



Бренд-платформа и руководство по использованию фирменного стиля

ARTQBEDEV

2025

Целевая аудитория

4

Гости и отдыхающие (B2C)

У отдыхающих в Геленджике, живущих в регионе, жителей Геленджика, выбирающихся на побережье, есть объединяющая цель — *отдохнуть от повседневной жизни*.

Те, кто целенаправленно посещает «Белый мыс», ставят целью *любую деятельность, противоположную работе и другой ежедневной рутине*.

Запрос — отдых от повседневности

Запрос — жизнь, противоположная рутине

Ценители и профессионалы (B2B)

Приезжающие специальным визитом надеются *найти вдохновение* в дальнейшей деятельности; через общение с профессионалами своего дела, *ищут новый виток для развития* бизнеса.

Запрос — вдохновение

Запрос — общение с единомышленниками

Запрос — новый виток развития бизнеса

Объединяющая цель

B2C

Запрос — отдых от повседневности.

Запрос — жизнь, противоположная рутине.

B2B

Запрос — вдохновение.

Запрос — общение с единомышленниками.

Запрос — новый виток развития бизнеса.



Аудитория ищет море и впечатления, чтобы переключиться от рутины, найти вдохновение.

За солнце и море отвечает природа Геленджика.

За впечатления, праздник и вдохновение — «Белый мыс».

Поиск места «Белого мыса» в жизни аудитории

6

«Белый мыс» не дает обещаний
поменять что-то внутри рутины.

Выход на землю «Белого мыса»

Земля рутины	Семейная жизнь	Страхи	Работа	Ипотека	Выгорание
	Фрустрация	Сложные решения	Рутинa	Работа	Домашние дела

Что есть на территории «Белого мыса»

7

Основания доверять бренду (RTB)

- | | | | |
|--|--|-----------------------------|--|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| Современная практика эно-гастрономического опыта | Место культурного обогащения: фестивали искусств, вина, музыки; музеи и выставки | Гедонистический образ жизни | Сообщество профессионалов винной индустрии |

Выход на землю «Белого мыса»

Уникальное обещание бренда

8

«Белый мыс»
предлагает новый тип
курортных
впечатлений в России



Выход на землю «Белого мыса»

Роль бренда

Быть проводником
в мир праздника.



Видение

10

Стать местом,
которое является проводником в новый
опыт курортных впечатлений,
которое развивает винную культуру в
России.

Путь к новому опыту впечатлений

11

Как бренд становится проводником (инструкция)*

Создавать конкретные решения, отвечающие на вопрос: «*Что создает праздник?*».

Дать представление о персональных решениях: «*Как праздник отзывается во мне?*».

Дать возможность найти мечту, идею, смысл: «*Зачем мне пережитый опыт?*».



* Путь необязательно должен быть пройден полностью — достаточно просто желать обрести новый опыт. Если у входящего появляются большие запросы, «Белый мыс» может на них ответить.

Новый опыт курортных впечатлений

12

Как бренд становится проводником

Что

Создает понятные ожидания от места: погулять по променаду, выпить в баре, посетить дегустацию и т. д.

Как

Насладиться эстетикой места, перезагрузиться, ощутить вдохновение для творчества, быть причастным к новой культуре вина и виноделия; и т. д.

Зачем

Каждый может праздновать свою жизнь — быть благодарным себе и месту, и чувствовать вино каждый день.



Идея бренда

13

«Белый мыс» — место, дарящее вкус к жизни:
где чувствуешь жизнь с бокалом в руке.

Идея бренда

14



Рациональные и эмоциональные преимущества

15

B2C

Праздник жизни и вина
Celebrate life

«Белый мыс»

B2B

Праздник вина и жизни
Celebrate wine

Эмоциональные

Рациональные

Рациональные

Эмоциональные

Сопричастность к новому опыту культурных событий

Культурная программа: от музейных выставок до винных дегустаций

Мероприятия, место культурных событий

Проведение мастер-классов, дегустаций, обучения, презентаций

Забота бренда как организатора
Чувство значимости от интереса аудитории

Наслаждение местом, в котором находишься: красивый вид, теплый свет, звон бокалов и т. д.

Места общего доступа для всех желающих отдыха

Променад

Говорить с аудиторией через новые точки притяжения

Забота «Белого мыса» о точках притяжения, которые приведут новую аудиторию

Радость поднятых бокалов в компании близких по духу людей

Инфраструктура для развлечений

Центральный бар, улица баров, стрит ритейл

Найдется место, чтобы представить продукт, найдется своя аудитория
Нетворкинг и опыт единомышленников

Чувствую успеха быть среди равных
Гордость быть частью винного сообщества России

Гордость за российскую винную культуру

Широкая представленность российских винных брендов

Российское виноделие

Место профессионального сообщества

Ценности

16

Эстетика

Разделяем любовь к красоте
и стремление
к гармоничности форм
от бокала до пространства.

Вкус к жизни

Находимся в атмосфере
легкости, искренности,
праздника, которая наполняет
жизнь каждого моментами
удовольствия.

Любовь к родной земле

Всё, что мы делаем,
объединено желанием
процветания России: её
жителей и предпринимателей

Уважение к ремеслу

Относимся к труду каждого
винодела с благодарностью
и почтением.

Миссия

17

Воспевать жизнь и вино.

Воспевать жизнь — стать опорой позитивного взгляда на мир: благодарность к жизни, окружающим людям за возможность праздника, отдыха и впечатлений;

Воспевать вино — развивать российскую винную традицию через ремесло, культуру, профессиональное сообщество и его связи;

Архетип

Любовник 80%

Как эстет ищет эмоциональной связи с другими через глубокие отношения и поиск красоты во всем. Живет любовью, гармонией, желанием, может дарить и привлекать.

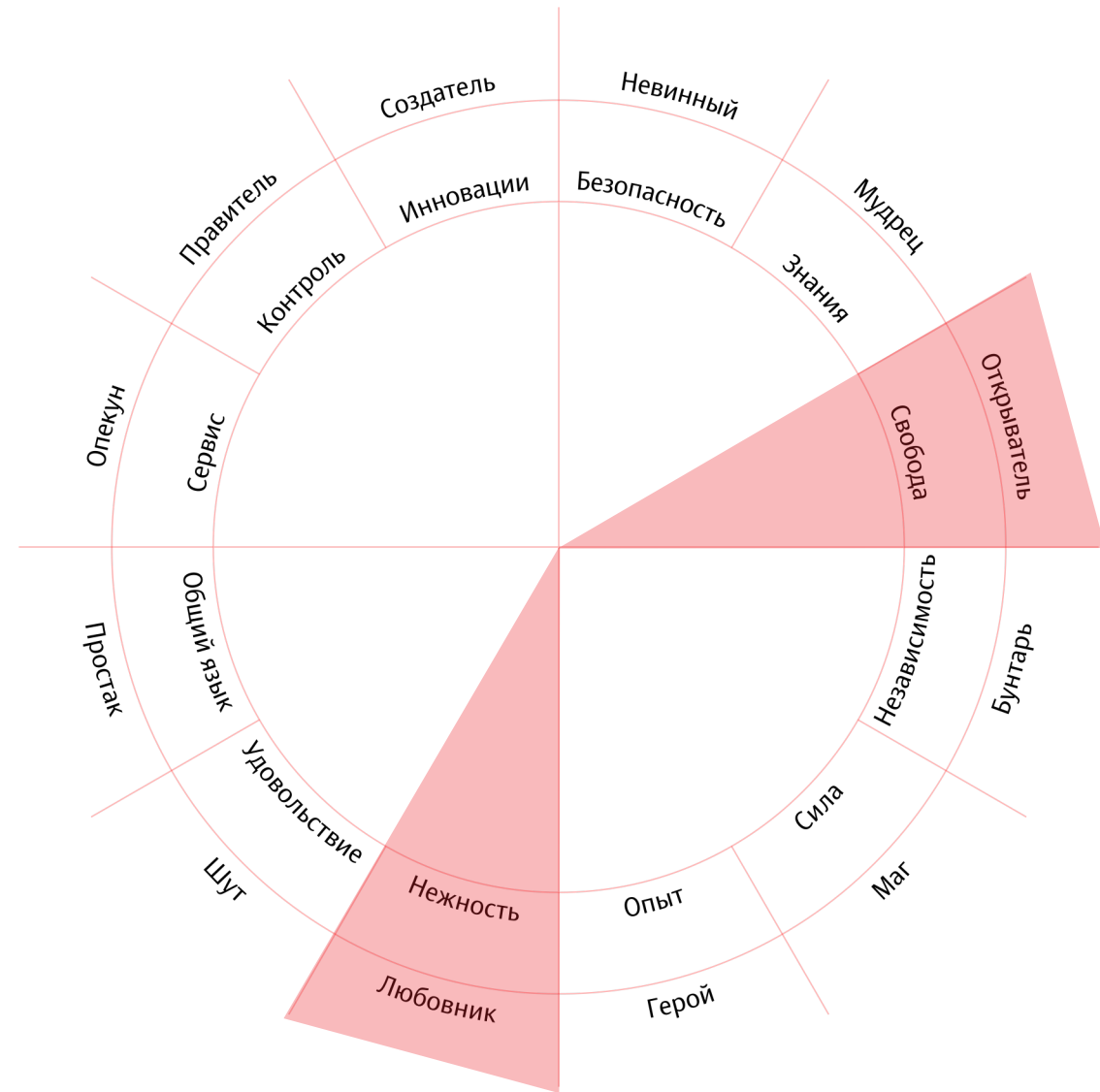
Примеры: Lindt, Nespresso, Chanel.

Искатель 20%

В поиске лучшей жизни, готов пробовать все, что поменяет надоевшую рутину.

Примеры: Louis Vuitton, Tesla, Airbnb.

Такое сочетание дает «Белому мысу», как любовнику, эмоционально украшать и насыщать жизнь, а как искателю — создавать новые подходы, чтобы восхищать и оставаться актуальным надолго.



Архетип бренда

Философия

19

Гедонизм, как выход от рутины, повседневности, суеты — в радость и удовольствие от жизни. Здесь простые человеческие радости проходят призму гедонистического образа жизни:

- не просто ужин, а наслаждение от сочетаний («Пино-нуара» с уткой);
- не только говорить о делах, но и благодарить за моменты жизни;
- не просто поднимать бокал, но и восхищаться тонким перляжем;
- не только фотографировать место, но и остановиться в эстетическом удовольствии окружающего.

Простая человеческая радость

Гедонистический образ жизни

Еда	→	Гастрономия
Общение	→	Радость благодарности
Вино	→	Энокультура
Красота места	→	Эстетическое удовольствие

Метафора

Стакан Бокал бывает наполовину полон или наполовину пуст

Мы создаем тот угол обзора (ту призму), который поворачивает картину мира входящего на землю «Белого мыса» к оптимистическому суждению : *«Мой ~~стакан~~ бокал наполовину полон»*.

«Белый мыс»:

- как минимум — наполняет ~~стакан~~ бокал наполовину:
дополняет позитивными образами, эстетикой окружающего;
- как максимум — переполняет (переливает) ~~стакан~~ бокал:
создает новые смыслы для вдохновения и творческого воображения.

«Белый мыс» оставляет впечатление летнего праздника, посвященного вину, который наполняет каждый ~~стакан~~ бокал оптимистично окрашенными образами, впечатлениями, вдохновением и воображением.



Логотип

Концепция



Символ города — широкая жизнерадостная улыбка, олицетворение положительных эмоций от всего окружающего пространства.

В логотип заложено сразу несколько образов: первый — это улыбка, очертания которой напоминают бокал вина, второй — контур бухты в Геленджике, где расположен винный город.

Линия, которая постепенно утолщается от одного края к другому, задает вектор движения — за ней определенно будет что-то позитивное.

Вертикальная версия

Вертикальная версия является основной и состоит из знака, текстовой части и дополнительного элемента снизу.

Logo

Belij-mys-logo-ver-main-black.ai



17 мм

Минимальная высота логотипа, при которой он читается отчетливо

На темном фоне используется белая версия логотипа.

Logo

Belij-mys-logo-ver-main-white.ai



17 мм

Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Упрощенная вертикальная версия

Упрощенная вертикальная версия необходима, когда затруднено использование основной. Например, в небольших форматах.

Logo

Belij-mys-logo-ver-simple-black.ai

Белый
мыш

Белый
мыш

8 мм

Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Logo

Belij-mys-logo-ver-main-white.ai

Белый
мыс



Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

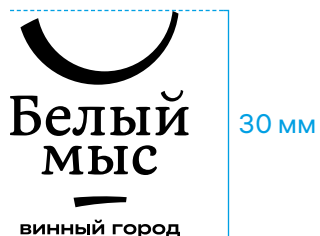
Вертикальная версия с дескриптором

Также существует версия логотипа с дескриптором.

Все правила, касающиеся основного варианта логотипа, действуют и для этой версии.

Logo

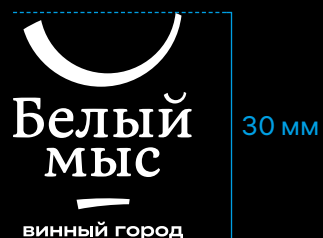
Belij-mys-logo-ver-descriptor-black.ai



Минимальная высота логотипа, при которой он читается отчетливо

Logo

Belij-mys-logo-ver-descriptor-white.ai



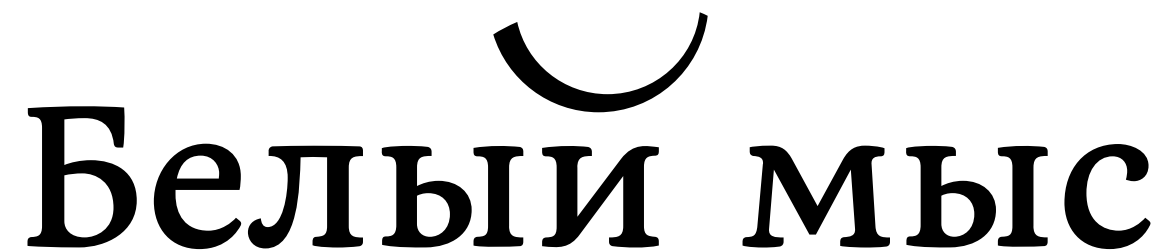
Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Горизонтальная версия

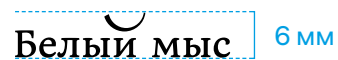
Горизонтальная версия используется в соответствующем формате: на узких носителях, высота которых ограничена.

Logo

Belij-mys-logo-hor-black.ai



Белый мыс



Белый мыс 6 мм

Минимальная высота логотипа, при которой он читается отчетливо

Logo

Belij-mys-logo-hor-white.ai

Белый мыс

Белый мыс 6 мм

Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Горизонтальная версия с дескриптором

Logo

Belij-mys-logo-hor-descriptor-black.ai

Также существует горизонтальная версия логотипа с дескриптором.

Все правила, касающиеся горизонтального варианта логотипа, действуют и для этой версии.

Белый мыс
винный город



Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Logo

Belij-mys-logo-hor-descriptor-white.ai

Белый мыс
винный город



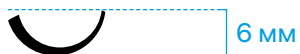
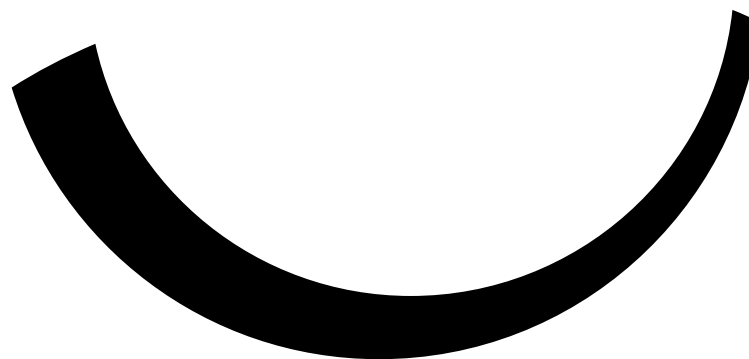
Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Знак

Logo

Belij-mys-logo-sign-black.ai

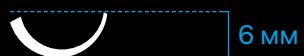
Допустимо использовать знак без текстовой части.
Можно применять улыбку рядом с текстом или без него.
В больших форматах знак можно обрезать.



Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Logo

Belij-mys-logo-sign-white.ai

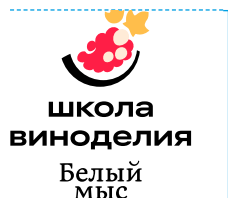
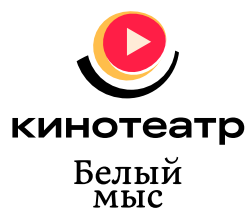


Минимальная высота логотипа,
при которой он читается отчетливо

Логотипы суббрендов

Logo
Sublogo

Для каждого суббренда разработан дополнительный логотип. Он состоит из уникальной иконки, знака, названия суббренда и текстовой части основного логотипа.



25 мм

Минимальная высота всех логотипов
суббрендов одинаковая

Logo
Sublogo



кинотеатр

Белый
мыс



ивент-холл

Белый
мыс



**винная
лаборатория**

Белый
мыс



ЭНОТЕКА

Белый
мыс



**школа
виноделия**

Белый
мыс



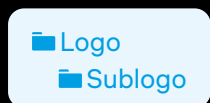
галерея

Белый
мыс



экспоцентр

Белый
мыс

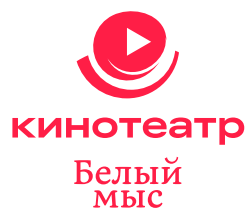


Предусмотрены монохромные версии логотипов. Их рекомендуется использовать, когда полноцветные версии не подходят.



Монохромные версии допустимо перекрашивать
в основные фирменные цвета.

Logo
Sublogo



Использование логотипа

Использование логотипа на нейтральном фоне

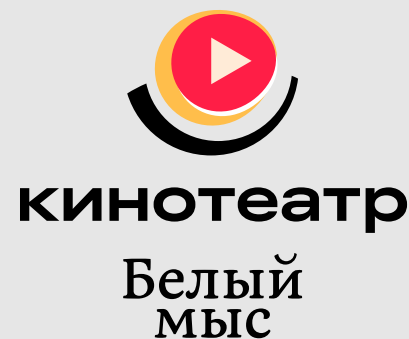
Главный принцип при выборе версии логотипа: он должен выглядеть контрастно и не теряться на фоне. На светлом фоне следует использовать темный логотип, на темном фоне — светлый.



Хорошо. Черная монохромная версия логотипа контрастна к фону



Плохо. Белая монохромная версия малоконтрастна к фону



Хорошо. Логотип суббренда контрастен к фону

Использование логотипа на цветном фоне

На цветном фоне допустимо использовать и белую, и черную версии логотипа при условии, что они контрастны фону.

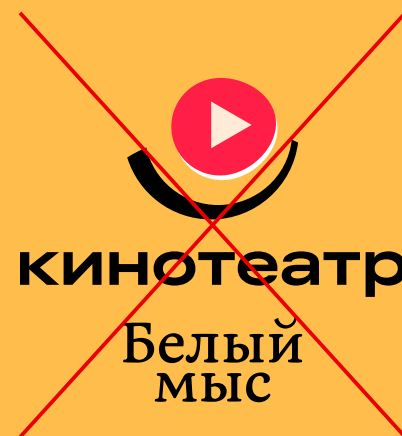
Полноцветные логотипы суббрендов запрещено использовать на любом цветном фоне.



Хорошо. Черная монохромная версия логотипа контрастна к фону



Хорошо. Белая монохромная версия логотипа контрастна к фону



Плохо. Иконка суббренда сливается с цветным фоном

Недопустимое использование

Чтобы логотип не терял узнаваемости, нужно всегда использовать исходный вариант без каких-либо изменений и искажений.



Плохо. Искажены пропорции



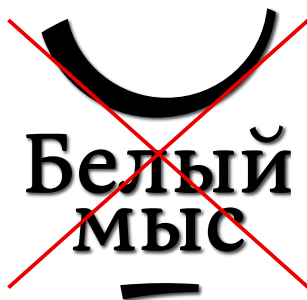
Плохо. Логотип окрашен в посторонний цвет



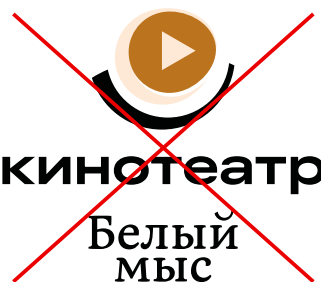
Плохо. Логотип воспроизведен обводкой



Плохо. Удалена часть знака



Плохо. Применен эффект



Плохо. Логотип суббренда изменен

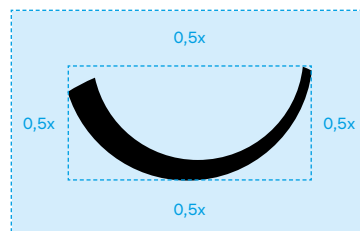


Хорошо. Исходный логотип использован без изменений

Охранное поле

Вокруг логотипа должно оставаться свободное пространство, которое необходимо, чтобы визуально отделить его от соседствующей графики или текста. Ниже показаны минимальные отступы — если есть возможность, следует делать их больше.

Охранное поле версий с дескриптором и логотипов суббрендов формируется по тем же принципам.



Размеры охранного поля рассчитываются исходя из высоты (x) соответствующего логотипа

Размещение на фотографиях

Главное правило при размещении логотипа на фотографии: фон должен быть достаточно контрастным логотипу.



Плохо. Логотип едва заметен на темном фоне



Хорошо. На более контрастном фоне логотип заметен лучше

Для логотипа относительно небольшого размера следует выбирать наиболее однородный участок фотографии.



Плохо. Фон с обилием деталей мешает восприятию логотипа



Хорошо. На более однородном фоне логотип заметен лучше

**Базовые
элементы
айдентики**

Основные цвета

Colors

Belij-mys-colors-main-screen.ase

Belij-mys-colors-main-print.ase

Зеленый

RGB 60 200 150

(#3cc896)

CMYK 70 0 60 0

Pantone 7723 C

Белый

RGB 255 255 255

(#ffffff)

CMYK 0 0 0 0

Красный

RGB 200 20 50

(#c81432)

CMYK 0 95 70 0

Pantone 198 C

Основная палитра состоит из желтого, белого, зеленого и красного.

RGB — цветовое пространство компьютерных экранов. В скобках указано то же значение цвета в шестнадцатеричном виде для веб-дизайна.

Код цвета в пространстве CMYK необходим для обычной полиграфической печати в четыре краски.

Pantone — это одна полиграфическая краска сразу нужного цвета (обычно печать пантонами дает более яркий и привлекательный результат).

Желтый

RGB 255 190 75

(#ffbe4b)

CMYK 0 30 75 0

Pantone 2008 C

Внимание: цвета на экране монитора значительно отличаются от печатных оригиналов из-за особенностей цветопередачи

Дополнительные цвета

Colors

Belij-mys-colors-extra-screen.ase

Belij-mys-colors-extra-print.ase

В качестве дополнительных цветов используются оттенки основных. Они нужны для создания фирменных фонов.

Темно-красный
RGB 230 30 60
(#e61e3c)
CMYK 5 100 70 10
Pantone 200 C

Светло-бежевый
RGB 255 235 215
(#ffe7d7)
CMYK 0 10 20 0
Pantone 7604 C

Бледно-красный
RGB 250 100 100
(#fa6464)
CMYK 0 75 55 0
Pantone 2030 C

Изумрудный
RGB 0 130 100
(#008264)
CMYK 85 25 70 10
Pantone 7727 C

Темно-зеленый
RGB 0 70 50
(#004632)
CMYK 90 40 80 50
Pantone 627 C

Бордовый
RGB 180 20 50
(#b41432)
CMYK 25 100 75 15
Pantone 208 C

Бежевый
RGB 255 225 180
(#ffe1b4)
CMYK 0 15 35 0
Pantone 7401 C

Основной шрифт

Fonts

Шрифт — важный элемент айдентики, который используется при верстке текстов и оформлении информационной и рекламной продукции. Для этих задач применяется шрифт Гаусс некст (ALS Hauss Next).

**Мы добьемся всех
поставленных целей вместе —
ради здоровья и высокого
качества жизни людей**

Обычное (Regular) начертание применяется
для основного набора.

ALS Hauss Next Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Ий Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Широкое жирное (Wide Bold) начертание
используется для набора заголовков.

ALS Hauss Next Wide Bold

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Ий Кк Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Альтернативный шрифт

Если использование основного шрифта по каким-либо причинам невозможно или затруднительно, следует применять общедоступный шрифт Интер (Inter) в жирном (Bold) и обычном (Regular) начертаниях.

Inter Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Ий Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Inter Bold

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Ий Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Формы

Shapes

Плавные абстрактные формы являются частью айдентики и могут использоваться для оформления носителей. Их можно красить в фирменные цвета с использованием градиентов.







Допустимо использовать неградиентные формы на фирменном фоне.







Фоны

Backgrounds

Фоны окрашены в фирменные и дополнительные цвета. Их можно использовать для брендинга различных поверхностей, размещать на них текст, логотип и так далее.









Примеры носителей

47 Рекламный стенд



Толстовка



Футболка



Сумка



Ограждение



Здесь скоро
будет вино
литься рекой

Бокалы



Бутылка





Строительная плита



