

А К А Д Е М И Я

01	Платформа бренда _____	3
02	Константы визуального образа _____	14
03	Носители визуального образа _____	32

01

Платформа бренда

О проекте

«Академия» — новый взгляд на то, как должна выглядеть современная Пенза.

Комплекс недалеко от центра с обилием природы вокруг: зоопарк, скверы, парки. Идеальное место для тех, кто ищет спокойствия и умиротворения.

Здесь дух интеллигенции ощущается в архитектуре, домах и самих жильцах.

А вневременная архитектура с элементами классики спроектирована с оглядкой на историю Пензы.

Каждое пространство продумано для повышения комфорта и уюта как внутри собственного жилья, так и на общей территории комплекса.



Особенности проекта

1

Тихая и приватная локация
в центре города

2

Квартиры с видом
на зелень и небо

3

Вид на близлежащий зоопарк
— одну из ключевых точек
города

4

Сдержанная архитектура
вне времени от бюро OSA,
лауреата престижных
премий Urban Awards

5

Разноэтажная застройка
для жизненного комфорта
и уюта

6

Закрытый двор без машин

Преимущества локации

Рациональные

- Интеллигентный, гармоничный дизайн и архитектура проекта.
- Соседство с зоопарком поможет избежать застройки перед нами — и сохранить вид на город из квартир.
- Близость к частным больницам, поликлиникам и крупному перинатальному центру.
- Близость к главным университетам города.
- Близость к гимназии № 1 им. Белинского с возможностью попасть туда без тестирования благодаря прописке в том же районе.

Эмоциональные

- Пространство тишины и покоя: возможность расслабиться и сконцентрироваться на себе.
- Отдых для глаз и головы: отсутствие пёстрых цветов, присущих городской застройке.
- Атмосфера интеллигенции и творческого духа, вдохновлённые старой Пензой.

Целевая аудитория



Интеллигенция Пензы: по профессии

Педагоги вузов и врачи крупных и частных клиник, находящихся поблизости к жилому комплексу. Из-за перегрузок на работе и перманентного контакта с людьми нуждаются в жилье,

которое не только будет ближе к работе (для сокращения времени в пути), но и поможет расслабиться ментально — в тишине, спокойной обстановке, с ограниченным количеством людей вокруг.



Интеллигенция Пензы: по духу

Жители, гордящиеся тем, что в их городе проводили много времени классики русской литературы (Лермонтов, Белинский, Куприн и т.д.), и недовольные современной городской

средой, которая никак не поддерживает дух творчества и уюта Пензы, а задавливает его безвкусицей, пёстрыми пластиковыми фасадами.

Инсайт

Я хочу жить в современном городе,
но не хочу, чтобы он терял
интеллигентность, спокойствие,
уют и близость к природе времён
Лермонтова и Мейерхольда.

Идея бренда

Новая
интеллектуальная
Пенза



Характер и ценности бренда

Творческий

Глубоко ценит красоту и стремится постоянно создавать, вдохновляться, искать новый подход к решениям.

Задумчивый

Часто погружается в себя, ценит умиротворяющую атмосферу для созерцания и размышления, ценит приватность.

Интеллигентный

Образованный и эрудированный, но при этом очень тактичный и не кичащийся своими познаниями.

Размеренный

Считает, что действительно насладиться жизнью и прочувствовать её можно, только умея вовремя замедлиться, не стараясь угнаться за всем подряд.

Вежливый

Верит, что каждый достоин уважения и деликатного отношения, умеет слушать и корректно выразить своё мнение.

Миссия бренда

**Менять внешний облик Пензы
и воспитывать вкус и чувство
прекрасного у её жителей.**

Модель бренда

Суть

Новая интеллигентная Пенза

Рацио

Гармония и тишина благодаря локации, подходу к строительству, архитектуре и инфраструктуре комплекса. Выгодная локация с т.з. близости к социальной инфраструктуре и вида из окон.

Инсайт

Я хочу жить в современном городе, но не хочу, чтобы он терял интеллигентность, спокойствие, уют и близость к природе времён Лермонтова и Мейерхольда.

Целевая аудитория

Интеллигенция Пензы по профессии и духу: педагоги вузов и врачи государственных и частных клиник, которым не всё равно, как меняется облик и дух их города.

Эмоцио

Дом как место для физического и ментального отдыха, раскрытия творческого потенциала и концентрации на себе. Вдохновляющая атмосфера интеллигенции и отсылок к старой Пензе.

Характер и ценности

Интеллигентный, вежливый, задумчивый. Много созерцает и размышляет, прежде чем дать ответ. Тактичен, не поучает, несмотря на эрудированность. Ценит красоту и возможность её прочувствовать благодаря размеренности.

Ключевые характеристики продукта

Гармоничные и продуманные решения в архитектуре, инфраструктуре и наполнении комплекса, тихая локация, несмотря на близость к центру, вид на городской и природный ландшафт.

Название

АКАДЕМИЯ

Академия — это образ жизни современной интеллигенции. Пространство с продуманным наполнением, которое воспитывает хороший вкус. Здесь всё создано с умом и искусным вниманием

к деталям. Сдержанное и культурное место, которое поддерживает творческую энергию и восполняет интеллектуальный ресурс своих жителей.

02

Визуальный образ

Логотип

Логотип, цветовая гамма, типографика, стиль изображений и взаимосвязь между этими элементами определяют визуальный образ бренда.

Данное руководство создано с целью обеспечить корректное использование вышеописанных элементов в любых коммуникациях бренда, для создания единого образа при производстве любых носителей для бренда.

Руководство содержит правила использования базовых элементов фирменного стиля, но охватить все случаи невозможно, поэтому правила могут быть доработаны и расширены при необходимости.

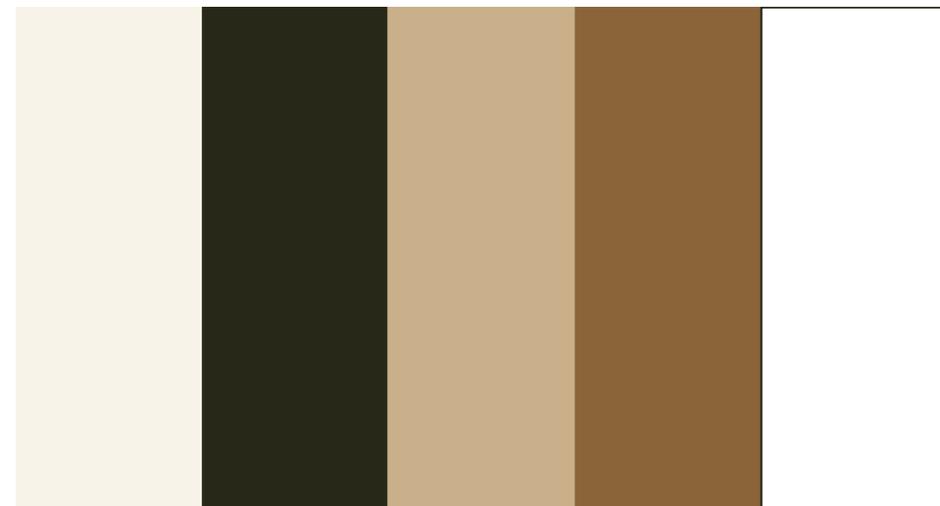
☁️ К документу прилагаются изображения и макеты фирменного стиля.

АКАДЕМИЯ

Типографика

Gerbera Regular Cooper Light BT Regular

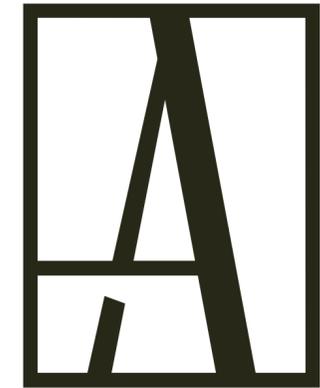
Цвета



Графика



Знак



Фотостиль



Логотип и знак

Знак проекта — первая буква названия. Источником вдохновения для эмблемы послужили экслибрисы в книгах. Также в знак зашита метафора входной группы здания с козырьком.



Логотип «Академии» — уникальный леттеринг. Некоторые буквы имеют выносные элементы, как в архитектуре здания присутствуют выносные балконы. Характер надписи интеллигентный, природный, ритм вертикальных штрихов напоминает ритм деревьев в лесу.



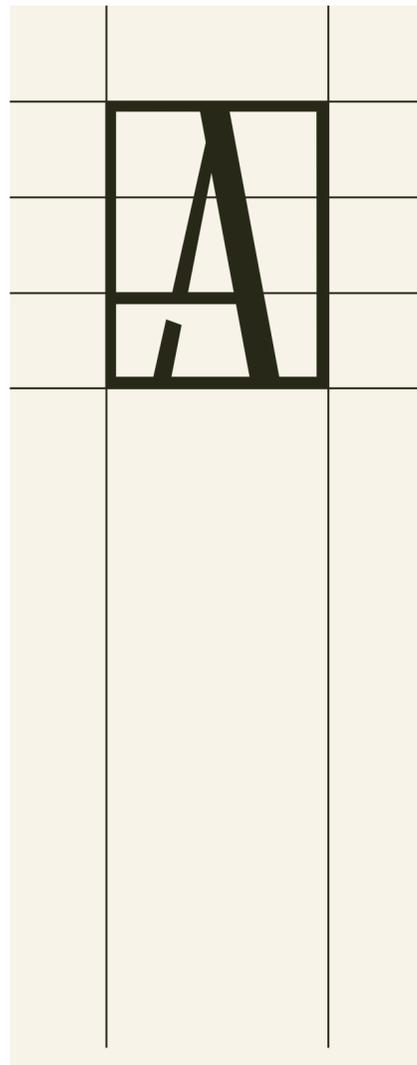
Размещение логотипа

В фирменных материалах бренда логотип размещается на всю ширину макета сверху. На некоторых форматах баннера логотип занимает одну треть макета. Отступ от краёв зависит от специфики производства носителей, обычно это $1/4$ высоты буквы А.

Отступ вокруг знака — $1/3$ высоты знака.

АКАДЕМИЯ

Минимальный размер 40 мм.



Цвет логотипа и использование на фонах

Использование на однородном фоне: логотип лакричного цвета на белом фоне.



Логотип белый. Фон логотипа должен быть контрастным и однородным. В случае необходимости изображение на фоне затемняется.



Логотип лакричного цвета на кремовом фоне. Размещение логотипа на фонах другого цвета не допускается.



Размещать логотип на фоне с множеством деталей не допускается.



Цветовая гамма

Белый

HEX	FFFFFF
RGB	255/255/255
CMYK	0/0/0/0
Pantone	-
Pantone	-
RAL	9010

Дополнительный фоновый цвет, может использоваться на сайте, в буклете, деловой документации.

Кремовый

HEX	F7F3E8
RGB	247/243/232
CMYK	4/4/11/0
Pantone	7499 C
Pantone	7499 U
RAL	9001

Основной фоновый цвет.

Лакричный

HEX	272817
RGB	39/40/23
CMYK	70/59/79/75
Pantone	5747 C
Pantone	5747 U
RAL	6007

Основной цвет типографики, иллюстраций и иконок.

Бежевый

HEX	C9B08A
RGB	201/176/138
CMYK	21/28/47/6
Pantone	3599 U
Pantone	3599 C
RAL	1002

Цвет графики и дополнительный фоновый цвет, может использоваться в буклете или хординге.

Коричневый

HEX	8B6439
RGB	130/100/57
CMYK	33/52/76/33
Pantone	146 U
Pantone	146 C
RAL	8001

Дополнительный цвет типографики, используется в сносках и колонтитулах.

Типографика

01 Gerbera Regular

02 Cooper Light BT Regular

01

Gerbera Regular — современный аналог классического английского гротеска. Геометричные и органические формы шрифта делают его интеллигентным и приветливым.

02

В основе рисунка Cooper Light BT Regular лежит сверхжирная версия гарнитуры Cooper Old Style. Cooper — это антиква старого стиля с закруглёнными засечками. Начертание Light хорошо работает и в тексте, и в заголовках.

Связь истории и современности в типографике отражает шрифтовая пара антиква/гротеск. Гротеск выступает на первой роли, придавая проекту современный облик.

Более интеллигентная антиква работает в подзаголовках и создаёт более уютное и дружелюбное настроение за счёт скруглений засечек.

Стили текста

01

Интеллекгентный квартал у парка

02

Инфраструктура

03

Педагоги вузов и врачи крупных и частных клиник, находящихся поблизости к жилому комплексу. Из-за перегрузок на работе и перманентного контакта с людьми нуждаются в жилье,

которое не только будет ближе к работе (для сокращения времени в пути), но и поможет расслабиться ментально — в тишине, спокойной обстановке.

04

2

КОЛОНТИТУЛ

01 Заголовок

Gerbera Regular, набор с прописной буквы, далее строчные.

Кегль: 80 pt
Интерлиньяж: 120%
Разрядка: -0.2%

02 Подзаголовок

Cooper Light BT Regular, набор с прописной буквы, далее строчные.

Кегль: 45 pt
Интерлиньяж: 44
Разрядка: 1%

03 Текст

Gerbera Regular, набор с прописной буквы, далее строчные.

Кегль: 24 pt
Интерлиньяж: 120%
Разрядка: -1%

04 Колонтитулы

Gerbera Regular, набор прописными.

Кегль: 19 pt
Интерлиньяж: 24
Разрядка: 14%
(-3% для текста на полях)

Вёрстка

Нумерация
и название
раздела

27

ОКРУЖЕНИЕ

Интеллективный квартал у парка

Заголовок

Подзаголовок

История места

Сноски

1924 — итальянская
фабрика Arteluce.

Немногие знают, что настольную лампу, которую Александр Родченко спроектировал в 1927 году для спектакля «Инга» в Театре Революции, можно купить себе в дом. Ну, то есть в обычном магазине её не найдёшь, надо знать места. Но вообще это доступное удовольствие, лампа не редкость и не очень дорогая. Родченко придумал её как часть сценической декорации, то есть изначально она не предназначалась для серийного производства. Но в 1970-е её выпускала итальянская фабрика Arteluce.

1970 — спектакль
«Инга».

Текст

2002 — статья
в журнале
«Декоративное
искусство СССР».

Идея обогатить итальянские интерьеры дизайном советского конструктивизма принадлежала не кому-нибудь, а Джермано Челанту, влиятельнейшему культуртрегеру, изобретателю лейблов «арте повера» и «радикальный дизайн».

В 1971 году он поделился этой мыслью с Джино Сарфатти, владельцем и главным дизайнером фабрики Arteluce, и тот взял в производство два светильника Родченко — подвесной, часть обстановки рабочего клуба, которая экспонировалась в Париже в 1925 году, и настольную лампу для спектакля «Инга». В каталоге Arteluce 1974 года настольная лампа опубликована как модель № 576, а подвесная — как № 577. Насколько я понимаю, в 1974 году фабрика Arteluce уже не была самостоятельным предприятием: Сарфатти продал её Flos, а те не проявили к проектам Родченко интереса. То есть, судя по всему, эти светильники были в производстве совсем недолго, года два-три.

Меня интересовало, соблюли ли итальянские производители авторские

права. Я спросил об этом Александра Лаврентьева, внука Родченко. Тот мне написал в ответ, что с семьёй Родченко итальянцы не связывались, чертежей светильников не видели и восстановили их по фотографиям, притом с ошибками. Об этих ошибках Лаврентьев подробно рассказал в своей статье в журнале «Декоративное искусство СССР», которую я пока не нашёл. Впрочем, не исключено, что Сарфатти пытался получить официальное право на производство этих ламп, но в то время в СССР авторское право не было кодифицировано, и советские бюрократы просто не знали, как поступить с его запросом. Поэтому вопрос об авторстве Родченко философский.

Велодорожка 10 км

Немногие знают, что настольную лампу, которую Александр Родченко спроектировал в 1927 году для спектакля «Инга» в Театре Революции, можно купить себе в дом.



28

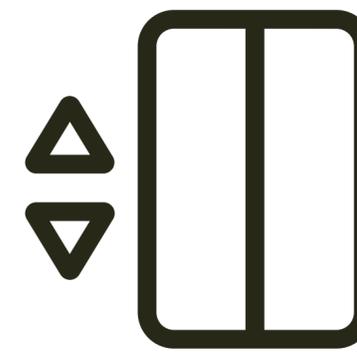
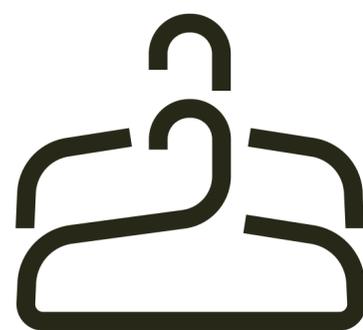
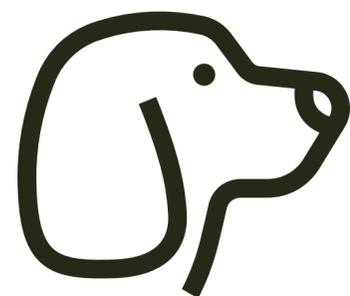
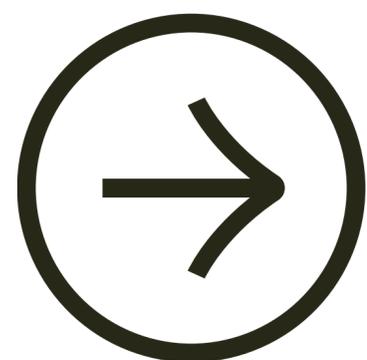
Детали

Немногие знают, что настольную лампу, которую Александр Родченко спроектировал в 1927 году для спектакля «Инга» в Театре Революции, можно купить себе в дом.



Пиктограммы

Gerbera Regular



Функциональные
пиктограммы плавные
по пластике, подходящие
к шрифту.

Графика

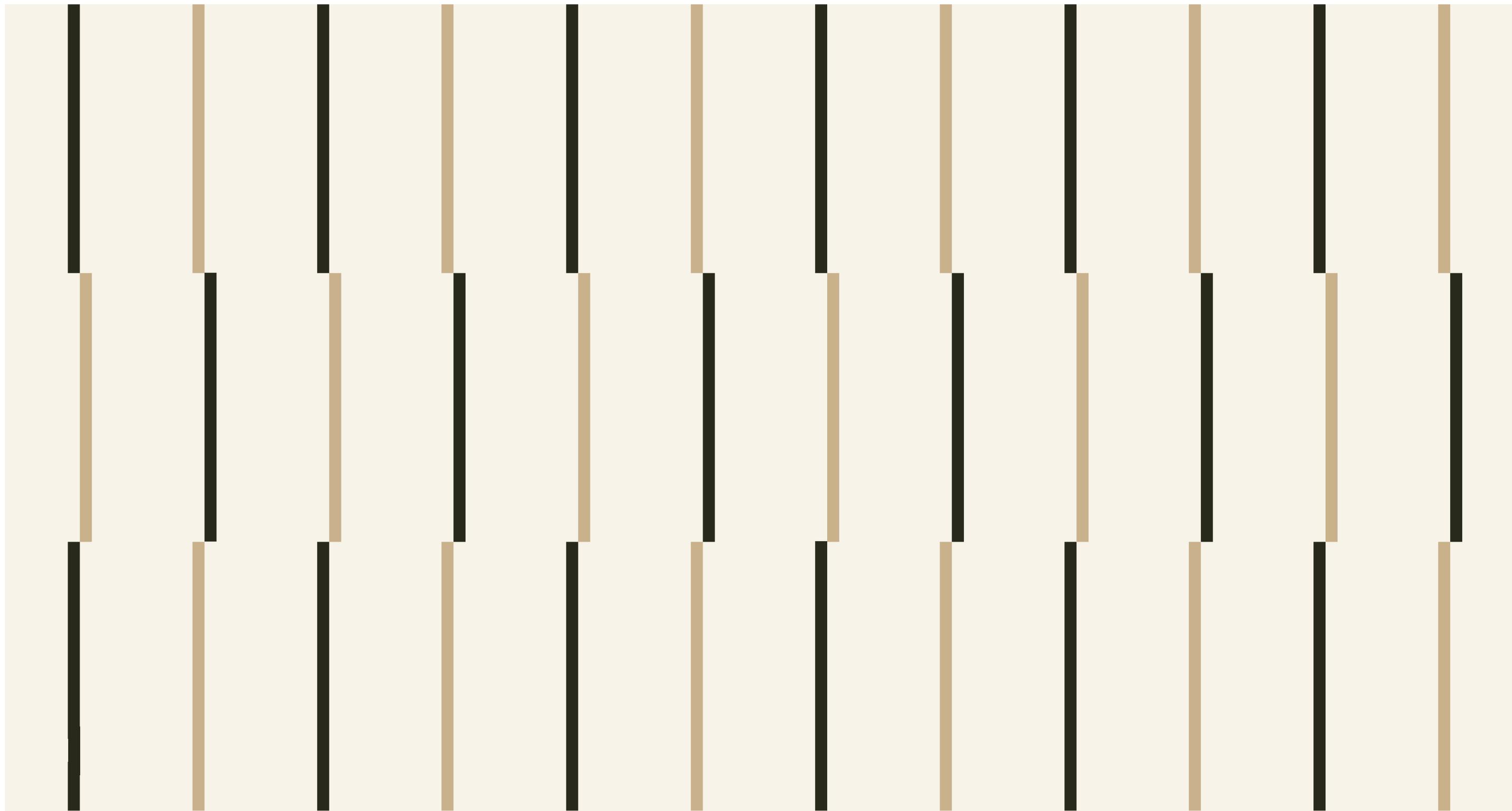


В айдентике используются иллюстрации — атрибуты интеллигентного образа жизни. Спокойно прогуливающаяся собака, книга,

гипсовый бюст, шахматный конь, кресло, фотоаппарат и т.д. Графика соответствует пластике знака, но в более плавной форме.

Паттерн

Фирменный паттерн изображает книги на книжной полке. Он может использоваться самостоятельно, без иллюстраций.



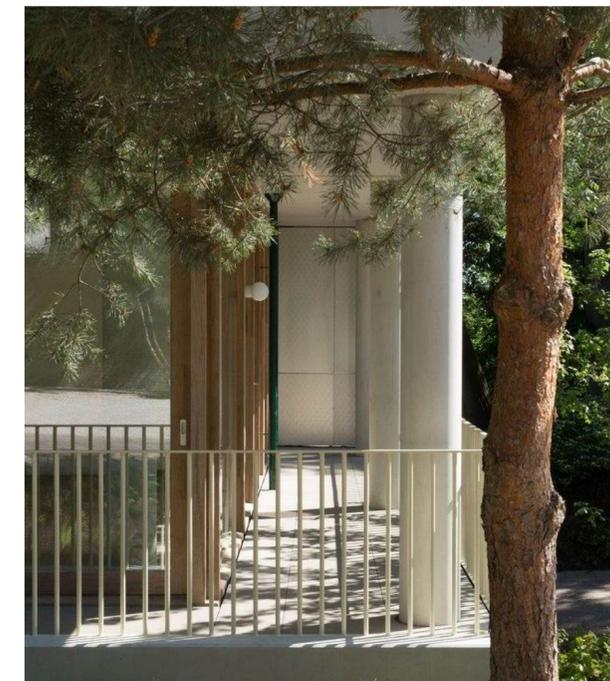
Паттерн

Предметы как будто выглядывают из страниц книг на полке. Часть иллюстрации скрыта за вертикальным элементом.



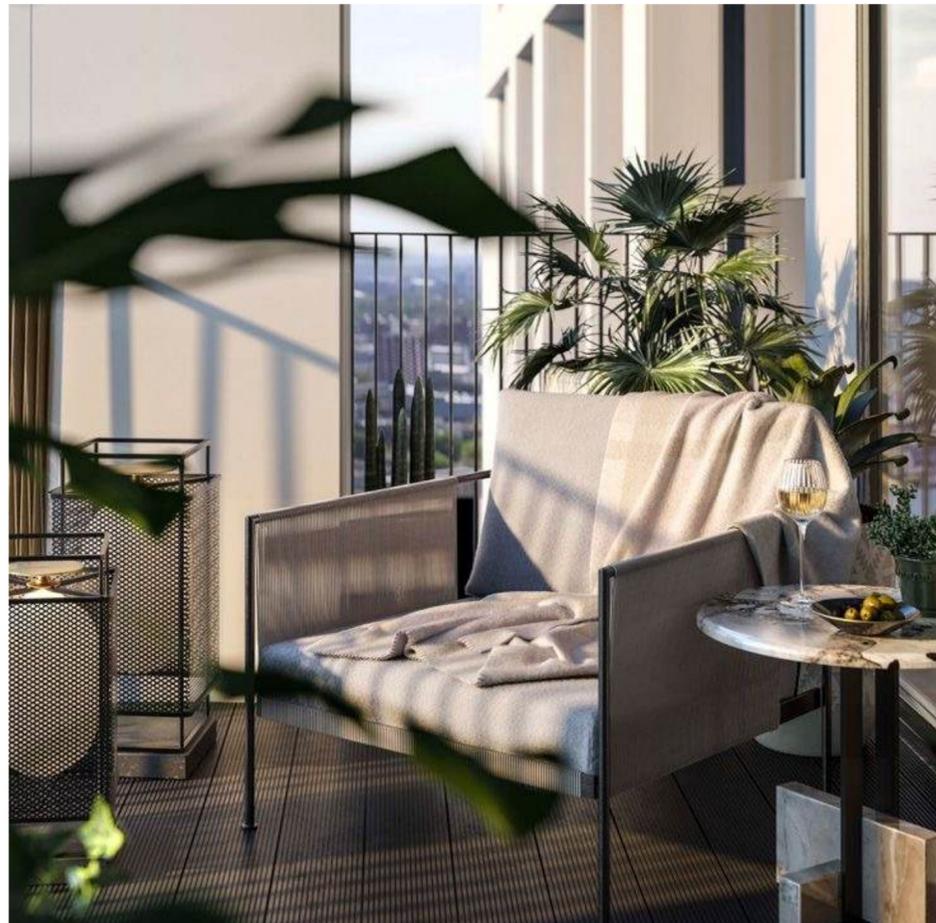
Визуализации (экстерьер)

Рендеры в тёплой цветокоррекции. На переднем плане зелень немного закрывает здание. В кадре присутствует небольшое количество людей. Фигурные тени от деревьев на газоне.



Визуализации (интерьер)

Рендеры в тёплой цветокоррекции. Часть кадра скрыта за объектом на переднем плане, за зеленью или мебелью. Благодаря расфокусу переднего плана присутствует глубина кадра. В кадре может присутствовать человек. Активные фигурные тени от объектов.



Имиджевые фото

Стиль фотографий для имиджевых коммуникаций подчеркивает интеллигентность и приватность в сюжетах. Часть кадра скрыта за объектом на переднем плане, зеленью или мебелью. Благодаря расфокусу переднего плана присутствует глубина кадра. Цветокоррекция тёплая.



Исторические фото

В стиле
используются
исторические
фото Пензы.



03

Носители визуального образа

Макет билборда

Построение

Макеты строятся по 3-колоночной сетке. Логотип всегда расположен в верхней части макета. В макете помимо логотипа три размера шрифта.

Фотография может занимать одну или две колонки, а также размещаться более компактно, чтобы появилась узкая колонка для знака (опционально).

Все элементы макета имеют отступ от края, равный ширине межколоночника в сетке.

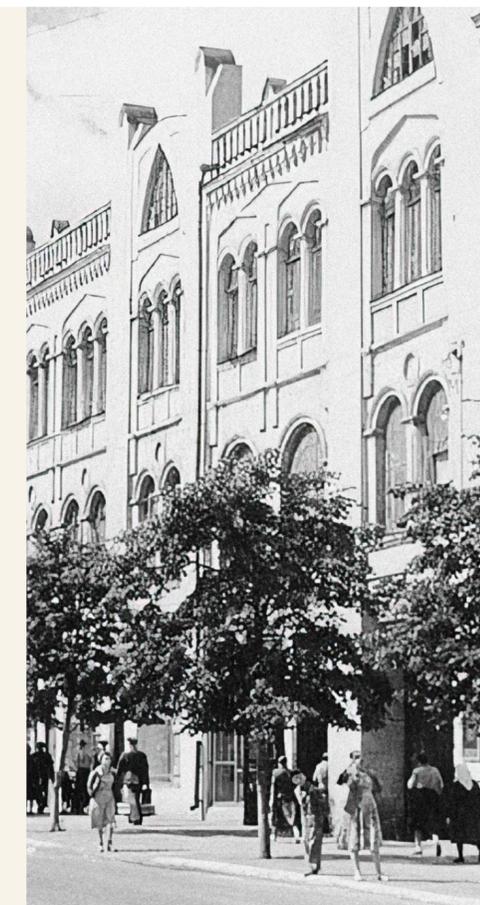


Билборд

АКАДЕМИЯ

Новое прочтение города

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА САЙТЕ ДОМ.РФ



akadem-dom.ru | 77-27-27

Размер: 6*3 м.
Винил или экран.

В макете тизера показывается фотография старой Пензы и часть ЖК, символизируя преемственность старого и нового.

Билборд

АКАДЕМИЯ

Новое прочтение классики

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА САЙТЕ ДОМ.РФ



akadem-dom.ru | 77-27-27

Размер: 6*3 м.
Винил или экран.

В имиджевом макете
используется один сюжет
с мужчиной в доме.
В интерьере присутствует
фотография старой Пензы,
подчеркивая связь с историей.

Билборд



АКАДЕМИЯ

**Интеллекгентный
квартал у парка**

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА САЙТЕ ДОМ.РФ

akadem-dom.ru | 77-27-27

А

Размер: 6*3 м.
Винил или экран.

В продуктовом макете
интерьер с видом на парк.

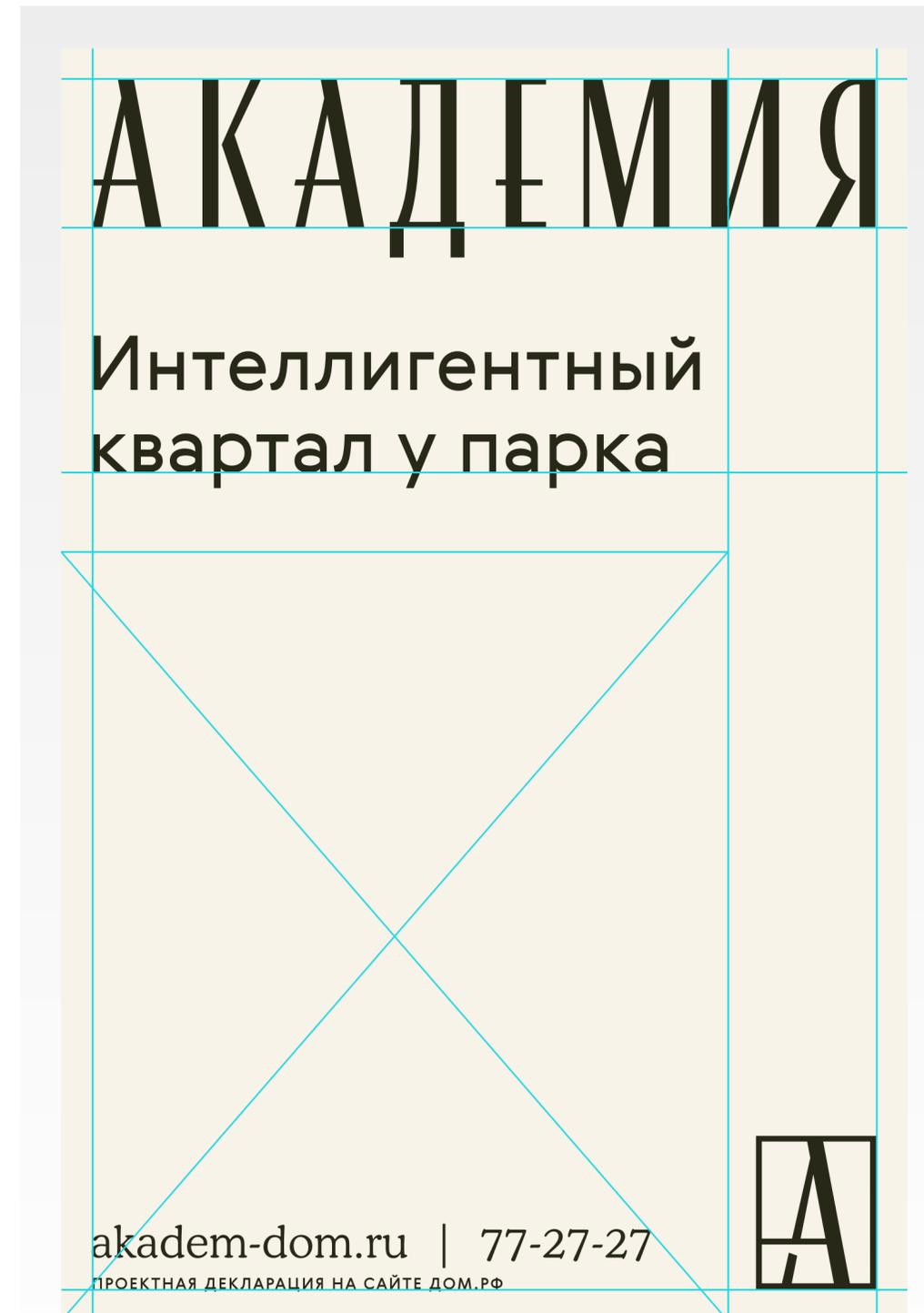
Макет ситиформат

Построение

Логотип всегда расположен в верхней части макета. В макете помимо логотипа три размера шрифта.

Фотография может занимать нижнюю часть макета, а также размещаться более компактно, чтобы появилась узкая колонка для знака (опционально).

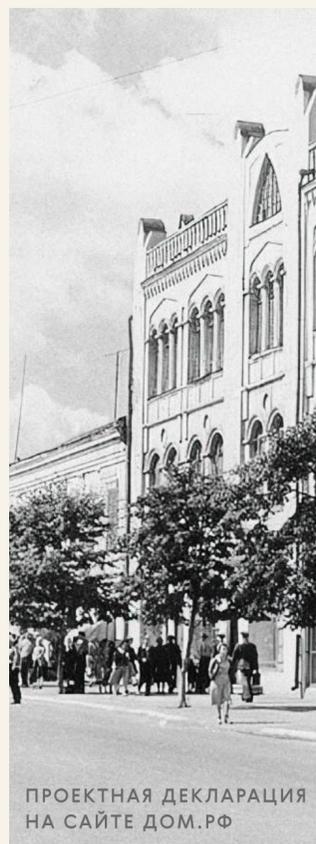
Все элементы макета имеют отступ от края.



Ситиформат

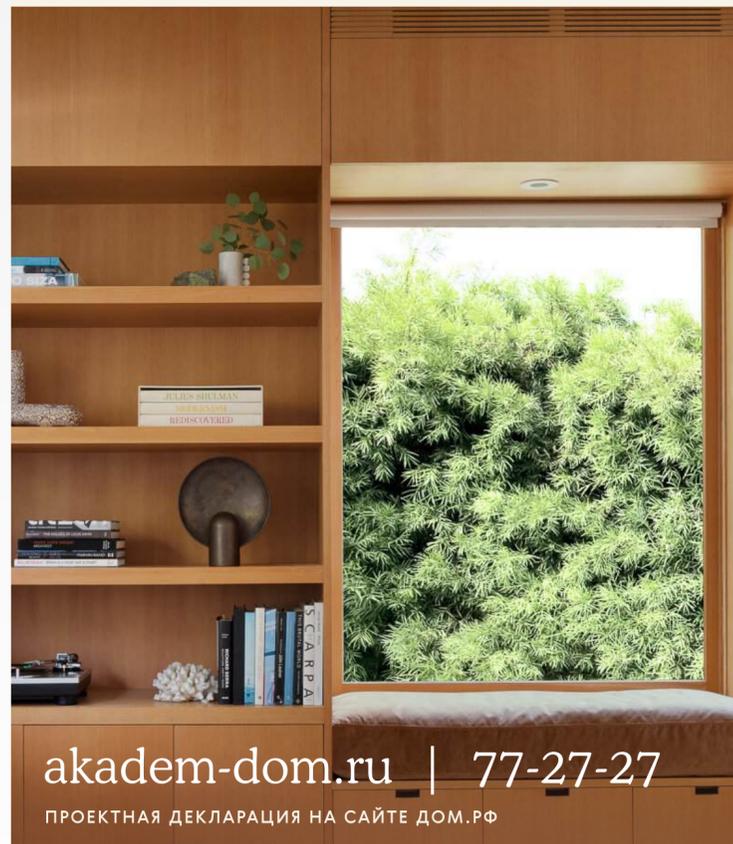
АКАДЕМИЯ

Новое прочтение
города



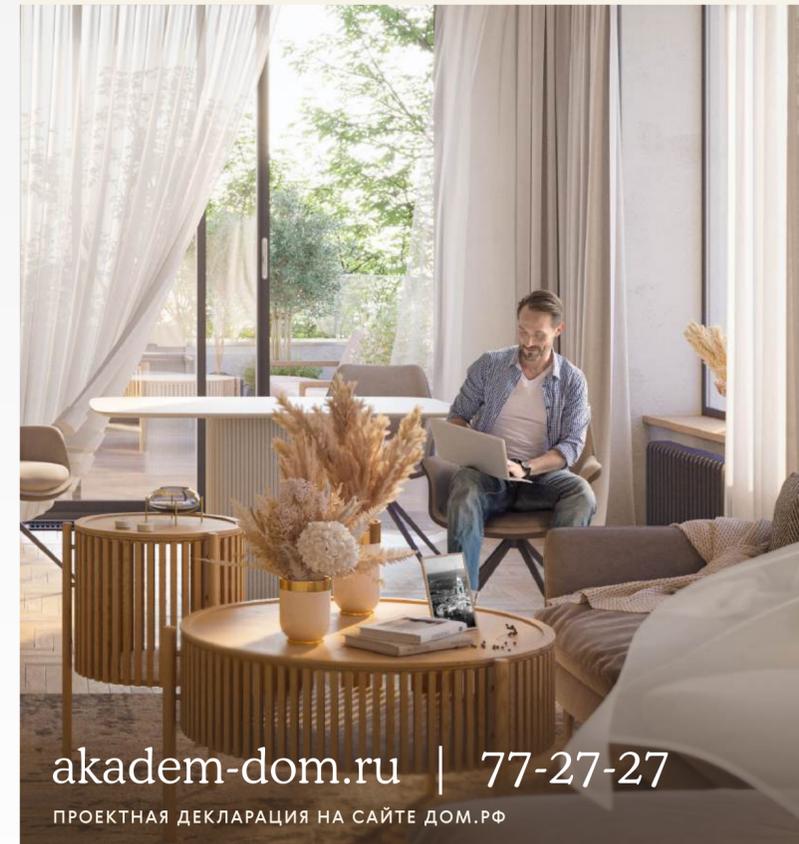
АКАДЕМИЯ

Интеллектуальный
квартал у парка



АКАДЕМИЯ

Новое прочтение
классики



Баннер

АКАДЕМИЯ

Новое прочтение классики

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ ДОМ.РФ



akadem-dom.ru | 77-27-27

АКАДЕМИЯ

Новое прочтение классики

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ ДОМ.РФ



akadem-dom.ru | 77-27-27

АКАДЕМИЯ

Интеллектуальный квартал у парка

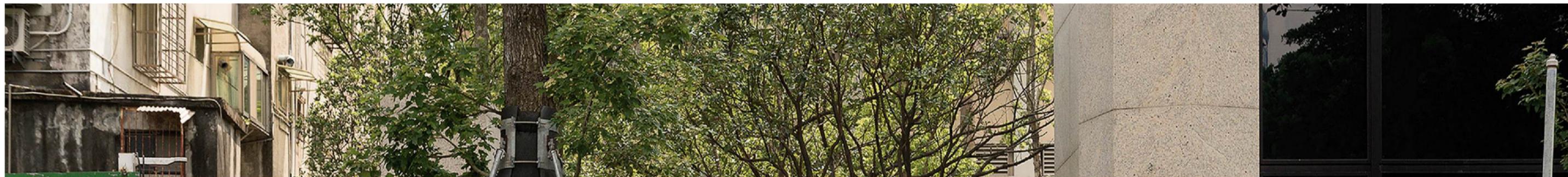
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ ДОМ.РФ



akadem-dom.ru | 77-27-27

Ресайз на примере
горизонтального баннера
825*247 см.

Хординг



АКАДЕМИЯ

Новое
прочтение
города



akadem-dom.ru

77-27-27

Хординг



Визитка

Размер: 85*55 мм.

Двусторонняя визитка:
с одной стороны фирменный
паттерн, с другой — логотип
и контакты. Бумага:
KEAYKOLOUR China white/
белый фарфор 300 г.



АКАДЕМИЯ

Константин
Константинов

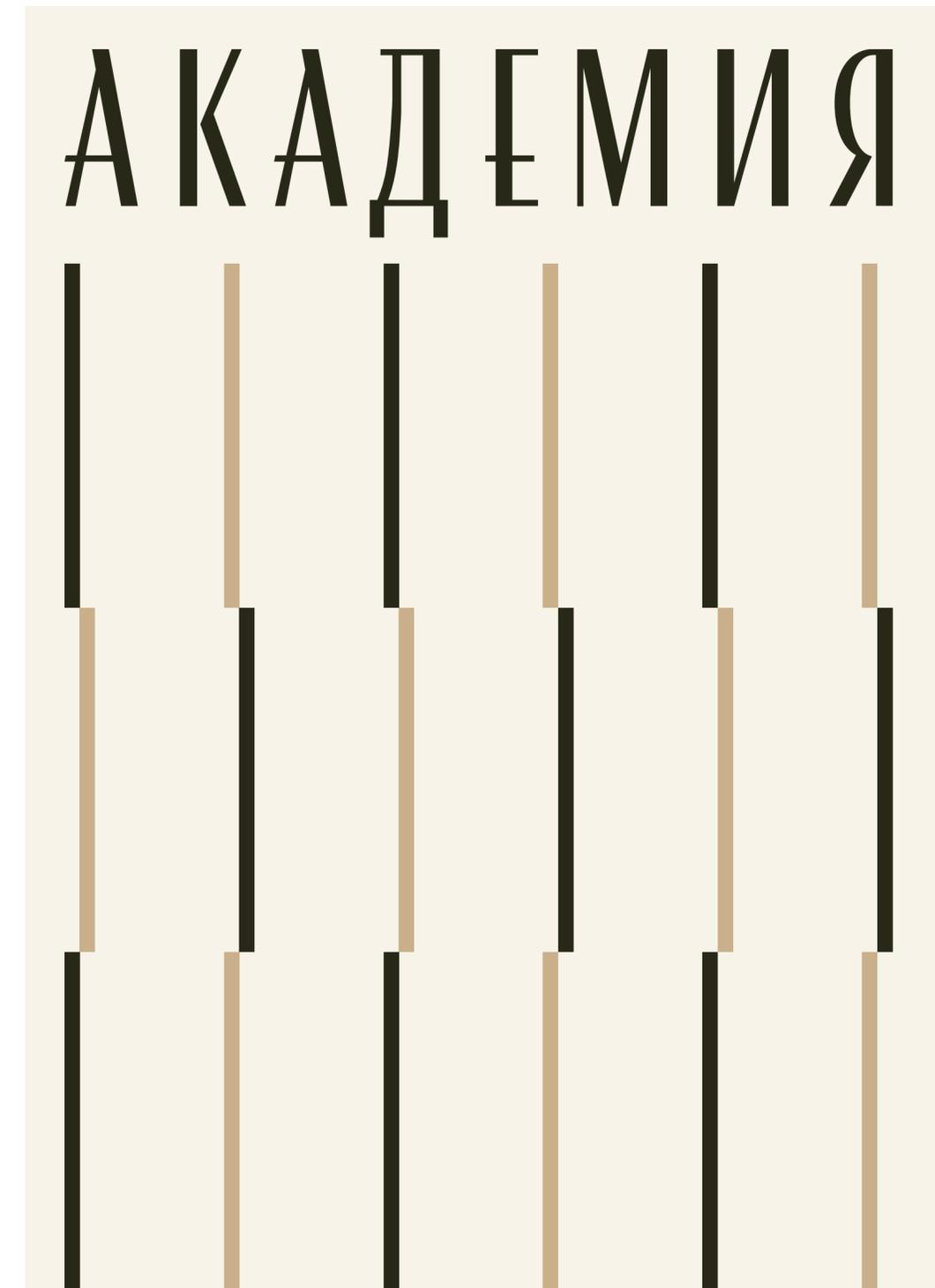
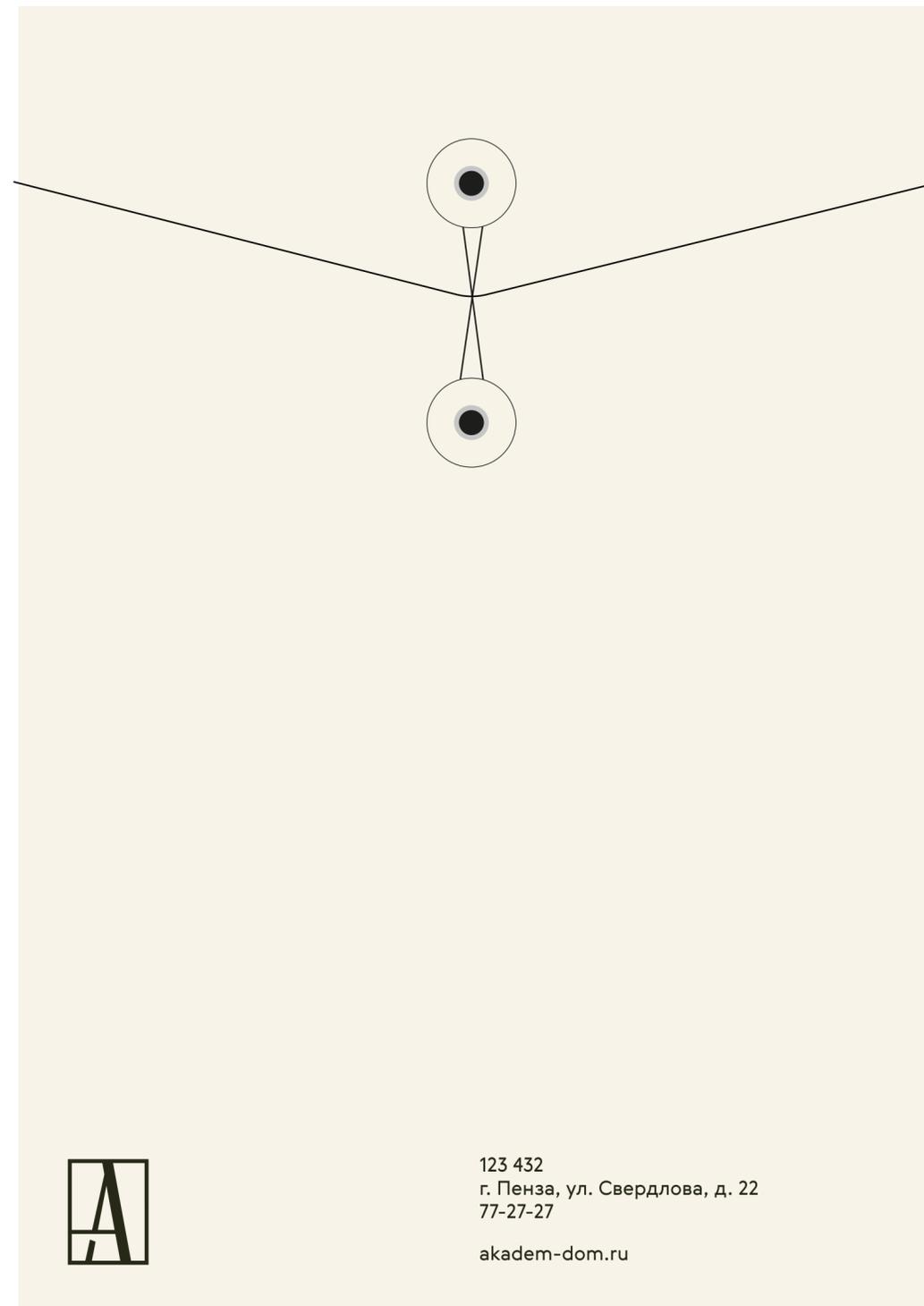
Менеджер

+7 999 555 0000
info@akadem.com
akadem-dom.ru
ул. Свердлова, д. 22

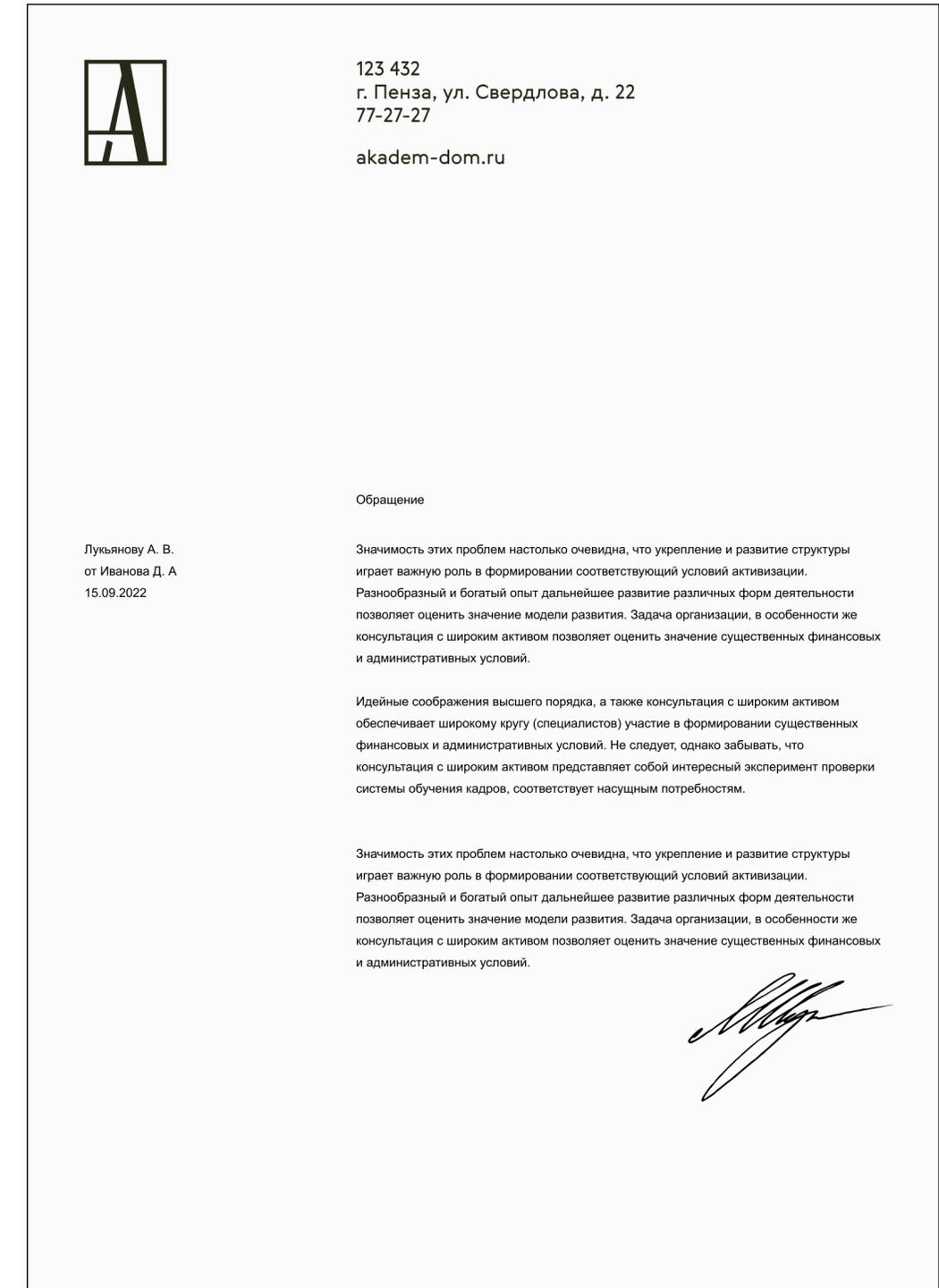
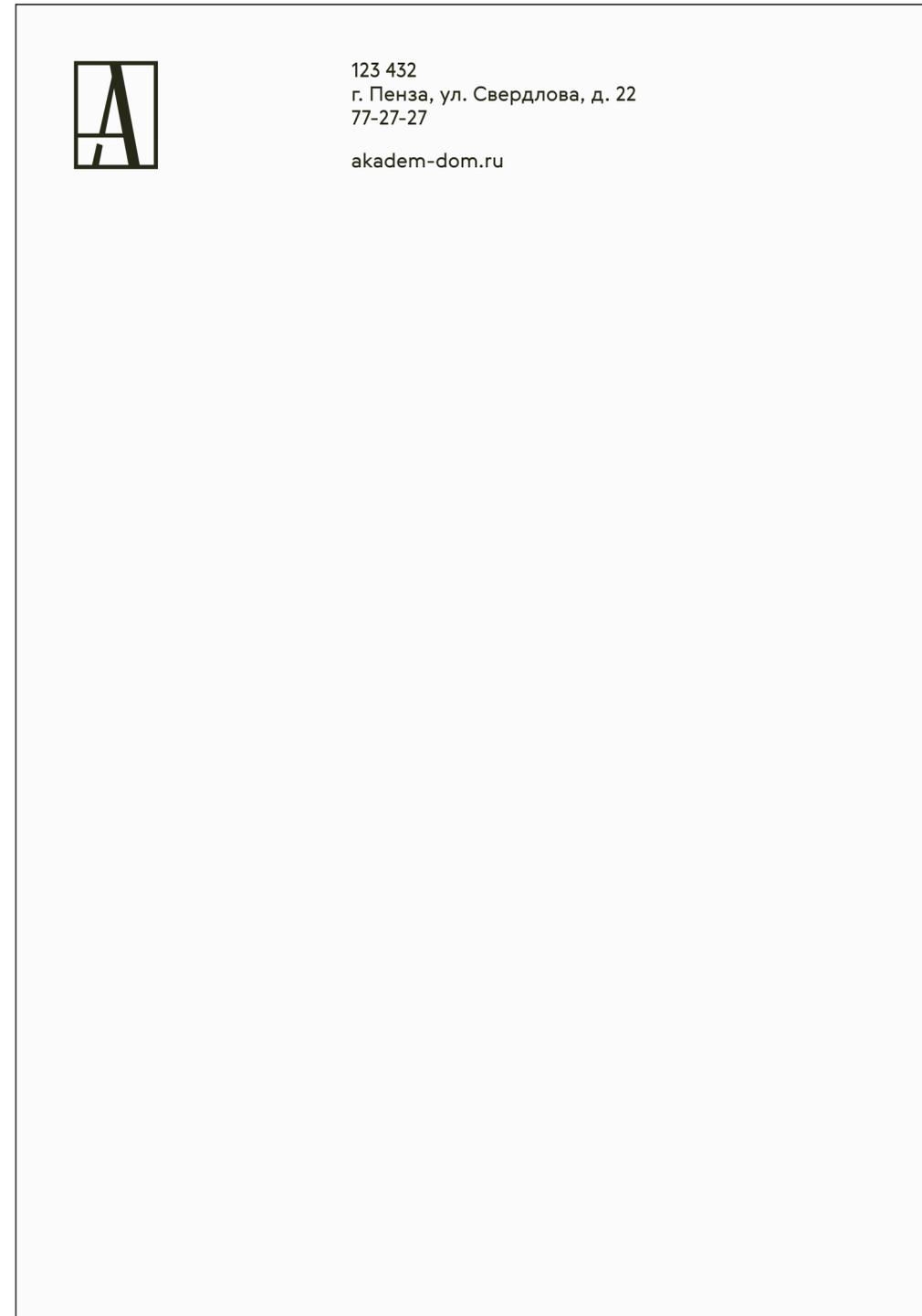
Папка

Размер:
230*325 мм.

Папка с завязками:
с одной стороны логотип
и упрощённый паттерн,
с другой — знак и контакты.
Бумага: KEAYKOLOUR China
white/белый фарфор 300 г.



Бланк



Размер: А4

Бланк с фирменным знаком
и контактной информацией.
Гладкая мелованная бумага
плотностью 80—120 г.

Пакет

Размер: 40*31 см.

Пакет с логотипом
и фирменным паттерном.
Бумага: KEAYKOLOUR China
white/белый фарфор 300 г.

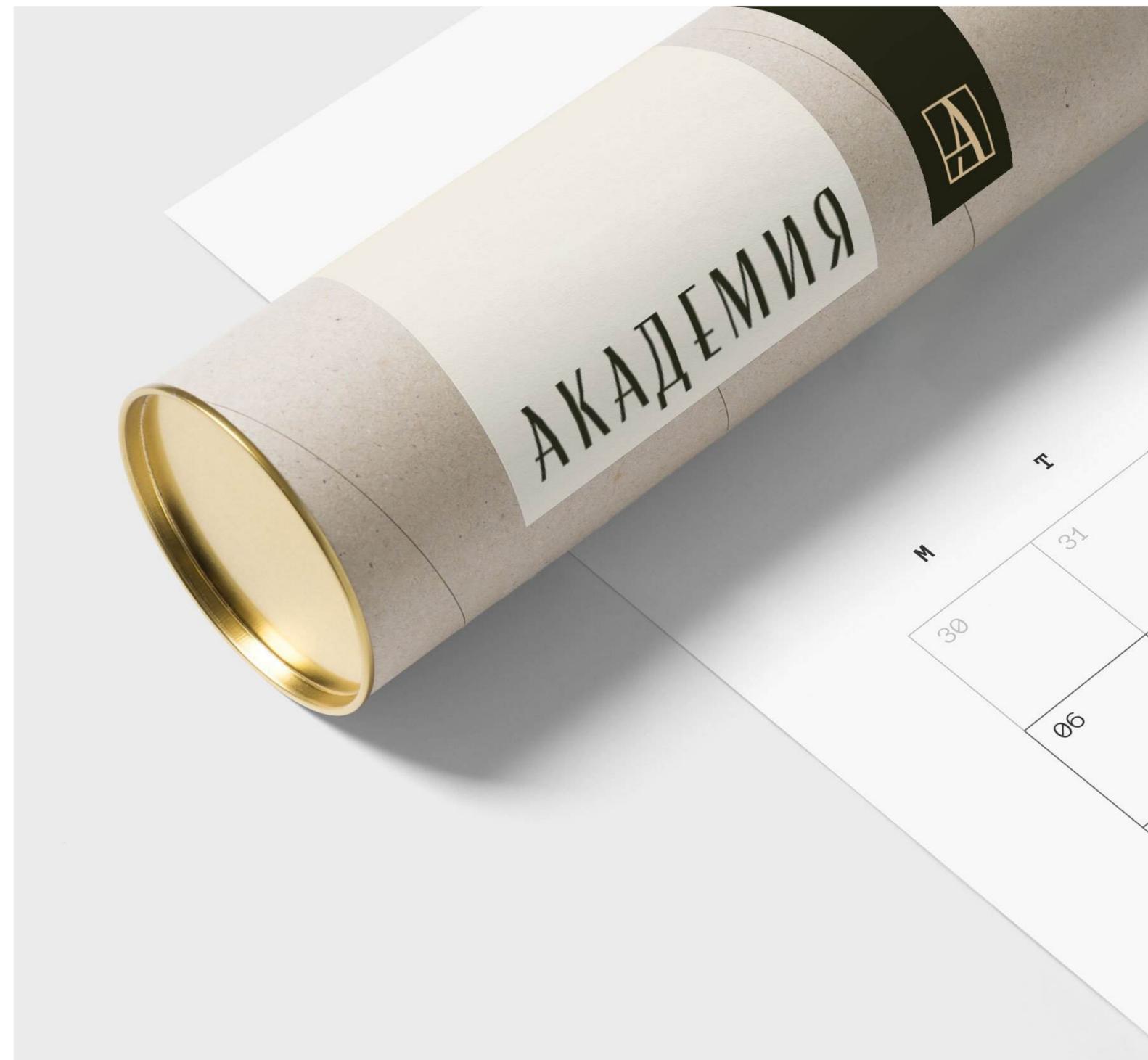


Тубус



Размер: 12*6 см,
2,5*6 см. Точный
размер зависит
от размера
тубуса.

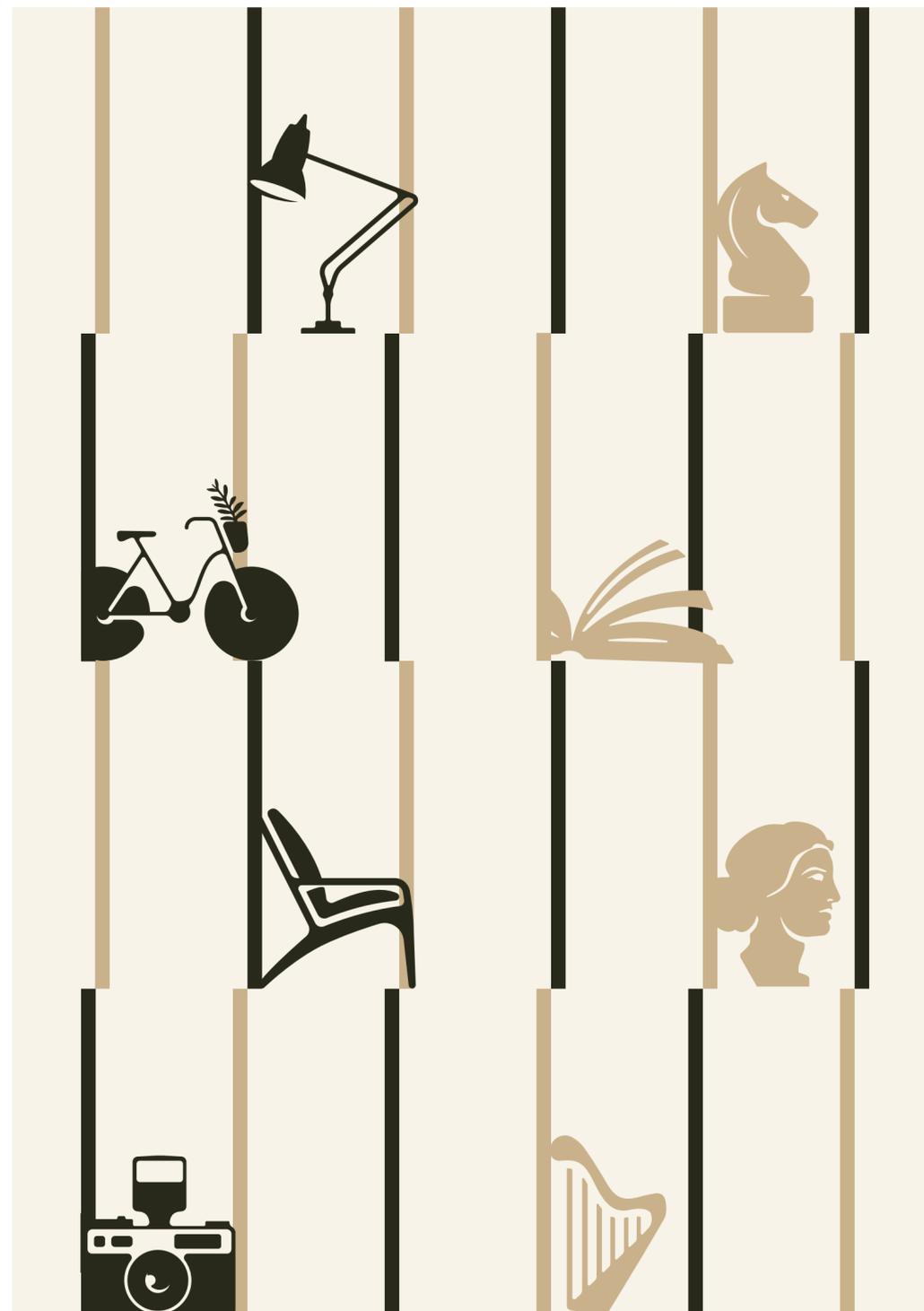
Тубус брендируется
запечатанной самоклеящейся
с логотипом и знаком.



Блокнот

Размер: А5.

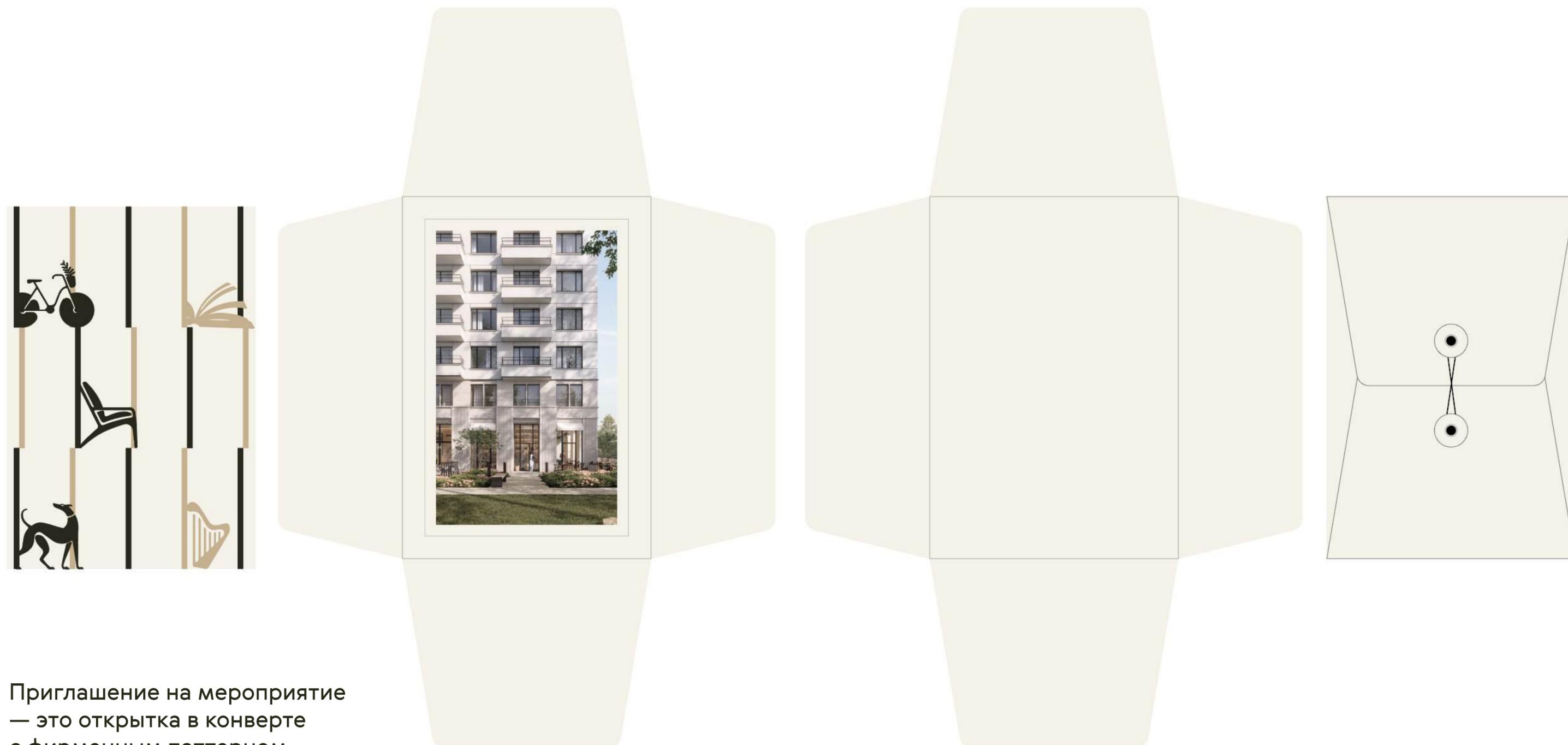
Блокнот с фирменным
паттерном.



123 432
г. Пенза, ул. Свердлова, д. 22
77 27 27

akadem-dom.ru

Приглашение на мероприятие



Размер:
110*160 мм.

Приглашение на мероприятие — это открытка в конверте с фирменным паттерном.
Бумага: KEAYKOLOUR China white/белый фарфор 300 г.

Приглашение на мероприятие

Размер:
90*140 мм.

Открытка с рендером
проекта и текстом
приглашения и логотипом
на обороте. Бумага:
KEAYKOLOUR China white/
белый фарфор 300 г.



АКАДЕМИЯ

Уважаемые гости,

Совершенно иное значение понятию формы дал Кант, который форму отождествлял с субъективной закономерностью. Различив в познании формальную и материальную (опытную) сторону, Кант к формальной стороне отнёс всё то, что субъект.

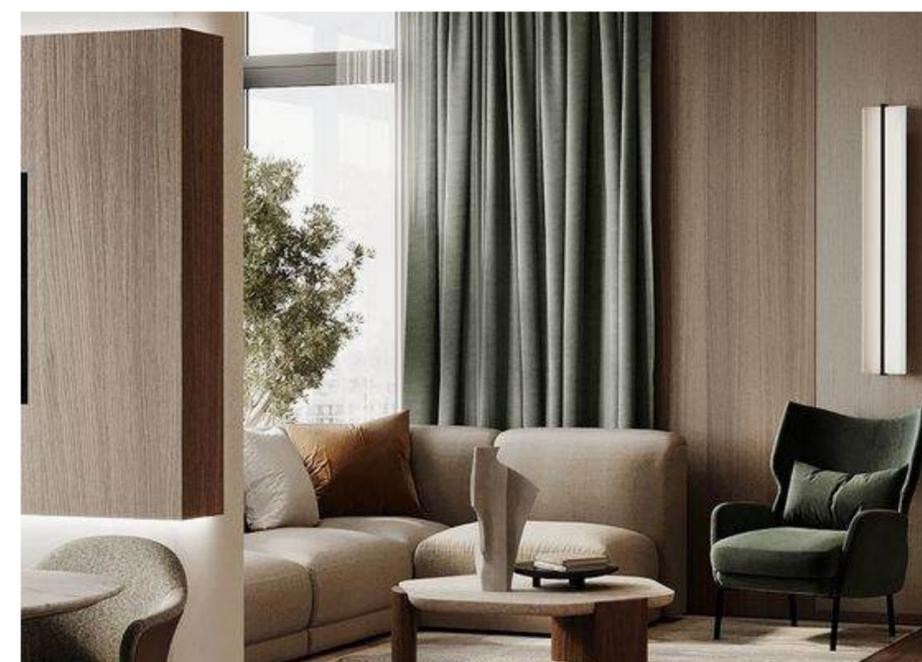
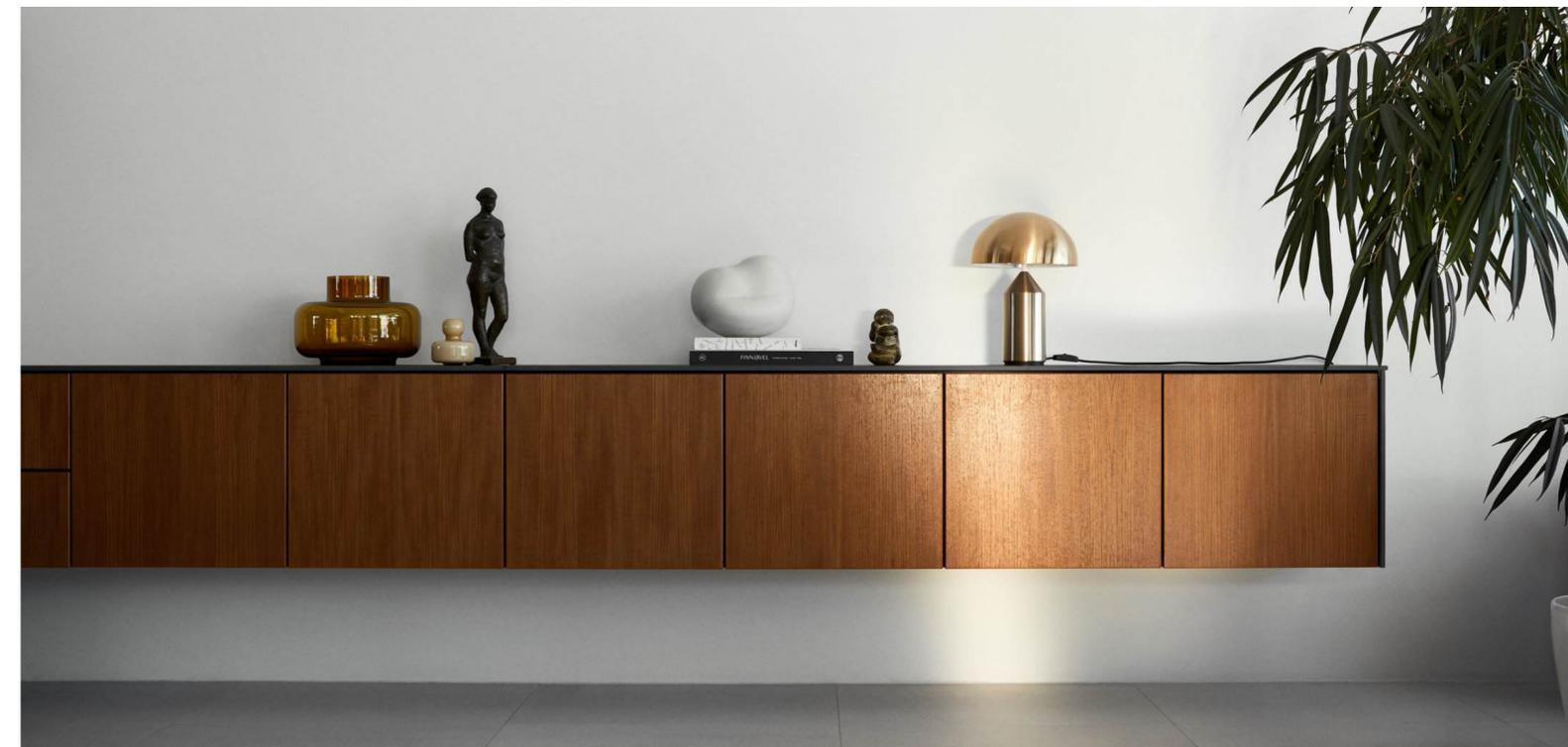
12 февраля

19:00

Свердлова, 22

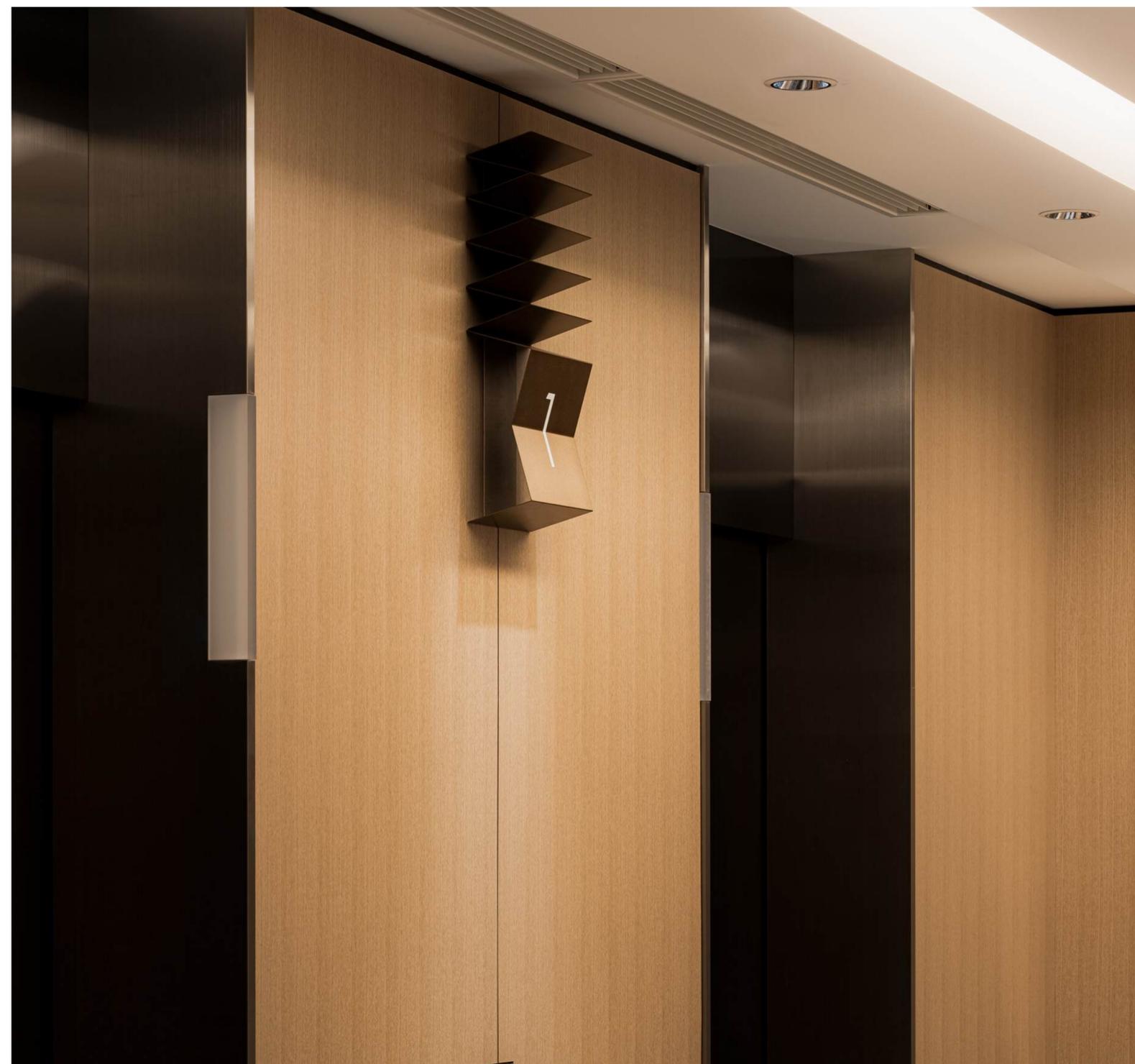
Офис продаж

Офис продаж выполнен в благородных материалах: дерево, текстиль тёплых тонов, белые стены.



Навигация

Навигационные таблички выполнены из крашеного гнутого металла.



Ресепшн

Ресепшн выполнен в светлом мономатериале, чтобы выглядеть не кричаще, а интеллигентно.



 **DUGA® REAL ESTATE BRANDING**