

# ultimol city

The title 'ultimol city' is rendered in a large, white, sans-serif font against a black background. The word 'ultimol' is in a larger size than 'city'. Three rectangular inset images are placed behind the text: a classical building facade with green-tinted windows and balconies behind the 'ul' of 'ultimol'; a modern interior space with a grey sectional sofa and a coffee table behind the 'i' of 'ultimol'; and a modern building facade with a grid of windows behind the 'ol' of 'ultimol' and the 'ci' of 'city'.

# О брендбуке

В данном документе представлены бренд стратегия и система визуальной идентификации бренда: логотип, шрифт, цвет, дополнительные стилеобразующие элементы и основные принципы их использования.

Условные обозначения  
в руководстве:



Дополнительная информация, рекомендация, условие или уточнение для всех пользователей руководства.

- 2.1 Основное начертание логотипа
- 2.2 Охранное поле логотипа
- 2.3 Дескриптор
- 2.4 Вертикальное начертание логотипа
- 2.5 Знак, иконка, фавикон
- 2.6 Минимальный размер логотипа
- 2.7 Допустимые цветовые начертания
- 2.8 Недопустимое использование логотипа

## Основное начертание логотипа



Используйте только утвержденное начертание, не пытайтесь создавать своё собственное.

2.1

Логотип является основным стилеобразующим элементом бренда. Композиция логотипа представляет собой оригинальное шрифтовое начертание и дескриптор. Рекомендуется использовать логотип в оригинальном цифровом виде, без изменений.

**ultima**  
**city**

## Охранное поле логотипа

Охранным полем логотипа называют пространство вокруг него, в которое не должны попадать чужеродные элементы. Это обеспечит наилучшее визуальное восприятие, максимальное воздействие и узнаваемость.

Оптимальный отступ охранного поля равен вертикальной штамбе **i** самого логотипа.

Охранное поле понадобится вам чаще всего, в тех случаях, когда логотип попадает в чужеродную среду. Если же логотип находится внутри собственной айдентики, нарушение охранного поля допустимо.



Охранное поле не является графической частью логотипа, воспроизведение на носителе не требуется

2.2



### Уменьшение

В случаях, когда логотип используется крупно, разрешается уменьшать дескриптор.

Если логотип используется в маленьком размере, уменьшать дескриптор запрещается.



ultima  
city

### Перемещение дескриптора

Для создания ультрагоризонтальной версии логотипа, разрешается размещать дескриптор справа от основного начертания.

В данной ситуации дескриптор сохраняет свой оригинальный размер и не уменьшается.

The image shows the logo 'ultra city' in a bold, black, sans-serif font. The word 'ultra' is in a larger, lowercase font, and 'city' is in a smaller, lowercase font, positioned to the right of 'ultra'. The 'u' in 'ultra' has a unique shape with a vertical bar on the left and a curved bottom.

## Вертикальное начертание логотипа

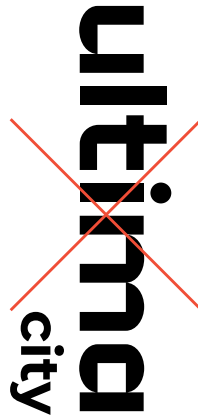
2.4

Разрешается использовать вертикальную версию логотипа.

При повороте логотипа его пропорции не искажаются, а текст должен читаться снизу вверх.

The logo consists of the word "ultima" in a large, bold, lowercase sans-serif font, oriented vertically. To its right, the word "city" is written in a smaller, lowercase sans-serif font, also oriented vertically.

✓ Ок. Текст читается  
снизу вверх

The logo is identical to the correct one, but it is crossed out with a large red 'X'. The word "ultima" is on the left and "city" is on the right, both oriented vertically.

✗ Не ок. Текст читается  
сверху вниз

## Знак, иконка, фавикон

2.5

Полная версия логотипа подходит далеко не для всех ситуаций. Иногда носитель настолько маленький, что сохранить узнаваемость становится все сложнее. Для таких случаев разработаны дополнительные начертания знак/иконка/фавикон. Они хорошо подойдут для аватарок в социальных сетях, мерча и неформальных носителей.

Решение о том, какой вариант использовать, принимается дизайнером в зависимости от ситуации.



ultima city



ultima city



ultima city

## Минимальный размер логотипа

2.6

Для того, чтобы логотип читался и не терял свою узнаваемость на носителях малых размеров, следует придерживаться минимальных размеров логотипа.

Минимальный размер логотипа 20 мм / 650 px по горизонтали.

Минимальный размер фавиконки 5 мм / 150 px по любой из сторон.



## Допустимые цветовые начертания

2.7

Логотип может быть использован на фоне любого цвета. Также логотип сам может менять цвет в зависимости от задумки макета.

Главное условие — достаточная контрастность логотипа к фону.



## Недопустимое использование логотипа

2.8

- 1 Искажение пропорций логотипа.
- 2 Поворот логотипа на произвольный угол.
- 3 Применение к логотипу сторонних эффектов.
- 4 Использование логотипа внутри текстового блока.
- 5 Попадание в охрannое поле чужеродных элементов.
- 6 Недостаточная контрастность логотипа к фону.
- 7 Изменение шрифтов логотипа.
- 8 Изменение композиции логотипа.
- 9 Использование логотипа на пёстром фоне.



3.1 Основные фирменные цвета

3.2 Дополнительные фирменные цвета

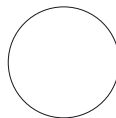
3.3 Альтернативная акцентная палитра

# Основные фирменные цвета

3.1

RGB и HEX рекомендуется применять в диджитал среде.

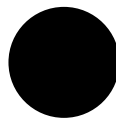
CMYK и Pantone хорошо подойдут для печатных носителей.



R 255  
G 255  
B 255  
HEX:  
ffffff

C 0  
M 0  
Y 0  
K 0

Pantone:



R 0  
G 0  
B 0  
HEX:  
000000

C 0  
M 0  
Y 0  
K 100

Pantone:  
Black C

## Дополнительные фирменные цвета

3.2

Дополнительные фирменные цвета являются не менее важными, чем основные. Однако, если в каких-то носителях они встречаться не будут — ничего страшного.

RGB и HEX рекомендуется применять в диджитал среде.

CMYK и Pantone хорошо подойдут для печатных носителей.



R 130  
G 177  
B 196  
HEX:  
82b1c4

C 55  
M 20  
Y 20  
K 0

Pantone:  
644C

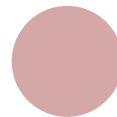


R 55  
G 111  
B 95  
HEX:  
376f5f

C 80  
M 35  
Y 60  
K 25

Pantone:  
5545 C

RAL: 470-M



R 212  
G 168  
B 166  
HEX:  
d4a8a6

C 20  
M 40  
Y 30  
K 0

Pantone:  
5015 C

## Альтернативная акцентная палитра

3.3

Альтернативная акцентная палитра нужна в случаях, когда нужно добавить «перчинки» вашему дизайну.

Используется на усмотрение дизайнера.

RGB и HEX рекомендуется применять в диджитал среде.

CMYK и Pantone хорошо подойдут для печатных носителей.



R 86  
G 123  
B 246  
HEX:  
567bf6

C 75  
M 55  
Y 0  
K 0

Pantone:  
2727 C



R 71  
G 164  
B 40  
HEX:  
47a428

C 75  
M 10  
Y 100  
K 0

Pantone:  
362 C



R 221  
G 103  
B 163  
HEX:  
dd67a3

C 10  
M 70  
Y 0  
K 0

Pantone:  
218 C



R 144  
G 97  
B 145  
HEX:  
906191

C 50  
M 70  
Y 20  
K 0

Pantone:  
667 C



R 222  
G 99  
B 31  
HEX:  
de631f

C 10  
M 70  
Y 95  
K 0

Pantone:  
7579 C

4.1 Фирменный наборный шрифт

4.2 Альтернативный наборный шрифт

4.3 Верстка текстовых блоков

# Фирменный наборный шрифт

В качестве фирменного наборного шрифта рекомендуется использовать шрифт Mazzard.

**H SemiBold** — для заголовков.

**H Medium** — для набора сплошного текста.



Необходимо приобрести лицензию на данный шрифт.

4.1

# Mazzard

## H Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

## H SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

## Альтернативный наборный шрифт

4.2

Альтернативный наборный шрифт может понадобиться в случаях, если по каким-то причинам использование основной гарнитуры невозможно. Мы подобрали бесплатное начертание, которое автоматически встроено в Google редакторы, что очень удобно для быстрой работы.

В качестве альтернативного наборного шрифта рекомендуется использовать шрифт **Montserrat**.

**SemiBold** — для заголовков.

**Medium** — для набора сплошного текста.

# Montserrat

Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

абвгдеёжзи  
йклмнопрс  
туфхцчшщъ  
ьэюя

# Верстка текстовых блоков

## 4.3

Для того, чтобы не затруднять людям прочтение информации, рекомендуется придерживаться основных правил верстки текстовых блоков.

- 1 Весь текст всегда пишется строчными буквами, начиная с заглавной, не используйте CAPS LOCK.
- 2 Следите за межстрочным и межбуквенным расстоянием.
- 3 Весь текст всегда верстается по левому краю, не по центру и не по правому!
- 4 Не поворачивайте текстовые блоки на произвольный угол.
- 5 Не искажайте пропорции текстовых блоков.
- 6 В бренд зоне применяются другие правила. Текст всегда пишется заглавными буквами. Если он находится справа, то верстается по правому краю, а если слева, то по-левому.

### 1 Как выбрать квартиру?

- 2 Жилье — одна из самых дорогих покупок в жизни большинства людей.

- 3 Облегчить себе поиск жилья для покупки или аренды можно, сев и подумав, чего же вы, собственно, хотите.

С квартирами так же. Чем четче критерии, тем проще в итоге выбрать путем сужения поиска шаг за шагом.

4

7%

5

Все меняется

Потому что, когда только приходишь, своих требований вагон, а вариантов море.

6 ULTIMACITY.RU

+7 495 000 00 00

### 1 КАК ВЫБРАТЬ КВАРТИРУ?

- 2 Жилье — одна из самых дорогих покупок в жизни большинства людей.

- 3 Облегчить себе поиск жилья для покупки или аренды можно, сев и подумав, чего же вы, собственно, хотите.

С квартирами так же. Чем четче критерии, тем проще в итоге выбрать путем сужения поиска шаг за шагом.

4

7%

5

Все меняется

Потому что, когда только приходишь, своих требований вагон, а вариантов море.

6 ultimacity.ru

+7 495 000 00 00

# Дополнительные стилеобразующие элементы

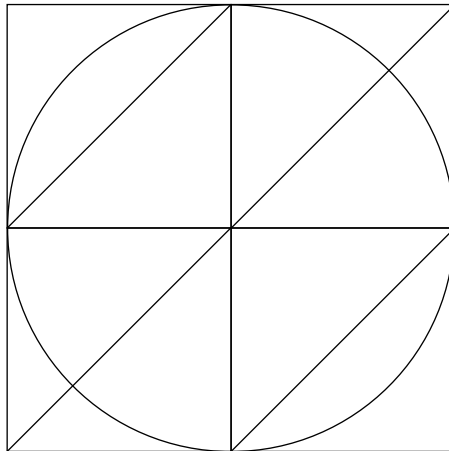
5

- 5.1 Стилeобразующий элемент
- 5.2 Использование стилeобразующего  
элемента в макете
- 5.3 Цвета дополнительного стилeобразующего  
элемента
- 5.4 Недопустимое использование  
стилeобразующего элемента
- 5.5 Сет иконок

## Стилеобразующий элемент

5.1

В основе построения логотипа лежат две правильные геометрические фигуры — квадрат и окружность. Именно эти две фигуры стали основой для нашего дополнительного стилеобразующего элемента, который будет добавлять айдентике уникальности и узнаваемости.

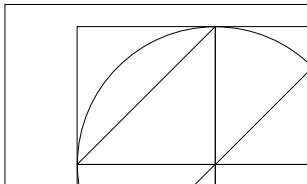


# Использование стилеобразующего элемента в макете

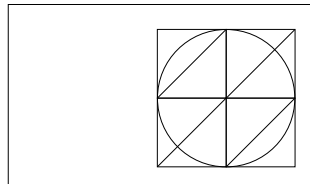
5.2

Чтобы стилеобразующий элемент не мешал восприятию основного контента, необходимо придерживаться нескольких правил.

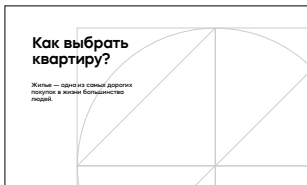
- 1 Разрешается кадрировать стилеобразующий элемент.
- 2 Разрешается размещать его в макете целиком, без кадрирования.
- 3 Стилeобразующий элемент не должен затруднять прочтение текста.
- 4 Стилeобразующий элемент не должен мешать бренд-зоне.



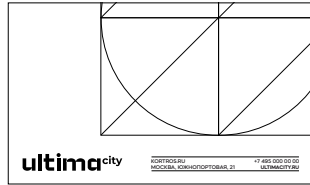
✓ ①



✓ ②



✓ ③



✓ ④

## Цвета дополнительного стилеобразующего элемента

5.3

Чаще всего цветом слилеобразующего элемента будет белый и черный.

В иных случаях разрешается подбирать цвета стилеобразующего элемента на глаз. Главное правило — слилеобразующий элемент должен быть чуть светлее или чуть темнее фона.

На всякий случай мы подобрали для вас три подходящих цвета, сочетающихся с дополнительными фирменными цветами.

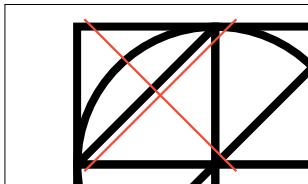
|                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |
| R 189<br>G 240<br>B 255<br>HEX:<br>bef0ff                                           | R 156<br>G 171<br>B 150<br>HEX:<br>9bab93                                           | R 255<br>G 217<br>B 217<br>HEX:<br>ffd9da                                           |
| C 28<br>M 0<br>Y 5<br>K 0<br>Pantone:<br>290 C                                      | C 45<br>M 20<br>Y 45<br>K 5<br>Pantone:<br>5635 C                                   | C 0<br>M 20<br>Y 10<br>K 0<br>Pantone:<br>705 C                                     |

## Недопустимое использование стилеобразующего элемента

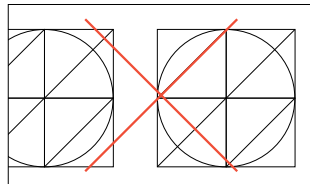
5.4

При использовании стилеобразующего элемента легко ошибиться. Мы привели примеры того, как делать не нужно.

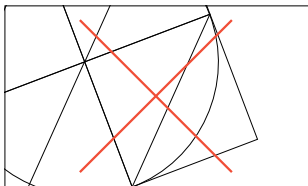
- 1 Толщина контура стилеобразующего элемента в макете не должна быть слишком жирной.
- 2 Запрещается использование более одного стилеобразующего элемента в макете.
- 3 Запрещается поворот стилеобразующего элемента на произвольный угол.
- 4 Запрещается размещать стилеобразующий элемент так, чтобы он затруднял прочтение информации.



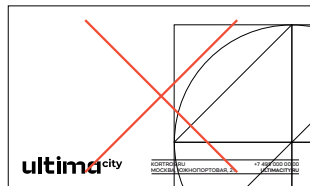
⊗ 1



⊗ 2



⊗ 3



⊗ 4

## Сет иконок

5.5

Для навигации был специально разработан сет иконок. Он может дополняться новыми элементами на усмотрение дизайнера.



Поверните направо



Вниз по лестнице



Вниз и вправо



Детская комната



Не курить



Фотозона



Домашние животные



Лапомойка



Парк



М Ж



Выгул животных



Коворкинг

- 6.1 Бренд-зона
- 6.2 Бренд-зона и зона контента
- 6.3 Бренд-зона в макете
- 6.4 Вертикальные макеты
- 6.5 Горизонтальные макеты
- 6.6 Квадратные макеты
- 6.7 Ультрагоризонтальные макеты
- 6.8 Ультравертикальные макеты
- 6.9 Фотографии в макете
- 6.10 Недопустимое использование фотографий в макете
- 6.11 Текст в макете

# Бренд-зона



В бренд-зону запрещено писать слоганы, сплошной текст и т.д. Она создана для контактной информации!

6.1

## Структура

Бренд-зона представляет собой информационный адаптивный блок, визуально разбитый стильными горизонтальными линиями.

Весь текст в бренд-зоне набирается заглавными буквами. Информация справа верстается по правому краю, а информация слева — по левому.

Бренд-зона может быть очень гибкой. Она может резиниться на ширину всего макета или занимать только его часть. Информация в бренд зоне может подвергаться изменениям, в зависимости от целей и направленности макета.

---

KORTROS.RU

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

---

---

+7 495 000 00 00

---

ULTIMACITY.RU

---

# Бренд-зона



Логотип не обрамляется  
горизонтальными линиями!

6.1

## Бренд-зона с логотипом

Часто бренд-зона может использоваться  
в единой композиции с логотипом. В данном  
случае логотип становится частью бренд-зоны.

**ultima**  
city

---

+7 495 000 00 00

---

KORTROS.RU

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2

ULTIMACITY.RU

---

## QR код в бренд зоне

Допускается размещение QR кода в составе бренд-зоны. Он, как и логотип, не обрамляется горизонтальными линиями. Он должен верстаться от самой верхней до самой нижней линии.

В исключительных случаях разрешается чуть увеличить размер QR кода.

**ultima**city

ULTIMACITY.RU



**ultima**city

ULTIMACITY.RU



Жилой квартал УЛЬТИМАСИТИ. Застройщик ООО «ЛИДЕР». Условия действительны до 31.12.2024 г. Проектная декларация на сайте НАШ ДОМ.РФ

## Вертикальная бренд-зона

Если вдруг макет слишком узкий и бренд-зона в него не помещается, разрешается «схлопнуть» её, превратив в вертикальную версию.

**ultima**  
**city**

---

ULTIMACITY.RU

---

+7 495 000 00 00

---

KORTROS.RU

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2

---

## Промежуточные линии

Разрешается отказаться от промежуточных линий в бренд-зоне, оставив только верхнюю и нижнюю.

---

KORTROS.RU

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

---

---

+7 495 000 00 00

ULTIMACITY.RU

---

# Бренд-зона и зона контента

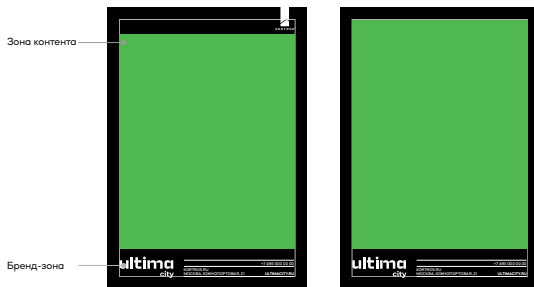
## 6.2

Все макеты содержат бренд-зону и зону контента.

Подробнее о бренд-зоне вы можете почитать в разделе 6.1.

Все остальное: слоганы, сообщения, изображения и.т.д следует размещать в зоне контента.

Стоит отметить, что отсутствие бренд-зоны допускается в случаях, если носитель неформальный (мерч) или мы находимся в собственной бренд-среде (в социальных сетях), где дублирование одной и той же информации не требуется.



Зона контента с учётом наличия логотипа «Кортрос» в макете.

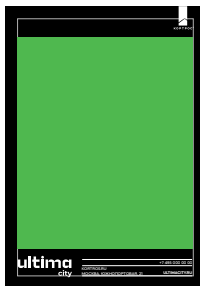
Зона контента с учётом отсутствия логотипа «Кортрос» в макете.

## Бренд-зона в макете

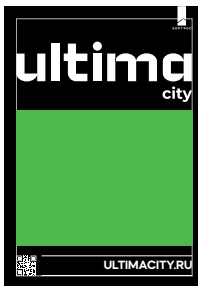
6.3

Бренд-зона — гибкий элемент. Она может «резиниться», может содержать в себе как много, так и мало информации.

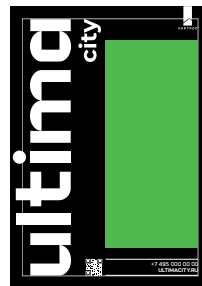
Мы привели несколько примеров использования бренд-зоны.



Бренд-зона во всю ширину макета, содержащая много информации.



Бренд-зона во всю ширину макета с QR-кодом и адресом сайта.



Компактная бренд-зона в углу макета.



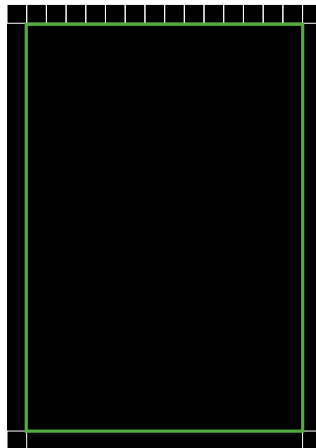
Бренд-зона во всю ширину макета.

# Вертикальные макеты

6.4

A0, A1, A2, A3, A4, A5, A6

Отступ от краёв макета со всех сторон  
равен  $1/16$  по меньшей стороне.



Пример вертикального макета.



**ultima**  
city

Квартир  
с чистовой  
отделкой

**Старт  
продаж!**

Стоимость  
квартир от  
18 миллионов  
рублей

+7 495 000 00 00

KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

ULTIMACITY.RU

Жилый квартал УЛЬТИМАСИТИ. Застройщик ООО «ЛИДЕР». Условия действительны до 31.12.2024 г.  
Проектная декларация на сайте НАШ.ДОМ.РФ

Пример вертикальных макетов.

**ultima**  
city

КОРТРОС.РУ  
МОСКВА, КОЖНОВОРТОВАЯ, 21

+7 495 000 00 00  
ULTIMACITY.RU

**Дополнительные  
опции не только  
офлайн, но и онлайн,  
чтобы жизнь была  
комфортнее и  
насыщеннее**

**Дополняет  
реальность**

Переходный мост  
на 1-ом этаже  
соединяющий  
инфраструктуру  
всех корпусов.

Возможность  
из любого корпуса  
полость куда угодно  
не выходя на улицу

**Дополнительные  
опции не только  
офлайн, но и онлайн**

Переходный мост  
на 1-ом этаже  
соединяющий  
инфраструктуру  
всех корпусов.

**ultima**  
city

КОРТРОС.РУ  
МОСКВА, КОЖНОВОРТОВАЯ, 21

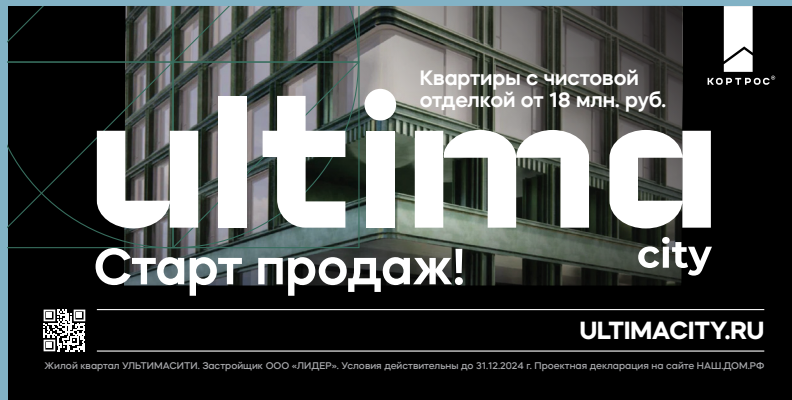
+7 495 000 00 00  
ULTIMACITY.RU

6x3

Отступ от краёв макета со всех сторон  
равен  $1/11$  по меньшей стороне.



Пример горизонтального макета.



Квартиры с чистовой  
отделкой от 18 млн. руб.

# ultima

city

Старт продаж!

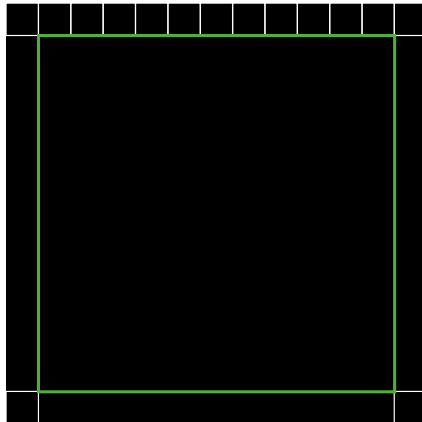


[ULTIMACITY.RU](https://ultimacity.ru)

Жилой квартал УЛЬТИМАСИТИ. Застройщик ООО «ЛИДЕР». Условия действительны до 31.12.2024 г. Проектная декларация на сайте НАШ.ДОМ.РФ

1x1

Отступ от краев макета со всех сторон  
равен  $1/13$  по любой стороне.



Пример квадратных макетов.



КОРТРОС<sup>®</sup>

# Старт продаж!

Стоимость квартир от 18 миллионов рублей



**ultima**  
city

KORTROS.RU +7 495 000 00 00  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21 ULTIMACITY.RU



КОРТРОС<sup>®</sup>

# Старт продаж!

Стоимость квартир от 18 миллионов рублей



**ultima**  
city

KORTROS.RU +7 495 000 00 00  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21 ULTIMACITY.RU



КОРТРОС<sup>®</sup>

# Старт продаж!

Стоимость квартир от 18 миллионов рублей

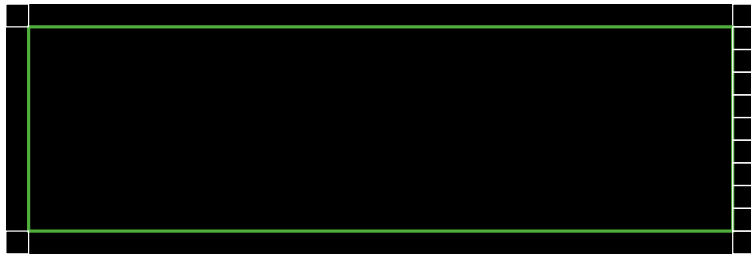


**ultima**  
city

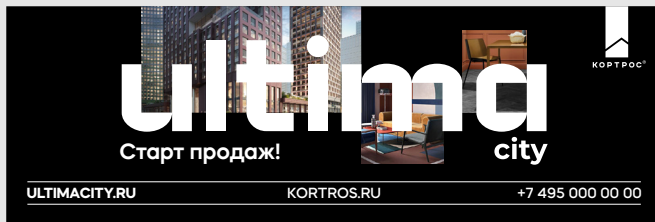
KORTROS.RU +7 495 000 00 00  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21 ULTIMACITY.RU

15x5

Отступ от краев макета со всех сторон  
равен 1/11 по меньшей стороне.



Пример ультрагоризонтальных макетов.

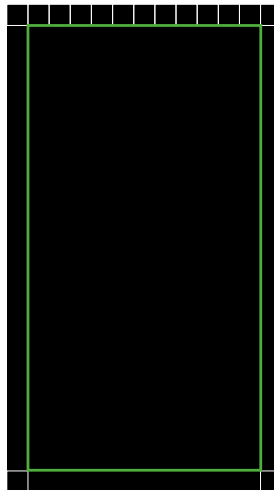


## Ультравертикальные макеты

6.8

9x16

Отступ от краев макета со всех сторон  
равен  $1/13$  по меньшей стороне.



Пример ультравертикальных  
макетов.

  
KORTROS®

# ultima city

## Старт продаж!

Стоимость  
квартир от  
18 миллионов  
рублей

---

ULTIMACITY.RU

---

+7 495 000 00 00

---

KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2

  
KORTROS®

# ultima city

## Старт продаж!

Стоимость  
квартир от  
18 миллионов  
рублей

---

ULTIMACITY.RU

---

+7 495 000 00 00

---

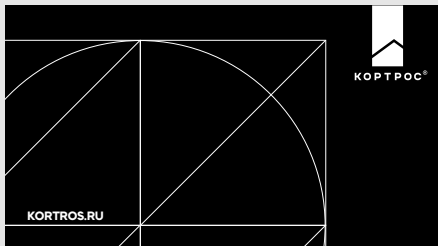
KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2

## Примеры использования айдентики на носителях

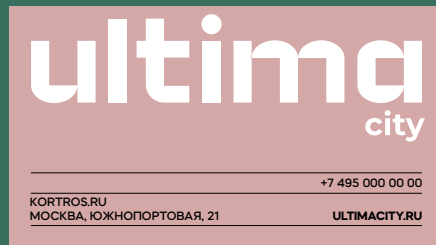
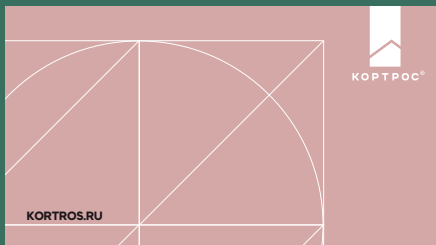
- 7.1 Деловая документация
- 7.2 Печатная реклама
- 7.3 Малые архитектурные формы
- 7.4 Арт-ограждение
- 7.5 Навигация
- 7.6 Мерч



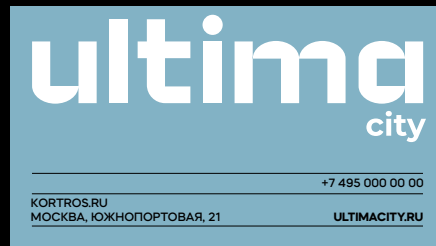
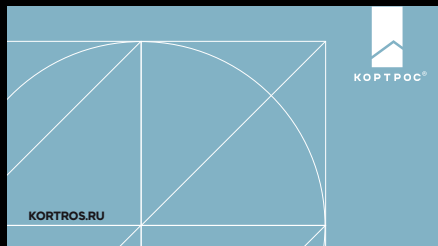
Визитка.



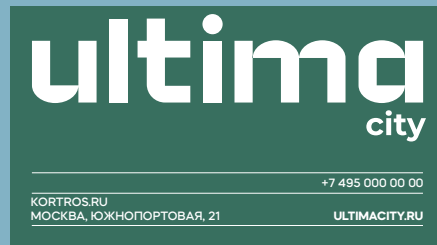
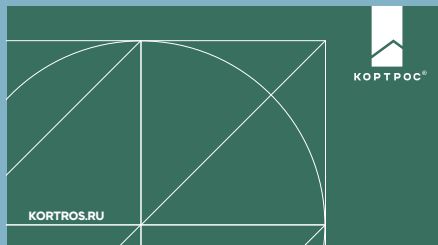
Визитка.



Визитка.



Визитка.



Пример визитки.



Бланк.

ultima  
city

KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

+7 (495) 000 00 00

ULTIMACITY.RU

**Кому** Генеральному директору компании  
Константинопольскому Илье Михайловичу  
**От** Константинопольского Константина  
Владимировича

**Заявление**

Прошу предоставить мне ежегодный оплачиваемый отпуск  
продолжительностью \_\_\_\_ календарных дней с 15 мая 2023 г. по 20  
февраля 2024 г.

Константинопольский  
Константин Владимирович

\_\_\_\_\_

Бланк.

ultima  
city

KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2  
+7 495 000 00 00  
ULTIMACITY.RU

Заместителю  
начальника отдела  
строительства  
Никанову Павлу

### Заявление

Прошу предоставить мне ежегодный оплачиваемый отпуск основан на 7 календарных дней с 27 декабря 2022 года. В случае увеличения до полной отработки предоставленного мне ежегодного оплачиваемого отпуска прошу удержать сумму предоплаты отпуска и заключительных выплат независимо от оснований их начисления и без учета ограничения размера удержания, установленного статей 136 ТК.

В случае недостаточности заключительных выплат для удержания полной суммы к/лишние выплаченных отпускных обязуюсь возместит остаток задолженности путем внесения в кассу.

25.05.2022

Марина  
Андреевна  
Гинских

ultima  
city

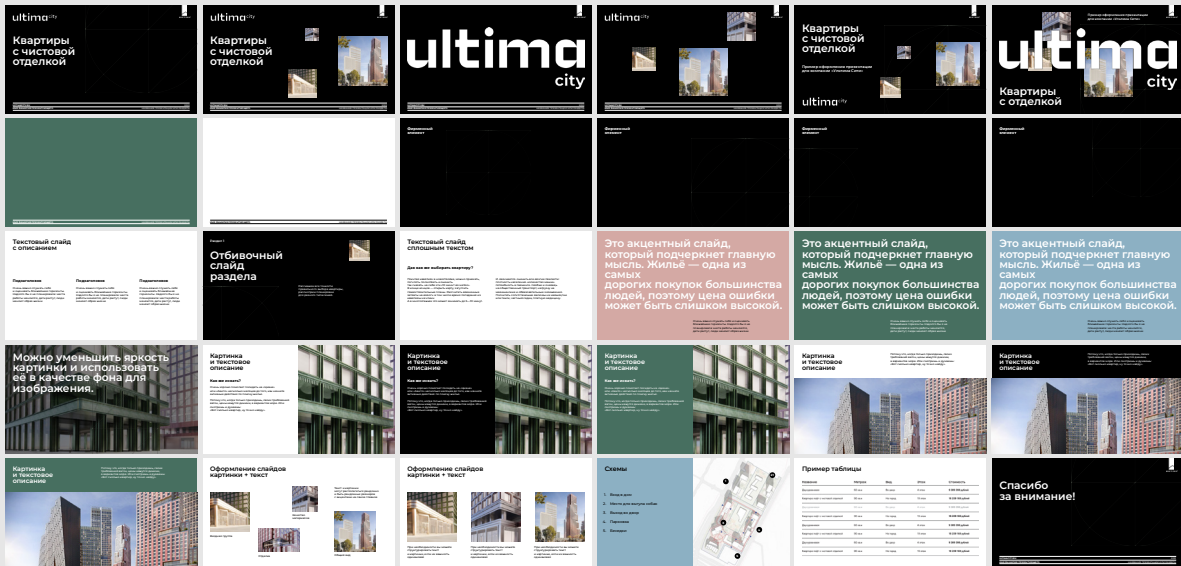
KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 2  
+7 495 000 00 00  
ULTIMACITY.RU

ежегодный оплачиваемый  
отпускных дней с 27 декабря

отработки предоставленного  
отпуска прошу удержать  
заключительных выплат  
полной и без учета  
ограничения

и выплат для  
отпускных  
путем

Шаблон презентации.



Папка.  
Вариант 1.



ultima  
city

KORTROS.RU

+7 495 000 00 00

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

ULTIMACITY.RU

Папка.  
Вариант 2.



KORTROS.RU

ultima  
city

---

МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

---

+7 495 000 00 00

ULTIMACITY.RU

Нагрудный бейдж.

---

**Михаил  
Сергеев**

---

ведущий менеджер  
отдела продаж

---

**ultima**  
city



Пример разворота в журнале.

## Дополнительные опции не только офлайн, но и онлайн

«КОРТРОС» – это девелопер федерального уровня в России. Группа компаний сегодня – это 8 регионов присутствия и более 25 проектов. Мы нацелены далеко в будущее, готовы действовать нестандартно, работая на перспективу. Первый и главный принцип – комплексное освоение территорий и создание жилых комплексов для по-настоящему комфортной жизни людей.

«КОРТРОС» – это девелопер федерального уровня в России. Группа компаний сегодня – это 8 регионов присутствия и более 25 проектов. Мы нацелены далеко в будущее, готовы действовать нестандартно, работая на перспективу. Первый и главный принцип – комплексное освоение территорий и создание жилых комплексов для по-настоящему комфортной жизни людей.

«КОРТРОС» – это девелопер федерального уровня в России. Группа компаний сегодня – это 8 регионов присутствия и более 25 проектов. Мы нацелены далеко в будущее, готовы действовать нестандартно, работая на перспективу. Первый и главный принцип – комплексное освоение территорий и создание жилых комплексов для по-настоящему комфортной жизни людей.

«КОРТРОС» – это девелопер федерального уровня в России. Группа компаний сегодня – это 8 регионов присутствия и более 25 проектов. Мы нацелены далеко в будущее, готовы действовать нестандартно, работая на перспективу. Первый и главный принцип – комплексное освоение территорий и создание жилых комплексов для по-настоящему комфортной жизни людей.

## Квартиры с чистовой отделкой



Переходной мост  
на 1-ом этаже  
соединяющий  
инфраструктуру  
всех корпусов.

Переходной мост  
на 1-ом этаже  
соединяющий  
инфраструктуру  
всех корпусов.



ultima  
city

+7 495 000 00 00

KORTROS.RU  
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

ULTIMACITY.RU

Пример ситиформата.



Кортрос®

# ultima city

## Старт продаж!



Переходный мост  
на 1-ом этаже  
соединяющий  
инфраструктуру  
всех корпусов.



ULTIMACITY.RU

Пример наружной  
рекламы 6х3.



Старт продаж!

**ultima**  
city

КОРТРОС®

ULTIMACITY.RU

+7 495 000 00 00

Пример наружной  
рекламы 6х3.

ultima<sup>city</sup>

Старт  
продаж!



ULTIMACITY.RU

+7 495 000 00 00

Пример наружной  
рекламы 15x5.

# Ultima city

Старт продаж!

ULTIMACITY.RU

KORTROS.RU

+7 495 000 00 00

КОРТРОС®



Пример скамейки.



Пример качели.



Пример  
арт-объекта.



Пример  
арт-объекта.



Пример оформления  
ограждения.

ultima  
city



Пример  
арт-объекта.



Пример  
арт-объекта.

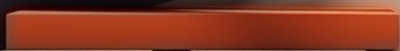
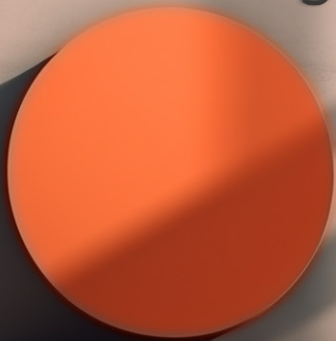


Пример  
арт-объекта.



Пример  
арт-объекта.

ultima  
city







Пример арт-ограждения. День.



Пример арт-ограждения. Ночь.



Пример арт-ограждения. День.



Пример арт-ограждения. Ночь.



Подъездный номер.



Пример подъездного номера.

ultima<sup>city</sup>

7

квартиры  
700 —→ 799

ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21    ULTIMACITY.RU

ultima<sup>city</sup>

Вы на  
этаже

1

СУПЕРМАРКЕТ  
КОВОРКИНГ  
ПАРКОВКА



ДЕТСКАЯ ПЛОЩАДКА  
ВЫХОД В ГОРОД  
ВЫГУЛ ЖИВОТНЫХ



КОНФЕРЕНЦ ЗАЛ  
ТУАЛЕТ  
ПРАЧЕЧНАЯ



Коворкинг  
прямо по  
коридору)

каб. 207

4

403 —————> 410



Пример навигации.

Пример объемного указателя.





Пример кружки.



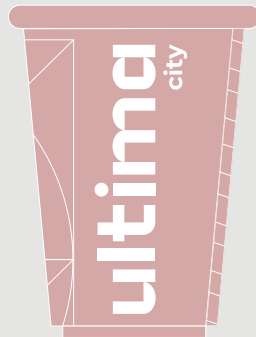
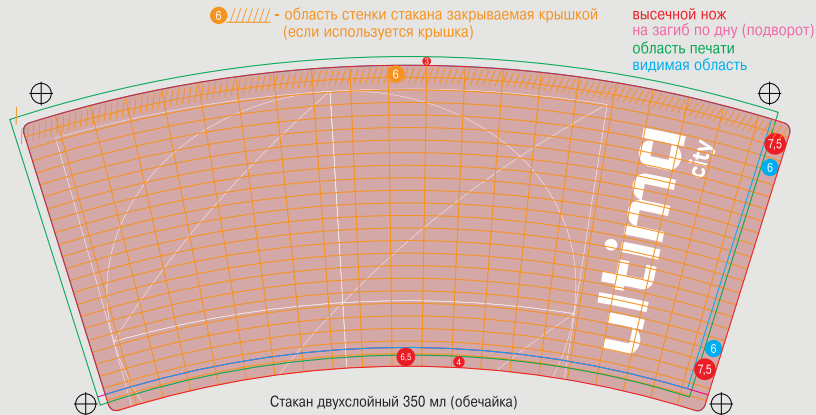
Пример кружки.



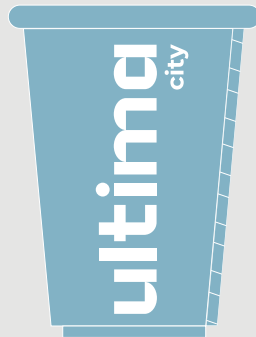
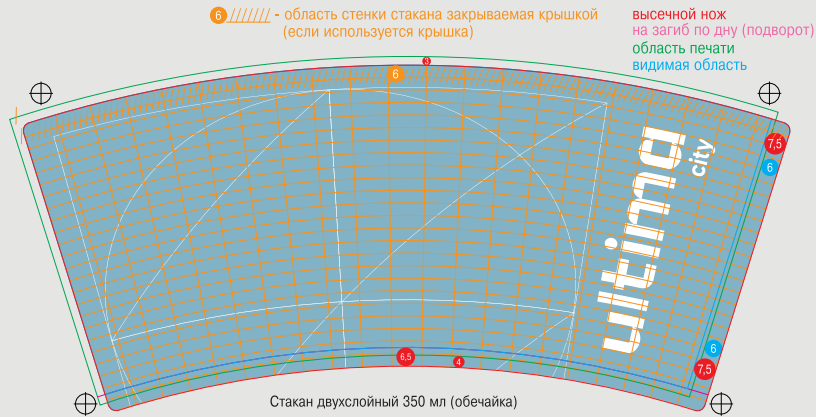
Стакан бумажный.



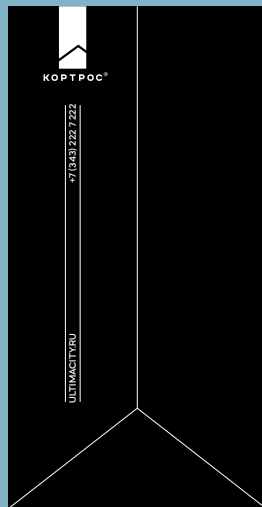
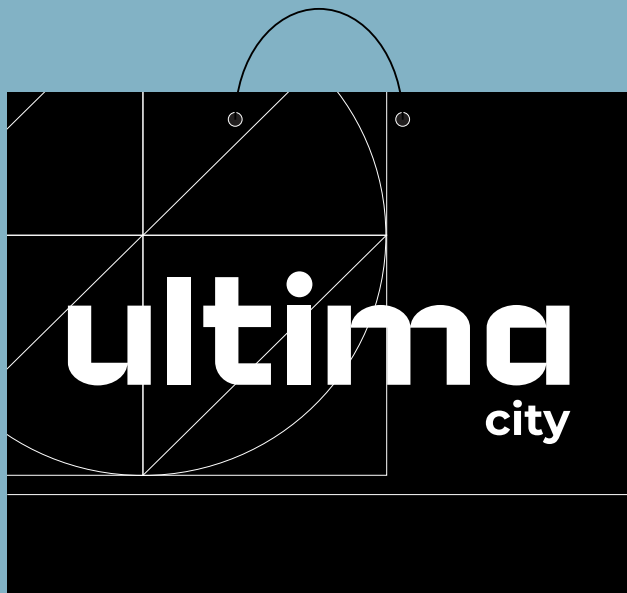
Стакан бумажный.



Стакан бумажный.



Пакет.



Ручка.



Пример футболки.



Пример шарфа.



Пример футболки.



Пример кепки.



Пример кепки.



Пример кепки.



Пример свитшота.



Пример свитшота.



Пример дождевика.



