

РАД.

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ И ЛОГОТИПА

V.1.2025

/СОДЕРЖАНИЕ

- 03 аннотация
- 04 нейминг
- 05 визуальный образ
- 06 tone of voice

ЛОГОТИП

- 08 охранное поле
- 09 фирменный блок
- 10 недопустимое использование

ПАЛИТРА

- 12 фирменные цвета

ШРИФТЫ

- 14 обзор

ФОТОСТИЛЬ

- 16 примеры контента

ГРАФИКА

- 18 градиент
- 19 построение постера
- 20 примеры постеров

НОСИТЕЛИ

- 22 баннер
- 23 постер
- 24 скотч, коробка
- 25 дождевик
- 26 ежедневник
- 27 бейдж
- 28 визитка
- 29 ланъярд
- 30 входная группа

АННОТАЦИЯ

айдентика — это система, которая базируется на следующих элементах:

1. логотип
2. фирменные цвета
3. типографика
4. фотостиль
5. фирменная графика

их сочетание формирует визуальный «язык бренда», который помогает легко идентифицировать компанию, повышает эффективность коммуникаций, корректно формирует образ и характер, а также помогает выделяться среди конкурентов.

данное руководство можно условно поделить на две части:

1. константы, например, правила использования логотипа;
2. общие рекомендации по использованию;

Это позволяет айдентике быть динамичной и адаптироваться к различным условиям.

РАД.

В качестве нейма мы выбрали словосочетание «Рациональный девелопмент». Потому что ядро наших проектов — рациональность: выбор материалов, квартирография, этажность и благоустройство подчинены одному закону.

Это позволяет точно просчитывать экономику каждого проекта и соблюдать прозрачность на каждом этапе строительства, укрепляя доверие покупателей.

Чтобы уйти от тяжелого и чересчур строго образа и взаимодействовать больше на эмоциональном поле, словосочетание сократили до ёмкого, простого и понятного слова «РАД.»

/ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ

05

Смысловой посыл, заложенный в нейме, мы усилили метафорой луча прожектора. Он подсвечивает и направляет, чтобы среди множества интересных и стоящих предложений, вещей и направлений, человек мог сконцентрироваться на самом важном.

Точка с логотипе стала играть тоже важную роль. Во-первых, это сам прожектор, из которого выходит луч света. Во-вторых, это символ завершенности, конечности, уверенности и твердости.

Используя точку в логотипе, мы «заземляем» наши послы, подчеркивая, что бренд не витает в фантазиях, а говорит о простых осязаемых понятных процессах.

/TONE OF VOICE

06

«Рад.» уходит от строгого, формального, безэмоционального тона, свойственного рынку недвижимости.

И представляет новый формат коммуникации: девелопер как сервис, служба поддержки и ассистент — лаконичный, дружелюбный, понятный.

Мы говорим грамотно, по делу, без англицизмов, сложных деепричастных оборотов и канцеляризов. Используем понятные эмоциональные послы и стараемся оставить после каждой коммуникации ощущение тихой радости у пользователя.

Рад исполнять мечты!



РАД.

/ЛОГОТИП

/ЛОГОТИП

охранное поле

Логотип — один из основных элементов фирменного стиля. Следует соблюдать охранные поля, чтобы не терять читаемость и не превращать логотип в стилеобразующий элемент.



Общая композиция логотипа, его пропорции не допускают изменений и искажений.

скачать логотип



/ЛОГОТИП

фирменный блок

К логотипу возможно добавлять коммуникационные послы, которые внедряются в охранную зону логотипа, образуя фирменный блок.

Текст набирается только фирменным шрифтом и в начертании SemiBold.



Общая композиция фирменного блока, расположение и его пропорции не допускают изменений и искажений.

скачать логотип



/ЛОГОТИП

недопустимое использование

Описанные на этой странице правила распространяются на все базовые элементы визуальной айдентики: версии фирменного блока, логотип, знак, фирменные элементы.

Не допускается:

1. любое искажение и непропорциональная трансформация, как элементов, так и композиции в целом;
2. перевод логотипа в контурное исполнение;
3. любое начертание логотипа, кроме фирменного;
4. перемещение, изменение соотношения элементов в логотипе;
5. поворот по любой оси (X,Y), за исключением 90° (в редких случаях);
6. использование любых эффектов (обводка, тени, свечение и т.п.);
7. использование цветов не из палитры бренда и перекрашивание отдельных элементов логотипа.



Запрещается использование логотипа, знака, фирменного блока в качестве стилеобразующего элемента, подложки или паттерна.

1.

РАД.

2.

РАД.

3.

РАД.

4.

РАД.

5.

РАД.

6.

РАД.

7.

РАД.

7.

РАД

РАД.

/ПАЛИТРА

/ПАЛИТРА

фирменные цвета

Цветовая схема бренда состоит из пяти цветов. На странице схематично показаны наиболее удачные цветовые сочетания в рамках фирменного стиля, рекомендуется использовать их в большинстве случаев.

БАЗОВЫЙ БЕЛЫЙ

HEX #FFFFFF
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0

ЗАПОЛНЯЮЩИЙ ЗЕЛЁНЫЙ

HEX #005284
RGB 0 82 132
CMYK 97 65 24 8

БЕТОННЫЙ СЕРЫЙ

HEX #004D43
RGB 0 77 67
CMYK 91 41 66 47

СИГНАЛЬНЫЙ ЗЕЛЁНЫЙ

HEX #D9F270
RGB 217 242 112
CMYK 23 0 67 0

РАЦИОНАЛЬНЫЙ ЧЁРНЫЙ

HEX #292929
RGB 41 41 41
CMYK 62 43 0 0

РАД.

/ШРИФТЫ

/ШРИФТ

обзор

Montserrat — современный гротеск, который отлично подходит рациональному бренду. Он легко считывается, без отвлекающих элементов

[скачать шрифт](#)

Regular
Medium
SemiBold
Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй
Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф
Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ээ Ъь Юю Яя

1234567890

!@”#N°\$;^%&:?*()-+

Montserrat

РАД.

/ФОТОСТИЛЬ

/ФОТОСТИЛЬ

примеры контента

Для формирования правильного образа компании, восприятия его целостным и действительно «живым», рекомендуется использовать уникальные фотографии, созданные по заказу.

Общие требования:

1. естественность (искренние, а не постановочные эмоции);
2. если используется контент с фотостока, то он должен быть максимально качественным и визуально соответствовать примерам на этой странице;
3. допускается использование нейросетей при условии соблюдения максимальной реалистичности генерируемого контента.



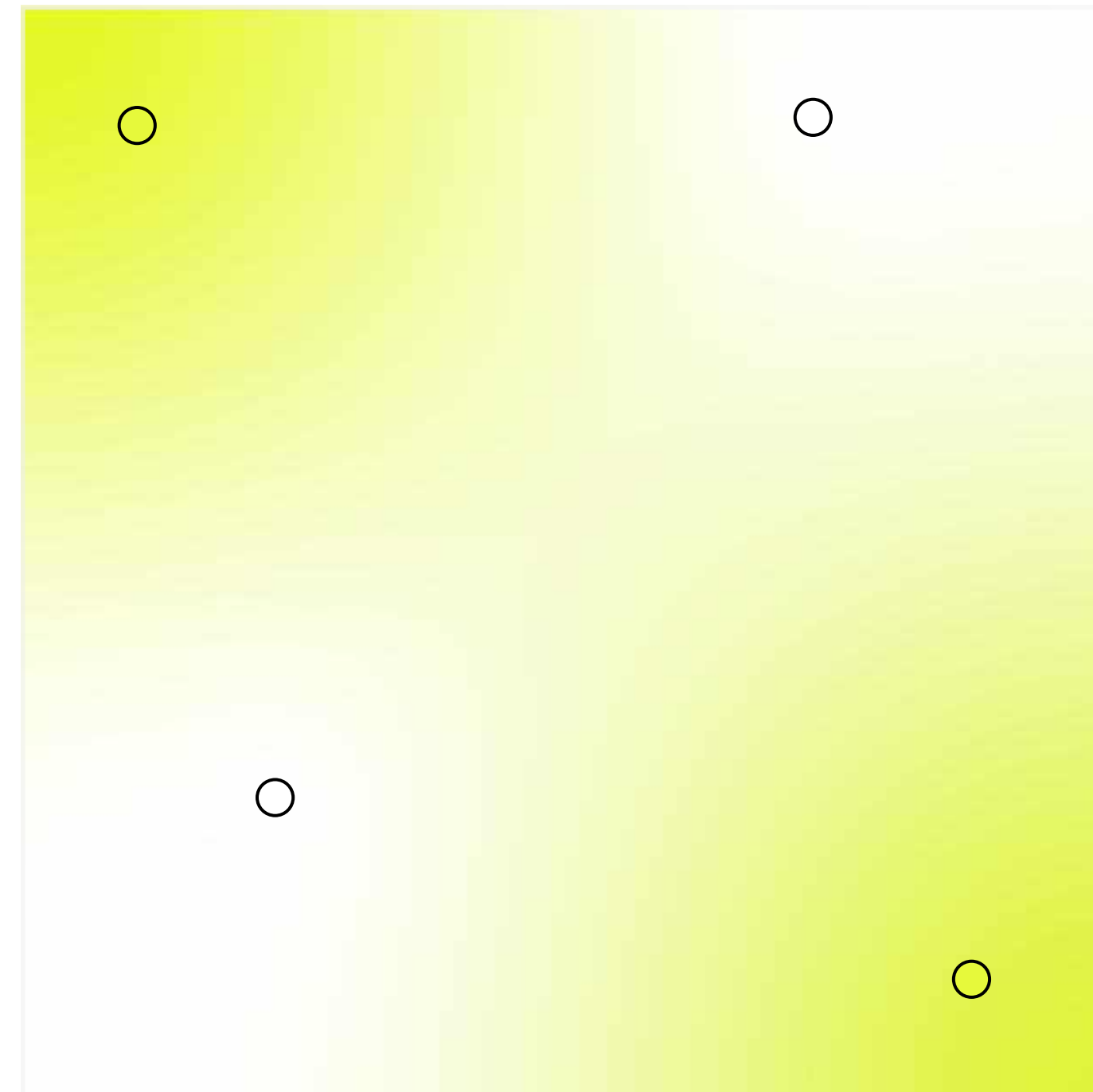
РАД.

/ГРАФИКА

/ГРАФИКА

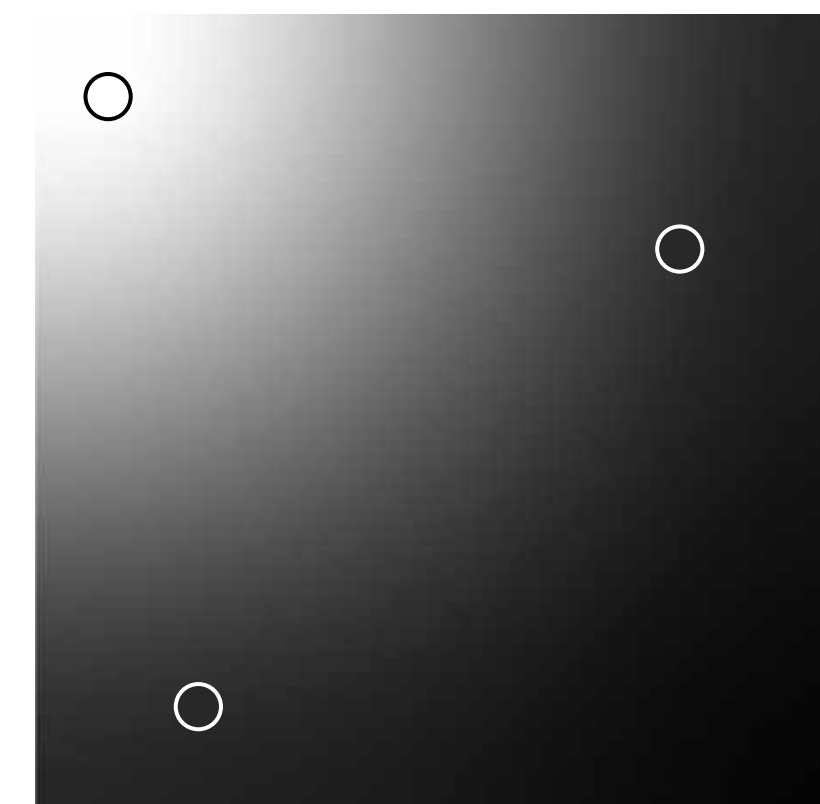
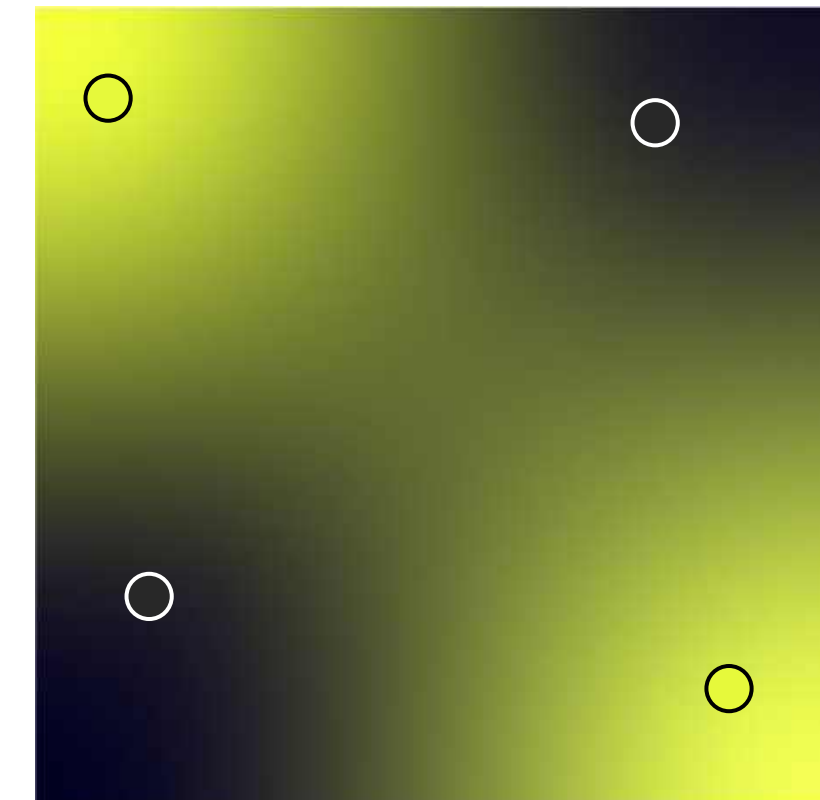
градиент

Строится на основе произвольного градиента. Сценарий расположения и сочетания цветов могут меняться исходя из задач



#FFFFFF

#E7F93C

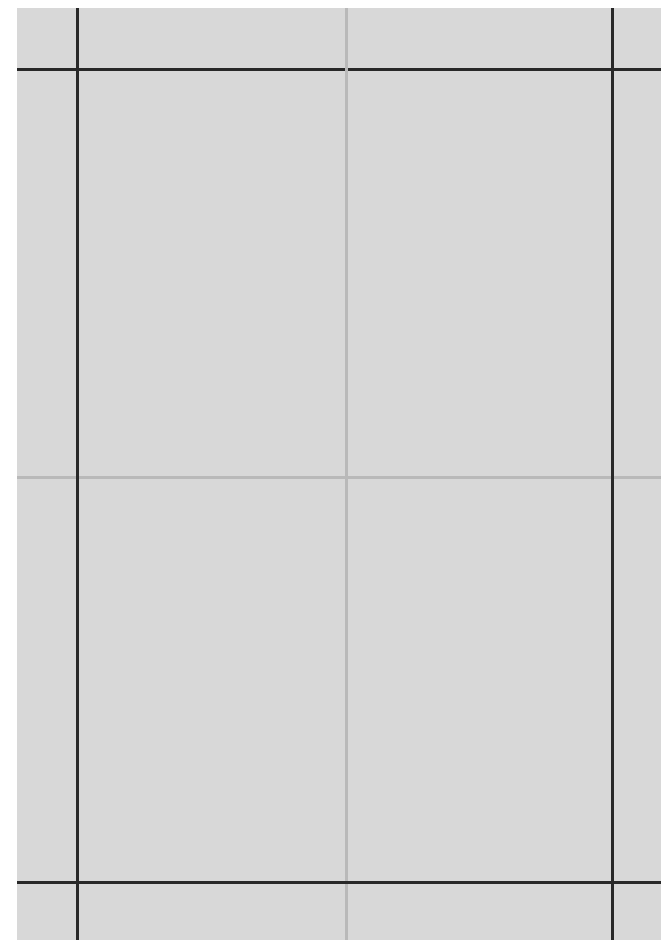


/ГРАФИКА

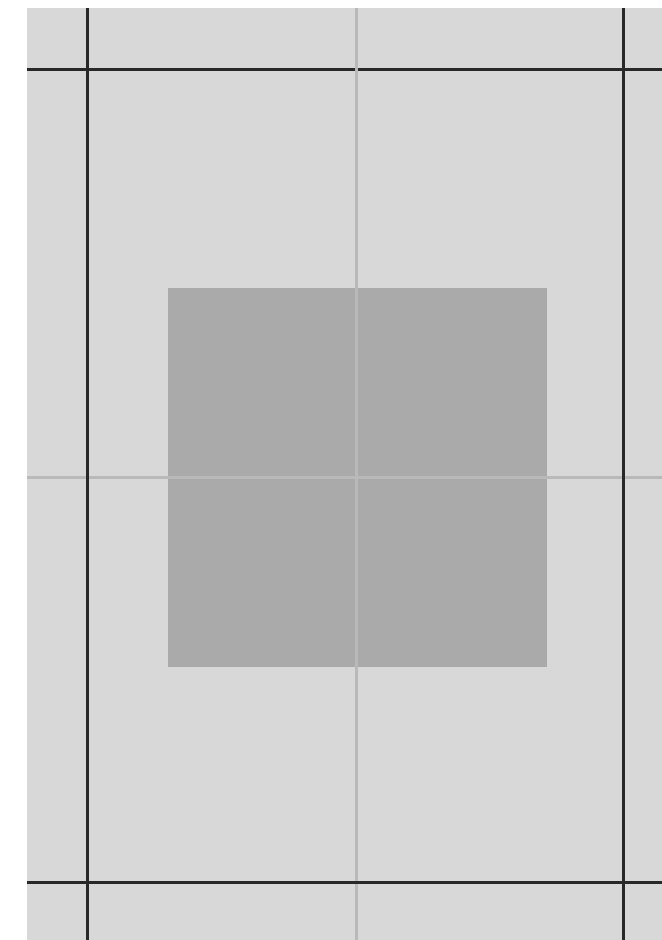
построение постера

Пример построения постера

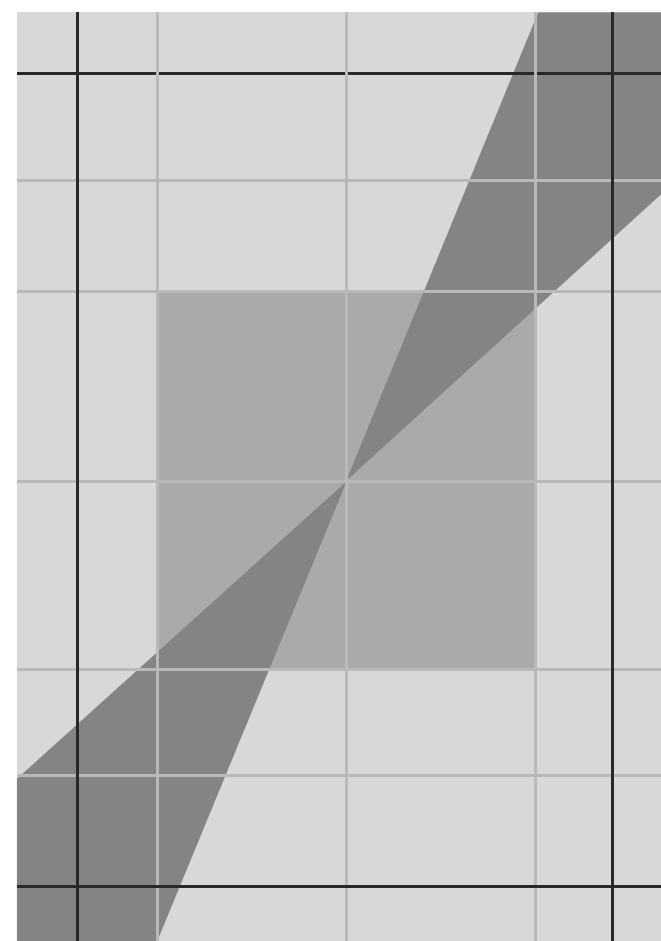
1.



3.



2.



4.



/ГРАФИКА

примеры постеров

20



РАД.

/НОСИТЕЛИ

/НОСИТЕЛИ

баннер

22

привет, Урал!



Я — РАД.

РАД.

твоему новоселью

555-55-55

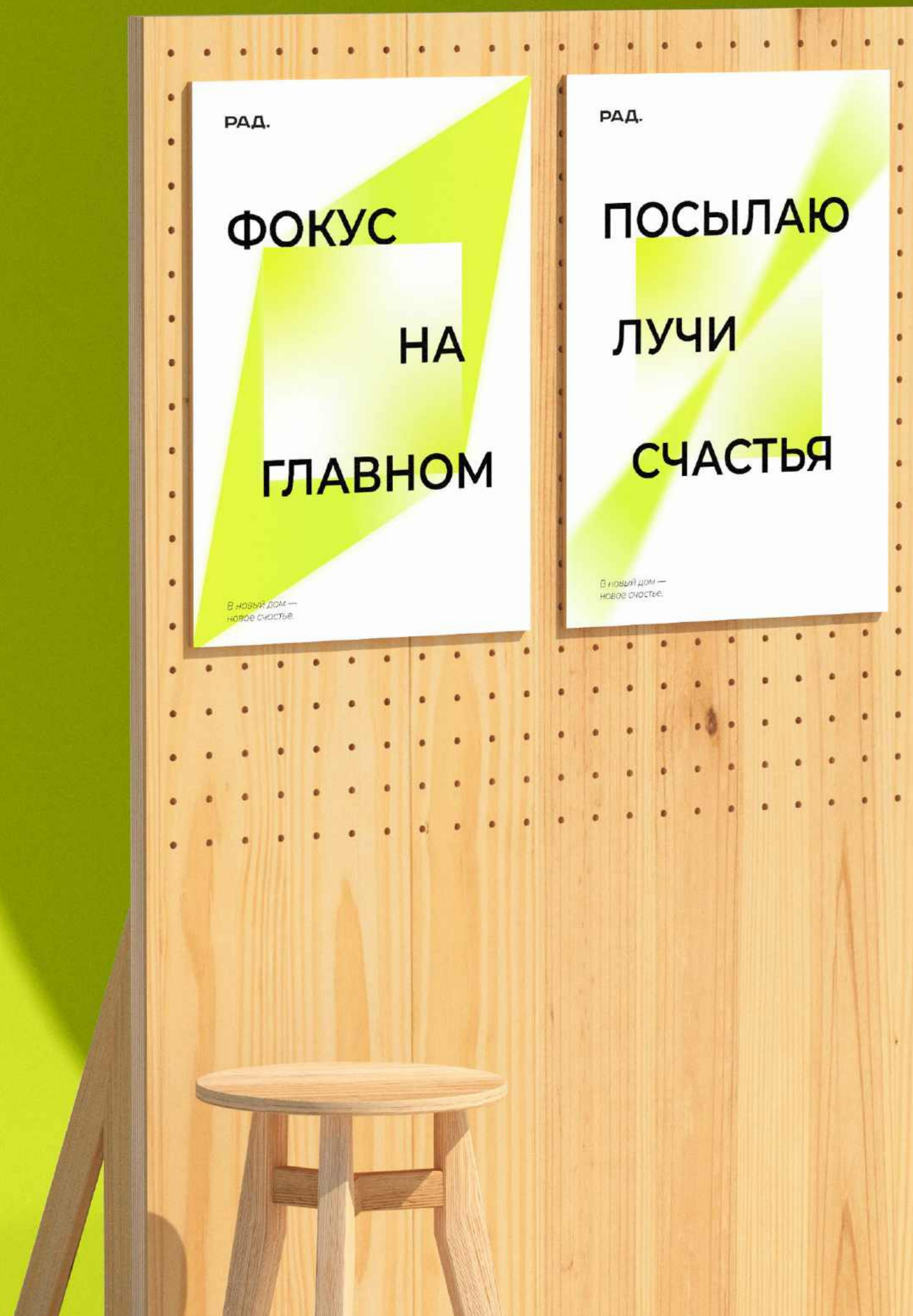
НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ЗАСТРОЙЩИК ООО
«СТРОИМ ХОРОШО». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НАШ ДОМ.РФ



/НОСИТЕЛИ

постеры

23



/НОСИТЕЛИ

скотч, коробка

24



/НОСИТЕЛИ

дождевик

25



/НОСИТЕЛИ

бейдж

27



/НОСИТЕЛИ

ВИЗИТКА

28



/НОСИТЕЛИ

ланъярд

29



/НОСИТЕЛИ

входная группа

РАД.

тебя видеть!

/НОСИТЕЛИ

ежедневник

26

РАД.



ОПИСАНИЕ ИДЕИ И БАЗОВЫХ
ФИРМЕННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ

РУКОВОДСТВО РАЗРАБОТАНО
КОМПЛЕКСНЫМ АГЕНТСТВОМ
ДЛЯ ЗАСТРОЙЩИКОВ «ГОРИЛЛА»

2025

