

Brand

BOOK

---

## Брендбук

Руководство по использованию  
логотипа и фирменного стиля

зеленая  
режа  
ЖИЛОЙ КВАРТАЛ

01

# Платформа бренда





# О проекте

Жилой Квартал «Зеленая Река» создан для **омичей** с учетом **особенностей города**, с деликатностью и **уважением** к его **истории**.







# Обещание бренда

Жилой Квартал «Зеленая Река» – новая причина  
**влюбиться** в свой город.

«Зелёная Река» – это источник, который  
подарит **новые ощущения** и освежит ваши  
отношения с **любимым городом.**





# Ценности бренда

**Взаимные и искренние чувства.** Только с искренними чувствами можно сделать продукт для людей.

**Новые ощущения.** Создавать пространство, которое дарит новый опыт.

**Развитие и созидание.** Способствовать развитию людей и города.

**Прошлое как проект будущего.** Прошлое – это наш исток, который дает основу и вдохновение для будущего.





# Уникальные преимущества



Масштабный проект комплексной застройки с собственной инфраструктурой

Переменная этажность и низкая плотность застройки – 2,4

Большой процент озеленения территории – 35%

Комплекс органично вписан в существующий природный ландшафт



Широкий променад с разнообразным ландшафтом

Детские и спортивные площадки

Места для спокойного отдыха и благоустроенные скверы

Детские сады и школы внутри жилого квартала



Широкий выбор квартир – разные форматы, уникальные планировки

Квартиры с местами для хранения, ниши под шкафы и гардеробные

Потолки – 2,75 м

Разнообразная отделка МОПов



# Целевая аудитория

Основная

Вторичная



## Интеллигенты

**Ценности:** гармония. Важно, чтобы пространство отвечало их ценностям, не сковывало и не давило.



## Подражатели

**Ценности:** обеспеченность, статусность. Аудитория последователей, подтянутся вслед за ядром.



## Обыватели

**Ценности:** семья, благополучие. Дом как символ благополучия семьи.



02

# Логотип



# Логотип

Логотип является основным элементом визуальной айдентики, поскольку он отражает суть бренда.

Далее логотип будет работать как ассоциативный ряд, связанный с брендом.

Для достижения этой цели необходимо следовать рекомендациям по использованию логотипа и фирменного стиля. Следующий набор основных правил поможет вам эффективно применять его на всех носителях.

Brand LOGO

---



## Охранное поле

Логотип часто комбинируется с другими визуальными элементами. Чтобы гарантировать, что окружающая графика не мешает логотипу, необходимо сохранить определенное свободное пространство.

Охранное поле строится на пропорциях буквы графического элемента.

Clear space

---





## Некорректное использование

1. Не изменяйте размеры отдельных элементов логотипа.
2. Не изменяйте цветовую схему и не используйте инородных цветовых палитр и цветовых заливок.
3. Не используйте графический элемент одного цвета с логотипом за исключением черно-белого варианта.
4. Не применяйте визуальные эффекты.
5. Не трансформируйте непропорционально форму логотипа и его элементов. Используйте при работе только исходные файлы.

Incorrect use



## Логотип без подстрочника

Логотип без подстрочника рекомендуется для небольших носителей, например при нанесении на ручку, а также для аутдоров и билбордов.

Brand LOGO

---



# Ограничения логотипа

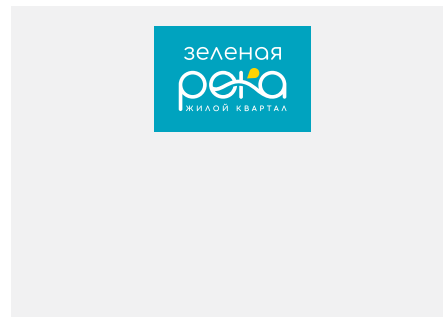
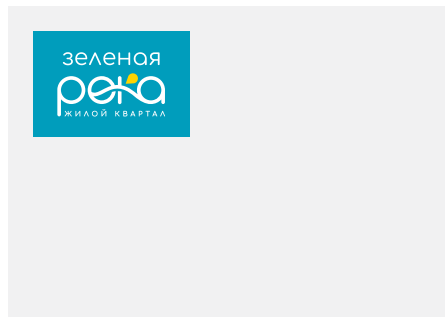
Логотип располагается по центру либо по краям макетов на цветных плашках или контрастных фонах.

Минимальный размер цветного логотипа рекомендуется использовать 27 мм по ширине.

Минимальный размер черного логотипа в одну краску – 22 мм по ширине.

Минимальный размер выворотки – 27 мм по ширине.

## Standard placement of the LOGO



## Minimal LOGO size



03

# Типографика



## Фирменные шрифты

Типографика построена на простом рубленом шрифте.

Во всей корпоративной продукции рекомендовано использовать шрифт семейства Proxima Nova.

### Corporate typeface

1 2 3 4  
Proxima Nova  
Эмоции

Green River

# Фирменные шрифты

Во всей корпоративной продукции рекомендовано использовать шрифт семейства Proxima Nova.

Corporate typeface

---

**Proxima Nova Family**

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Proxima Nova Extrabold**

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Proxima Nova Bold**

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Proxima Nova Semibold**

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Proxima Nova Regular**

# Фирменные шрифты

Системным шрифтом может служить Arial.

System typeface

---

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Arial Bold**

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial Regular

# Типовое использование шрифтов

В данном разделе используется предложенное шрифтовое решение.

Рассмотрим несколько примеров типового использования фирменных написаний.

Corporate typeface

How to use

24–27  
ноября

**Старт  
продаж**

скидки до  
**10%**

**Исследуйте новые  
миры чувств**

Эту квартиру можно  
купить в ипотеку

**6%**  
август-ноябрь



## Написание слогана

Слоган рекомендуется писать шрифтом Proxima Nova Bold или Proxima Nova Extra-bold любым из основных цветов логотипа. В качестве дополнительного можно использовать черный.

На выворотке рекомендован белый цвет.

Slogan

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

**Зеленая Река. Твой уютный берег**

04

# Фирменные цвета

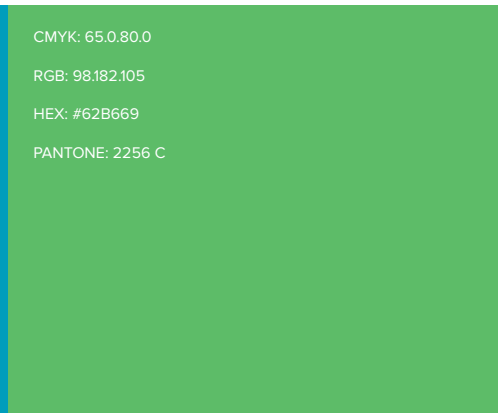
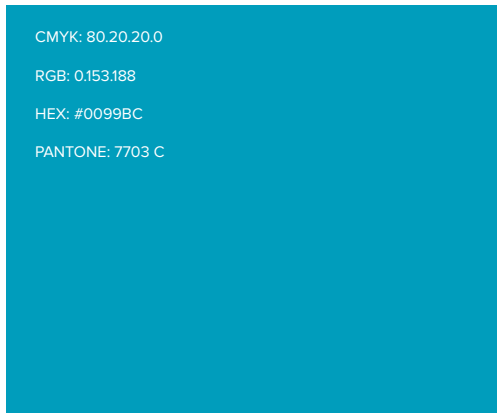


# Фирменные цвета логотипа

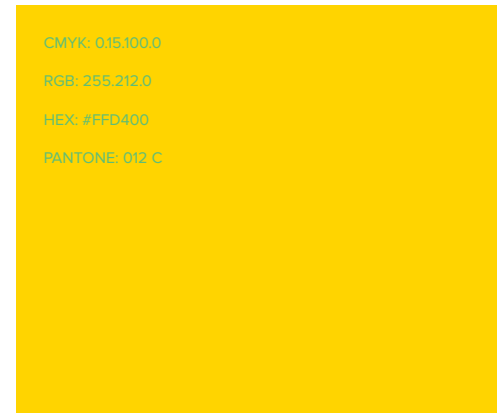
В основе логотипа и фирменного стиля лежат фирменные цвета, которые необходимо учитывать при использовании разного рода носителей.

Фирменные цвета – это свежая зелено-голубая гамма с небольшими вкраплениями желтого цвета.

Main logo colors



Secondary logo color



## Дополнительные цвета айдентики

Второстепенные цвета – разбеленные основные, которые будут использованы в дальнейшем в дизайне иллюстраций, иконок и т. п. для придания теней и полутеней, а также в других элементах дизайна, включая фоны.

Рекомендуется использовать обширную цветовую гамму для длительных и крупных объектов и торговых точек. Небольшое количество цветов может сильно ограничивать последующий креатив.

### Logo colors

CMYK: 80.20.20.0

RGB: 0.153.188

HEX: #0099BC

PANTONE: 7703 C

CMYK: 65.0.80.0

RGB: 98.182.105

HEX: #62B669

PANTONE: 2256 C

CMYK: 0.15.100.0

RGB: 255.212.0

HEX: #FFD400

PANTONE: 012 C

### Design colors

CMYK: 50.5.5.0

RGB: 134.201.232

HEX: #86C9E8

CMYK: 38.0.75.0

RGB: 179.207.96

HEX: #B3CF60

CMYK: 0.5.50.0

RGB: 255.237.153

HEX: #FFED99

CMYK: 30.0.0.0

RGB: 188.228.250

HEX: #BCE4FA

CMYK: 20.0.30.0

RGB: 216.232.197

HEX: #D8E8C5

CMYK: 0.0.20.0

RGB: 255.251.220

HEX: #FFFBD0

# Использование цветов

Допустимо сочетать между собой все фирменные цвета.

Декоративный элемент рекомендуется делать отличным по цвету от надписей.

Color use



05

# Визуальные элементы



# Графические элементы

Паттерн состоит из графических элементов: бенефитов продукта и нескольких простых тематических иллюстраций, таких как вода, лист, травинка или сердечко, чтобы немного разгрузить общую композицию.

Все элементы можно использовать как общий паттерн или как отдельные иллюстрации и иконки.

Для иконок рекомендуется использовать только тематические элементы.

Под каждую рекламную кампанию, если это будет необходимо, иллюстрации можно продолжать в заданном стиле.

Pattern and icons



06

# ФОТОСТИЛЬ





## Стилистика имиджей

Экстерьерные, интерьерные и портретные истории рекомендуется использовать насыщенные, с большим количеством солнечного света.

Имиджи с людьми – эмоциональные, кинематографичные. Люди на фото – жизненные, привлекательные, но не модельной внешности и не в позах моделей. Все должно выглядеть легко и естественно.

Images





06 Фотостиль



Зеленая Река BRAND BOOK







07

# Носители



# Визитная карточка

Визитные карточки размером 9 x 6 см  
печатаются полноцветом.

Минимальный размер шрифта  
для выворотки – 6 pt.



## Бейджи

Печать бейджа – полноцвет.  
Ленточки можно использовать любого  
из фирменных цветов.



## Папка для документов, ручка

На папке рекомендуется двусторонняя запечатка цветом с использованием коллажа из фирменных иллюстраций и графических элементов.

Адрес и лого застройщика выносятся на оборот.

Оборот





## Бумажный пакет

Пакет печатается полноцветом. Одинаковый белый фон с обеих сторон.  
Боковая часть запечатывается любым из основных цветов логотипа.

Ленточки-ручки можно использовать любого из фирменных цветов.



## Бумажный стаканчик

На бумажных стаканчиках рекомендуется использовать более разнообразные графические элементы.



## Зонт ОТ ДОЖДЯ

Зонт рекомендуется двцветный с верхним цветом – основным голубым. Подкладку можно использовать любого из дополнительных цветов.

Нанесение логотипа – пантоны.

Оборот



## Билборд

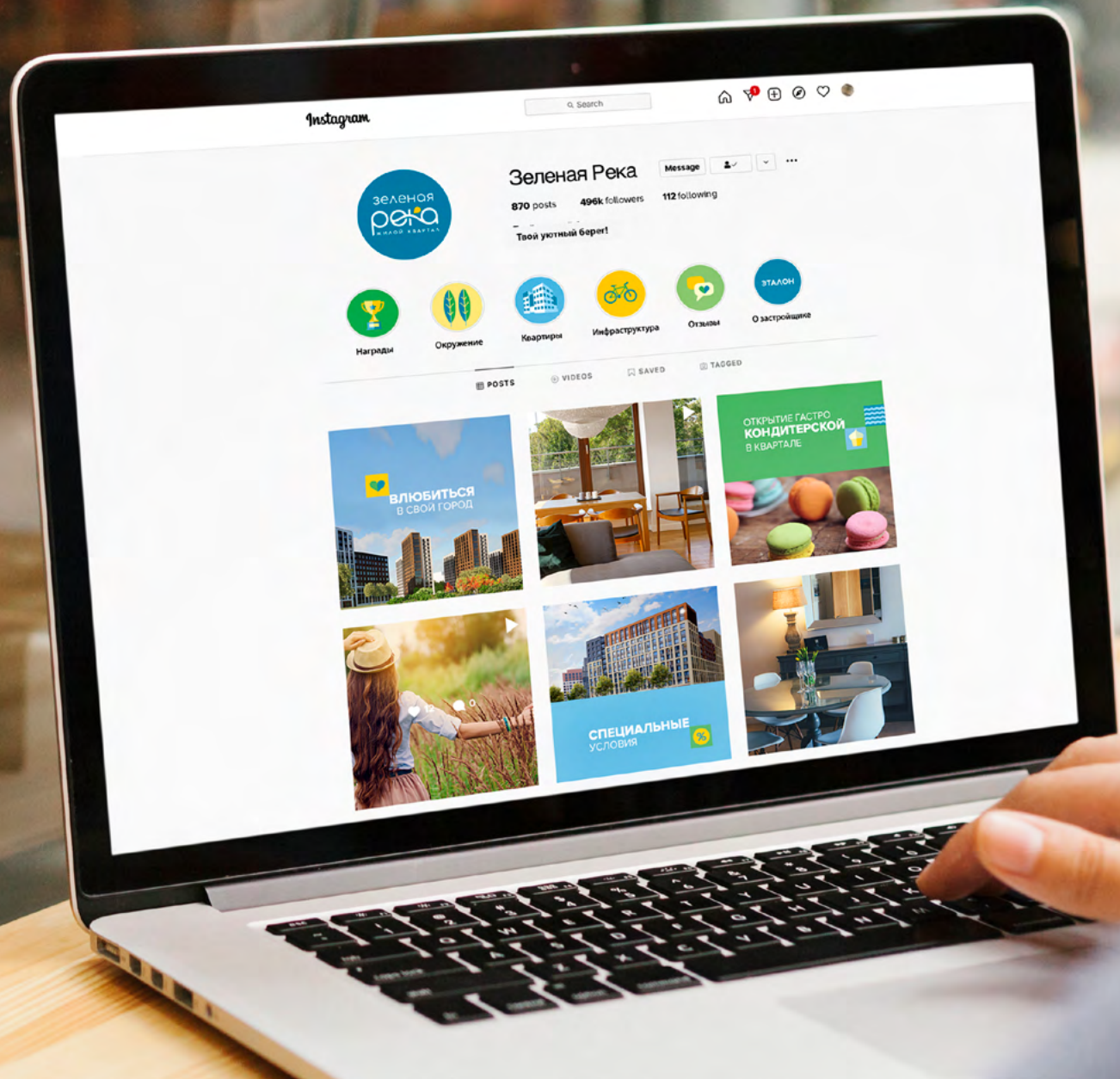
Компоновка элементов дизайна наружной рекламы выполняется следующим образом: по центру располагается главный элемент, а по обоим краям от него – информация и логотип.

Логотип рекомендуется использовать максимально крупно, как с подстрочником, так и без него.



## Страница в соц. сети

В оформлении страниц социальных сетей, например Фейсбука и Инстаграма рекомендуется чередовать в постах цветные плашки и иконки с чисто имиджевыми историями и видео.





Брендбук разработан агентством MOSLAB

**MOSLAB**<sup>•••</sup>  
MOSCOW 2021