



Руководство  
по использованию  
фирменного стиля



oo Платформа бренда

- oo Позиционирование
- oo Аудитория
- oo Идея и миссия
- oo Преимущества
- oo Характер бренда
- oo Эстетика бренда

oo Базовые элементы

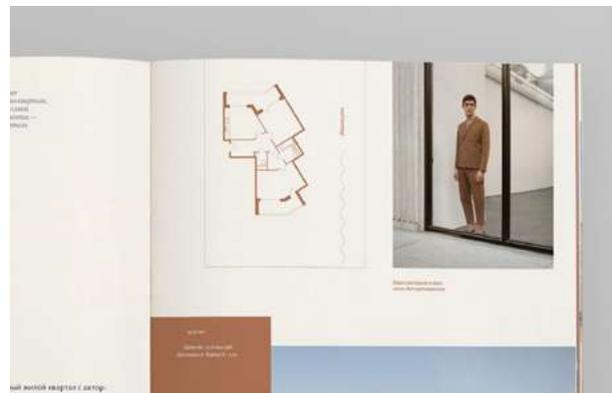
- oo Логотип
- oo Цвет
- oo Шрифт
- oo Узор

oo Сетка верстки

oo Фотостиль



Логотип на цветном фоне – стр. oo

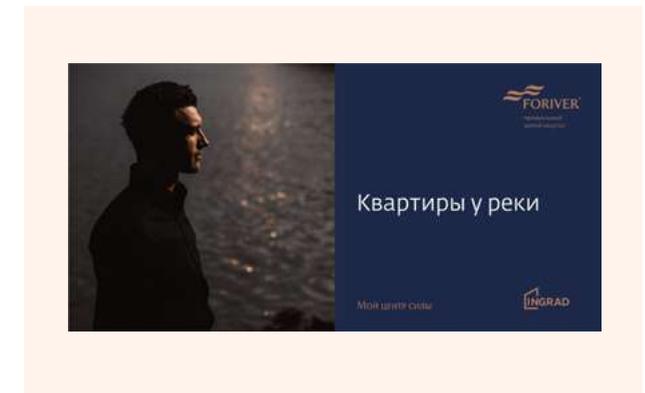


Как сверстать буклет? – стр. oo

oo Печатные носители

- oo \ oo Личная визитная карточка
- oo \ oo Корпоративная визитная карточка
- oo \ oo Блок письма
- oo Почтовый конверт
- oo Папка для документов
- oo Бумажный пакет
- oo Ручка и карандаш

oo Рекламные баннеры



Как сверстать рекламный баннер? – стр. oo

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

04

# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Foriver – это премиальный жилой квартал, созданный в соответствии с принципами кинетической архитектуры и природного урбанизма.



# АУДИТОРИЯ ПРОЕКТА

Состоятельные москвичи (или те, кто переехали, но уже имеют с городом глубокие связи). Они ощущают свою причастность к традициям, истории и культуре Москвы. К контексту и атмосфере места. При этом им важно сохранить внутреннее состояние, ощущение непрерывного развития.

35-45 лет, с высшим образованием, специалисты и эксперты высокого класса, а также предприниматели (малый и средний бизнес, в том числе в творческой сфере), менеджеры госкомпаний и профессиональные спортсмены.

Им в равной степени интересны и современные проекты, меняющие облик города, и наследие, формирующее уникальный культурный ландшафт.



# АУТОТЕЛИЧЕСКИЕ ЛИЧНОСТИ

Дословный перевод термина означает «личность, чьи цели находятся внутри нее». А, значит, цели такого человека возникают под влиянием внутреннего мира, а не обусловлены внешними факторами.

«Аутотелическая личность» (термин предложен Михаем Чиксентмихайи, автором концепции «потокowego состояния») способна непринужденно и легко трансформировать потенциальные трудности в гармоничный баланс и новые возможности. Такие люди редко испытывают скуку, мало беспокоятся, все время включены в текущий момент и находятся в потоке большую часть своей осознанной жизни.



# ИНСАЙТ АУДИТОРИИ

Если жить в столице – то жить близко от центра, на берегу реки. В модном, стильном, комфортном и уникальном месте с уникальной историей.

Мой дом – место, которое даст мне силу и энергию реализовать мой творческий потенциал.

# ИДЕЯ И МИССИЯ ПРОЕКТА

Foriver — это место, где человек может позволить себе думать о вечных ценностях, укрываясь от бурного потока жизни. Территория свежих решений, где каждый может набраться сил для новых амбиций.



Foriver — это жилой проект у реки, объединяющий спортивный кластер и территорию с обширным культурным и историческим наследием.

*Проект сделан по принципам органического урбанизма. Он гармонично соединяет рельеф местности, природные и исторические особенности территории и потребности его будущих жителей.*



# МИССИЯ ПРОЕКТА

Возводя в Даниловском районе Москвы новый жилой проект, мы создаем место, наполненное смыслом.

Мы бережно относимся к уникальной истории территории и ее культурным артефактам. Воссоздаем в проекте традиции и атмосферу, связанную с культурой и спортивными традициями. И вместе с тем мы смотрим в будущее, где Foriver является флагманом всего района и служит образцом ответственного и вдумчивого девелоперского проекта, который развивает территорию в интересах всех москвичей.

# ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОЕКТА

## Функциональные

- 1 Местоположение: близость к центру, первая береговая линия
- 2 Продуманный архитектурный проект: панорамные окна, террасы, мансарды
- 3 Удобные и функциональные планировки
- 4 Уникальные видовые характеристики, ландшафтный дизайн и благоустроенная территория проекта
- 5 Спортивная инфраструктура на территории квартала и в шаговой доступности

## Эмоциональные

- 1 Интересное место со смыслом и многослойной историей
- 2 Футуристичный вид кинетических фасадов
- 3 Human scale среда: ритмичная этажность, природные зоны отдыха внутри квартала
- 4 Органический урбанизм: сочетание природной умиротворенности и динамики города
- 5 Ощущение эксклюзивности проекта – такого больше нет
- 6 Умеренная цена при высоком уровне статуса



# ХАРАКТЕР БРЕНДА



## Гармоничный

Гармонично соединяющий различные элементы, органичный и целостный.

## Многогранный

Имеющий много отличительных свойств и преимуществ, разноликий.

## Динамичный

Объединяющий движение, энергию, изменчивый, но постоянный в главном.

## Технологичный

Сделанный в духе времени, с использованием передовых решений, с актуальной архитектурой и дизайном.

## Пассионарный

Не имеющий аналогов, уникальный и неповторимый, сделанный со страстью.

# ЭСТЕТИКА БРЕНДА



## Эклектизм

Многоликий дизайн, культура и природа.

## Кинетика

Движение, изменения, энергия, потенциал.

## Спорт

Дзэдо, айкидо, футбол, легкая атлетика.

## Природный урбанизм

Парки, органическая архитектура, вода.



СТИХИЯ ТВОЕГО  
ПОТЕНЦИАЛА



# СОСТАВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Совокупность этих элементов фирменного стиля является основой маркировки бренда. Их правильное использование гарантирует запоминаемость и узнаваемость бренда.

## 1. Логотип

---



Это основной элемент маркировки всех материалов жилого квартала. Именно его наличие определяет всю информацию на носителе, как относящуюся к бренду Foriver.

## 2. Цвет

---



Обязательный элемент в брендировании коммуникаций жилого квартала. Правильное сочетание пропорций цвета гарантирует сохранение индивидуальности фирменного стиля.

## 3. Шрифт

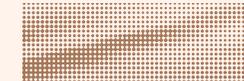
---



Сочетание конкурентных шрифтовых гарнитур делает уникальным любой текстовый материал, даже в отсутствии других маркеров бренда.

## 4. Узор

---



Имиджевый элемент, позволяющий легко брендировать почти любую поверхность без дополнительной информации.

# ЛОГОТИП

Знак

---



---

Ключевой символ бренда может использоваться отдельно от остальных элементов фирменного стиля и содержит несколько смысловых основ:

- Первая буква в названии жилого квартала
- Динамика речных волн, движение
- Флаг, символ территории

Начертание

---

FORIVER®

---

Основа для всех шрифтовых гарнитур в фирменном стиле. Штрих и их плавные формы созвучны визуальному языку знака. Не является самостоятельным маркером и может использоваться только в обозримом присутствии знака.

Логотип

---



---

Основная форма бренд-маркера. Эта композиция используется почти на всех носителях фирменного стиля.

# ЗАЩИТНОЕ ПОЛЕ

Безопасное поле вокруг логотипа обеспечивает ему необходимое количество пространства, чтобы оставаться самодостаточной единицей информации. Вмешательство в безопасное поле может привести к смещению логотипа с окружающей его информацией.

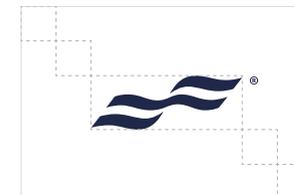
За единицу измерения безопасного поля взяты пропорции буквы O из логотипа и равны 1X

**FORIVER** Пропорции буквы O = 1 X

Безопасное поле логотипа равны:  
 – 2X от знака  
 – 1X от начертания



Безопасное поле знака = 2X со всех сторон



Безопасное поле начертания = 1X со всех сторон



# ЦВЕТ

*В основе цветовой палитры фирменного стиля, лежат натуральные цвета окружающей среды жилого квартала*



Цвет воды и неба



Цвет камня и оттенки фасадов  
жилого комплекса



Цвет речного песка  
и бронзы на фасадах  
жилого комплекса



### White / бумага

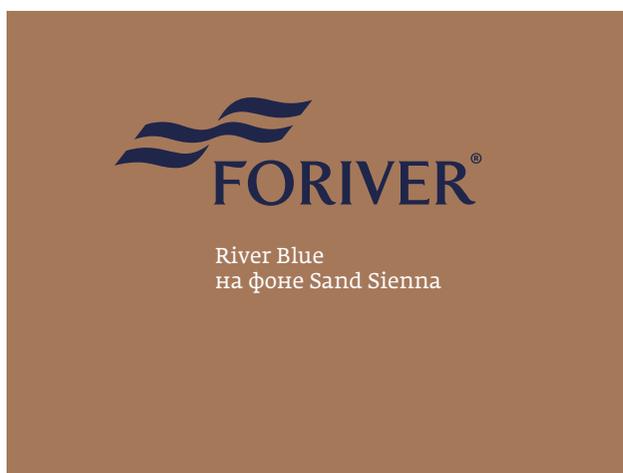
CMYK: 0/0/0/0  
RGB: 255/255/255  
#ffffff

### Ivory White

CMYK: 10/10/15/0  
RGB: 255/243/235  
#EAE3DA

# ЦВЕТ И ЛОГОТИП

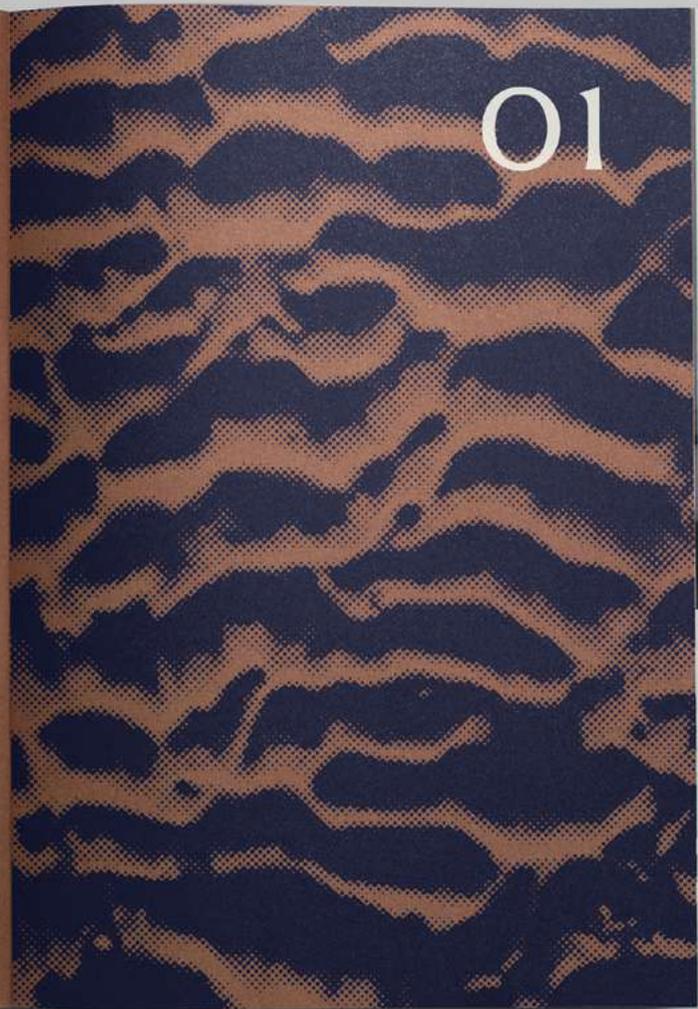
Рекомендуется использовать логотип на белом фоне или на фирменных цветах в контрастных сочетаниях



ПРОСТРАНСТВО  
ЖИЛОГО КВАРТАЛА



01



# ШРИФТ

EPIGRAPH CAPS для заголовков и цитат

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я  
 А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Fedra Sans для текста

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У  
 Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я  
 а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф х ц  
 ч ш щ ъ ы ь э ю я  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Fedra Serif для акцентов и навигации

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С  
 Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я  
 а б в г д е ё ж з и й к л м н о п р с т у ф  
 х ц ч ш щ ъ ы ь э ю я  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# Узор

Узор можно создать из любого фотографического изображения путем его растрового упрощения (метод Halftone) и его последующей векторной трассировки.

На данном примере демонстрируется стилизация фотографии волн в бренд-узор

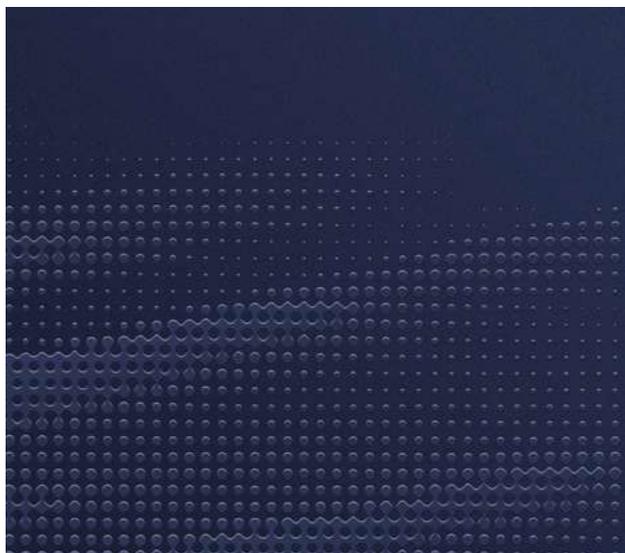


# ДРУГИЕ ПРИМЕРЫ СТИЛИЗАЦИИ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Узор может использоваться в оформлении общественных пространств, в технических целях, в навигации и брендинге масштабных объектов.



# ОФОРМЛЕНИЕ НОСИТЕЛЕЙ УЗОРОМ



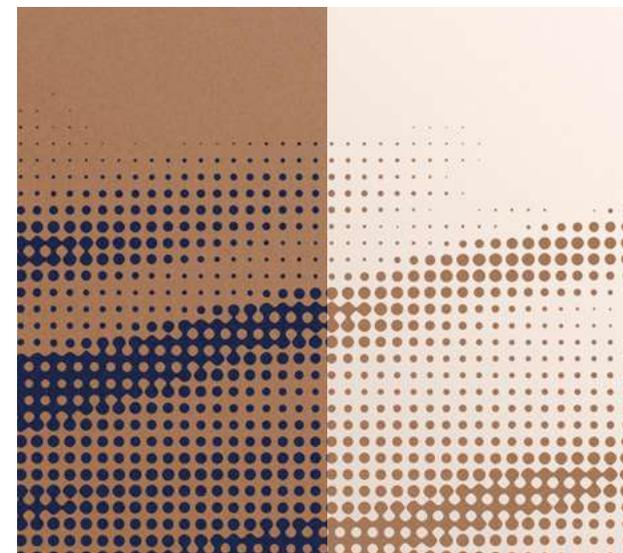
Слепое тиснение или «УФ-Лак»

Данный тип оформления создает текстуру на носителе сохраняя его основной цвет. Такое решение хорошо подходит для оформления материалов с высокой длительностью тактильного контакта – это обложки буклетов и книг, поверхности подарочных материалов.



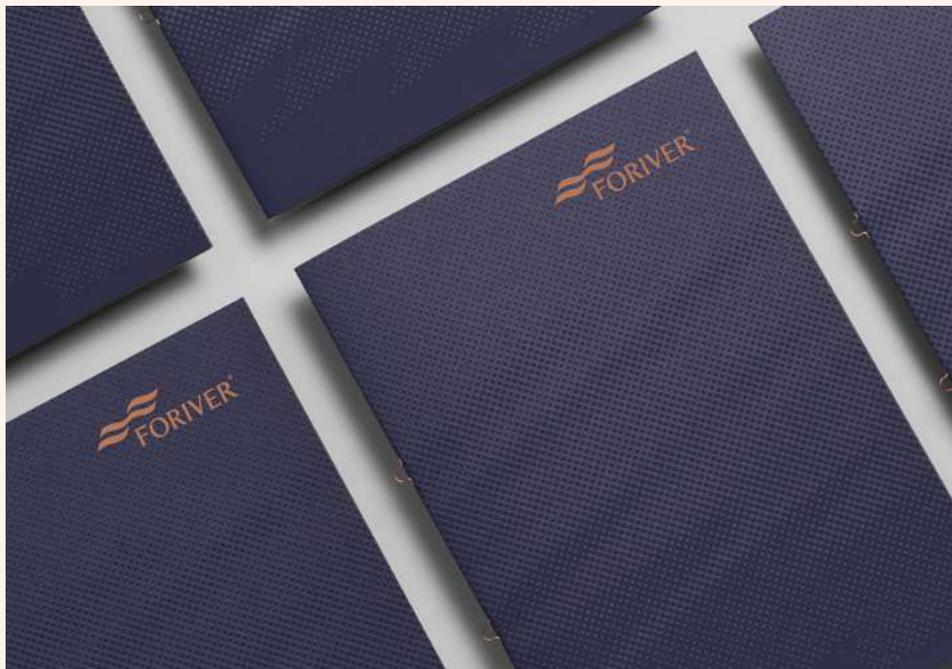
Тиснение бронзовой фольгой

Применяется на бумаге бежевого цвета (Ivory White). Данный тип оформления подходит для носителей небольшого формата – это визитные карточки, открытки или карты лояльности.



Печать цветом

В данном случае, цвет паттерна может быть как River Blue так и Sand Sienna. Подходит для всех форматов носителя и для некоторых случаев, когда необходимо оформить большие участки носителя – это отбивочные развороты в буклете, стены в помещении, подарочный пакет и так далее.







# ЗАГОЛОВОК

Подзаголовок

Текст крупный Fedra Sans Light 12pt/14,4pt

Текст для набора Fedra Sans Book 9pt/11pt

Маркеры и навигация Fedra Serif A Book 8pt/11pt

*Выделенный текст Fedra Serif A Book Italic 8pt/11pt*

Подпись Fedra Sans Book 6pt/8pt

Модули:

Ширина колонки для крупного текста

Ширина колонки для маркеров

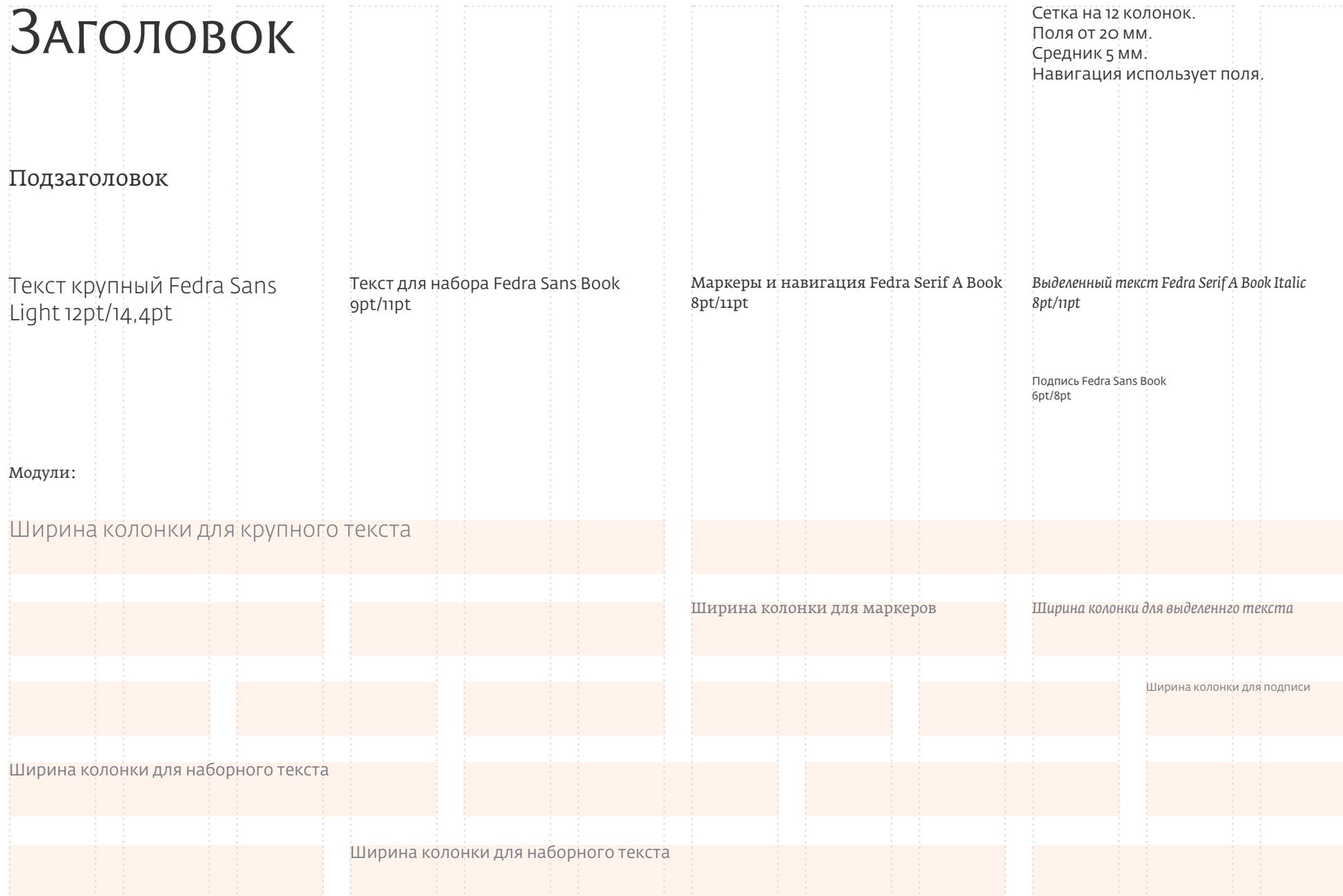
Ширина колонки для выделенного текста

Ширина колонки для подписи

Ширина колонки для наборного текста

Ширина колонки для наборного текста

Сетка на 12 колонок.  
Поля от 20 мм.  
Средник 5 мм.  
Навигация использует поля.



01

ПРОСТРАНСТВО  
ЖИЛОГО КВАРТАЛА

Восковым моментом Fogiet является близость к историческим местам: в шаговой доступности — вода, зелень, скверы, рестораны и кафе.



## КВАРТИРЫ С ВИДОМ НА НАБЕРЕЖНУЮ

12 квартир  
свободной планировки

7 квартир  
фиксированной планировки

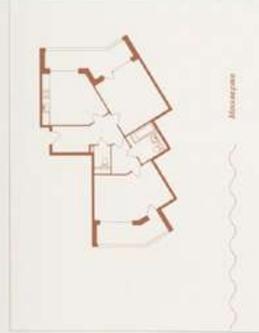
4 пентхауса  
уникальной планировки

20 000 кв.метров  
каждый метр общей площади

Fogiet — премиальный жилой квартал с авторской архитектурой, современной инженерией, продуманными планировочными решениями и уникальными форматами жилья. Проект реализуется в живописном месте исторической части Москвы — вблизи ансамбля Симеонова монастыря, на набережной Москвы-реки. Локация подойдет для неспешной жизни на фоне цветущей зелени и открытого столичного неба, и для активного участия в событиях города в 5 минутах от главного радиуса Москвы — Садового кольца. Современный облик квартала органично вписывается в историческое окружение и городскую идентичность. Высотные доминанты открывают жителям впечатляющую панораму столицы и открыточные виды на набережную Москвы-реки и ансамбль Симеонова монастыря.

### Преимущества:

От 4 парковочных мест на квартиру	Отдельный лифт из парковки
2 детских сада на первом этаже	Школа в 200 метрах от дома



Москва-река



Наша квартира в окне  
видит Арбатский мост

34,9 кв.м

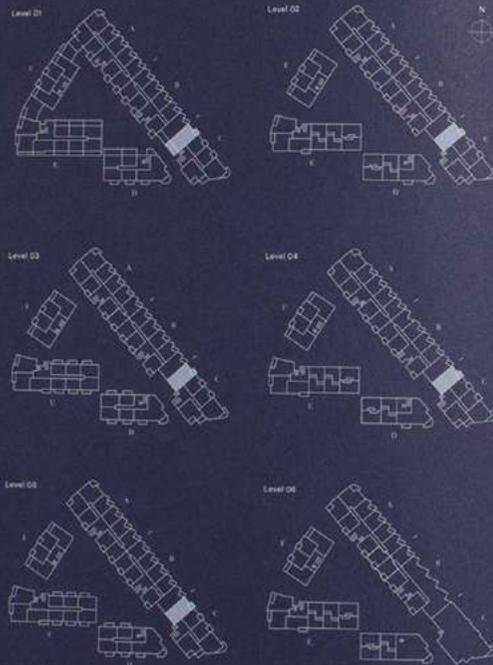
Цена: 311 млн руб.  
Дистанция: Арбат 8 - 1 км

K8

Вид из квартиры K8



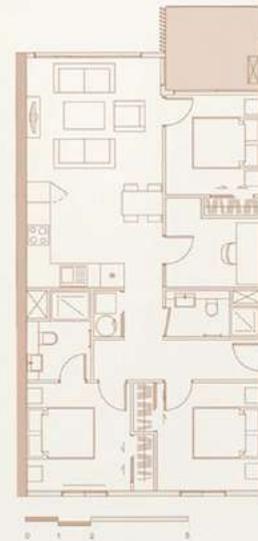
A2



## КВАРТИРА QUADRO FAMILY

A2

- 2 спальни с отдельным санузлом
- Лоджия 20 кв. м.
- Гостиная с камином



Прямой доступ к подземной парковке,  
3 парковочных места в подарок

Этаж 2.  
Квартиры № 8

Спальня 1: 10 кв. м  
Спальня 2: 10 кв. м  
Спальня 3: 10 кв. м  
Спальня 4: 20 кв. м  
Гостиная: 40 кв. м  
Кухня/столовая: 20 кв. м  
Гардеробная: 10 кв. м  
Лоджия: 20 кв. м



# ЦВЕТ И ХАРАКТЕР ФОТОГРАФИИ

## Цвет

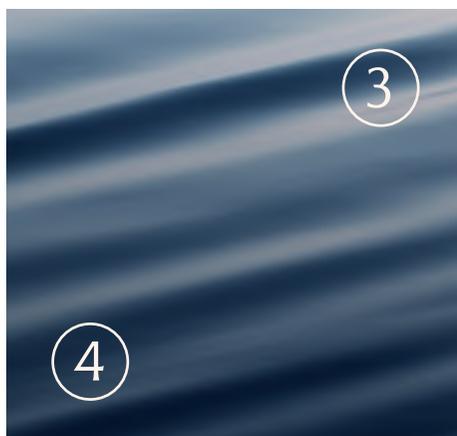
В основу колористики заложен цветовой код жилого квартала. Это соседство холодного и теплого, темного и светлого. Это высокие контрасты с мягкими переходами и рефlekсами.

Палитра:

- (1) Бронзовый цвет и его оттенки от красной умбры до желтой сиенны;
- (2) Бежевый цвет уходящий в теплые белые оттенки;
- (3) Холодные, серые оттенки, уходящие в светлый голубой;
- (4) Глубокие синие оттенки уходящие в черный цвет.



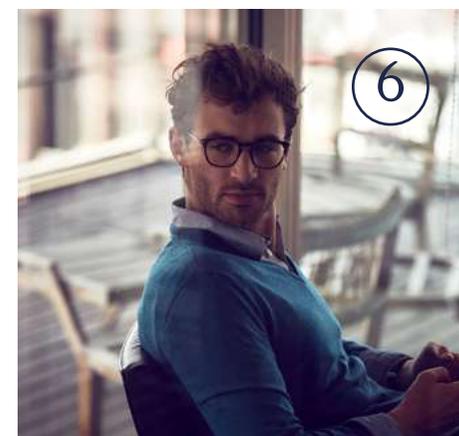
Цветовая шкала фотографии



## Характер

Архитектура статична и ее характер передает окружающая динамика. Люди выбирают место для жизни, представляя свое участие в этом пространстве. Чтобы помочь выстроить эти ассоциации, важно использовать в фотографии события, предлагая сценарии взаимодействия с объектом.

Характер этих событий передается через демонстрацию пространства, роли человека в нем (5) и кинематографические композиции, рефlekсы, позы(6).



# ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ

*Примеры фотографий, отражающие настроение и характер бренда. Это люди в среде жилого квартала, пользующиеся общественными и личными пространствами, взаимодействующие со средой.*





# ЛИЧНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Документы представителей компании изготавливаются из сложных и дорогих материалов. Это необходимо для достижения впечатления, соответствующего уровню продукта.

Личная визитка изготавливается из двухслойного картона фирменных цветов:

- Sirio Color Dark Blue 290 г/м<sup>2</sup>
- Gmund Savanna Blanco Matt 100 г/м<sup>2</sup>



Бумага: Sirio Color Dark Blue 290 г/м<sup>2</sup>  
Логотип: Metafoils 110 Bronz  
Метод печати: горячее тиснение



Бумага: Gmund Savanna Blanco Matt 100 г/м<sup>2</sup>  
Информация: Pantone 663 C  
Метод печати: шелкография

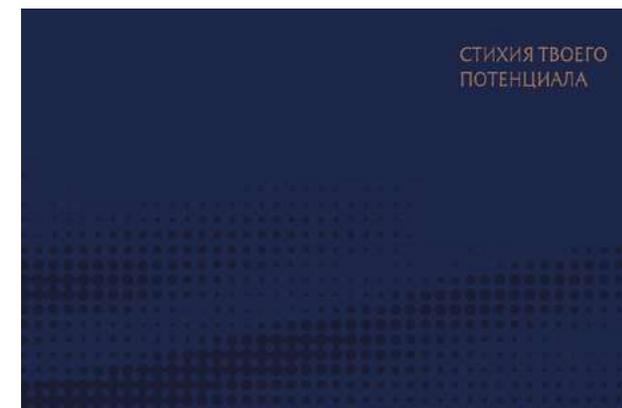
# КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Корпоративная визитка изготавливается из картона одного цвета.

– Gmund Savanna Blanco Matt 200 г/м<sup>2</sup>



Логотип и информация: Pantone 663 C  
Метод печати: Шелкография



Слоган: Metafoils 110 Bronz  
Метод печати: горячее тиснение

Узор: матовый УФ Лак

# БЛАНК ПИСЬМА

Бланк письма изготавливается заранее на цветной офисной бумаге:

– IQ COLOR 100 г/м<sup>2</sup> А4 пастель кремовый

Контактная информация: СМУС 0/0/0/90

Метод печати: цифровой

Логотип: Metafoils 110 Bronz

Метод печати: горячее тиснение



Заполнение и печать письма производится в штатном режиме с использованием офисного принтера.

# КОНВЕРТ ПОЧТОВЫЙ

Бумага:  
Sirio Color Dark Blue  
115 г/м<sup>2</sup>

Узор:  
Слепое тиснение

Информация:  
Metafoils по Bronz  
Метод печати:  
Шелкография



Папка изготавливается из двухслойного картона фирменных цветов:

- Sirio Color Dark Blue 115 г/м<sup>2</sup>
- Gmund Savanna Blanco Matt 100 г/м<sup>2</sup>



Обложка: Sirio Color Dark Blue 115 г/м<sup>2</sup>

Логотип: Metafoils 110 Bronz  
Метод печати: горячее тиснение



Разворот: Gmund Savanna Blanco Matt 100 г/м<sup>2</sup>

Узор и слоган: Pantone 663 C  
Метод печати: Шелкография

# ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ

Бумага: Gmund Savanna Blanco Matt 200 г/м<sup>2</sup>

Узор: Pantone 4645 C

Слоган: Pantone 533 C

Метод печати: шелкография

Логотип: Metafoils 110 Bronz

Метод печати: горячее тиснение



Лицевая сторона

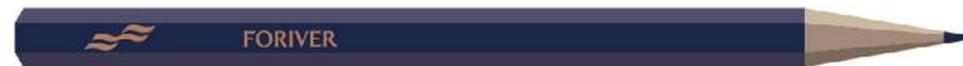
Вид сбоку

# РУЧКА И КАРАНДАШ

Корпус: Pantone 533 C

Логтип: Pantone 4645 C

Метод печати: шелкография



На противоположной стороне  
от логотипа Ingrad



На противоположной стороне  
от логотипа Foriver

Корпус: Pantone 533 C

Логтип: Pantone 4645 C

Метод печати: шелкография



Слева  
от зажима



Справа  
от зажима



# РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ 3x6м.

Носитель делится на 2 части, одна из которых – информационный модуль. Он предназначен для помещения текстовой информации.

Информационный модуль – это коллажная сетка с пропорциями 12x12

Основной акцент приходится на текстовое сообщение (слоган).



# РЕКЛАМНЫЙ ПОСТЕР

Носитель делится на 2 части, одна из которых – информационный модуль. Он предназначен для помещения текстовой информации.

Информационный модуль – это коллажная сетка с пропорциями 12x18

Наружный носитель требует большего акцента на текстовой информации



# Журнальный модуль

Носитель делится на 2 части, одна из которых – информационный модуль. Он предназначен для помещения текстовой информации.

Информационный модуль – это коллажная сетка с пропорциями 12x4

Данный формат предполагает длительное изучение макета, поэтому основной акцент приходится на изображение.





 FORIVER®

 FORIVER®

 FORIVER®

Руководство по использованию  
фирменного стиля жилого квартала  
Fogiver.

Разработан в бренд-студии DUGA®  
[duga.agency](https://duga.agency)

2020 год, Москва