

smartgarden

Руководство по фирменному СТИЛЮ

2023

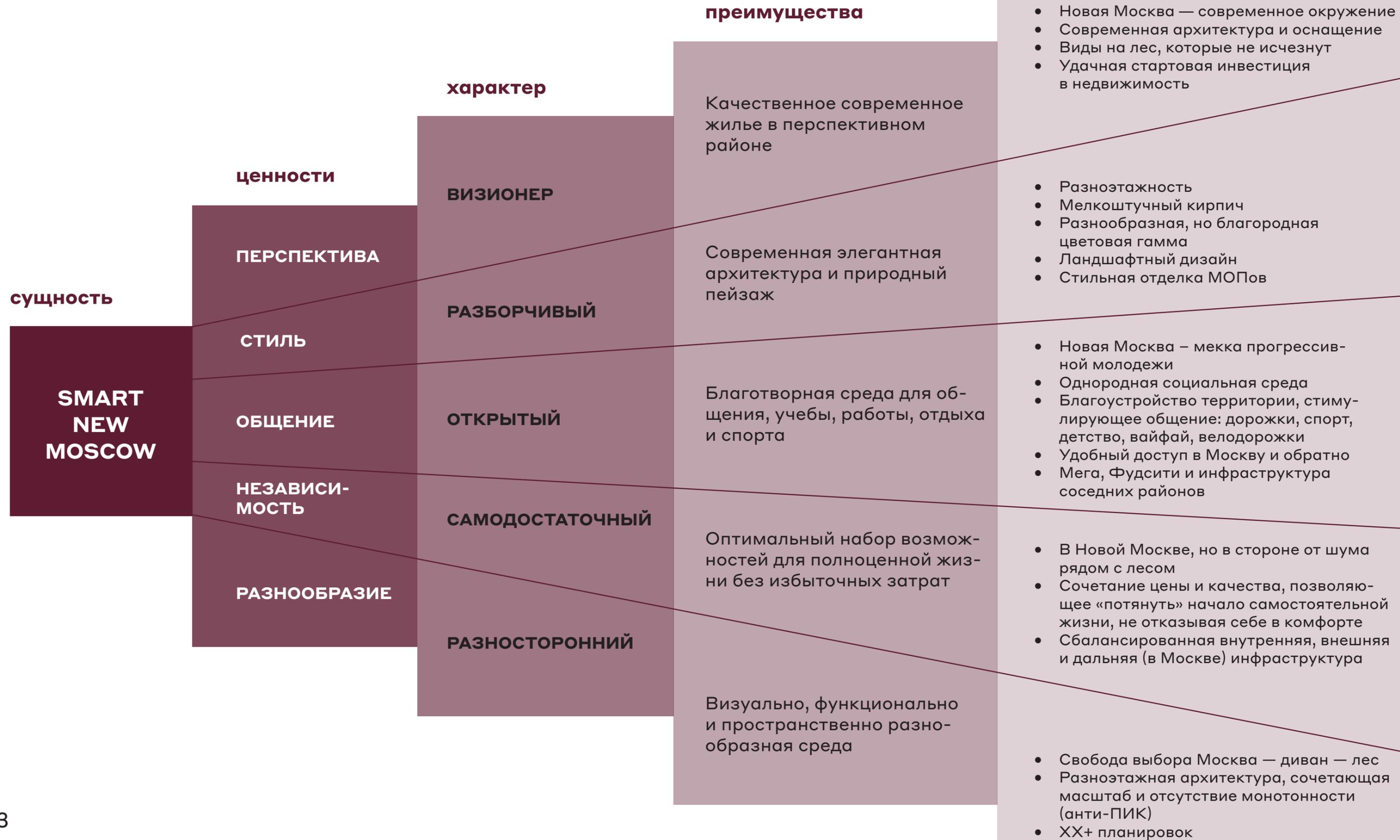
ЖИЛОЙ
КОМПЛЕКС

содержание

Бренд-платформа _____	3
Сущность _____	4
Манифест _____	5

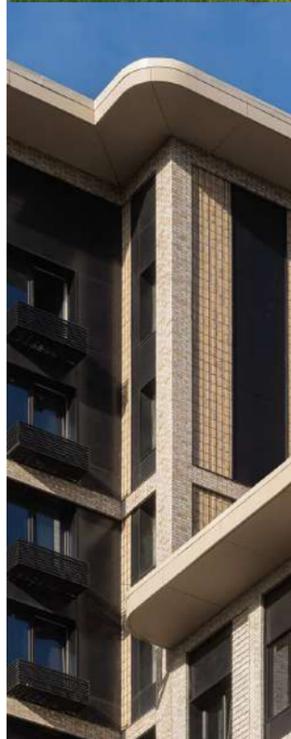
1.	Базовые константы	6
1.1	Логотип _____	7
1.2	Охранные поля / рамочный вариант _____	8
1.3	Охранные поля / вертикальный вариант _____	9
1.4-1.5	Фирменная палитра _____	10-11
1.6-1.9	Принципы использования фирменной палитры _____	12-15
1.10	Допустимое использование логотипа _____	16
1.11	Недопустимое использование логотипа _____	17
1.12-1.13	Фирменный шрифт _____	18-19
1.14	Альтернативный шрифт _____	20

2.	Сувенирная продукция	21
2.1	Бейдж _____	22
2.2	Блокнот _____	23
2.3	Ручка _____	24
2.4	Кружка _____	25
2.5	Зонт _____	26
2.6	Дождевик _____	27
	Контакты _____	28



Smart New Moscow

Все условия для того, чтобы вы жили так, как вам комфортно, — там, где вам комфортно. Без необходимости платить слишком дорого за эти привилегии.



Достойный уровень жизни начинается с личного комфорта. Уникально камерный для Новой Москвы проект, который сочетает атмосферу клубности с просторной и продуманной территорией только для комьюнити жителей. Благородная архитектура, которая созвучна эстетике окружающей природы и сомасштабна человеку. Современные квартиры, в которых качество пространства важнее пустого метража. Близкая Москва, которая не надоедает своим шумом, но всегда готова принять вас в свои объятия. Smart-casual квартал, которая располагает всеми преимуществами для того, чтобы вы жили так, как вам комфортно, — там, где вам комфортно. Не вынуждая вас платить слишком дорого за эти привилегии.

1. Базовые КОНСТАНТЫ

Логотип ЖК Smartgarden является центральным элементом системы идентификации бренда. Представленный здесь угловой вариант является базовым и предназначается для использования во всех случаях, если не указано иное, для рекламных, информационных и сувенирных носителей. Вариант логотипа «2» является сувенирным, так как предназначен для использования в ограниченном пространстве.

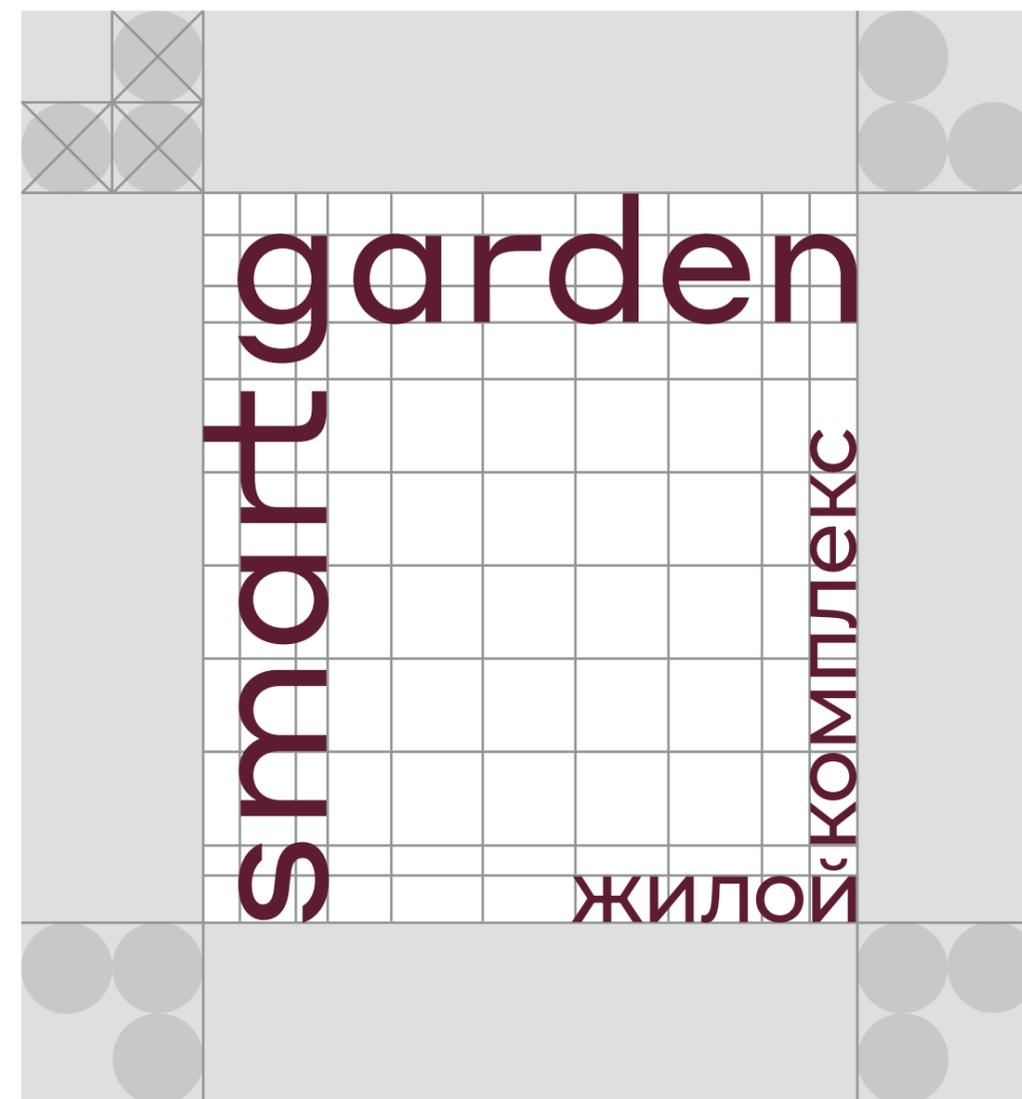
Самостоятельное построение логотипа не допускается, так же как и изменение пропорций в целом либо отдельных элементов, цвета и композиционных принципов, приведенных в этом руководстве. Во всех случаях необходимо использовать прилагаемые к руководству электронные версии.



1.2 охранные поля и пропорции / рамочный вариант

Использование охранного поля вокруг логотипа обеспечивает его наилучшее визуальное восприятие при перегруженности пространства другими графическими элементами, а также способствует размещению логотипа на безопасном расстоянии от края документа.

В зоне охранного поля запрещено размещать графические элементы, такие как текстовые блоки, логотипы, иллюстративный материал.

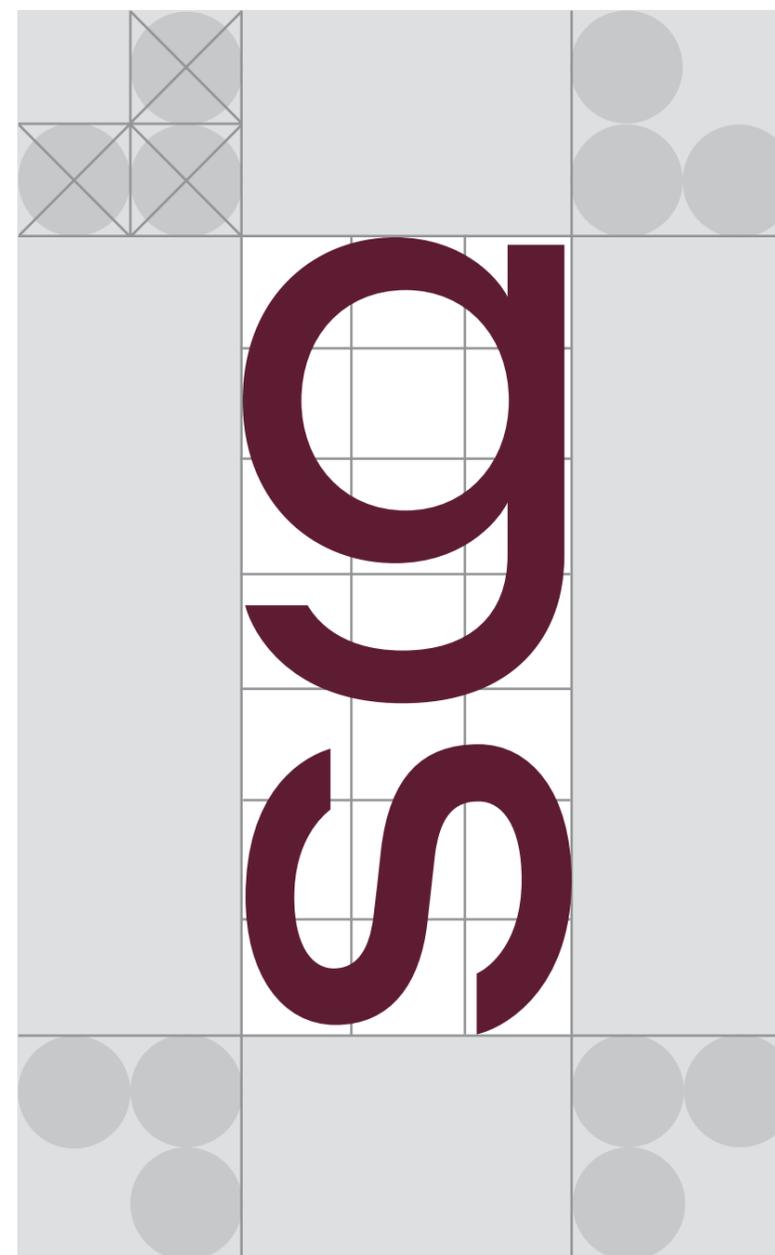


В случае размещения логотипа в активном конкурентном окружении можно использовать увеличенное (x2) охранное поле.

1.3 охранные поля и пропорции / вертикальный вариант

Восприятие логотипа сильно зависит от общей композиции, поэтому рекомендуется соблюдать его охранные поля, насколько это возможно в конкретных обстоятельствах.

Качество воспроизведения логотипа зависит от технологии нанесения (офсет, трафарет, гравировка и пр.) и от материала (бумага, пластик и пр.), в связи с этим минимальный размер воспроизведения дан рекомендательно.



В случае размещения логотипа в активном конкурентном окружении можно использовать увеличенное (x2) охранное поле.

1.4 фирменная палитра

Сочетание цветов является одним из важнейших маркеров в идентификации бренда. Необходимо стремиться соблюдать точность цветопередачи как можно тщательнее.

CMYK — офсетная печать на бумаге*.
RGB/# — интернет и прочие digital media.
Pantone — офсетная и трафаретная печать.

Необходимо помнить, что точность цветовоспроизведения и цветовосприятия зависит от многих факторов, например:

- от условий освещения;
- цветового окружения;
- физических размеров поверхности;
- материала и фактуры поверхности.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

ВИШНЕВЫЙ

CMYK 44; 90; 57; 49

RGB 94; 31; 52

5D1E34

Pantone 209 C

ПЕСОЧНЫЙ

CMYK 18; 28; 48; 0

RGB 210; 180; 140

D2B38C

Pantone 7502 C

50%

50%

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

САНГРИЯ

CMYK 20; 100; 100; 20

RGB 167; 28; 32

A61C20

Pantone 485 C

50%

САЛАТОВЫЙ

CMYK 71; 15; 97; 2

RGB 86; 159; 71

559F47

Pantone 361 C

50%

ТЕМНАЯ ЛИСТВА

CMYK 70; 40; 86; 30

RGB 73; 100; 54

49633B

Pantone 4215 C

50%

1.5 фирменная палитра

Сочетание цветов является одним из важнейших маркеров в идентификации бренда. Необходимо стремиться соблюдать точность цветопередачи как можно тщательнее.

CMYK — офсетная печать на бумаге*.
RGB / # — интернет и прочие digital media.
Pantone — офсетная и трафаретная печать.

Необходимо помнить, что точность цветовоспроизведения и цветовосприятия зависит от многих факторов, например:

- от условий освещения;
- цветового окружения;
- физических размеров поверхности; – материала и фактуры поверхности.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

ВИШНЕВЫЙ

CMYK 44; 90; 57; 49

RGB 94; 31; 52

5D1E34

ПЕСОЧНЫЙ №1

CMYK 18; 28; 48; 0

RGB 210; 180; 140

D2B38C

ВИШНЕВЫЙ

CMYK 44; 90; 57; 49

RGB 94; 31; 52

5D1E34

ПЕСОЧНЫЙ №2

CMYK 0; 18; 37; 6

RGB 238; 200; 157

EEC89C



50%

50%

50%

50%

1.6 принципы использования фирменной палитры

Общий принцип выбора цветов заключается в том, что логотип всегда должен быть контрастным по отношению к фону.









1.10 допустимое использование логотипа

Для фонов, на которых располагается логотип, следует использовать цвета, которые обеспечивают его читаемость и соблюдение колорита бренда.

В случае необходимости (или технических обстоятельств) возможно размещение прямого или инверсного варианта логотипа на фоне основного или близкого к нему цвета.

Допустимо использование:

Цветов, близких к основным;

На фактурах, паттернах и фотофонах такого характера, который не нарушает целостность восприятия логотипа.

①



③



1.11

недопустимое использование логотипа

Для фонов, на которых располагается логотип, следует использовать цвета, которые обеспечивают его читаемость и соблюдение колорита бренда.

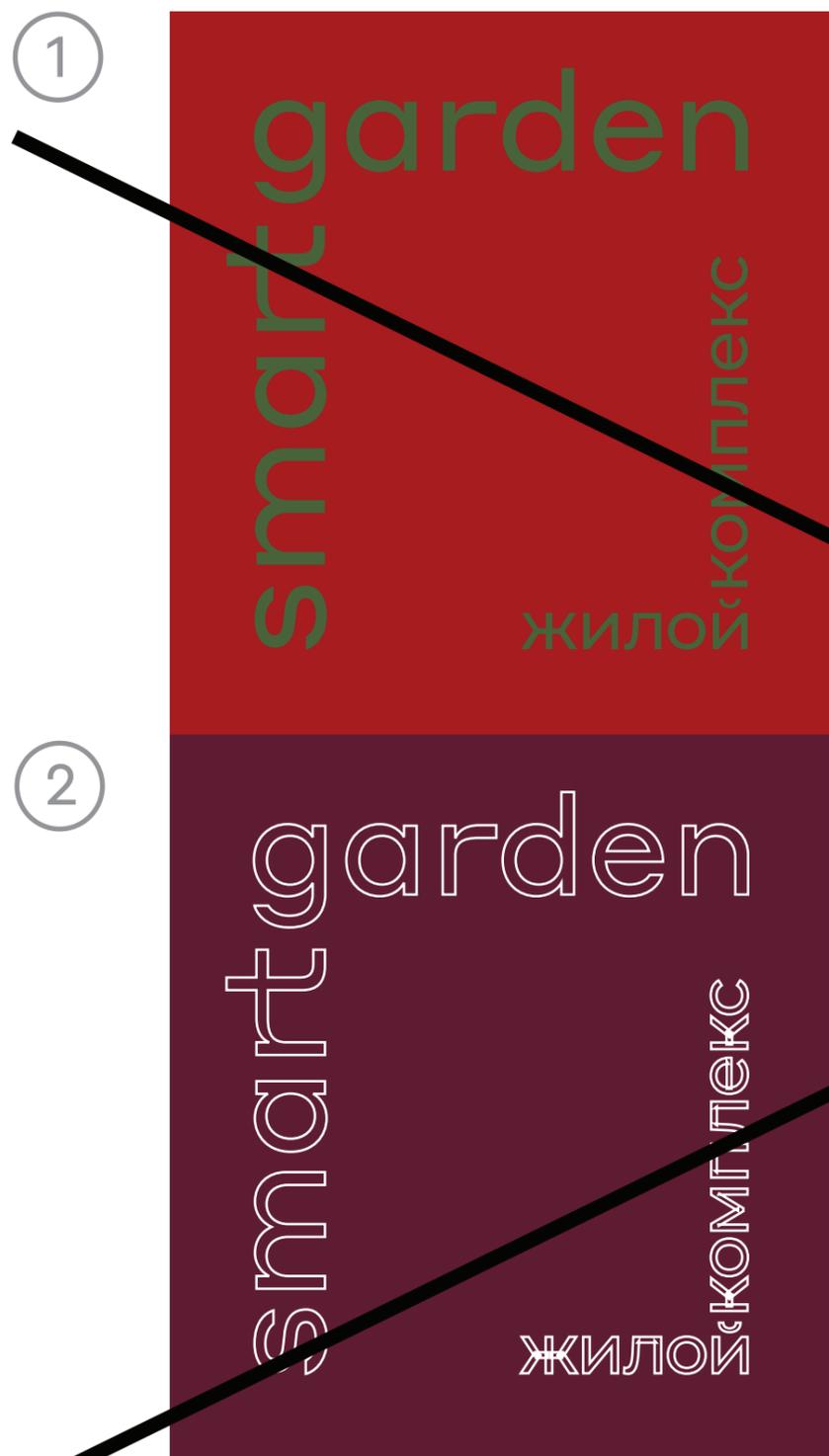
В случае необходимости (или технических обстоятельств) возможно размещение прямого или инверсного варианта логотипа на фоне основного или близкого к нему цвета.

Недопустимо использование:

Цветов, существенно отличных основных;

Обводки;

На фактурах, паттернах и фотофонах такого характера, который нарушает целостность восприятия логотипа.



Styrene A LC Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!&\$%£₽) áâăäąćçčéëěĭđđĺłńňóôõöřś
ššţţţŭúúüýžžžâāğķļņōūģı
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

Aa

Styrene A LC Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!&\$%£₽) áâăäąćçčéëěĭđđĺłńňóôõöřś
ššţţţŭúúüýžžžâāğķļņōūģı
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

Aa

1.13 фирменный шрифт

Использование фирменного шрифта во всех видах коммуникаций — важнейший компонент идентификации бренда. Фирменный шрифт ЖК Smartgarden — Styrene A LC.

Styrene A LC Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!?'&\$\$%£₽) áâäåąćçčéëěĩđđĺłńňóôõöřś
ššţţůúůüýžžžāāǵķļņōūģı
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

A a

Styrene A LC Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!?'&\$\$%£₽) áâäåąćçčéëěĩđđĺłńňóôõöřś
ššţţůúůüýžžžāāǵķļņōūģı
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

A a

Montserrat (ТТ) Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!?\$%£₽) áâãäåççćéëëîîđłłńňóôõöřś
ššţţůůúüýžžžāāğğııññōō
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

Aa

Montserrat (ТТ) Medium

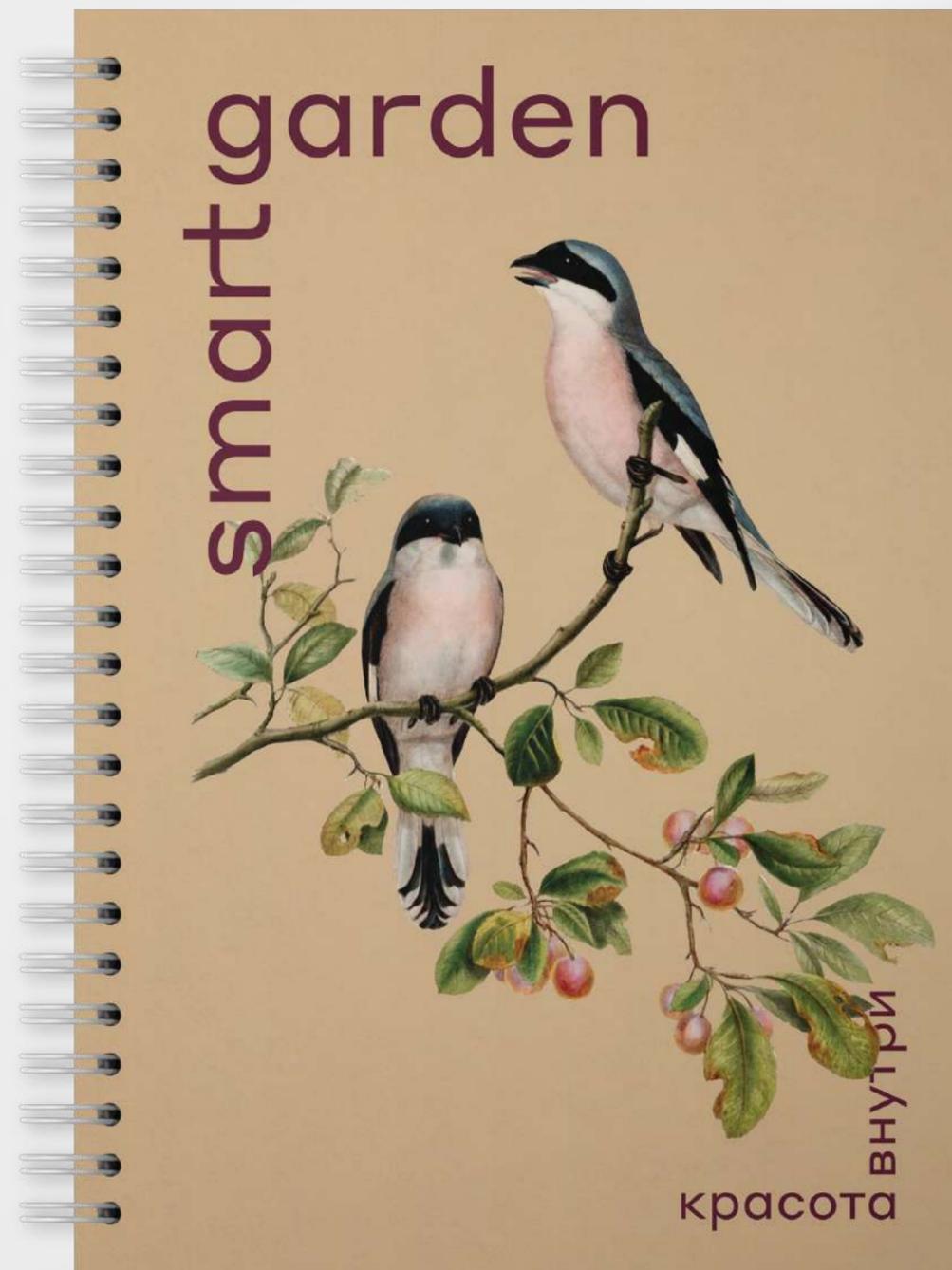
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!?\$%£₽) áâãäåççćéëëîîđłłńňóôõöřś
ššţţůůúüýžžžāāğğııññōō
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ
ЪЫЬЭЮЯ

Aa

*С использованием альтернативных глифов

1. Сувенирная продукция





2.3 ручка



2.4 кружка





2.6 дождевик



ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

ПРИЯТНОГО

КОНТАКТЫ

smgarden.ru