

# Brandbook

▼  
Я Л Л А А В

# Содержание

## 01 Платформа бренда

- 4 Целевая аудитория
- 5 Позиционирование
- 7 Обещание бренда
- 8 Ценности бренда
- 9 Характер бренда

## 02 Логотип

- 11 Логотип
- 12 Логотип. Охранное поле
- 13 Логотип. Использование
- 15 Вариации логотипа

## 03 Цвета

- 17 Фирменные цвета

## 04 Типографика, сетка

- 20 Фирменный шрифт
- 21 Горизонтальная сетка
- 22 Вертикальная сетка

## 05 Графические элементы

- 24 Графика
- 25 Графика. Использование

## 06 Фотостиль

- 28 Фотостиль
- 29 Цветовая гамма
- 30 Брендирование фотоизображений

## 07 Носители

- 32 Забор (6 секций)
- 36 Баннер 3x6
- 38 Фирменный свитер
- 39 Фирменный плед
- 40 Сумка-шоппер
- 41 Фирменные носки

## 08 Оформление социальных сетей

- 43 Оформление профиля
- 44 Примеры квадратных постов
- 45 Примеры вертикальных постов

Платформа  
бренда

01

## Целевая аудитория

**Наши покупатели – это находчивые люди, которые не чужды эксперимента, готовы к изменениям и хотят вкладываться душой и делом в то пространство, где проводят большую часть своего времени.**

Молодые пары и новые семьи (без детей)

Семьи с детьми

Удалённые работники, самозанятые, фрилансеры

Переезжающие из другого города или из деревни

«Взрослые» родители, пожилые люди

Инвесторы

# Позиционирование

Бренд Ялав состоит из 5 элементов

## Мастерство

Это наше развитие, самореализация и ощущение наполненности изнутри.

## Семья

Это наш дом. Мы сами. Это пространство, которое мы создаём для себя и как себя.

## Природа

Это наше окружающее пространство. Это чувство баланса и наполненности извне.

## Досуг

Наше взаимодействие с окружающим пространством, наша активность и подвижность.

## Школа

Это место наших открытий и познания окружающего мира. Место, где мы начинаем свой путь к мастерству.

**Ялав – это место для тех,  
кто хочет стать мастером  
своего дела.**

**Обещание  
бренда**

**Наш проект – это место, где люди обретают баланс.**

**Здесь они в равной степени вовлечены в отношении и с материальными предметами, и друг с другом. В спорт, активный образ жизни – и одновременно в созерцательность, в сонастройку наедине с природой.**

# Ценности бренда

## Качество

Мы закладываем качество во всё, что делаем: от первого кирпича и до последнего слова. Используем проверенные временем подходы, но всегда в поиске новых и эффективных решений.

## Честность

Мы строим не только делом, но и словами – не обещаем того, чего не можем обещать. Отвечаем на вопросы открыто, без двойного дна и подводных камней.

## Любовь к делу

Мы любим то, что делаем – и в этом наш ключ к успеху. В каждое действие мы закладываем частицу своей души – человеку строит человек.

## Мобильность

Мы за мобильный подход – быстро прогрессируем и переходим от слов к действию. Совершенствуем своё мастерство и прогрессируем, открыты к новым достижениям и вершинам.



# Характер бренда

## Образованный

Многосторонний, интересующийся, любознательный. Умеет ставить нужные вопросы и находить на них ответы. Стремиться к самосовершенствованию.

## Экологичный

Благоприятно воздействующий на окружающую среду. Этичный, нетоксичный, имеющий экономическое обоснование.

## Открытый

Простой, понятный, добродушный. Искренен в том, что и зачем делает. С интересом идёт в новый опыт.

## Энергичный

Деятельный и действующий, драйвовый. Чувствует заряд сил и чувство удовлетворение от того, что делает.

## Tone of voice

Простая, открытая, приветливая, добрососедская спокойная коммуникация.

В языке не боимся сочетать локальные и профессиональные термины с жизненными ситуациями — так мы показываем своё понимание и любовь к делу.

Ведём не монолог, а диалог, тем самым создавая единый коммуникационный поток. Открыто делимся новым и приобретённым опытом, создавая тем самым почву для мобильности других.

Логотип

02

## Логотип

Логотип — уникальная шрифтовая композиция, разработанная специально для бренда «Ялав», является основополагающим элементом фирменного стиля.

Не допускается деформирование логотипа по любой из сторон, а также замена на другое шрифтовое начертание.

**ЯЛАВ**

# Логотип. Охранное поле

Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов макета и его границ. Оно строится по высоте и ширине выносного символа логотипа.

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.

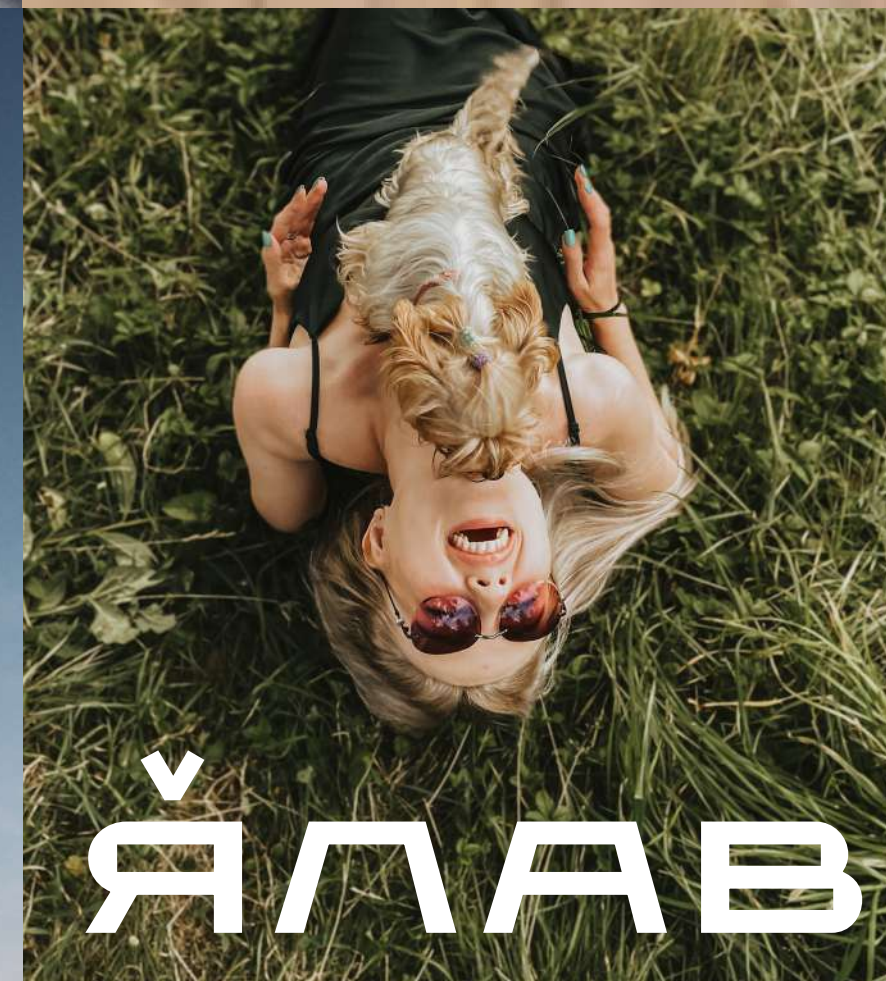
Минимальные размеры логотипа по высоте:  
15 px для цифровых носителей  
30 mm для физических носителей.



# Логотип. Использование

При размещении логотипа на фотоконтенте необходимо подбирать контрастный к фону цвет заливки, чтобы сохранить читаемость.

Если логотип плохо читается на выбранном изображении и сливается с фоном, следует подобрать другое изображение.



# Логотип. Использование

Не допускается изменение пропорций, цветов и других искажений логотипа. Ниже представлены самые частые ошибки.



Не используйте различные эффекты



Сохраняйте контраст между логотипом и фоном. Не используйте прозрачность при размещении.



Не меняйте пропорций логотипа.



Не допускается написание логотипа другими шрифтами.



Не используйте обводки.



Не используйте другие цвета или градиенты для логотипа.



Не допускается изменение геометрии логотипа.



Не меняйте расположение элементов (кроме тех вариантов, что указаны в данном брендбуке)



Не используйте логотип с размытием или в плохом качестве.

## Вариации логотипа

Подробнее о правилах обводки указано в разделе «Графика. Использование», стр. 26.

Логотип также может использоваться в сокращенной версии, с использованием графических элементов.



Цвета

03



# Фирменные цвета

В основе фирменного стиля лежат три цвета – темно-зеленый, лаймовый и бежевый. Недопустимо использование других цветов в качестве основы для носителей.

Темно-зеленый

HEX #1E321E  
R30 G50 B30  
C82 M53 Y83 K68  
Pantone 5605C

Лаймовый

HEX #D7FF00  
R215 G255 B0  
C27 M0 Y100 K0  
Pantone 809C

Бежевый

HEX #D7B996  
R215 G185 B150  
C16 M27 Y43 K4  
Pantone 726C

## Фирменные цвета

Логотип используется только в цветах: лаймовый и темно-зеленый. В качестве фона может использоваться любой цвет из фирменных. Использование других цветов недопустимо.

В случае, если требуется монохромное исполнение, можно использовать белый/черный вариант логотипа и фона.



ЯЛАВ



ЯЛАВ



ЯЛАВ

Типографика,  
сетка

04

## Фирменный шрифт

Основа типографики — гарнитура «Travels». Используется начертание Travels Regular для основного текста, Travels Demibold для заголовков и акциденции. При необходимости выделения дополнительных элементов используется начертание Travels Light.

БУТРЕТУРЕ

# Travels

TT Travels is a geometric grotesque with wide proportions and peculiar shapes of circles and brackets. TT Travels incorporates two stylistic sets which add completely different characters to the type family. The first set ss01 (aka salt) makes the font more humanistic, thanks to the ductal and smooth design of the characters defining the style.

В случае невозможности использовать фирменный шрифт в силу ограничений программного обеспечения рекомендуется использовать шрифт Arial.

ЗАГОЛОВОК

## Travels Demibold

ОСНОВНОЙ ТЕКСТ

## Travels Regular

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

## Travels Light

## Горизонтальная сетка

Все фирменные макеты строятся по определённым правилам, которые важно соблюдать при работе с композицией. Важно сохранять поля макета, равные 1/10 от длины меньшей стороны носителя, свободными от контента.

Основные размеры и пропорции строятся по сетке 6, 8 и 12-колончатой (в зависимости от размера носителя), которая позволяет свободно располагать элементы в макетах.

Логотип может находиться в любой части макета, основной принцип – примыкание к верхнему/нижнему или правому/левому углу макета.

1/10 от длины  
меньшей стороны носителя



## Вертикальная сетка

Вертикальное построение макетов также строится по 4, 6-колончатой сетке. Логотип может располагаться на всю ширину носителя. Важно сохранять поля макета, равные  $1/10$  от длины меньшей стороны носителя, свободными от контента.



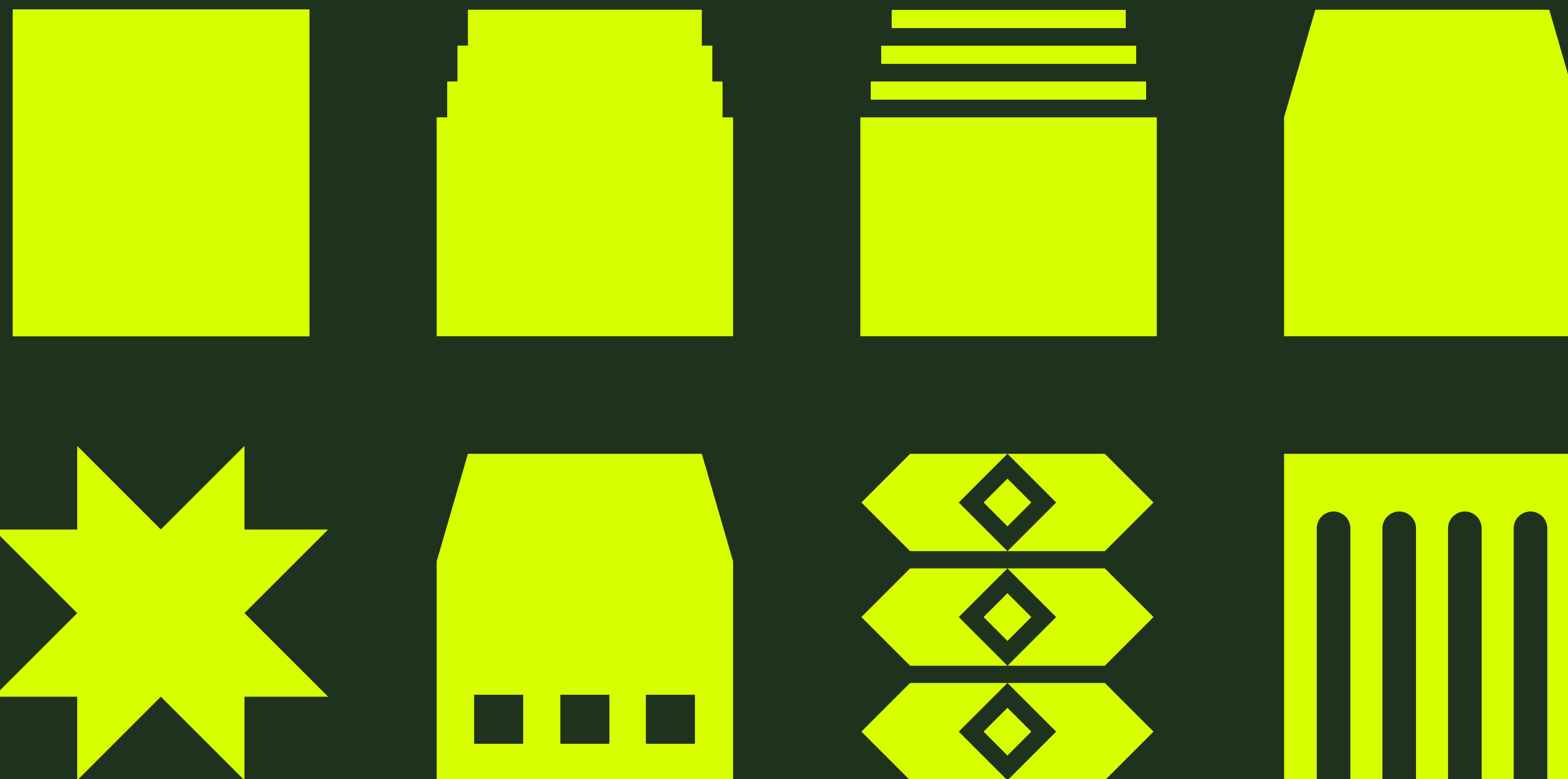
1/10 от длины  
меньшей  
стороны  
носителя

# Графические элементы

05

## Графика

Фирменные элементы используются при построении макетов, брендировании фирменных материалов и т.д. Элементы наследуют образы, характерные бренду «Ялав».



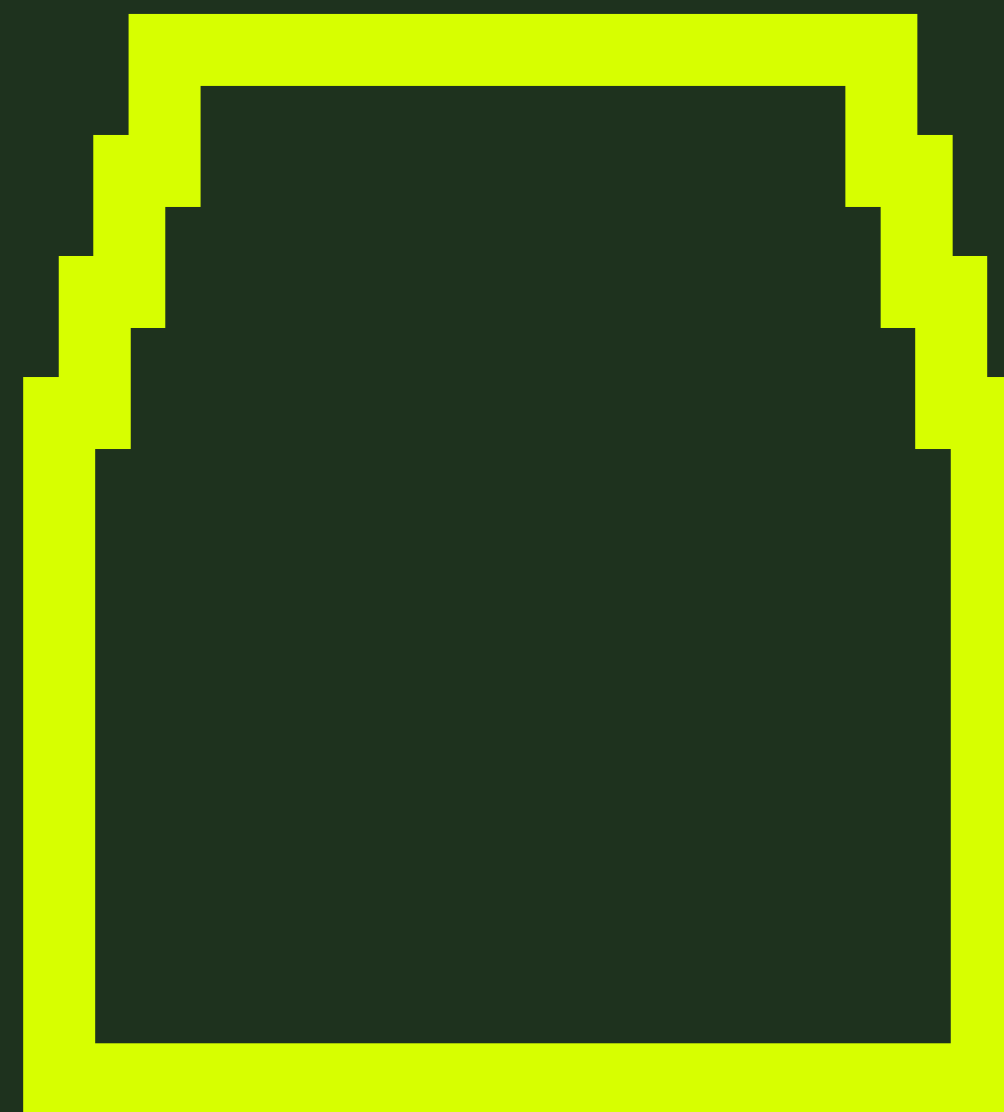
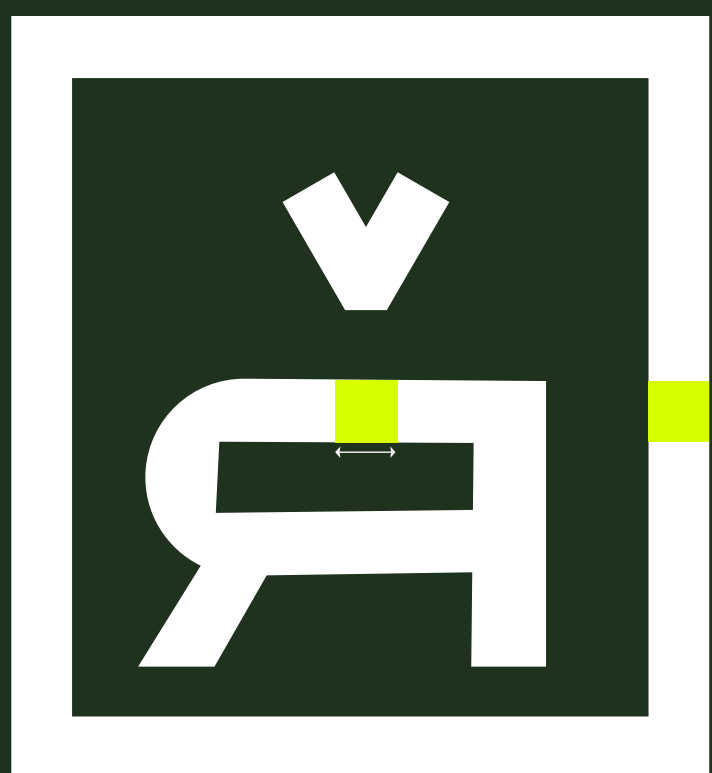


## Графика. Использование

Элементы могут использоваться залитыми фирменным цветом, в контурной обводке, а также выступать в качестве контейнера для фотографий.

Обводку не рекомендуется использовать для сложно-составных элементов, а также для тех, в которых контуры начинают пересекаться и сливаться после применения.

Обводка элементов рассчитывается исходя из пропорций вписанной в форму символ «Я». Толщина обводки равна толщине верхнего плеча буквы.



## Графика. Использование

Графические элементы можно также наклонять и динамично располагать на носителях. Угол наклона в таком случае остается единым и равен  $15^\circ$ .



Угол наклона элементов –  $15^\circ$



ФОТОСТИЛЬ

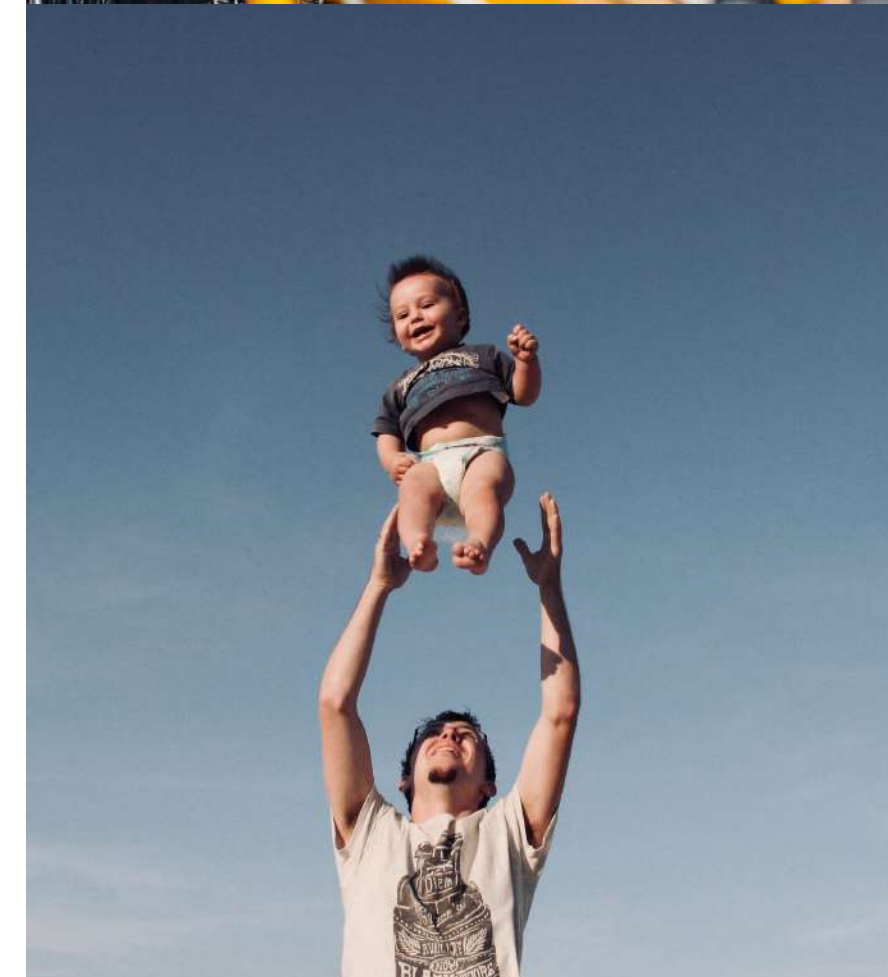
06

# ФОТОСТИЛЬ

Фотостиль должен транслировать основные ценности бренда: **Мобильность, Честность, Любовь к делу, Качество.**

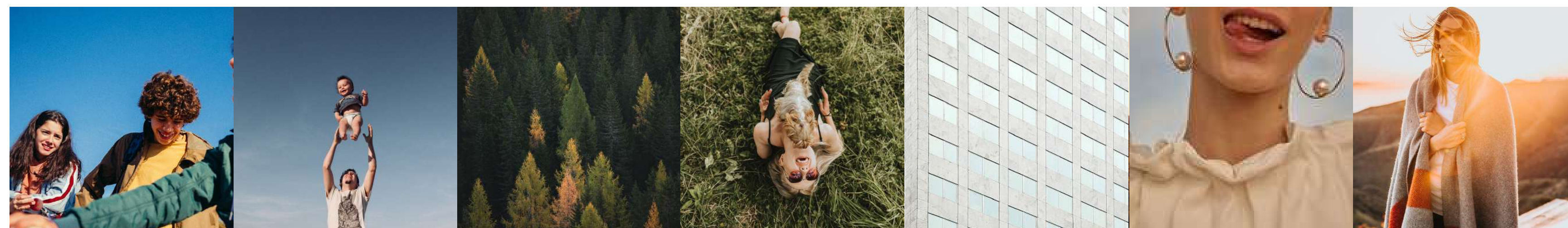
В качестве сюжета могут быть использованы: живые снимки детей/семьи, минималистичные кадры архитектуры, детали интерьера, творческие эстетичные композиции, крупные портреты людей.

В качестве окружения для фотографий может быть использовано естественное зеленое окружение, а также съемки на контрастном синем небе.



## Цветовая гамма

Цветовая гамма фотоснимков наследуется от основных цветов бренда, и дополняется аналогичными природными оттенками.



## Брендинг фотоизображений

На изображения могут наноситься фирменные символы и вариации логотипа. Графика должна быть крупной, не перебивать изображение. Сюжет должен оставаться считываемым. Общая тональность изображения должна быть контрастна графике.

Изображения должны оставаться чистыми, не перегруженными, эмоциональными.



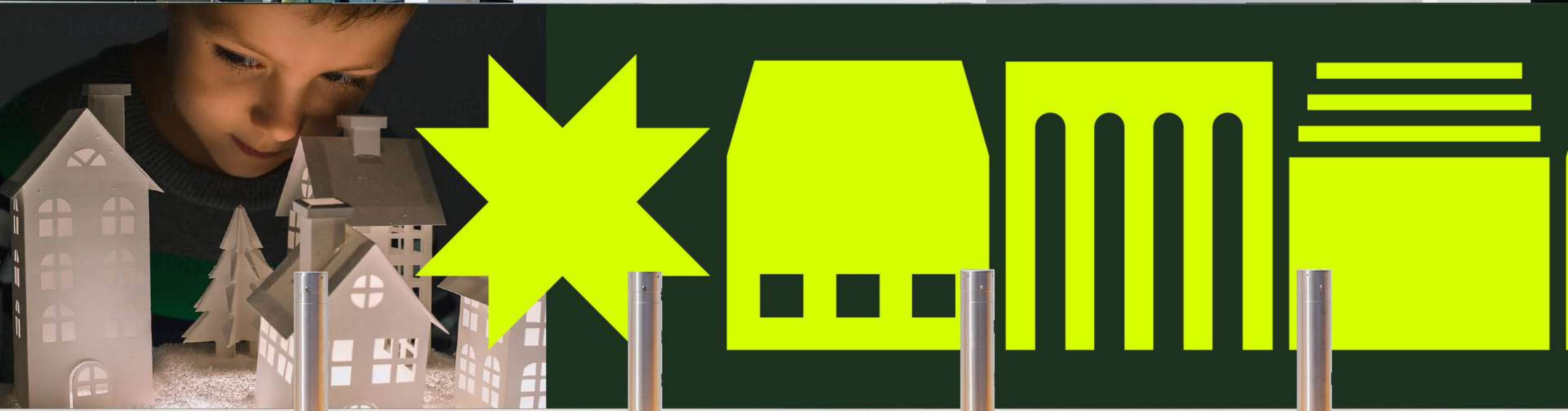
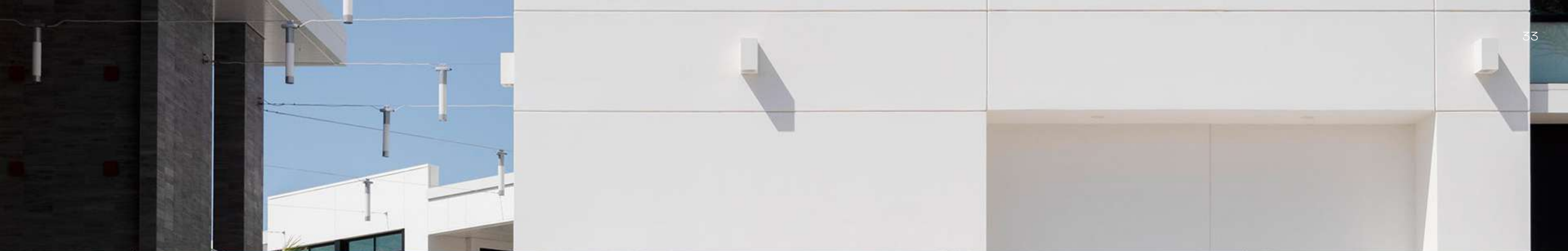
Носители

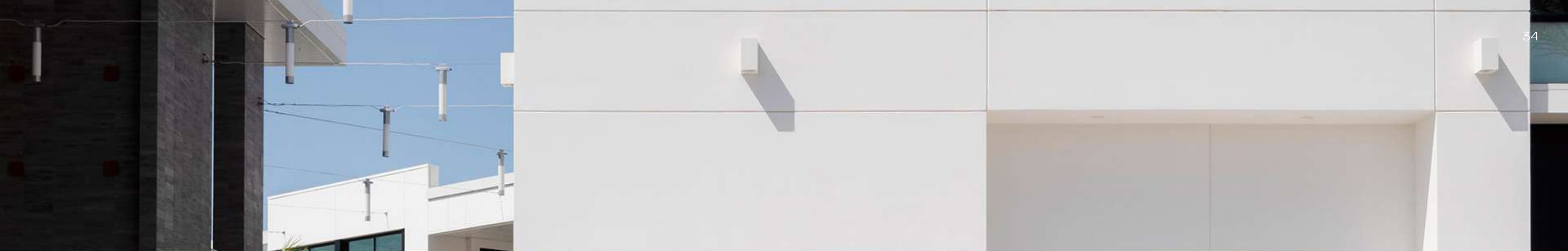
07

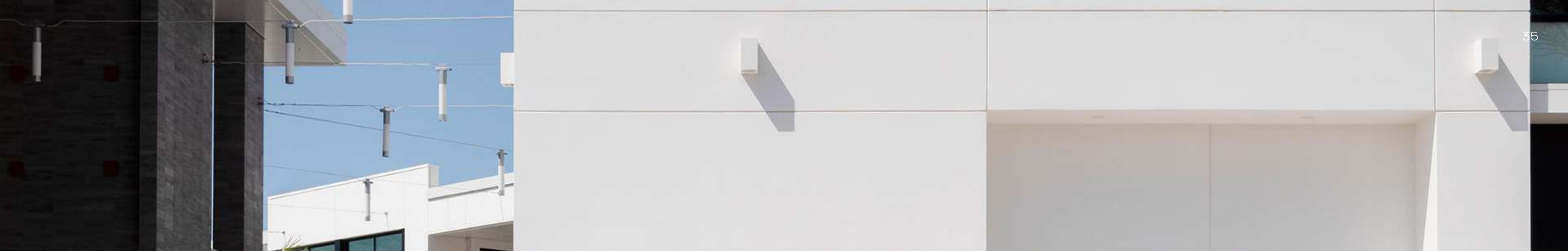
# Забор (6 секций)











ялав.рф

**ЖИТЬ,  
РАЗВИВАЯСЬ**



ЯЛАВ

Жить,  
развиваясь

Квартиры от 6 млн руб.

Проектная декларация и подробности на сайте [ялав.рф](http://ялав.рф)



# ЯЛАВ

## Жить, развиваясь

Квартиры от 6 млн руб.

Проектная декларация и подробности на сайте [ялав.рф](http://ялав.рф)



[ялав.рф](http://ялав.рф)



## Фирменный свитер

Фирменный свитер – уникальное сувенирное решение для бренда. На лицевую часть крупно наносятся графические элементы. Рекомендуется в качестве материала использовать крупную вязку. Цвет свитера должен быть подобран близко к фирменным.

Дополнительно изделие можно брендировать фирменными бирками/нашивками с символом бренда.



## Фирменный плед

На плед крупно хаотично размещаются графические элементы бренда. Также рекомендуется изготовить фирменную нашивку.



## Сумка-шоппер

Сумка из холщовой ткани. На лицевой части крупной располагается логотип/его вариация или фирменная графика бренда. Цвета сумок должны быть подобраны близко к фирменным.





# Фирменные НОСКИ

Носки могут быть брендированы как графическими элементами, так и логотипом.

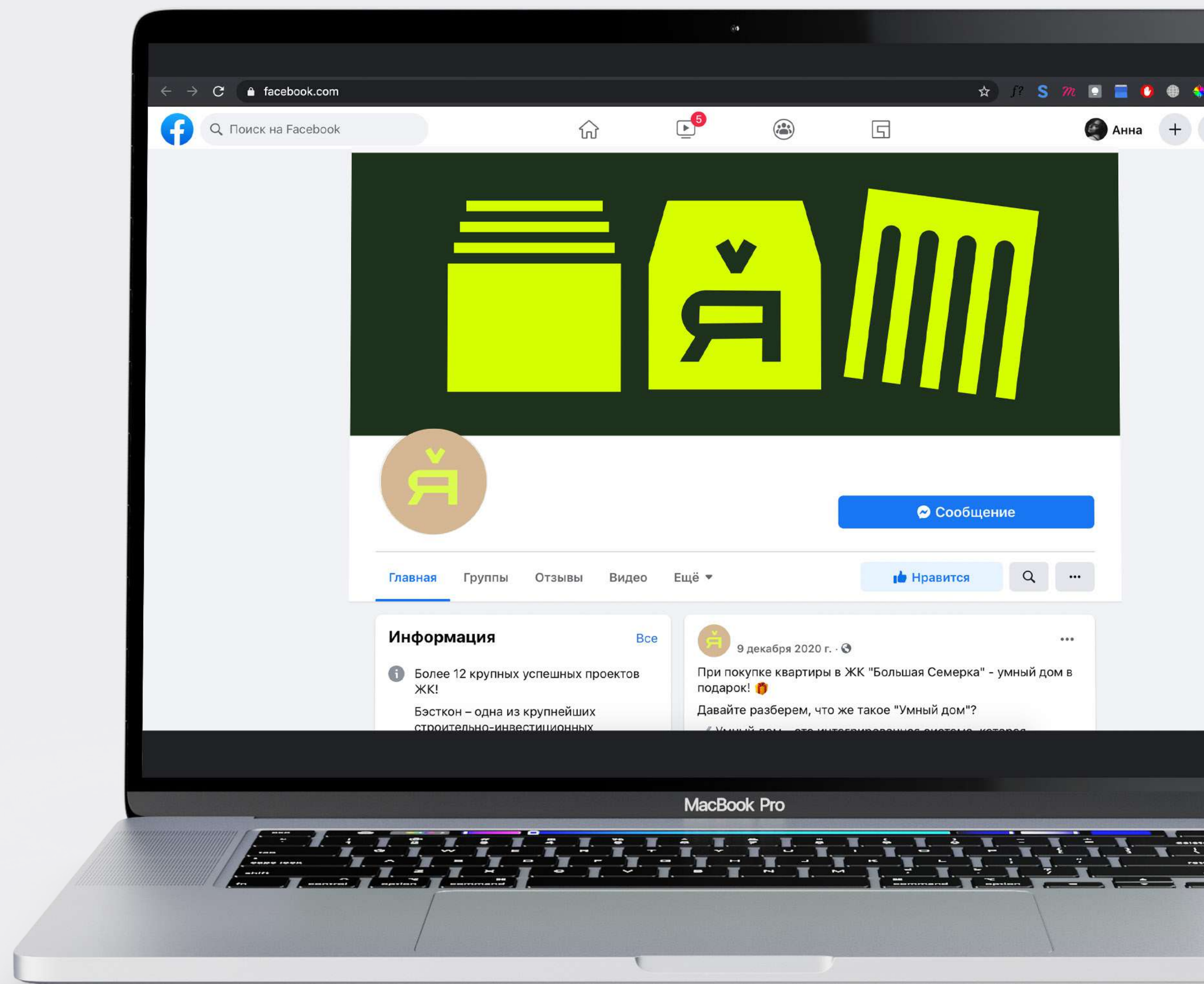


# Оформление социальных сетей

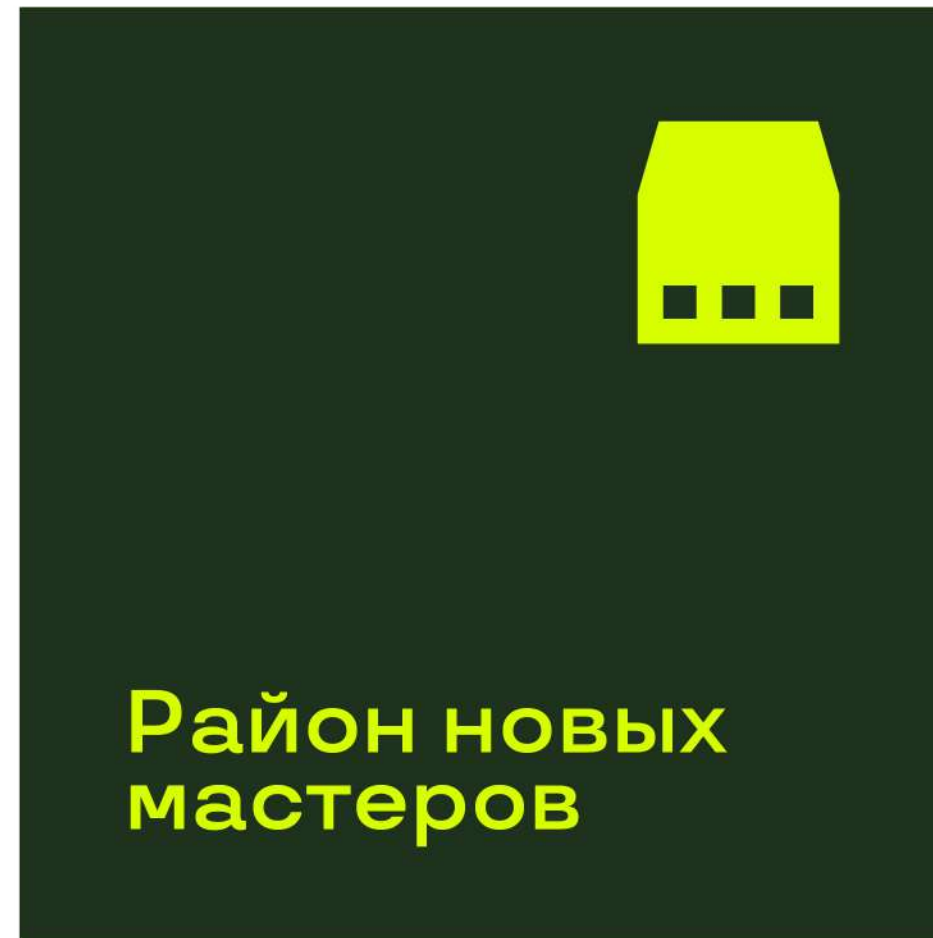
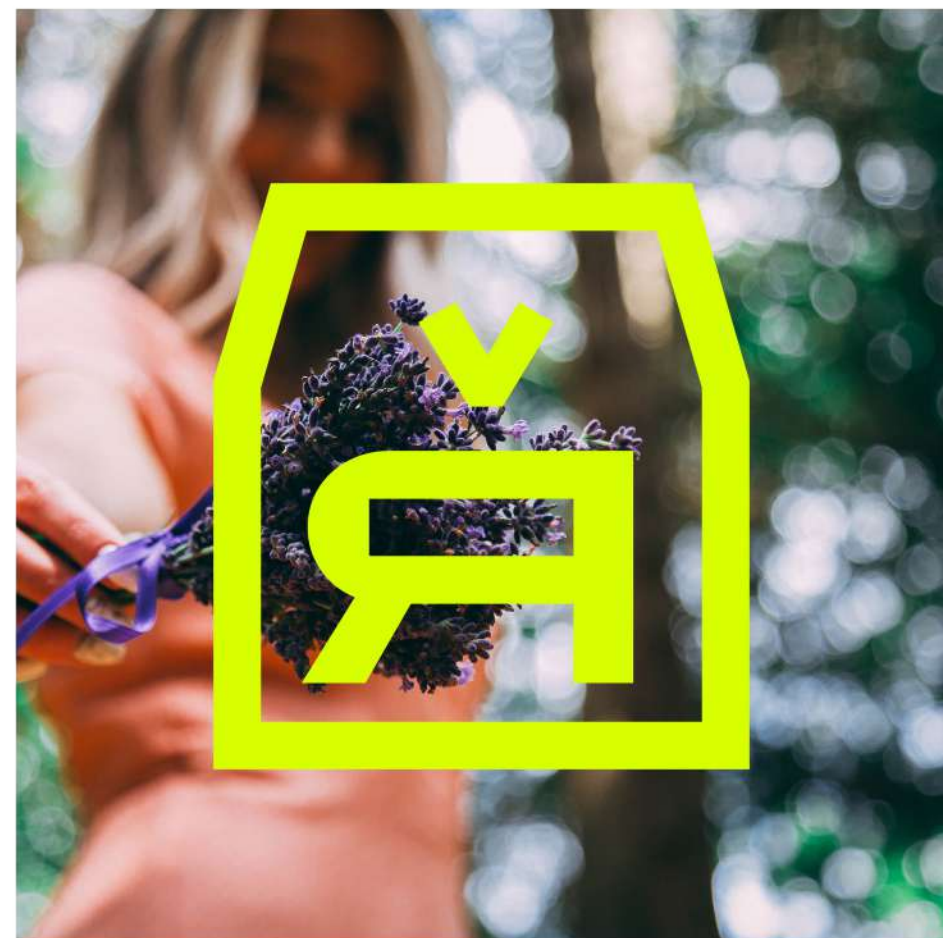
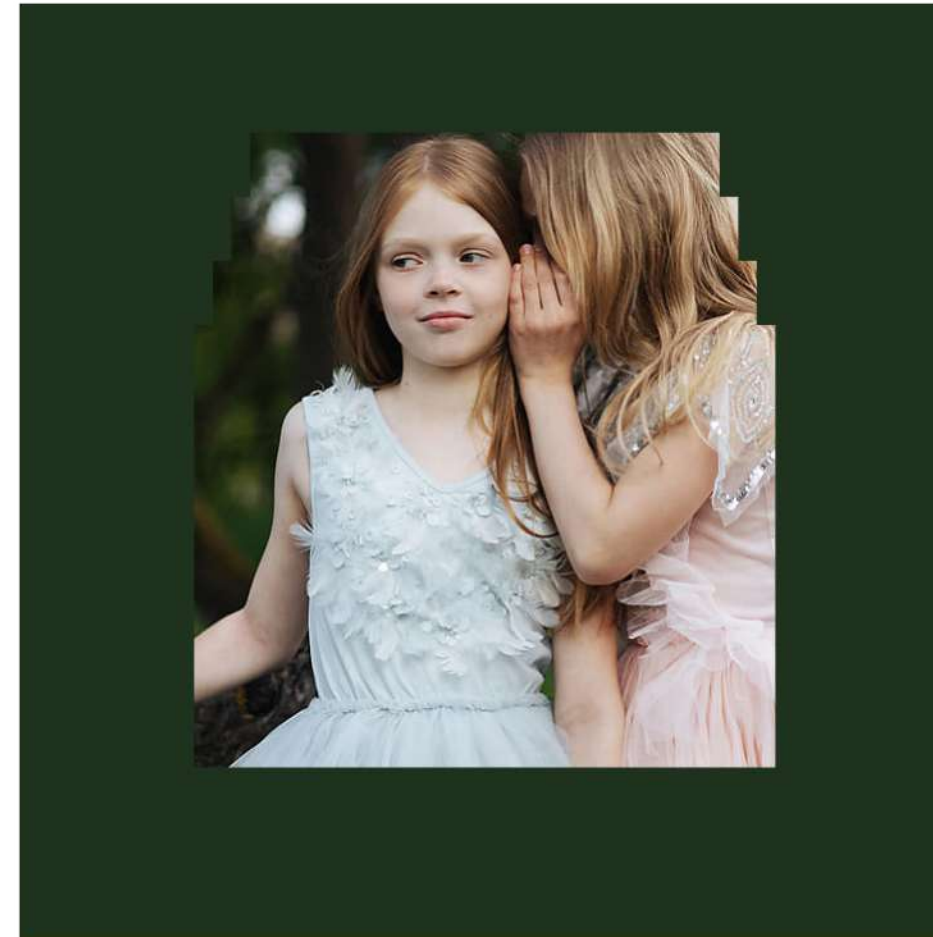
08

# Оформление профиля

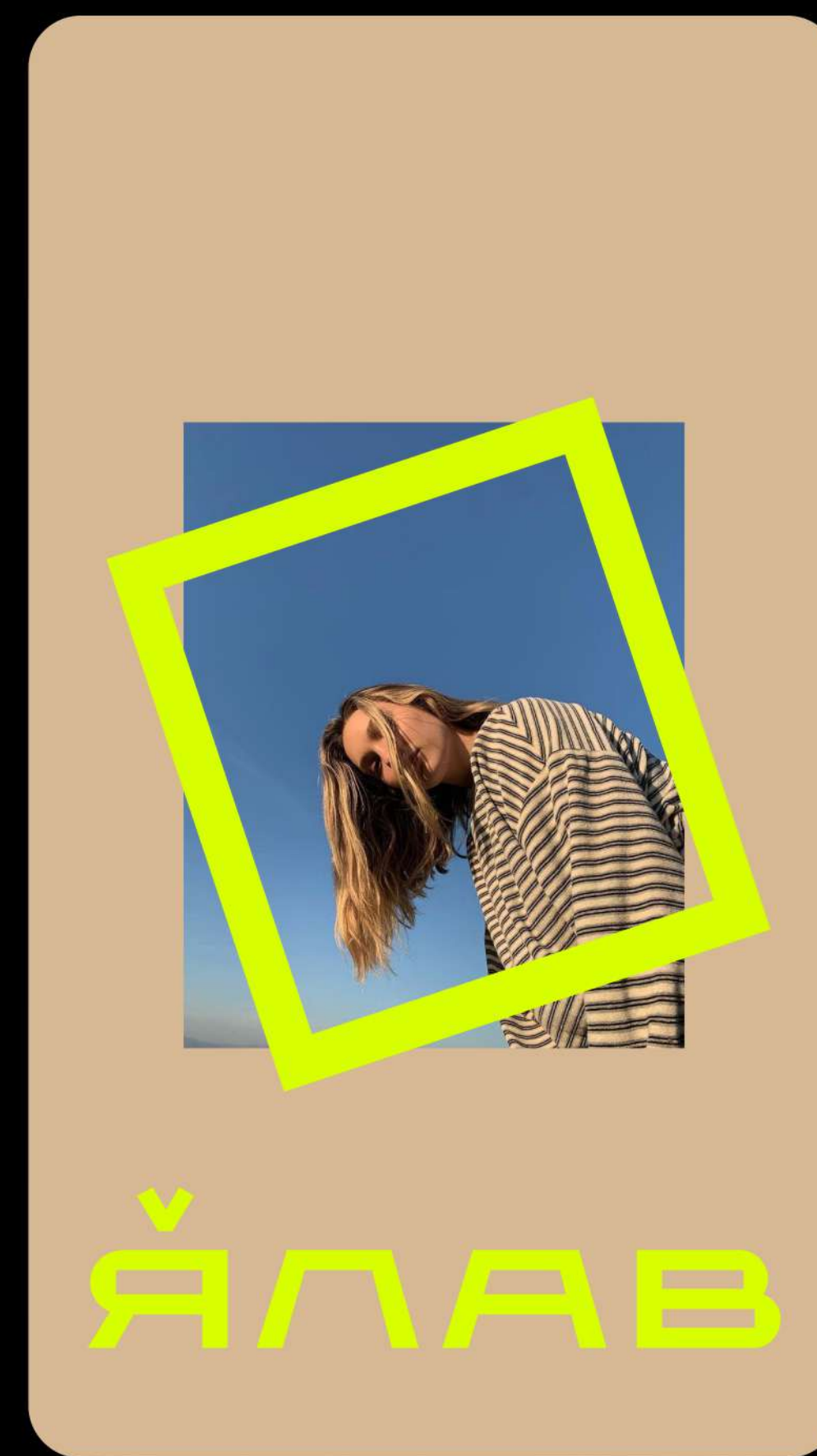
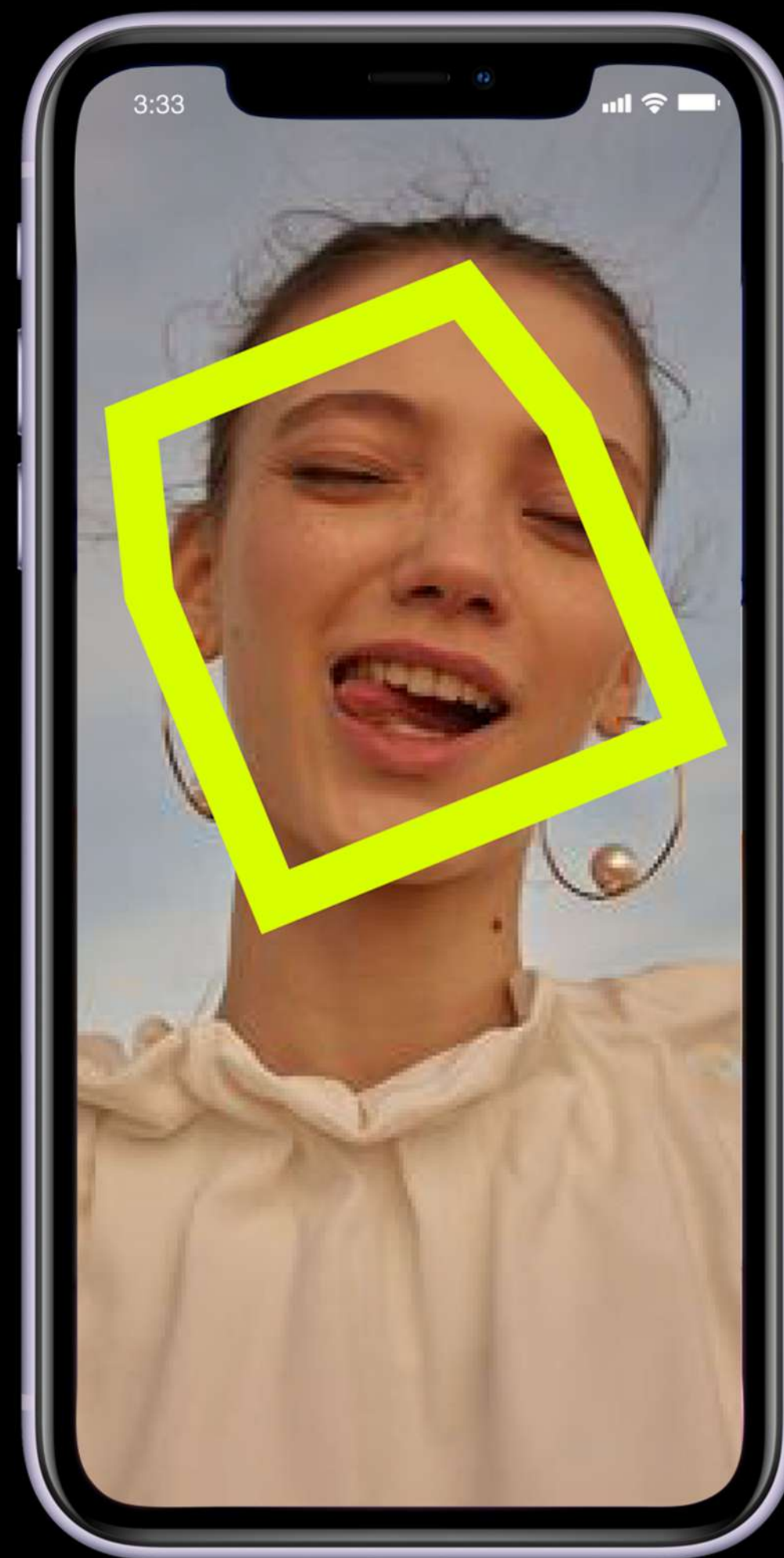
Шаблоны для социальных сетей построены по фирменным принципам верстки с использованием фирменных цветов и графических приемов.



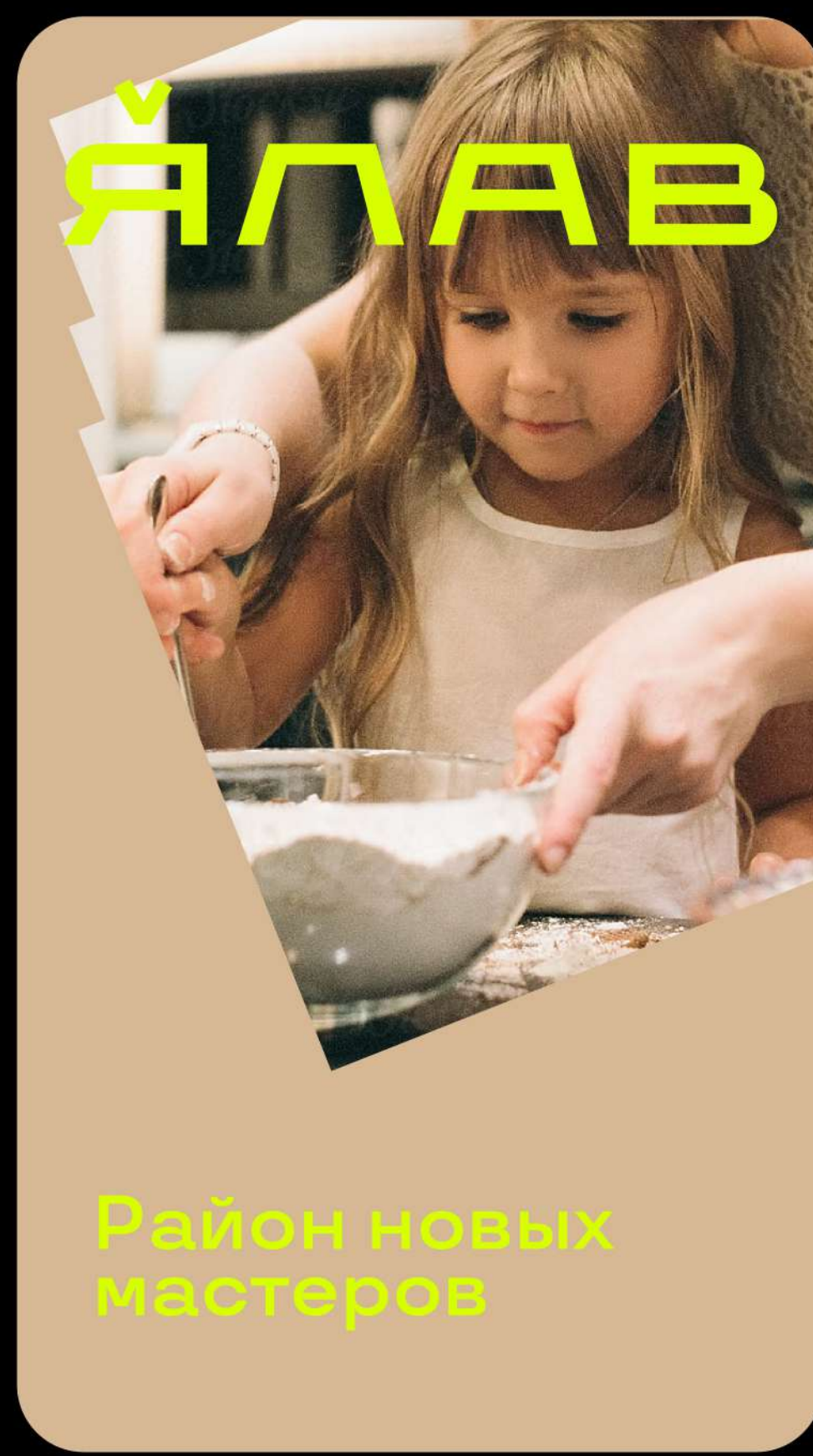
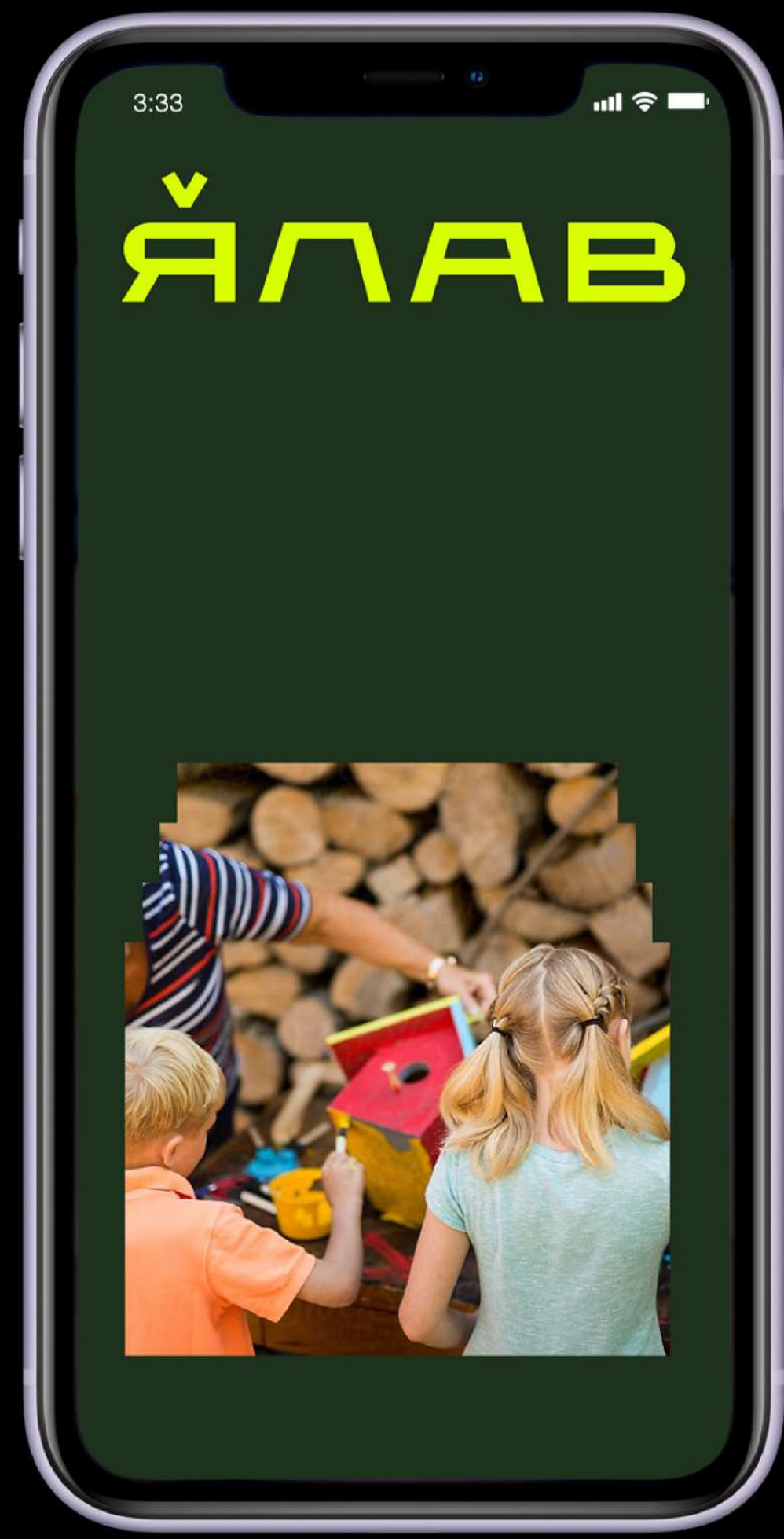
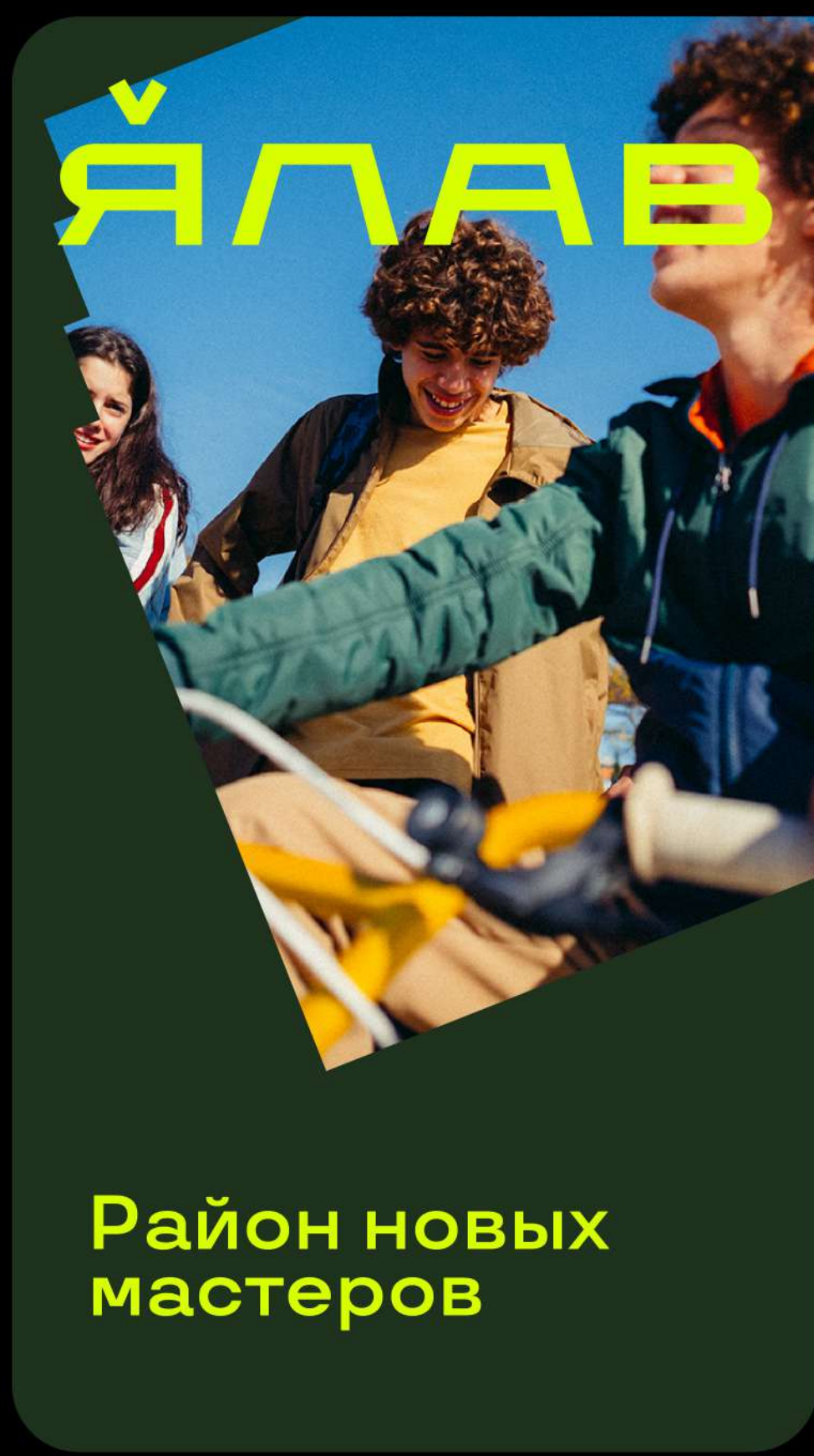
# Примеры квадратных постов



# Примеры вертикальных постов



# Примеры вертикальных постов



# Brandbook

▼  
Я Л Л А А В