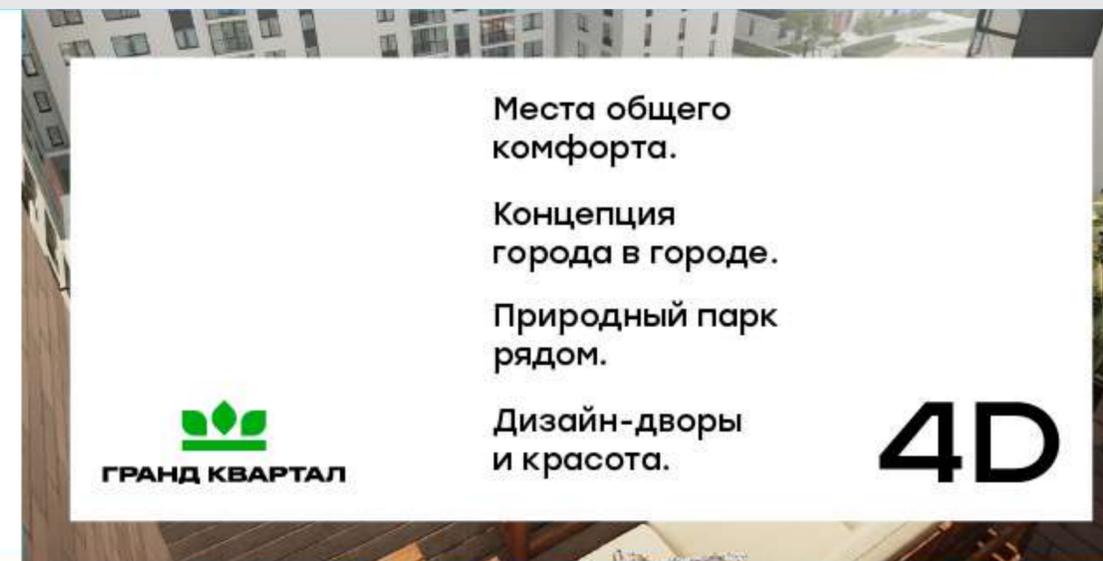


ГРАНД КВАРТАЛ

4D



Забор. Вариант 2



Забор. Вариант 2



Забор. Вариант 2

Одиночный сектор,
2,5 x 5 м

**Больше
места
для
спорта**

Огромный природный парк рядом с домом для утренних пробежек, дневных растяжек и вечерних заминок.



ГРАНД КВАРТАЛ

4D

Забор. Вариант 3

Вариант, сочетающий
в себе структуру обоих
вариантов.



ГРАНД КВАРТАЛ

Больше места
для грандиозного



ГРАНД КВАРТАЛ

4D

Больше
наполн

grand-k.ru

Забор. Вариант 3

Вариант, сочетающий в себе структуру обоих вариантов.

Больше наполненности

grand-k.ru



ГРАНД КВАРТАЛ

Больше

Места общего комфорта
Концепция города в городе
Природный парк рядом
Дизайн-дворы

**Больше места
для грандиозного**



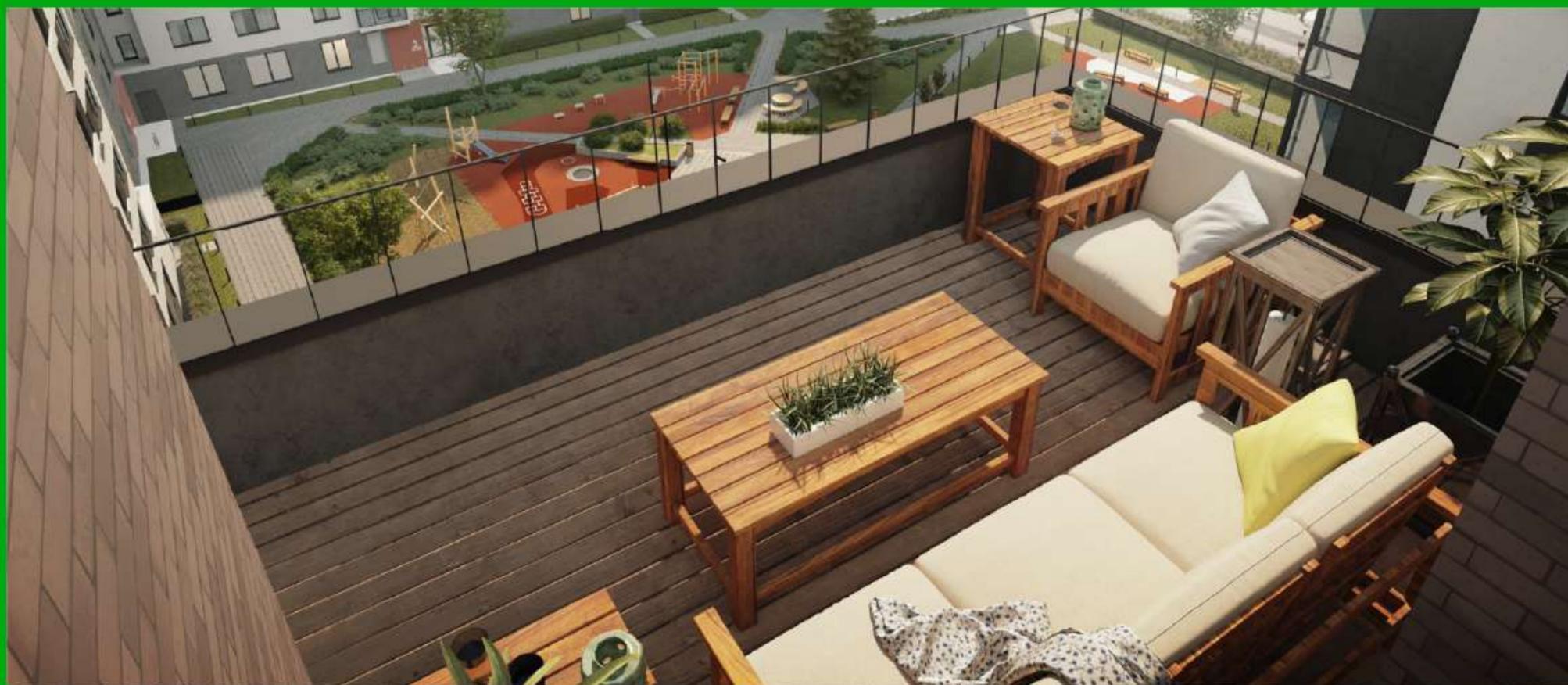
ГРАНД КВАРТАЛ

4D

**БОЛЬШЕ
НАПОЛ**

grand-k.ru

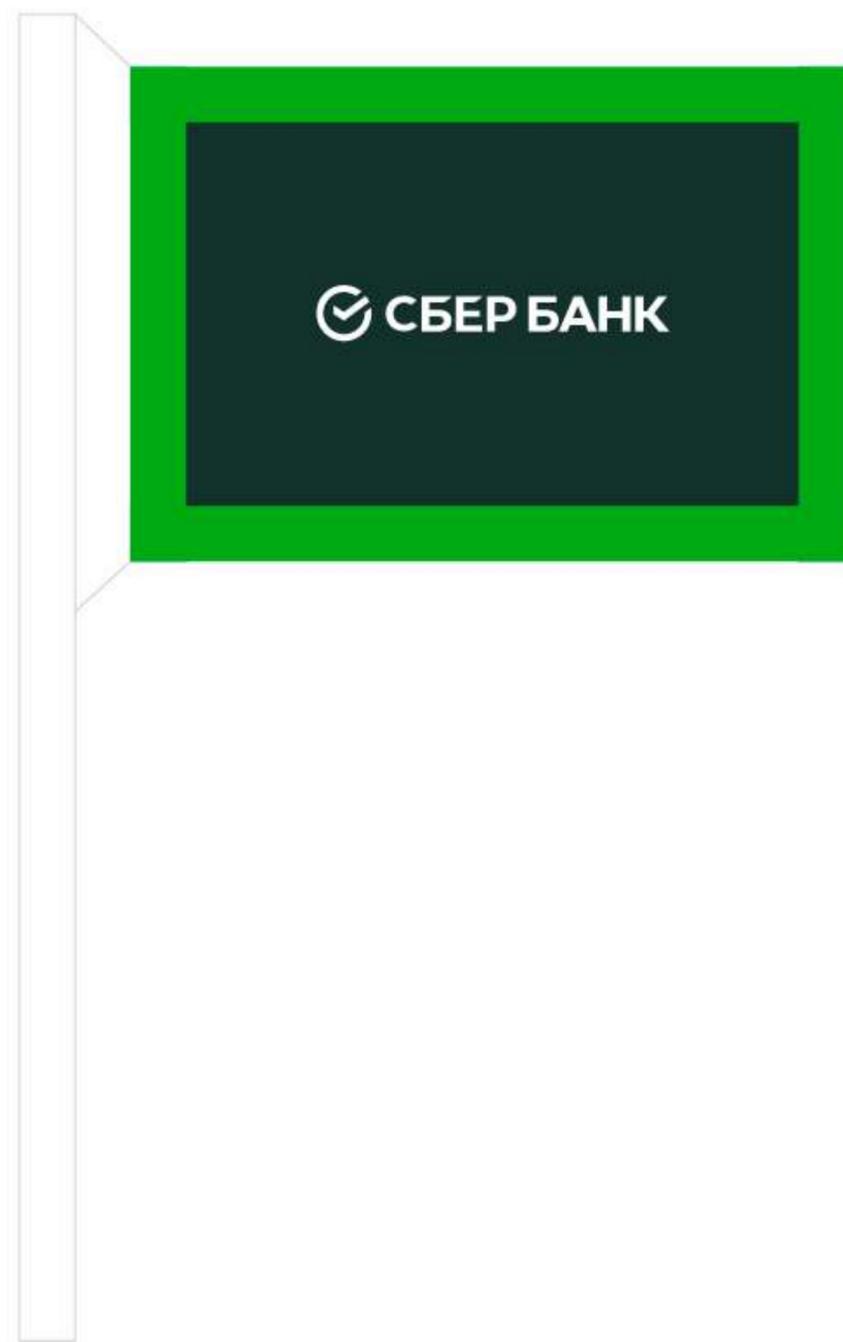
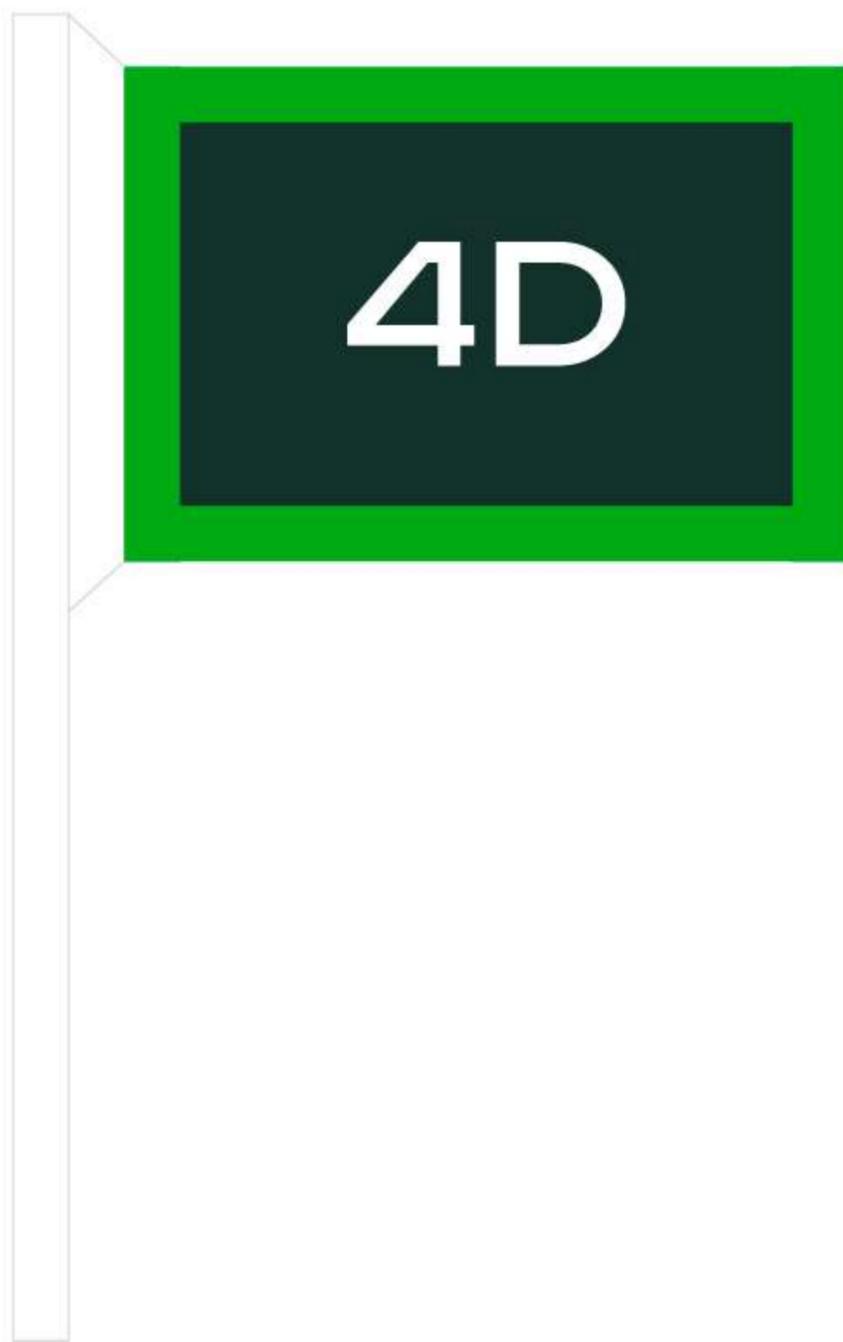
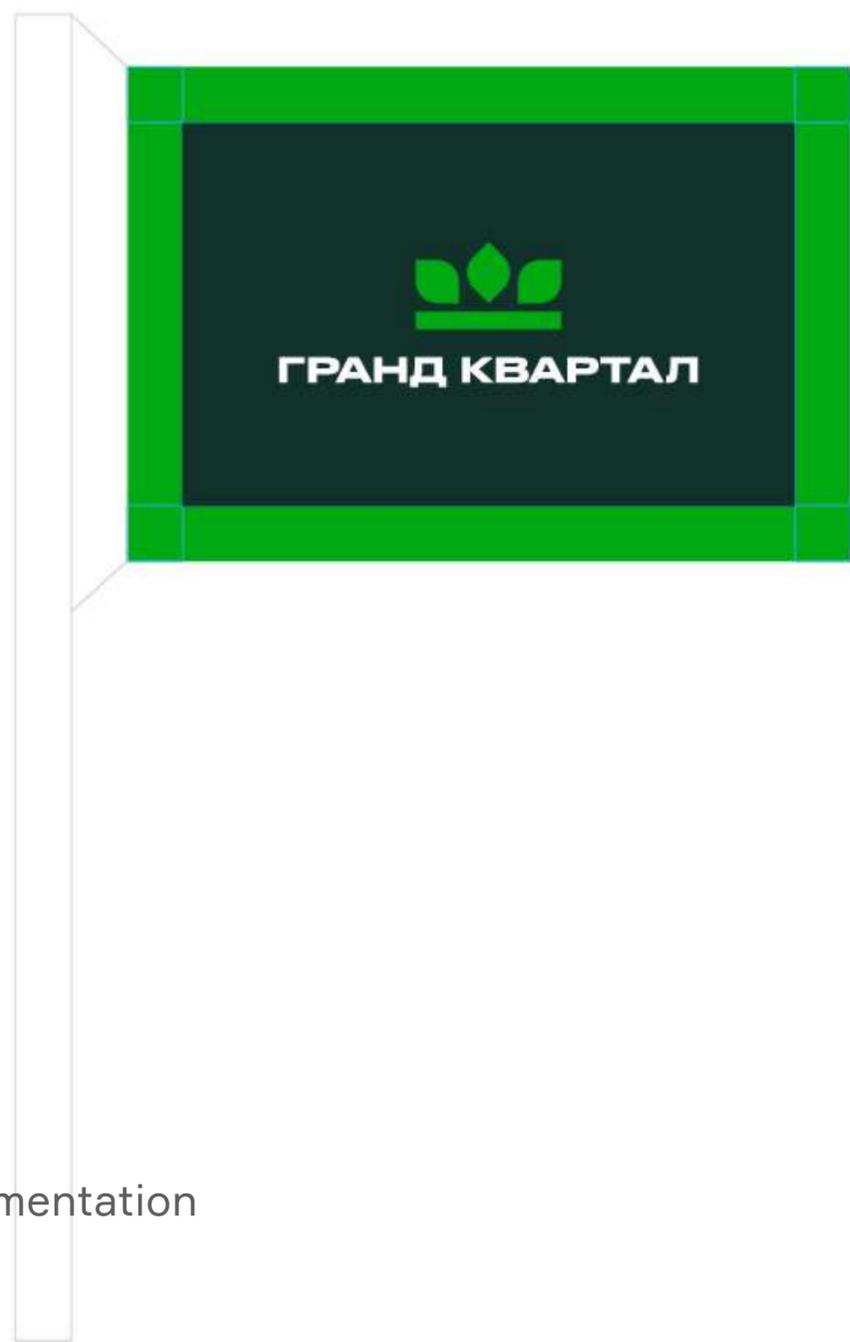
Забор. Вариант 3



ГРАНД КВАРТАЛ

Implementation

Флаги





Униформа



Униформа



Униформа



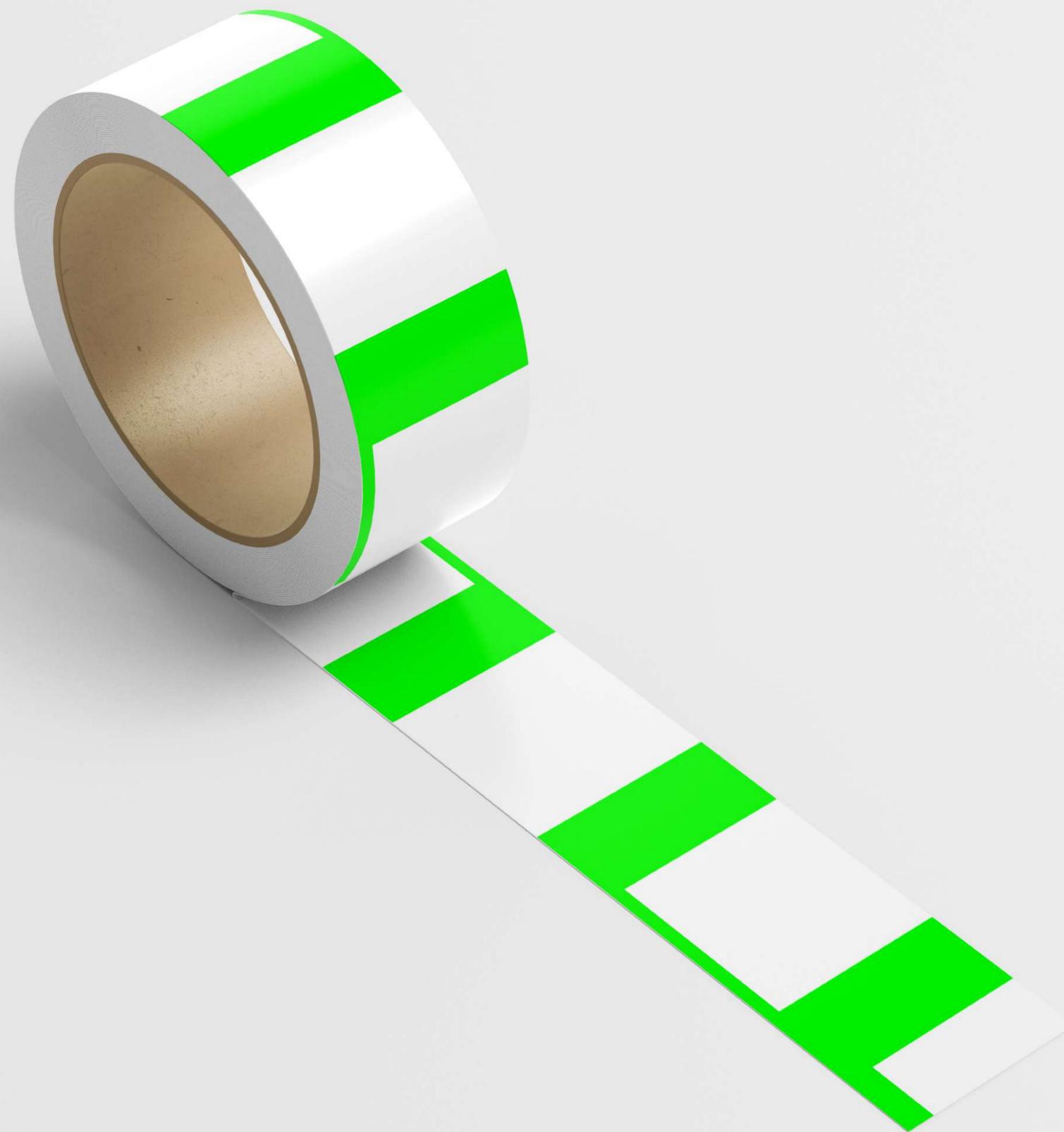
Implementation

171

Скотч. Вариант 1



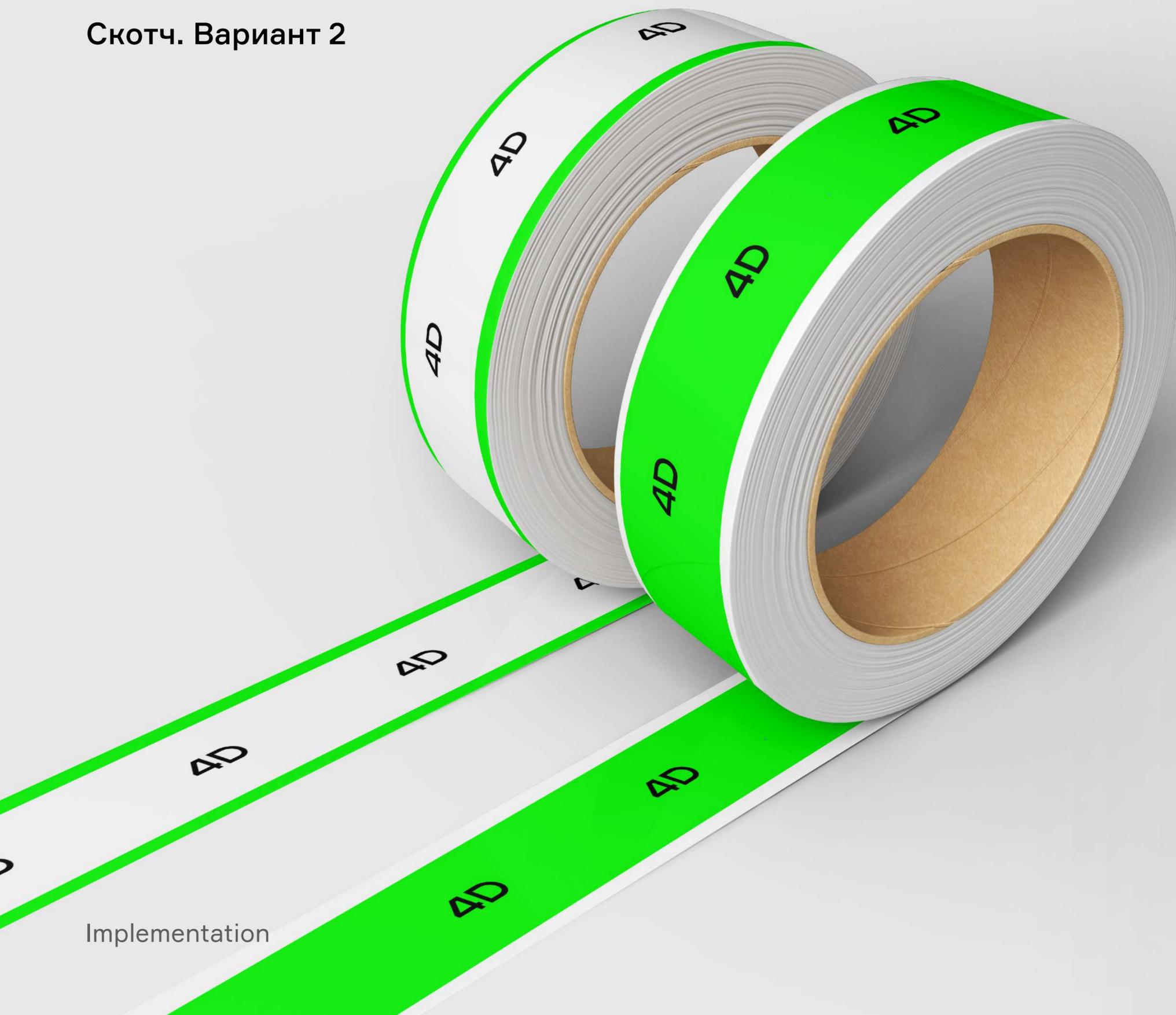
Скотч. Вариант 1



Скотч. Вариант 2

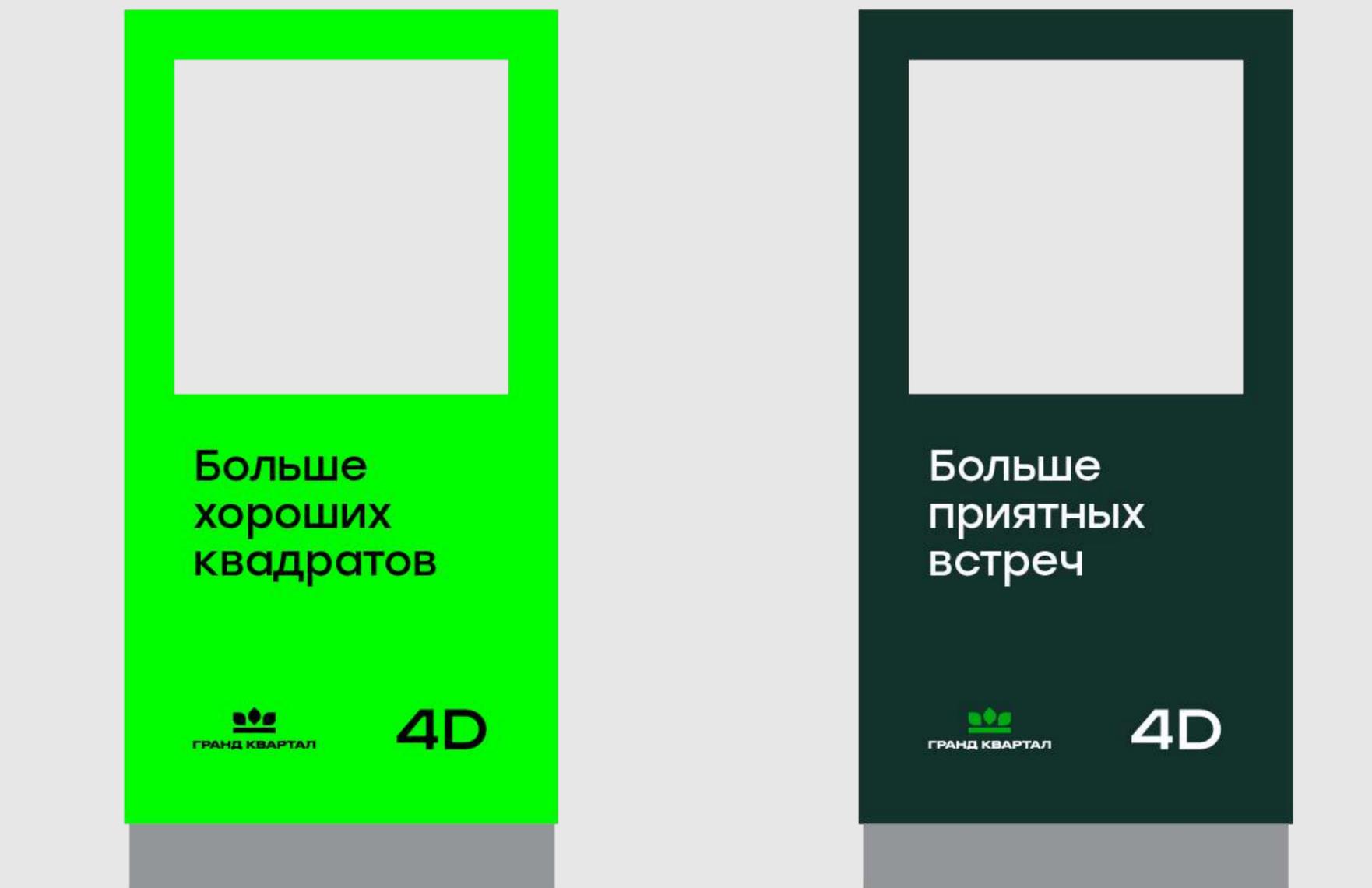
4D

Скотч. Вариант 2



Стелла 1

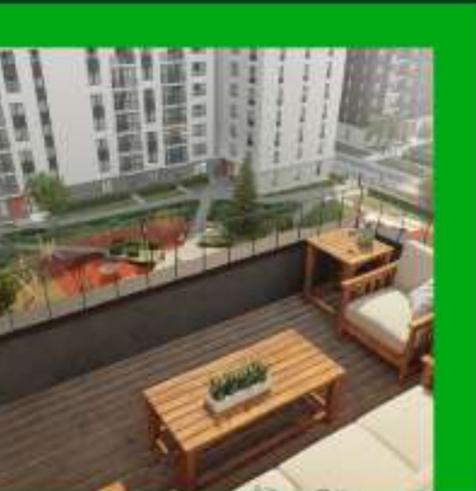
Внутри рамы
можно разместить
светодиодную
ленту



Стелла 1



Больше
хороших
квадратов




ГРАНД КВАРТАЛ

4D

Больше

Места общег
Концепция го
Природный п
Дизайн-двор


ГРАНД КВАРТАЛ

4D



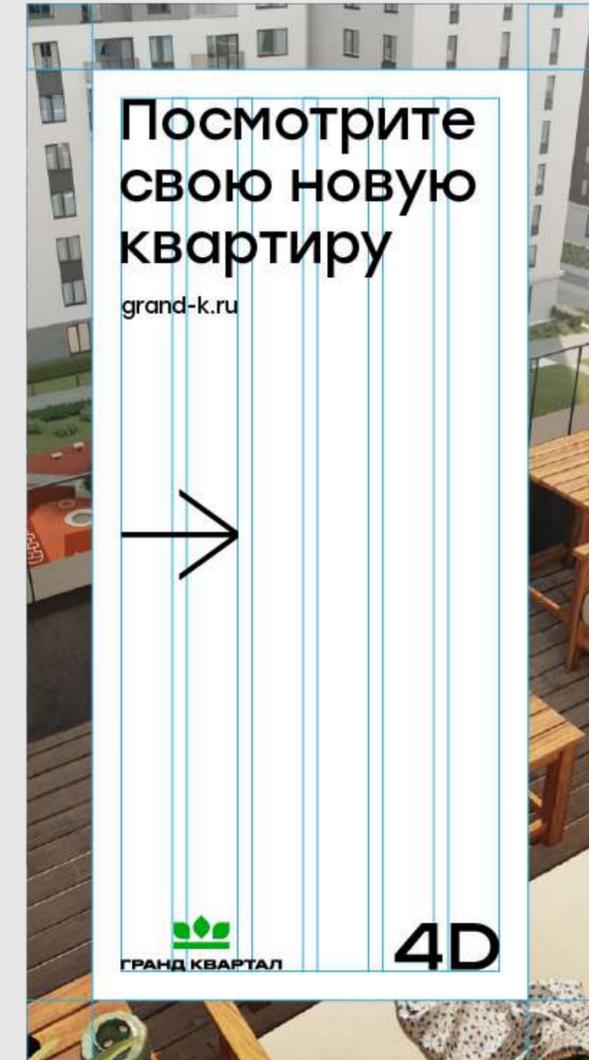
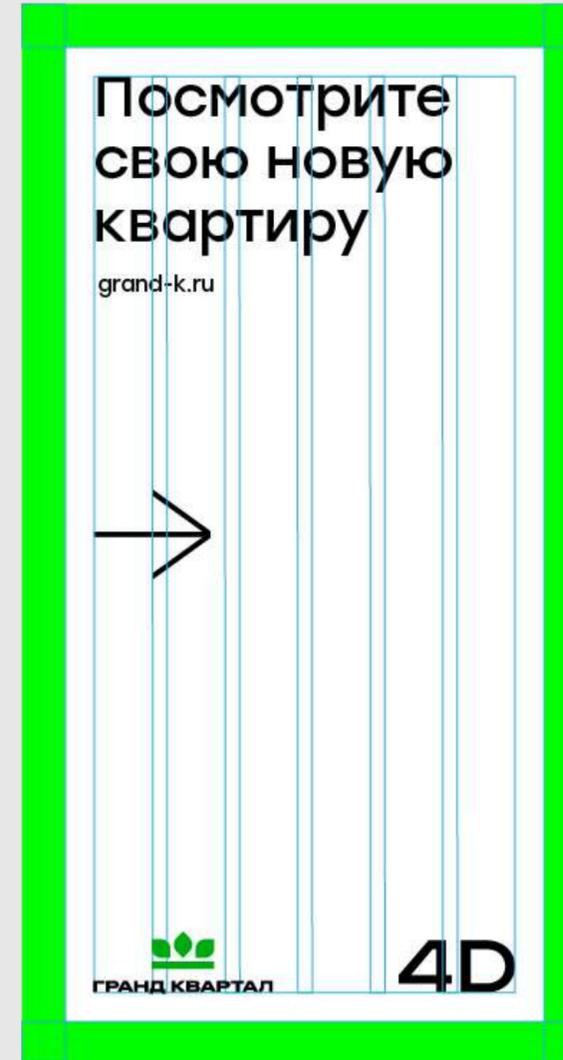
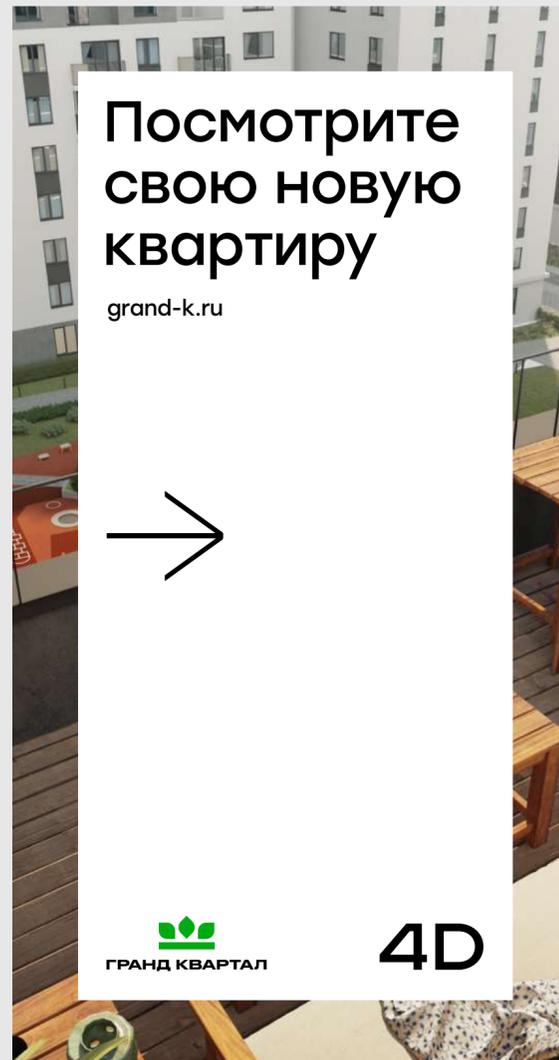
Больше
наполненности

grand-k.ru

Навигация по стройке. Вариант 1

Внутри рамы можно разместить светодиодную ленту.

Цвет рамки может быть выполнен как в цвете материнского бренда, так и в цветах проекта.



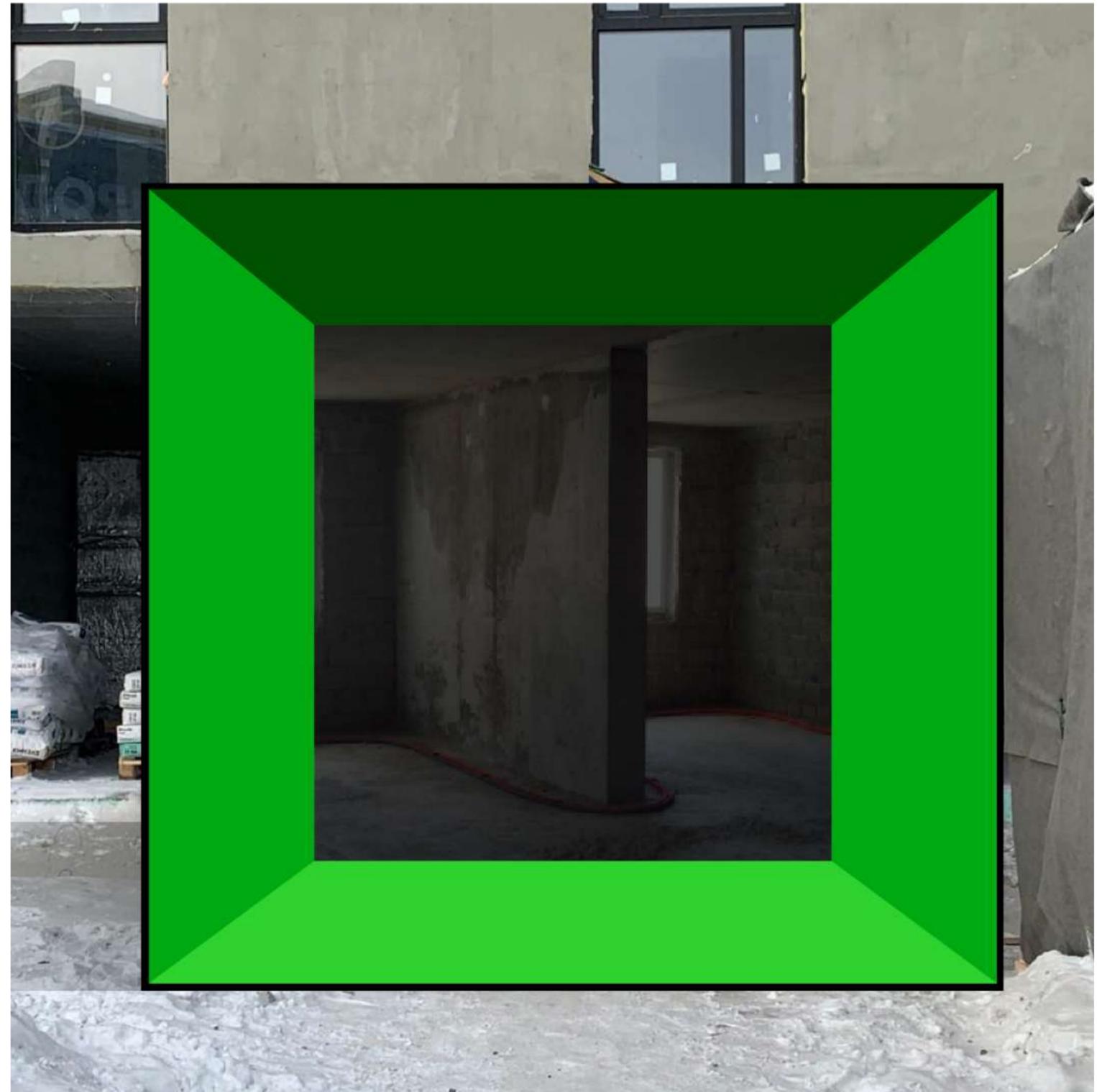
Навигация по стройке. Вариант 2

Конструкция из блоков



Вход на демоэтаж

Материал и цвет
соответствуют
направлению проекта:
дерево для природности,
краска для комьюнити,
мрамор для элиты.



Коридор

Первые
шаги
в новом
доме



4D

Implementation

181

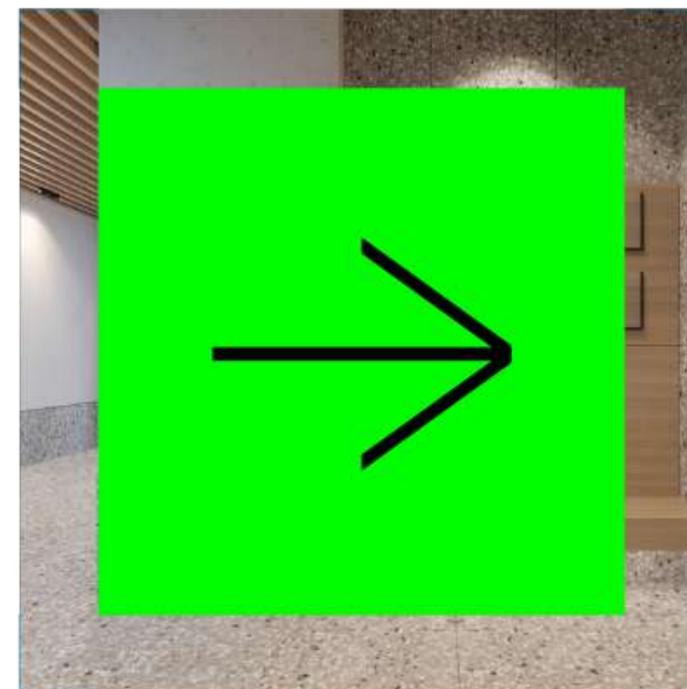
Коридор

Навигация на стенах,
пенокартон



Коридор

Навигация на стенах,
пенокартон



Коридор

Навигация на стенах,
пенокартон



Коридор

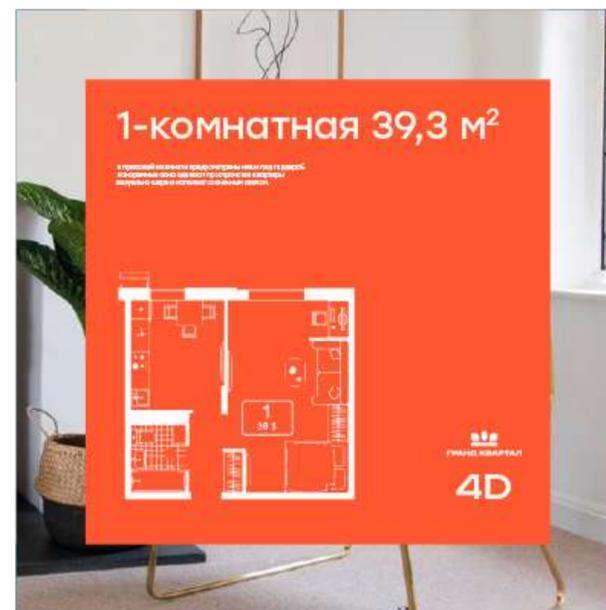


Навигация на стенах,
пенокартон



Implementation

Коридор



Коридор

Пенокартон
с клеевым слоем



Коридор

Фанерная основа



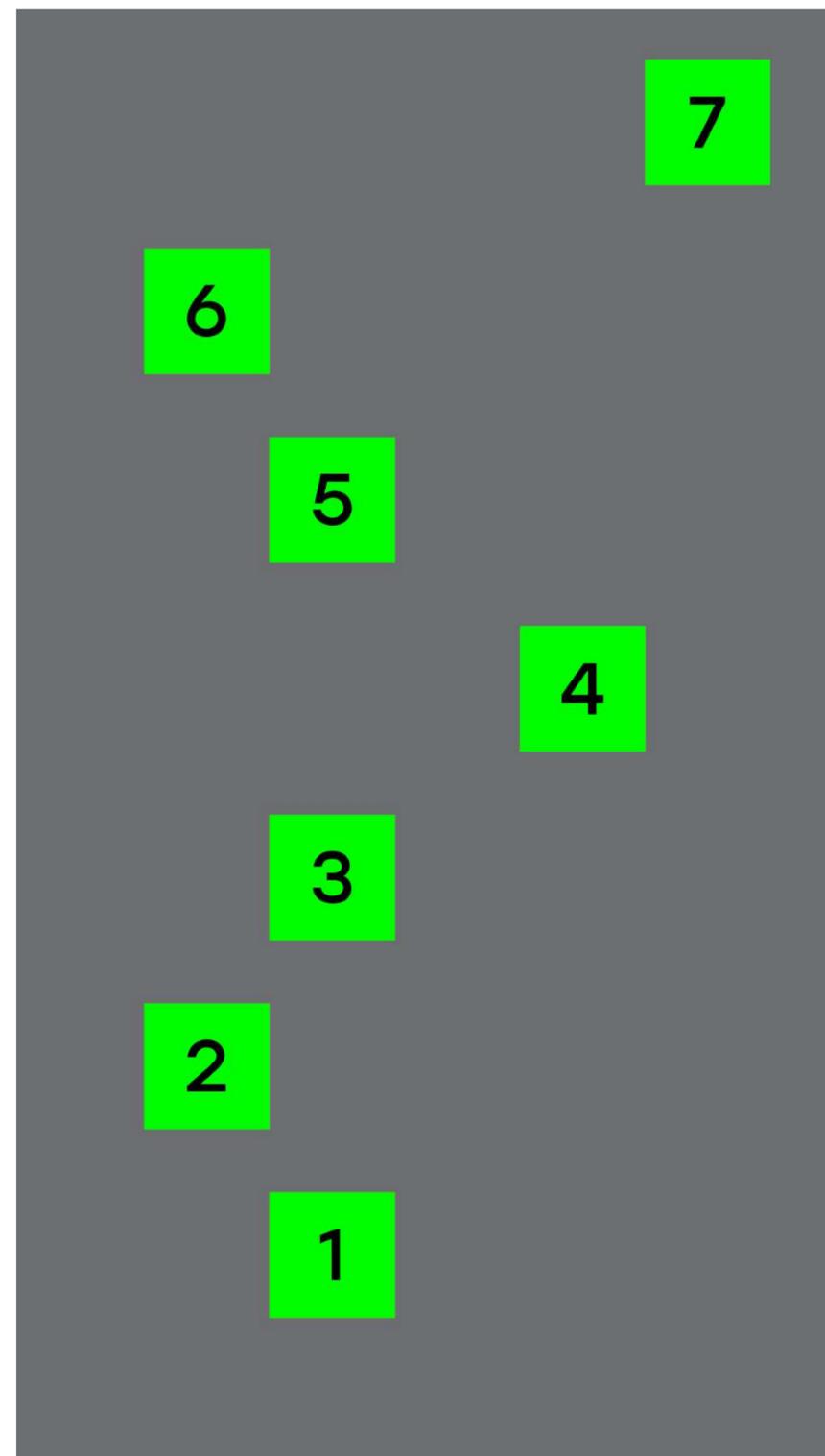
Этажи

Пластиковый
объемный
многогранный
короб



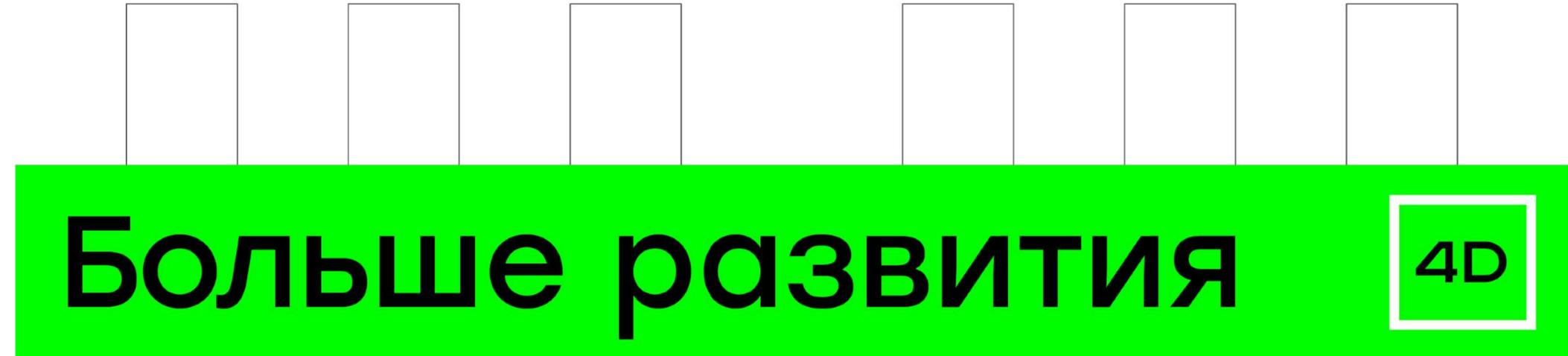
Этажи

Схема размещения
может варьироваться

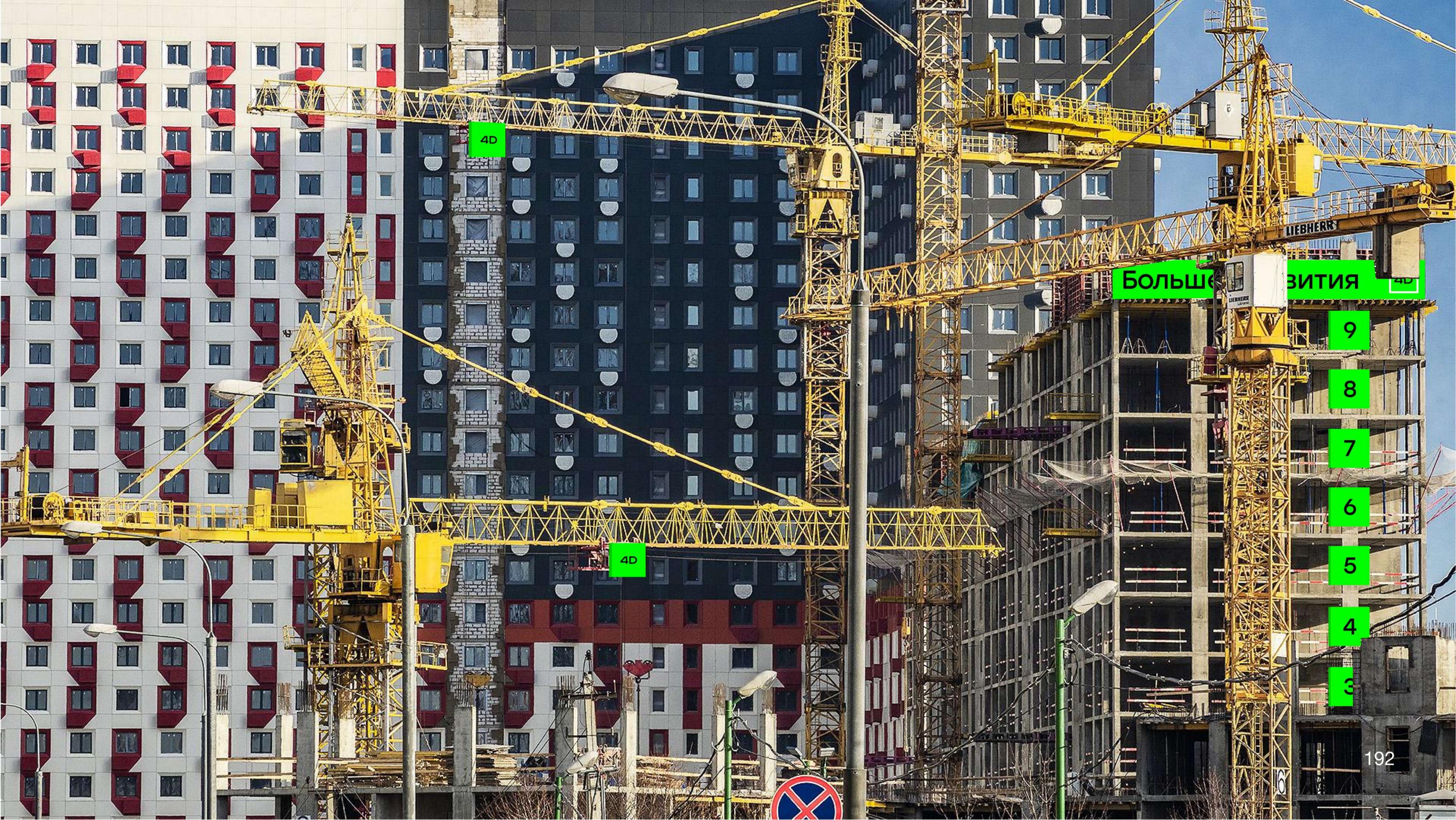


Этажи

Баннер на новый этаж



Implementation



4D

Большее
Вития

9

8

7

6

5

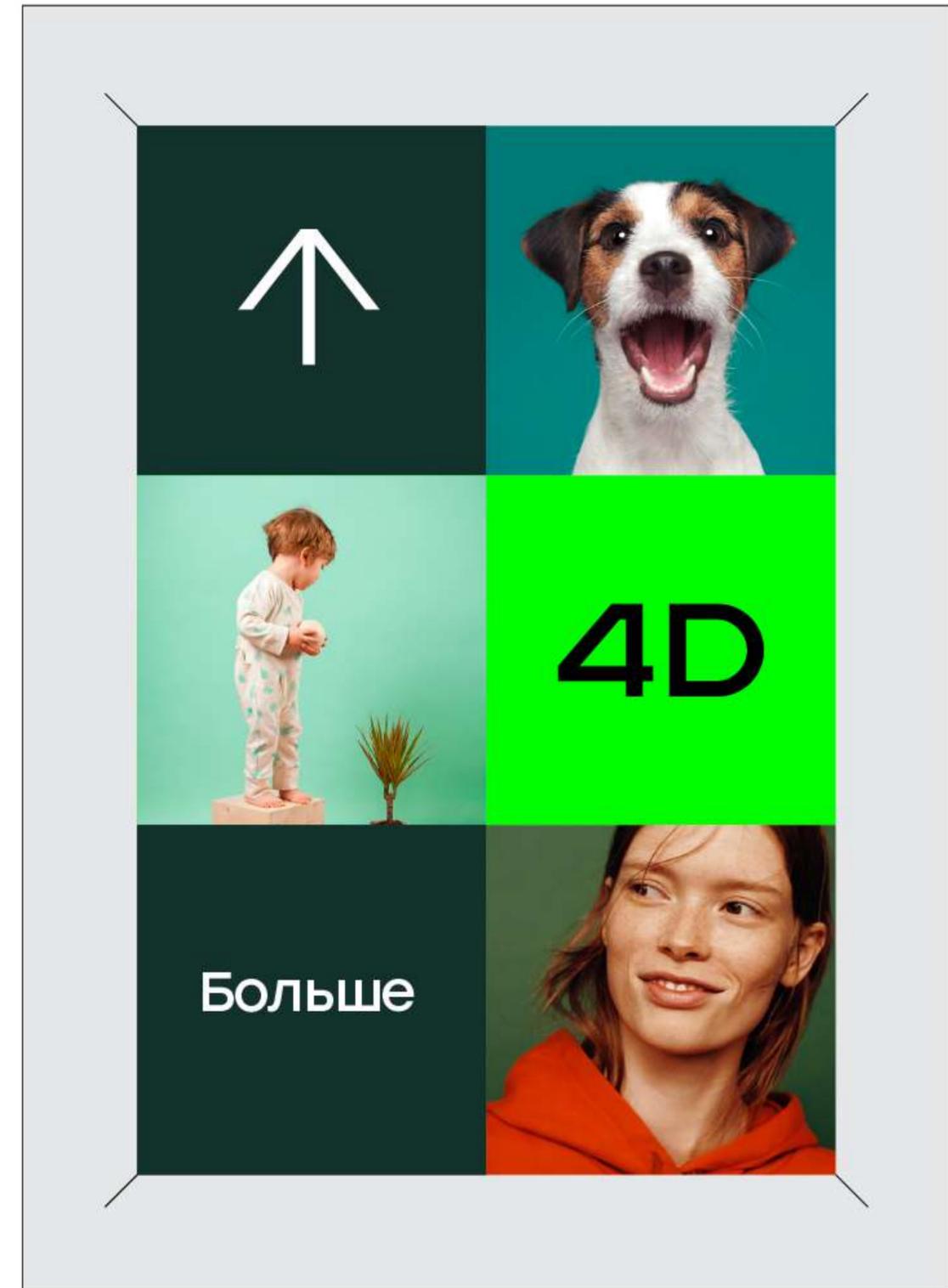
4

3

4D

Баннер на здание

Возможно сочетание гаммы 4D и проекта, а можно использовать цвет 4D, а фото подбирать под оттенки проекта



Баннер на здание

Возможно сочетание гаммы 4D и проекта, а можно использовать цвет 4D, а фото подбирать под оттенки проекта



Въездная группа

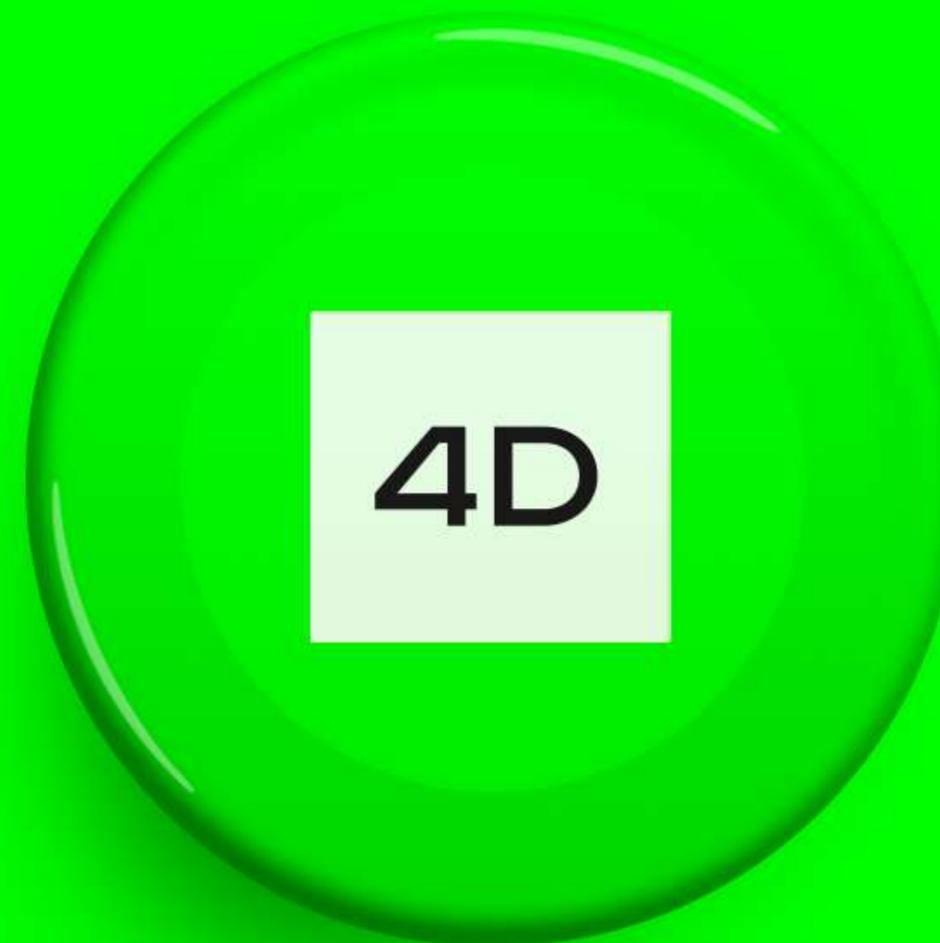
Объект на въезде
в комплекс

Implementation



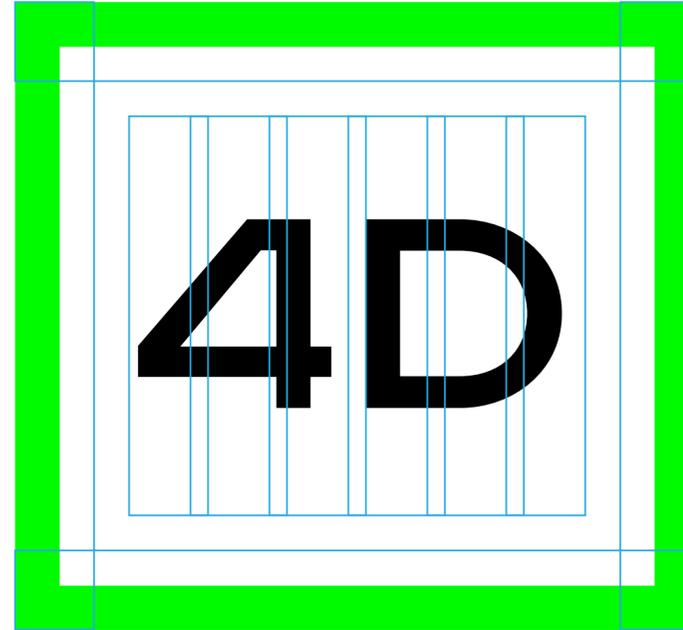
Брендинг предметов общего пользования

Контейнер
с износостойкими
предметами общего
пользования
с нанесённым
брендингом.
Например, фрисби.

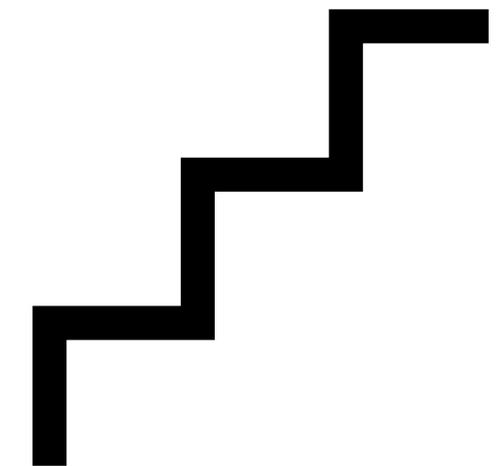


Внутренняя навигация

Природа пиктографики
повторяет природу
надписи 4D: острые углы
и графичность.



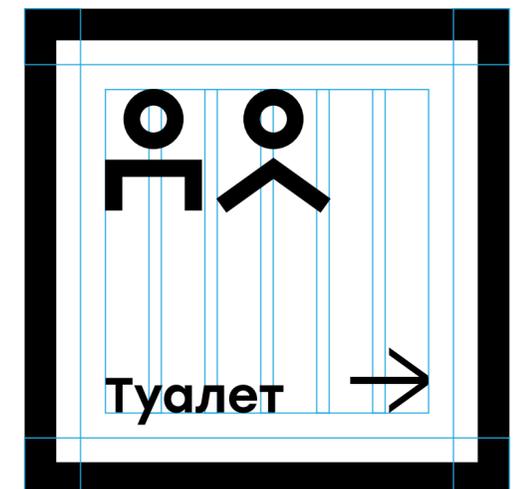
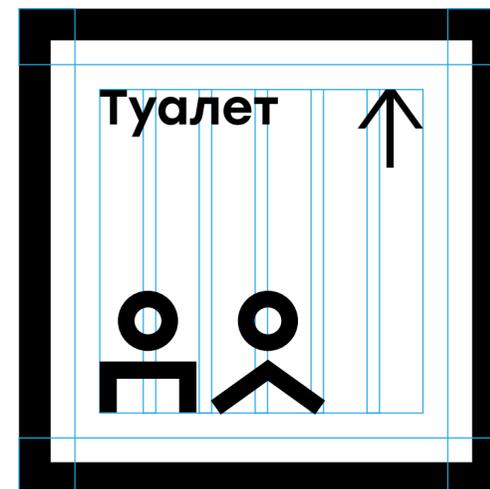
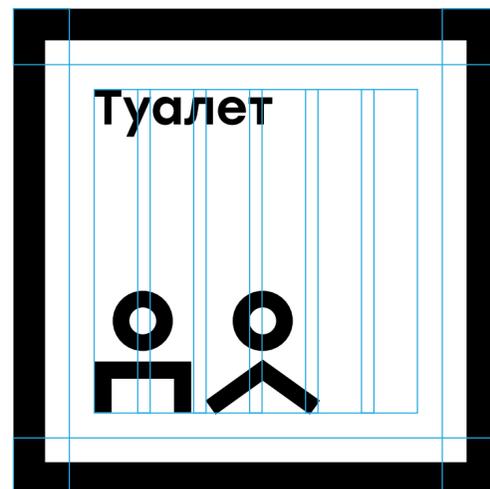
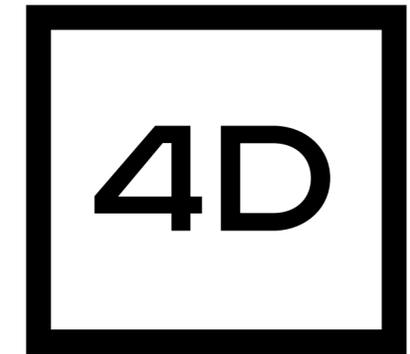
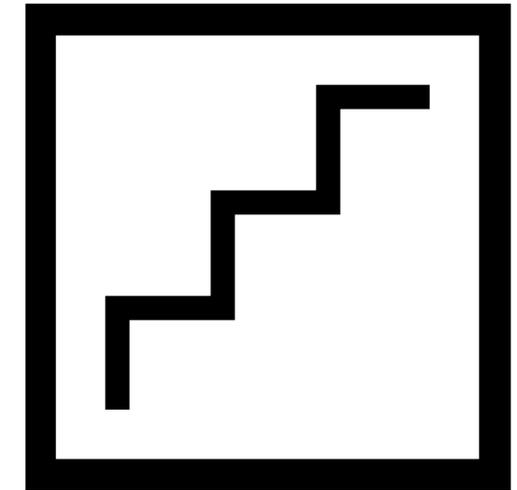
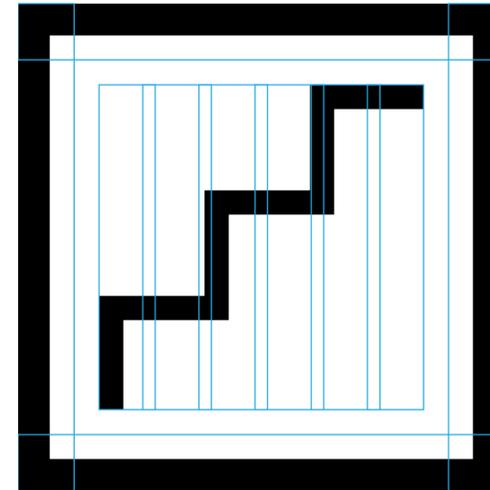
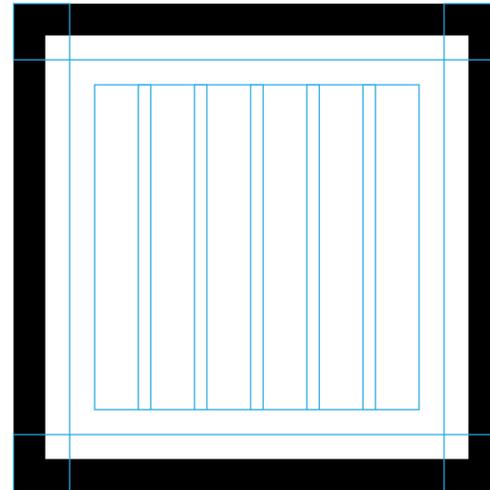
4D



Внутренняя навигация

Указатели на этаже.

При необходимости можно как разделять иконку и указатель в разные блоки, так и объединять в совестные.

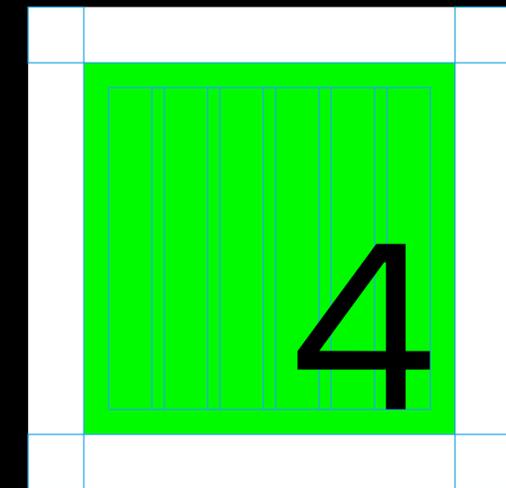
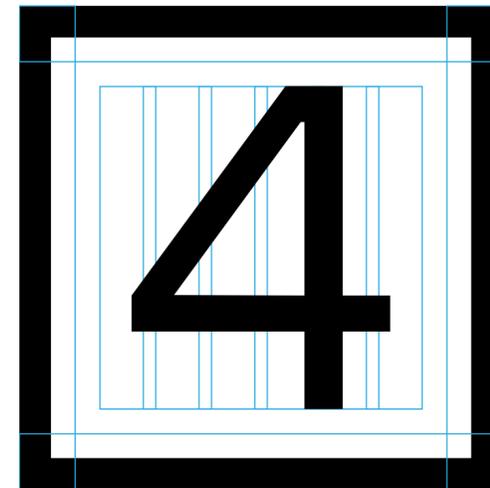
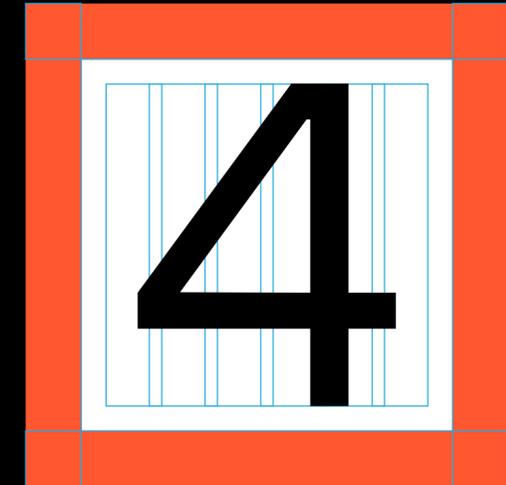
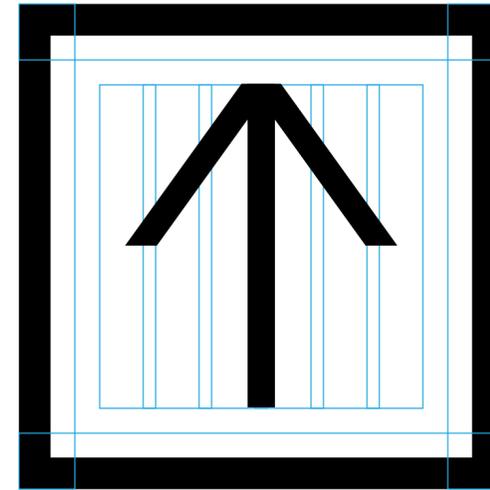
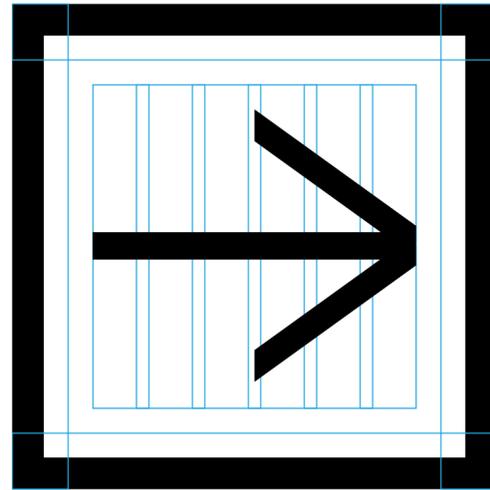


Внутренняя навигация

Построение
пиктографики.

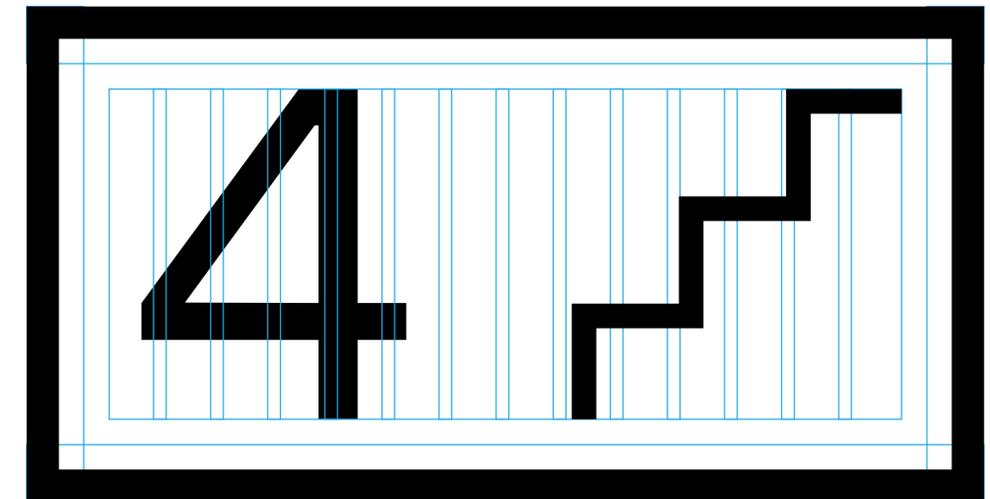
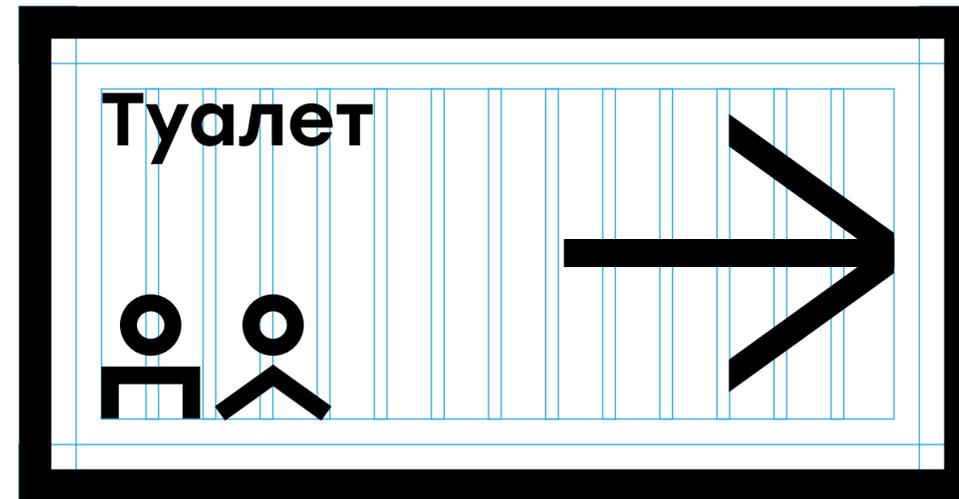
При построении важно
соблюдать
пропорциональность
элементов и визуальную
идентичность знаков.

Схему можно
использовать для
аутлайнового стиля
навигации и для макета
на подложке.



Внутренняя навигация

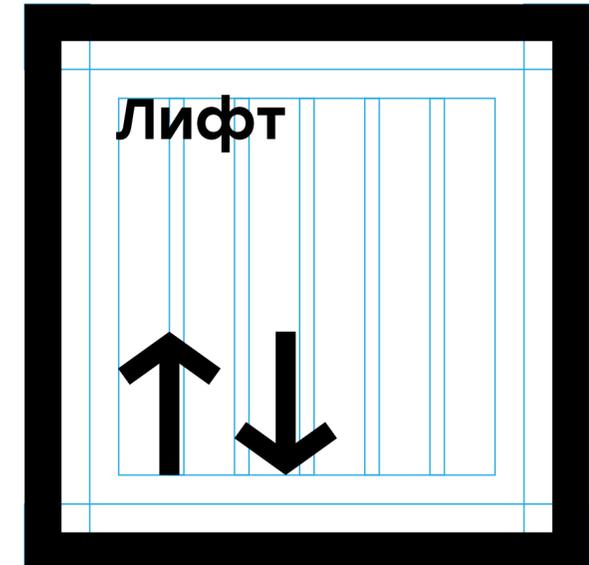
Основная форма — квадрат. Но можно трансформировать в прямоугольник при необходимости.



Внутренняя навигация

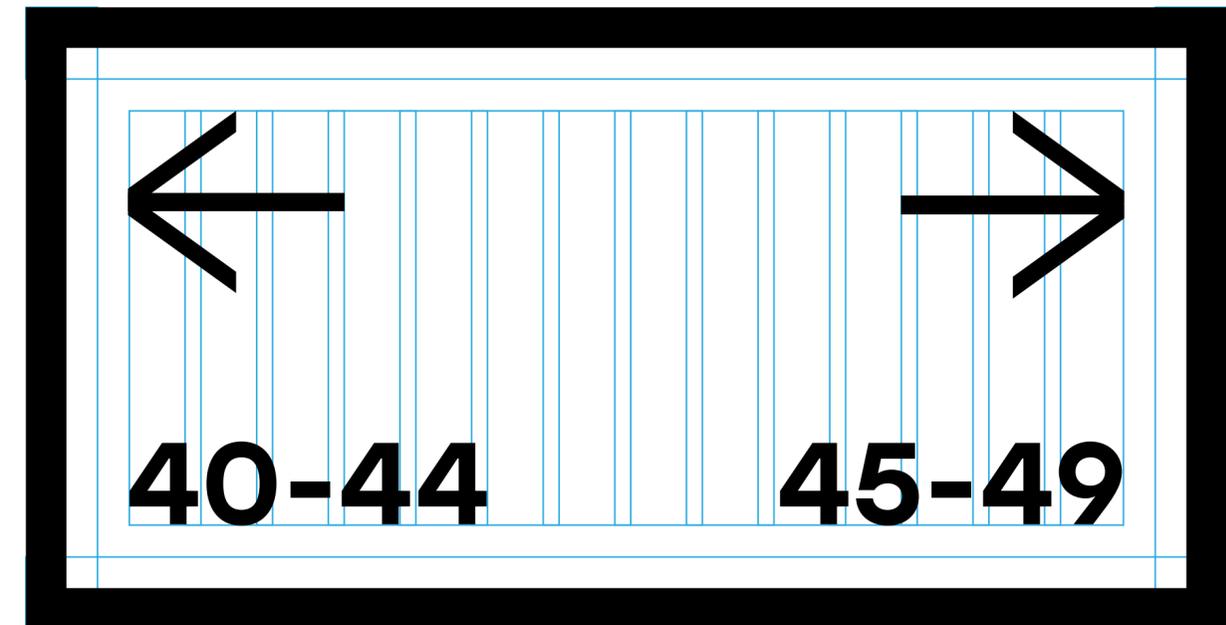
Навигация входной группы и прилифтовая

7	525 – 528
6	521 – 524
5	517 – 520
4	513 – 516
3	509 – 512
2	505 – 508
1	501 – 504

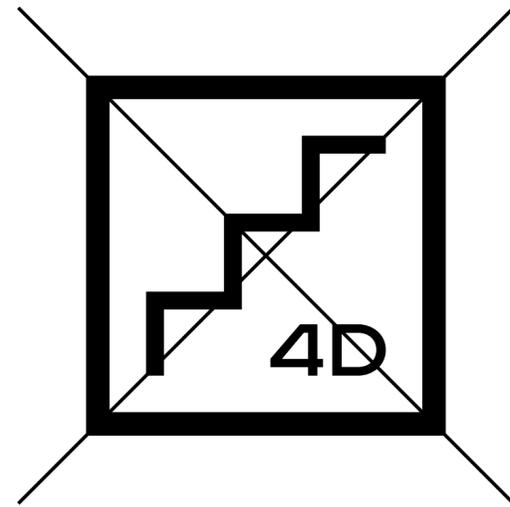


Внутренняя навигация

Навигация поэтажная:
номер этажа, указатели



Внутренняя навигация



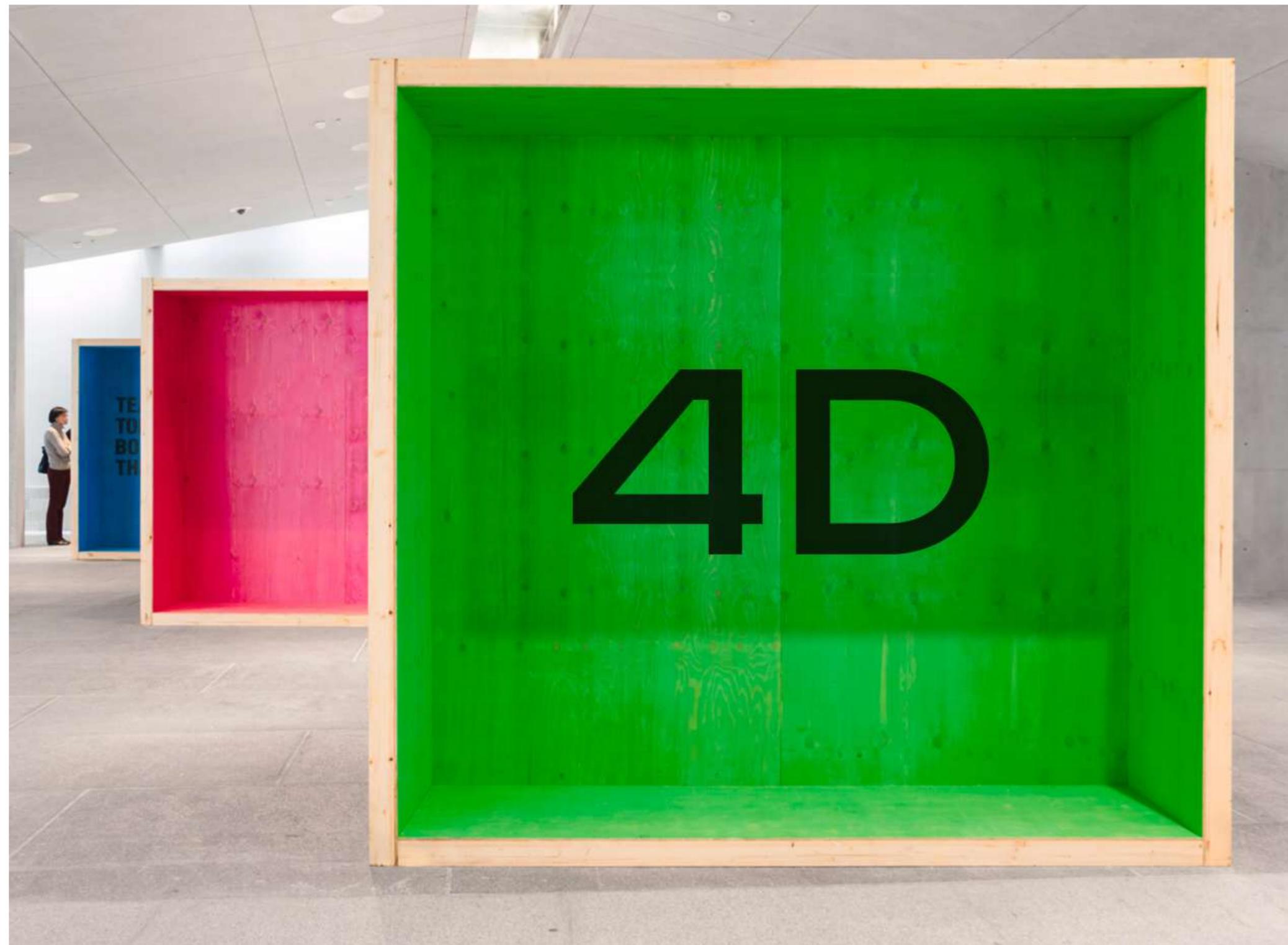
Не следует вписывать логотип в каждый элемент навигации, это создает избыточность и ухудшает читаемость знака.

При необходимости логотип может размещаться рядом с знаком отдельным блоком.

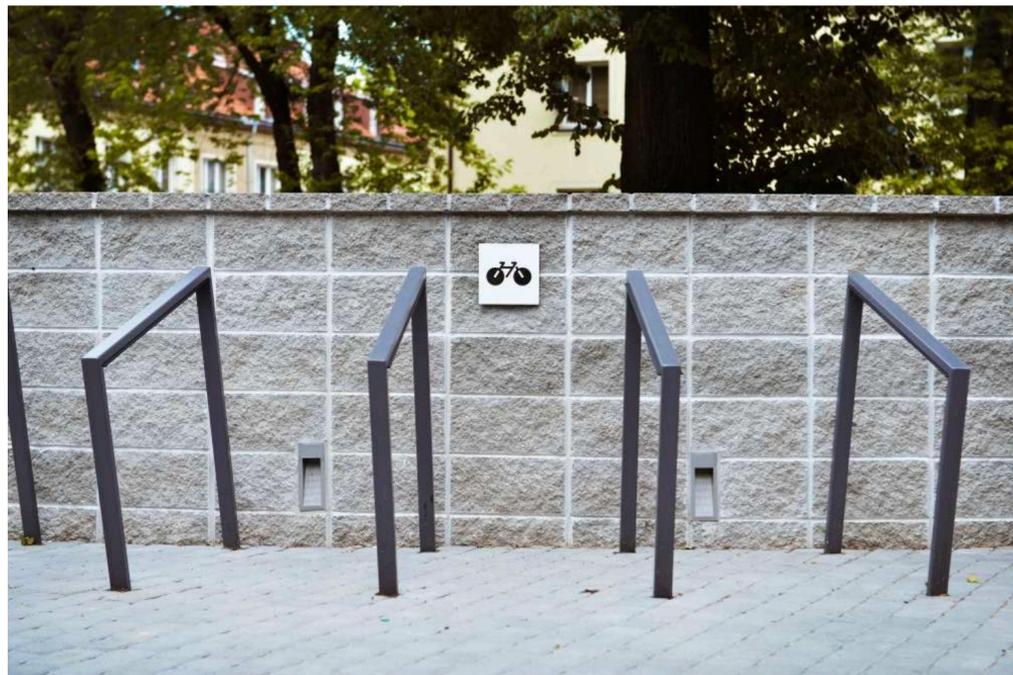


Лайф-объекты

Блоки и арт-объекты
на территории



Лайф-объекты



Стелла 2

Универсальная рама,
внутри которой
подсветка меняется
в зависимости
от цвета проекта

Implementation



Стелла 2



ГРАНД КВАРТАЛ

Универсальная рама,
внутри которой
подсветка меняется
в зависимости
от цвета проекта



Универсальная рама,
внутри которой
подсветка меняется
в зависимости
от цвета проекта



РАЗРАБОТАНО В АГЕНТСТВЕ SMARTHEART

4D