

GloraX PREMIUM

1 / О бренде

01 / Легенда	7
02 / Кто мы такие и зачем мы людям	8
03 / Рациональные преимущества	9
04 / Эмоциональные преимущества	10
05 / Личность бренда	11
06 / Ценности бренда	12
07 / Характер бренда	13
08 / Тон коммуникации	14

2 / Визуальные атрибуты бренда

01 / Логоблок	17
02 / Дополнительная версия логоблока	18
03 / Логоблок при ограниченном формате	19
04 / Охранное поле	20
05 / Фирменные цвета	21
06 / Фирменные цвета для печати металлизированными пантонами и тиснением	22
07 / Градиент	23
08 / Построение градиента	25

2 / Визуальные атрибуты бренда

09 / Недопустимые варианты использования	26	16 / Стилиобразующий элемент	34
10 / Использование логотипа на фоне	27	17 / Расположение стилиобразующего элемента	35
11 / Использование логоблока на фоне	28	18 / Дополнительные визуальные элементы	36
12 / Использование логоблока на металлизированных пантонах	29	19 / Фотостиль	45
13 / Фирменный шрифт	30		
14 / Шкала размеров шрифта для печатных материалов	31		
15 / Шкала размеров шрифта для цифровых материалов	33		

3 / Носители фирменного стиля

01 / Визитная карточка	55
02 / Бланк	57
03 / Папка на резинке	60
04 / Папка-регистратор	63
05 / Бейдж	65
06 / Карандаш	66
07 / Зонт	67
08 / Кран	68
09 / Презентация	69
10 / Социальные сети	72

4 / Паттерны

01 / Черниговская	79
02 / Возможные варианты комбинации	73
03 / Возможные варианты композиции	80
04 / Примеры использования	82
05 / Белорусская	84
06 / Возможные варианты комбинации	85
07 / Возможные варианты композиции	86
08 / Примеры использования	87

1 / О бренде

01 / Легенда

Glorax Premium провозгласил технологический гуманизм своей философией. Каждый премиальный дом Glorax – это признание в любви к человеку и человечеству, сформулированное на языке инженеров и изобретателей. Мы успешно интегрируем мировые well-being стандарты в девелоперский продукт на территории России. Мы ставим в качестве сверхзадачи, удовлетворенность жизнью и процветание жителей наших премиум-проектов. Мы аккумулируем накопленный технологический опыт и экспертизу для создания пространства, способствующего гармоничному всестороннему развитию современного человека. Мы делаем технологию незаметной, но при этом незаменимой, так чтобы, технологичное стало полезным, а полезное – эстетичным.



02 / Кто мы такие и зачем мы людям

Прививаем технологичную эстетику и воплощаем в идеях и материалах чувственную экспрессию красоты. Строим жилье, где каждый момент жизни вносит разницу между прошлым и GloraX Premium. Наша миссия – делиться эмоциональным опытом "до" и "после" с каждым жителем, создавая недвижимость в ее технологичности, статусности, полезности и интуитивности, как в лучших гаджетах и автомобилях. И это не просто "умные дома", а дома, построенные с умом, не потому что это тренд, а потому что мы не умеем иначе – в этом и заключается наша уникальность.



03 / Рациональные преимущества

01

Материалы и решения, которые наполнены смыслом и создают чувство нового опыта при каждом физическом взаимодействии с человеком.

02

Общественные пространства домов соответствуют привычкам и жизненным сценариям его обитателей разных возрастных категорий.

03

Не броские на первый взгляд современные технологии, ставшие через короткое время уже незаменимыми.

04

Эстетика пространств соразмерна личностям, проживающим в домах.

05

Качество строительства и отделочных материалов, подтверждающее умный технологичный подход.

04 / Эмоциональные преимущества

01

Удовольствие от физического контакта:
стены, которых хочется касаться;
кресла, в которых хочется уснуть; виды,
в которых хочется забыться.

02

Чувство собственного достоинства: не
только ты, но и твоя семья, и твои
семья и гости считывают твой статус
через качество твоего дома.

03

От первого контакта с проектом до
ужина на своей террасе в пентхаусе
человек чувствует, насколько умна,
продумана, организована и
неприкосновенна его территория.

05 / Личность бренда

Glorax Premium совершает революцию: поднимает девелоперские технологии до Hi-End уровня, добиваясь тем самым, нового сенсорного опыта у жителей и гостей проектов. Glorax Premium ставит технологии на службу конкретному человеку – тому, кто будет жить в его премиальных домах. Выбор этих технологий продиктован не сиюминутными трендами, модами и девелоперскими штампами, а пониманием души премиума и потребностей людей. Glorax Premium считает счастье и комфорт высшими добродетелями и прибегает к технологиям ровно в той мере, в которой они служат достижению этих добродетелей. Если подходящих технологий нет, – Glorax Premium их создает.

революционер
гуманист



06 / Ценности бренда

01

Ориентироваться не на то, что модно в сегодняшнем девелопменте, а на то, что действительно нужно человеку. Анализировать лучшие практики рынка, но проектировать продукт от человека и представлений о том, как сделать ему комфортно.

02

Технологии - не самоцель и сложно понимаемая фишка, а источник позитивных эмоций и тонких ощущений. Умение управляемо вызывать эти эмоции и ощущения в жителях и гостях наших проектов - главная технология GloraX Premium.

03

Слышать потребности премиальных клиентов. Искать способы и технологии для удовлетворения их представлений о доме. Меняться вслед за изменением потребностей – с учетом современных тенденций.

04

Воспринимать эстетику максимально широко: красота творений GloraX Premium воспринимается не только взглядом, но и всеми органами чувств. Красиво все, что заставляет дышать чаще, манит контактировать, оставляет приятное послевкусие.

07 / Характер бренда

¹ СВОБОДНЫЙ

Glorax Premium не ищет любви от клиентов и рынка. Он делает то, что считает нужным, заражая аудиторию своими эмоциями и взглядами, еще больше привлекая к себе людей, которые разделяют его ценности и видят мир схожим образом.



² ПЕРФЕКЦИОНИСТ

Glorax Premium стремится к непрерывному улучшению каждого нового проекта. Мы постоянно задаем высокую планку стандартам как для себя, так и для всего девелоперского рынка, активно совершенствуя технологии в наших проектах.

³ ФАНАТ ТЕХНОЛОГИЙ

Мы – современная инженерная элита страны. Glorax Premium активно развивает технологии в девелопменте, строительстве и смежных областях, экспериментирует многие из них, внедряя только то, что умно и эффективно работает на качество жизни в его проектах.

08 / Тон коммуникации

¹ ПРЕМИАЛЬНОСТЬ В ДЕТАЛЯХ

Премиальность в деталях. Демонстрация ощущений, чувств и смысловых аллюзий, которые рождаются у человека в контакте с каждой деталью каждого дома GloraX Premium.



² ЛАКОНИЧНО

Короткими предложениями и абзацами. Выверенно и педантично в каждом слове. Единое пространство предметов, эффектов и действий. Вкладывание большого смысла не путем длинных повествований, а серией коротких и понятных каждому идей, связь между которыми не существует либо отсутствует вовсе. Пространственное впечатление об объекте создается облаком мыслей-тегов.

³ ЭМОЦИОНАЛЬНО О ТЕХНОЛОГИЯХ

С любовью к технологиям, деталям и изобретениям, не стесняясь эпитетов и эмоций. Ярko и образно.

совершенствовать
технологии.

чувствовать
премиум.

2 / Визуальные атрибуты бренда

01 / Логоблок

Логоблок состоит из фирменного логотипа GloraX и дескриптора Premium. Минимальная высота логотипа, при которой логотип сохраняет разборчивость и узнаваемость, составляет 130 px для цифровых и 35 мм.

Рекомендуется использовать только предлагаемые гайдом композиции логоблока. Не допускаются деформирование или замена частей логоблока.

The logo consists of the word "GloraX" in a bold, sans-serif font, followed by "PREMIUM" in a smaller, all-caps, sans-serif font. The "X" in "GloraX" is stylized with a diagonal slash through it.

02 / Дополнительная версия логоблока

Дополнительные логотипы для каждого объекта включают в себя знак слэш и название объекта под основным логотипом фирменным шрифтом Stolz Regular. Минимальная высота логотипа, при которой логотип сохраняет разборчивость узнаваемость, составляет 130 px для цифровых и 35 мм.

Логоблок как цельная, уникальная и устойчивая композиция, не подлежащая модификации, используется только в представленном виде. Для корректного воспроизведения логотипа следует использовать только его оригинальную версию.



GloraX PREMIUM
/ Белорусская



GloraX PREMIUM
/ Черниговская

03 / Логоблок при ограниченном формате

В случае ограничений формата допускается альтернативное расположение дескриптора и названия объекта.

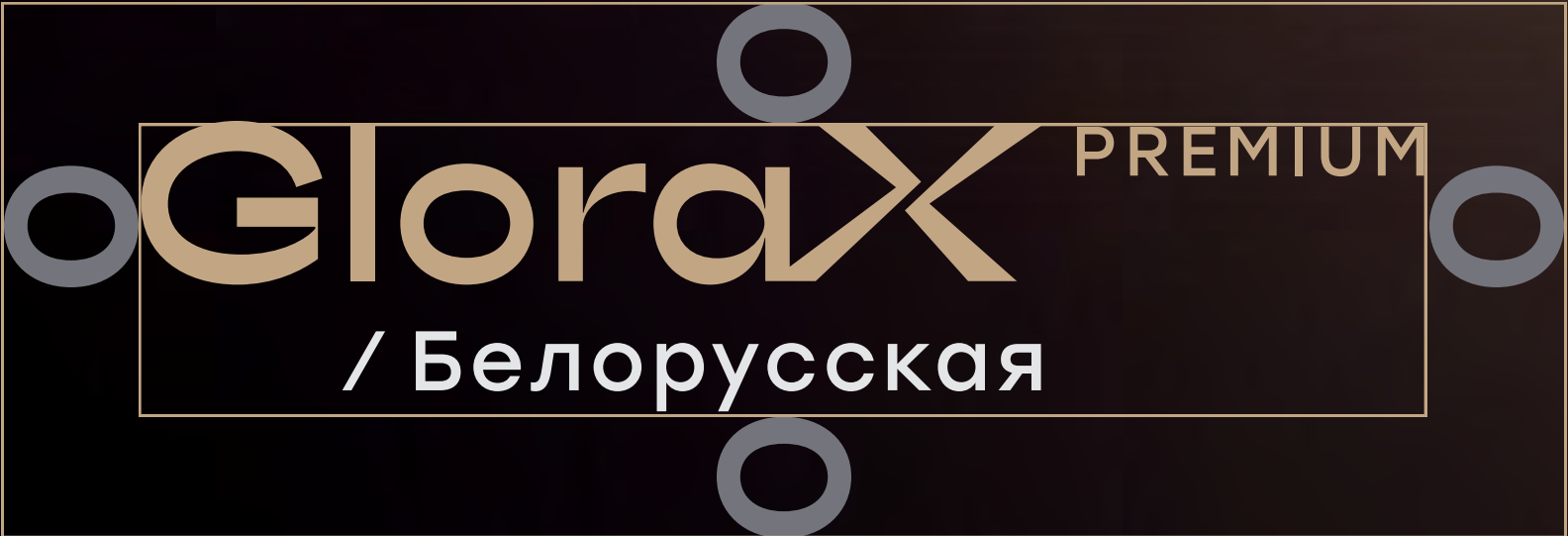
Логоблок как цельная, уникальная и устойчивая композиция, не подлежащая модификации, используется только в представленном виде. Для корректного воспроизведения логотипа следует использовать только его оригинальную версию.



04 / Охранное поле

Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов макета и его границ. Оно строится по высоте и ширине буквы 'O' в логотипе.

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.



05 / Фирменные цвета

Фирменные цвета являются неотъемлемой частью фирменного стиля. Для точной цветопередачи следует использовать рекомендованные гайдлайном цветовые схемы. Используйте цветовую модель CMYK (для цифровой, офсетной печати). Цвет в RGB кодирует оттенки, отображаемые на экранах мониторов. Использование цветовой палитры PANTONE рекомендуется для полиграфического воспроизведения эффекта “металлик” (см. следующий слайд).

Coal

CMYK: 0 / 0 / 0 / 95
RGB: 29 / 29 / 29
HEX: #1D1D1D
Pantone: Black C

Black

CMYK: 0 / 0 / 0 / 100
RGB: 0 / 0 / 0
HEX: #000000
Pantone: Black C

Brass

CMYK: 0 / 19 / 32 / 20
RGB: 194 / 166 / 132
HEX: #C2A684
Pantone: 26-9

Skyline

CMYK: 85 / 70 / 0 / 0
RGB: 32 / 39 / 255
HEX: #2027FF
Pantone: electric blue

Pewter

CMYK: 62 / 53 / 42 / 0
RGB: 116 / 117 / 124
HEX: #74757C
Pantone: 173-8

Stone

CMYK: 0 / 0 / 0 / 20
RGB: 209 / 211 / 212
HEX: #D1D3D4
Pantone: 179-3

Copper

CMYK: 0 / 43 / 62 / 40
RGB: 170 / 112 / 73
HEX: #AA7049
Pantone: 32-12

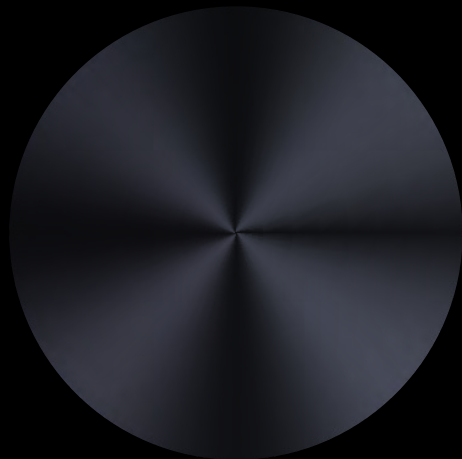
Aluminum

CMYK: 0 / 0 / 0 / 11
RGB: 228 / 229 / 230
HEX: #E4E5E6
Pantone: 179-2

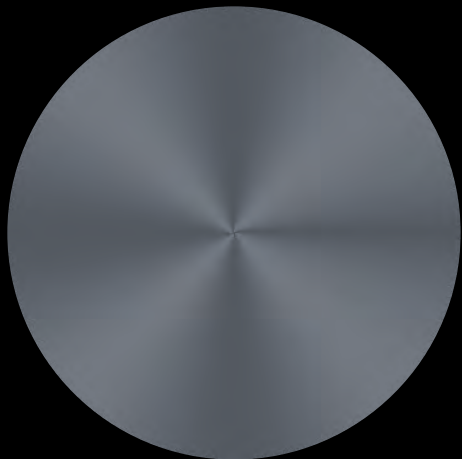
06 / Фирменные цвета для печати металлизированными пантонами и тиснением

Использование данной цветовой палитры PANTONE рекомендуется для полиграфического воспроизведения эффекта “металлик”.

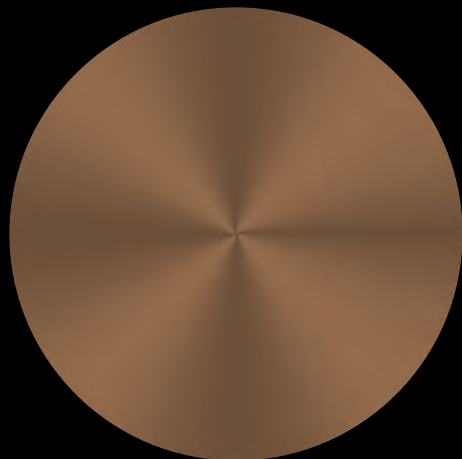
Способы печати: офсет, шелкографарет и тиснение металлизированной фольгой. Рекомендовано изготавливать цветопробы и образцы совместно с конкретным видом производства.



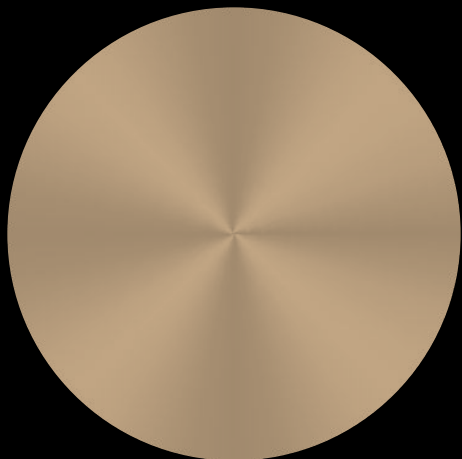
Pantone
8603 C



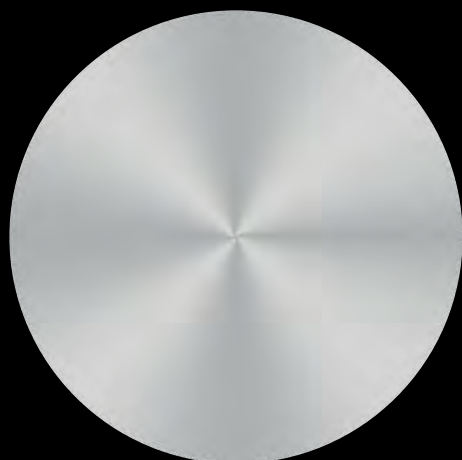
Pantone
10435 C



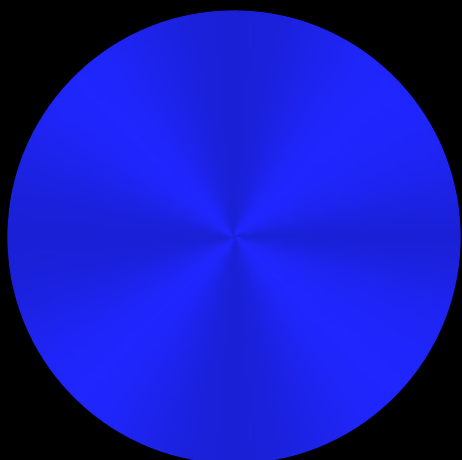
Pantone
10367 C



Pantone
10406 C



Pantone
10101 C

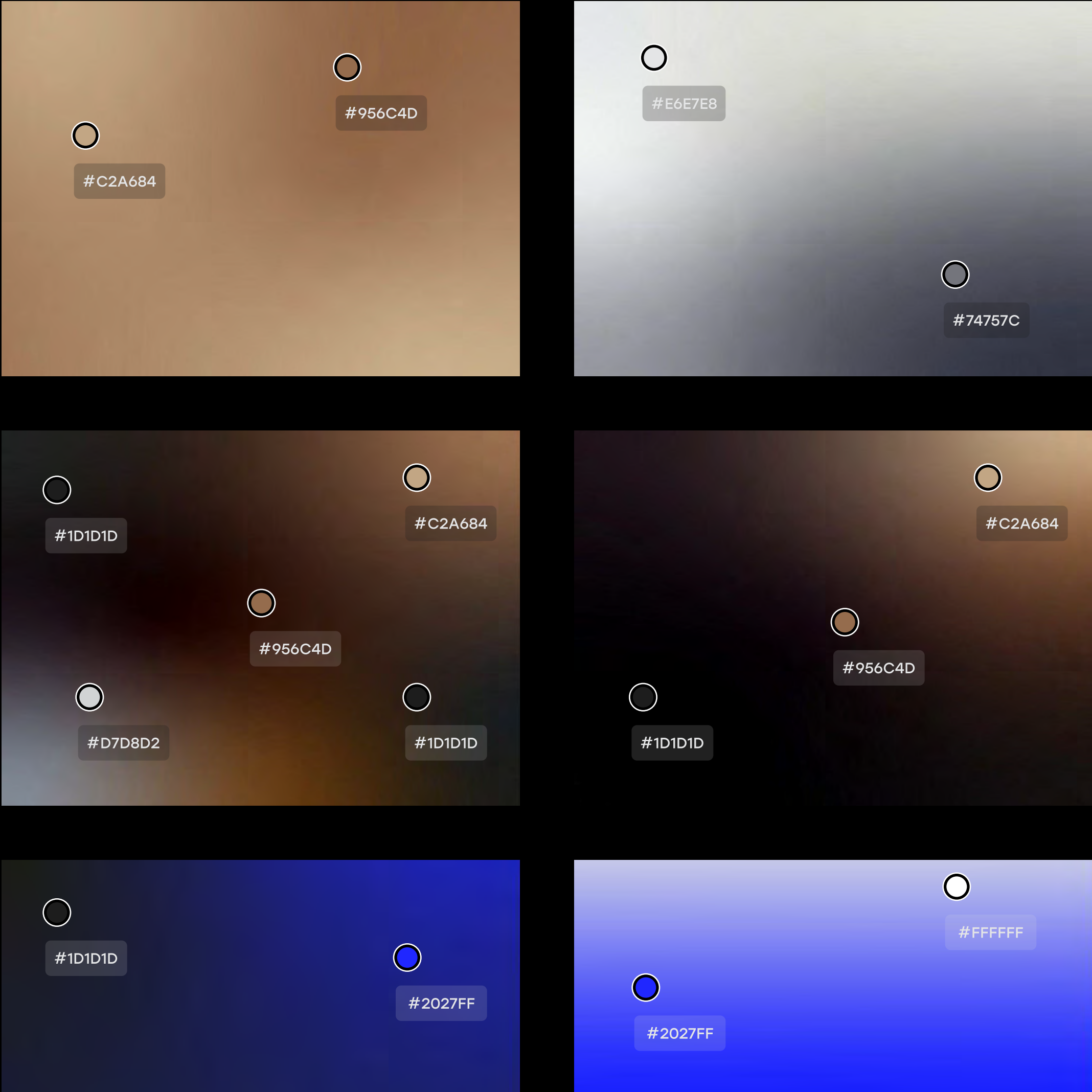


Синяя фольга
для горячего
тиснения

07 / Градиент

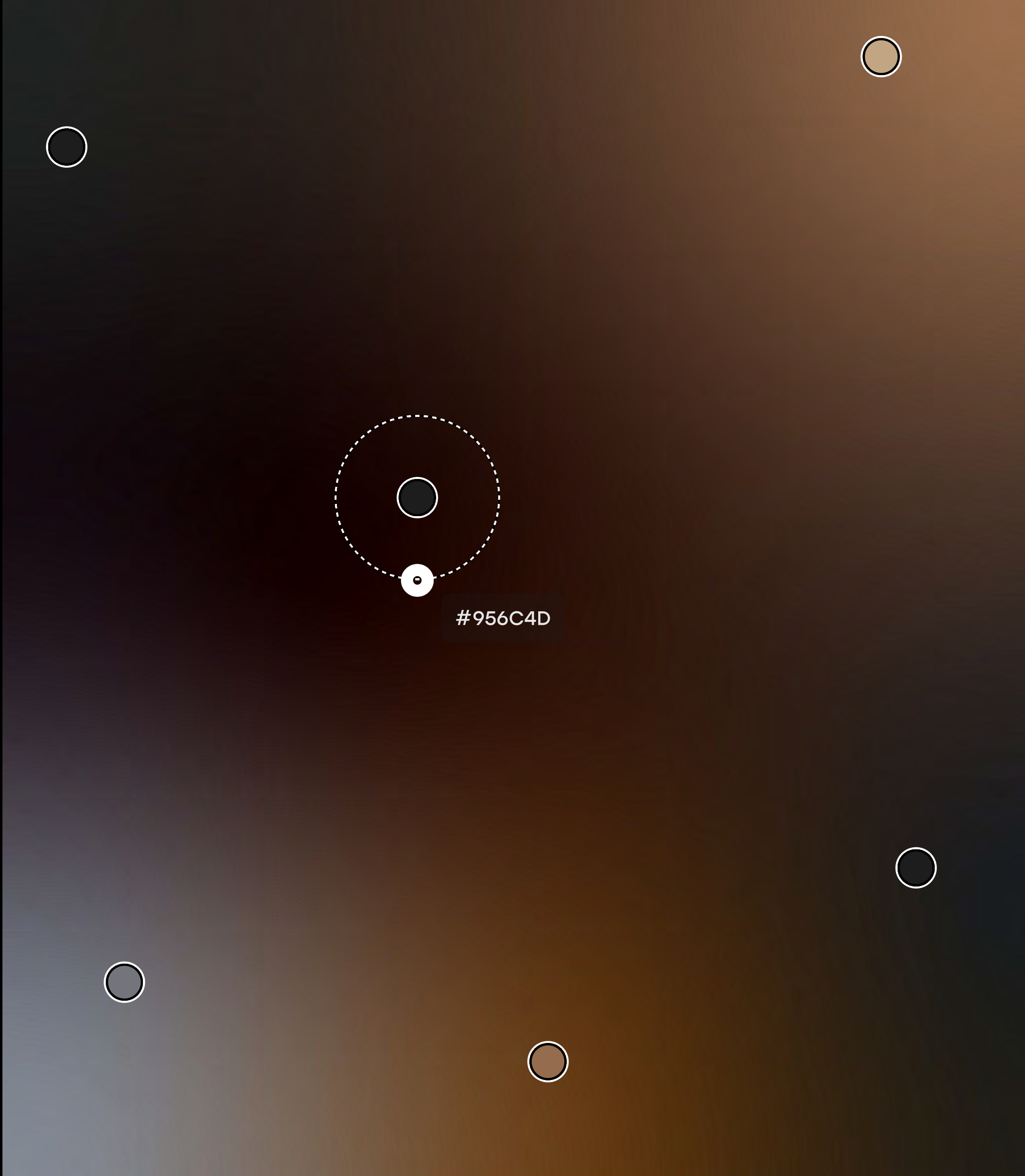
Фирменный градиент строится и редактируется с помощью опции Freeform Gradient и состоит из 4-х и более фирменных цветов. Рекомендовано использовать готовый шаблон, который можно отредактировать под конкретный носитель. Градиенты применяются в различных видах диджитал и принт контента, включая презентации, социальные медиа и другие визуальные материалы. В диджитал и принт-дизайне градиенты можно использовать для оформления фонов веб-сайтов, баннеров, рекламных материалов и других элементов дизайна, при этом глубина и интерес к визуальному контенту усиливаются.

Рекомендовано изготавливать цветопробы и образцы совместно с конкретным видом производства.



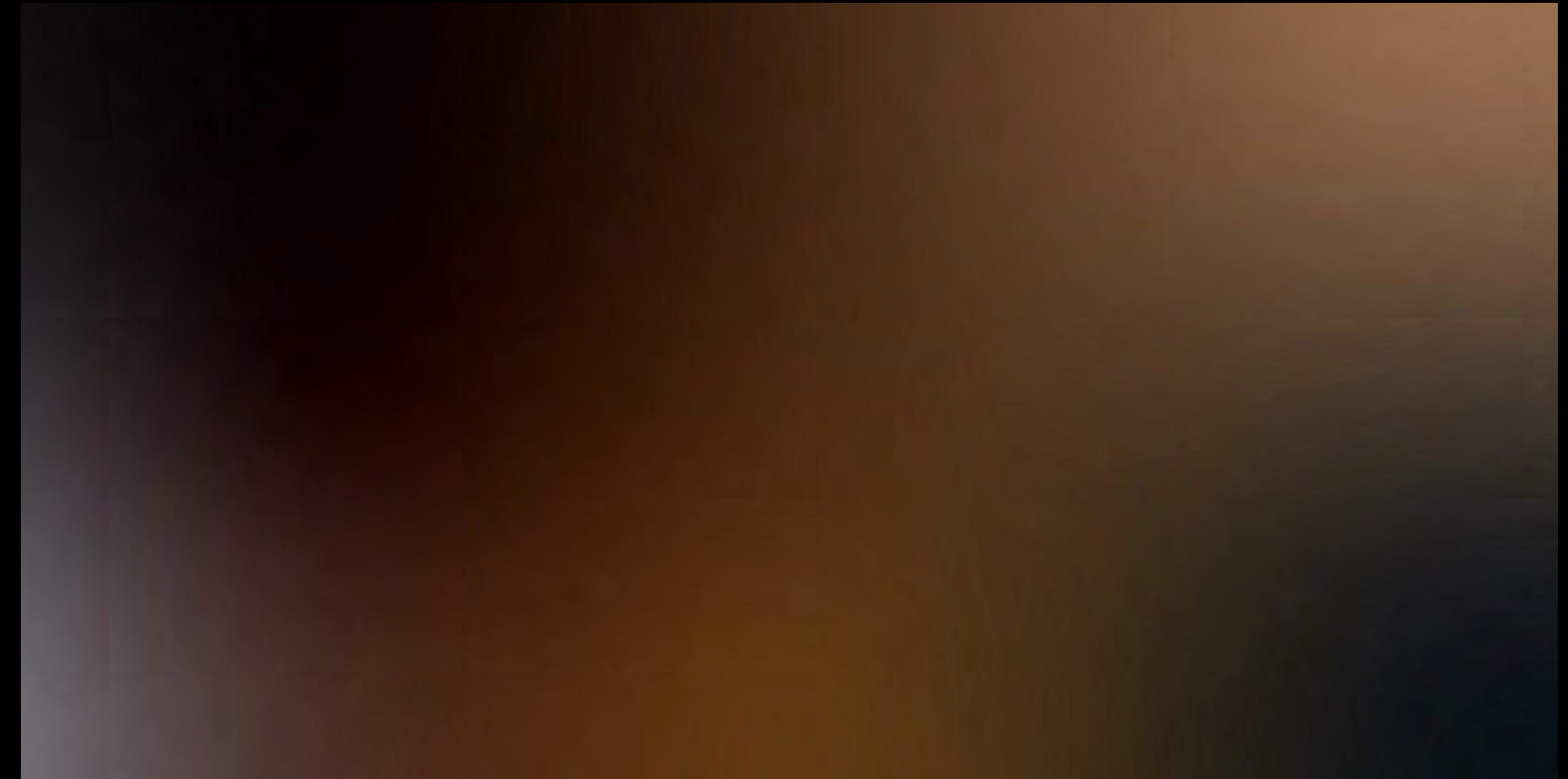
08 / Построение градиента

Используйте цвета из палитры, фирменные цвета для построения градиентов. Убедитесь, что цвета хорошо сочетаются и не создают резких переходов. Кроме того, если вы применяете Adobe Illustrator, то воспользуйтесь опцией Freeform Gradient для создания интересных градиентов.



08 / Построение градиента

Форма градиента должна соответствовать формату, поэтому не растягивайте его и не используйте линейные градиенты. Компоновка цветов должна быть правильной, и лучше всего подгонять сетку градиента под каждый формат.



6 x 3



6 x 1

09 / Недопустимые варианты использования

Изменение пропорций: Необходимо сохранять пропорции логотипа во избежание искажений его внешнего вида.

Изменение цвета: Используйте только утвержденные цвета логотипа.

Искажение формы: Не растягивайте или не сжимайте логотип.

Добавление элементов: Не добавляйте никаких дополнительных элементов к логотипу.

Неправильное размещение: Соблюдайте правила размещения логотипа на материалах бренда.

Использование низкого качества: Не используйте логотип в низком разрешении или низком качестве.



10 / Использование логотипа на фоне

Логотип на светлом фоне рекомендуется использовать в темных цветах для достижения высокого контраста; предпочтительно применять логотип на темном фоне в светлых цветах для ясной видимости и читаемости. Соблюдайте согласованность с брендовой цветовой палитрой при размещении логотипа на фонах различных цветов и избегайте избыточных декораций на фоне, чтобы не конкурировать с логотипом за внимание.



11 / Использование логоблока на фоне

Логотип на светлом фоне рекомендуется использовать в темных цветах для достижения высокого контраста; предпочтительно применять логотип на темном фоне в светлых цветах для ясной видимости и читаемости. Соблюдайте согласованность с брендовой цветовой палитрой при размещении логотипа на фонах различных цветов и избегайте избыточных декораций на фоне, чтобы не конкурировать с логотипом за внимание.



12 / Использование логоблока на металлизированных пантонах

При использовании логоблока на металлизированных пантонах сохраняйте контраст между фоном и логоблоком. Применяйте один цвет для логоблока и дескриптора.



13 / Фирменный шрифт

Для всех заголовков, подзаголовков и основного текста мы используем шрифт Stolzl, мы применяем начертания Light, Book и Regular. Начертание Regular подчеркивает важность информации и создает контраст. Для основного текста (body text) используется начертание Book. Начертание Light употребляется в заголовках совместно с начертанием Regular.

АаБбВв

Состояние внутреннего комфорта.

[Light]

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789
!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_`{|}~

[Regular]

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789
!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_`{|}~

[Book]

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789
!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[\\]^_`{|}~

14 / Шкала размеров шрифта для печатных материалов

Шкала размеров шрифта играет важную роль в создании единого и когерентного стиля бренда. Установление иерархии размеров помогает выделить ключевые элементы и обеспечивает удобство и читабельность текста.

H1 [51pt] Заголовок первого уровня

H2 [31pt] Заголовок второго уровня

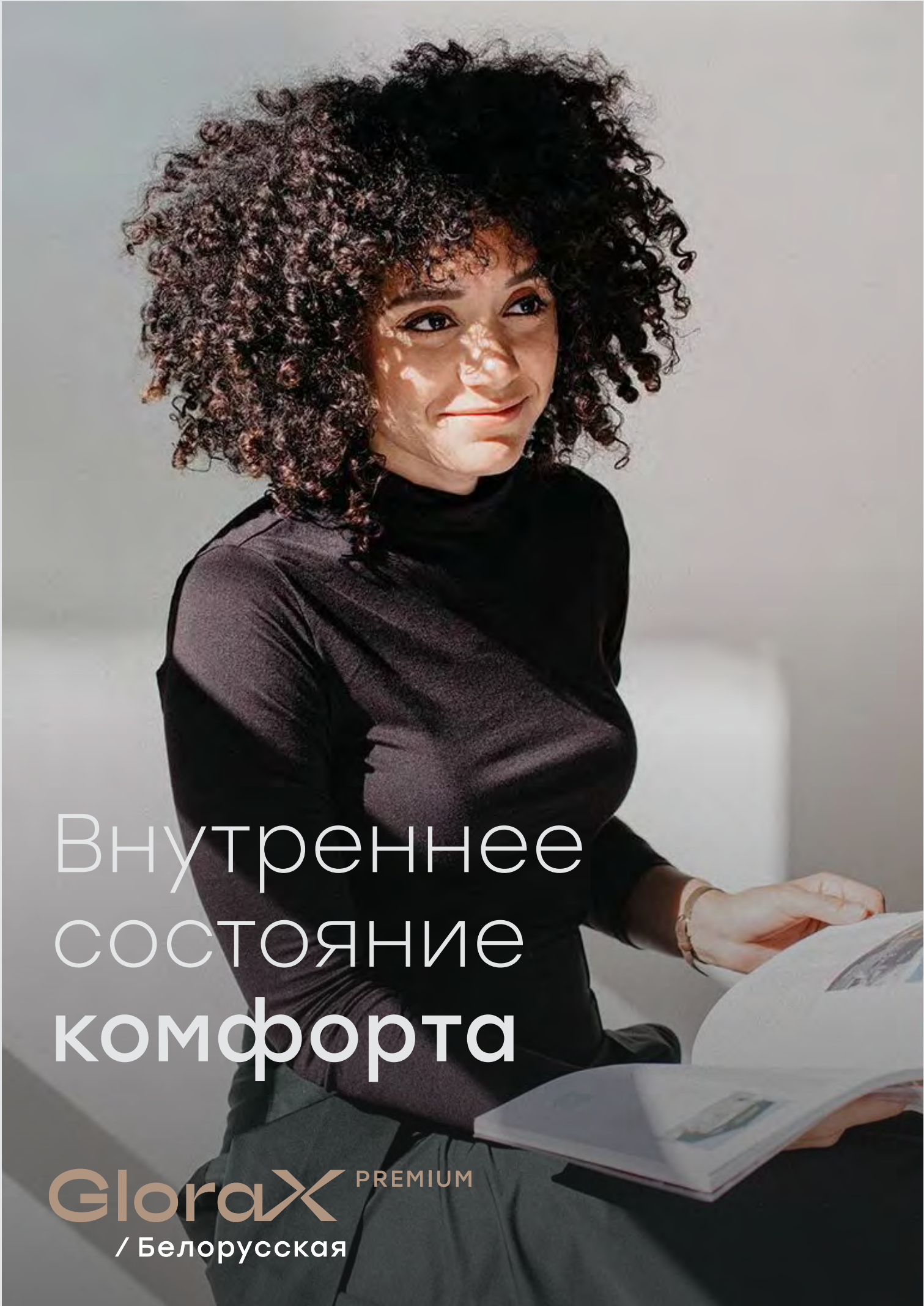
H3 ^{19pt} [19pt] ЗАГОЛОВОК ТРЕТЬЕГО УРОВНЯ

Body Text ^{12pt} [12pt] Основной текст

Small text ^{7pt} [7pt] Детали, подписи, сноски

CAPTION ^{7pt} [7pt] ДЕТАЛИ, ПОДПИСИ, СНОСКИ

[A4]



[A5]

Апартаменты в деловом центре Нижнего Новгорода

Лобби по эксклюзивному дизайн-проекту, развитая инфраструктура центрального района с ресторанами высокой кухни, элитными бутиками и модными торговыми центрами, театрами и музеями, салонами красоты и фитнес-центрами создают идеальные условия для жизни, а инновационные инженерные системы, которыми оснащен дом, обеспечивают жителям приватность и полную безопасность.

Glorax PREMIUM

15 / Шкала размеров шрифта для цифровых материалов

В цифровых материалах, таких как веб-сайты и мобильные приложения, шрифты обычно делают крупнее для наилучшего прочтения на экранах.

H1 [82pt] Заголовок
первого
уровня

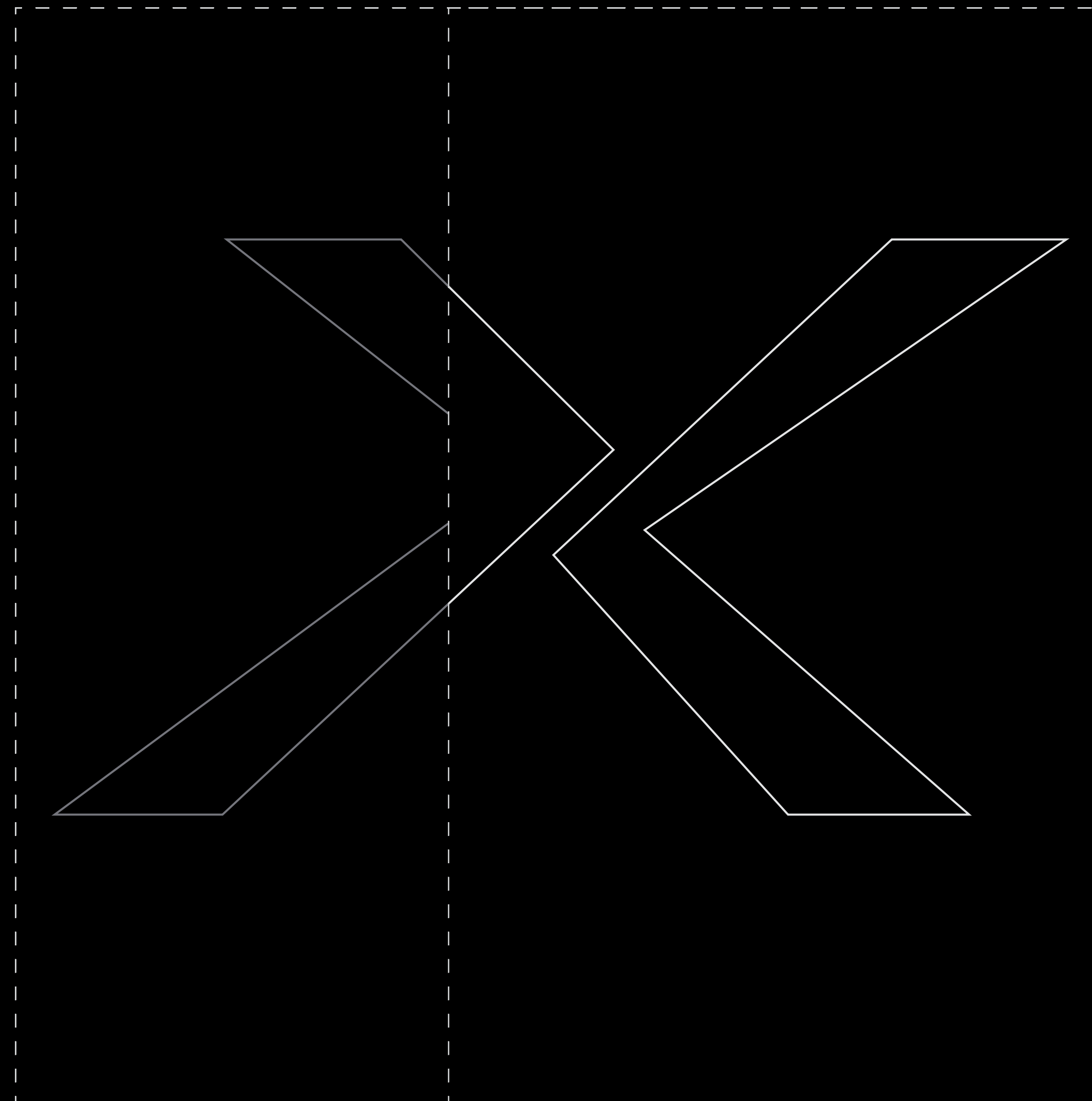
H2 [31pt] Заголовок второго уровня

Body Text [19pt] Основной текст

CAPTION [12pt] ДЕТАЛИ, ПОДПИСКИ, СНОСКИ

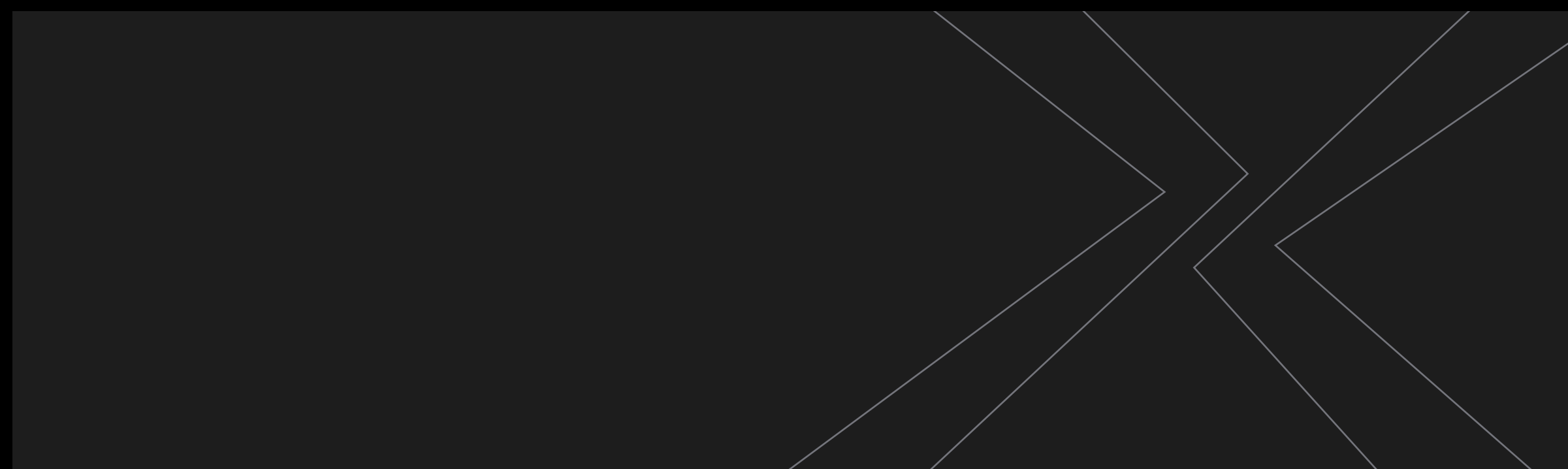
16 / Стилеобразующий элемент

Суперсимвол – стилеобразующий элемент, который применяется в визитных карточках, папках, презентациях и социальных медиа. Важно учитывать, что Суперсимвол может выходить за пределы периметра формата. Не рекомендуется поворачивать, добавлять заливку или утолщать линии Суперсимвола.



17 / Расположение стилеобразующего элемента

Суперсимвол должен выходить за границы макета (под обрез). Располагайте суперсимвол, используя правила третей или правило “золотого сечения”. Суперсимвол создает динамичную и а-симметричную композицию.



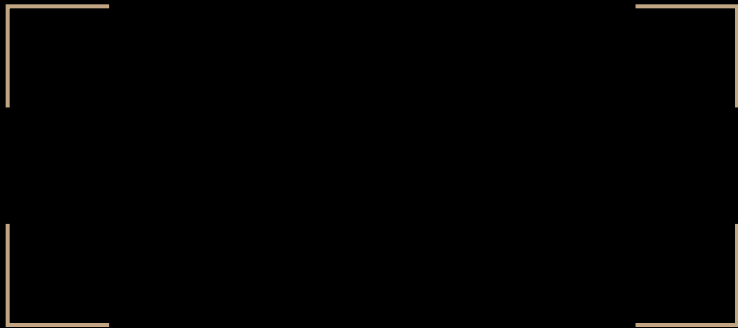
18 / Дополнительные визуальные элементы

Для придания презентациям, социальным медиа, сувенирной продукции современного, передового и технологичного облика рекомендуется добавить элементы интерфейса "умного дома" в качестве дополнительных компонентов – они подчеркнут инновационный характер бренда.



Фокус камеры

Фокус камеры, как визуальный элемент, добавляет глубину и динамику изображению, привлекая внимание к конкретному объекту или детали на печатном либо диджитальном носителе.



ПОДЗЕМНЫЙ
ПАРКИНГ



Виджет

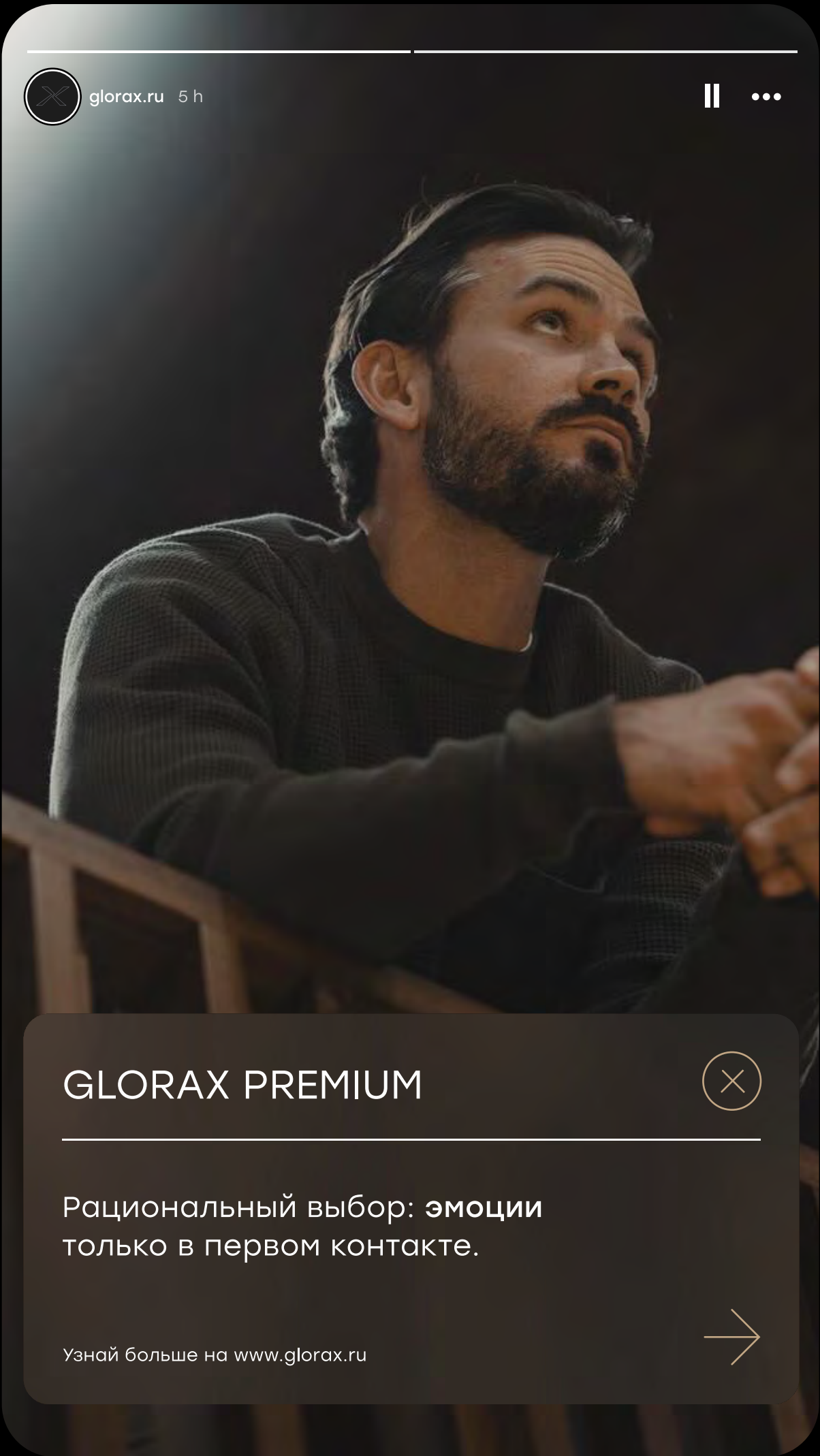
Виджет, как визуальный элемент, представляет собой графический объект или интерактивный элемент, который используется для отображения информации или предоставления определенной функциональности.

GLORAX PREMIUM

Рациональный выбор: **эмоции** только в первом контакте.

Узнай больше на www.glorax.ru

glorax.ru 5 h

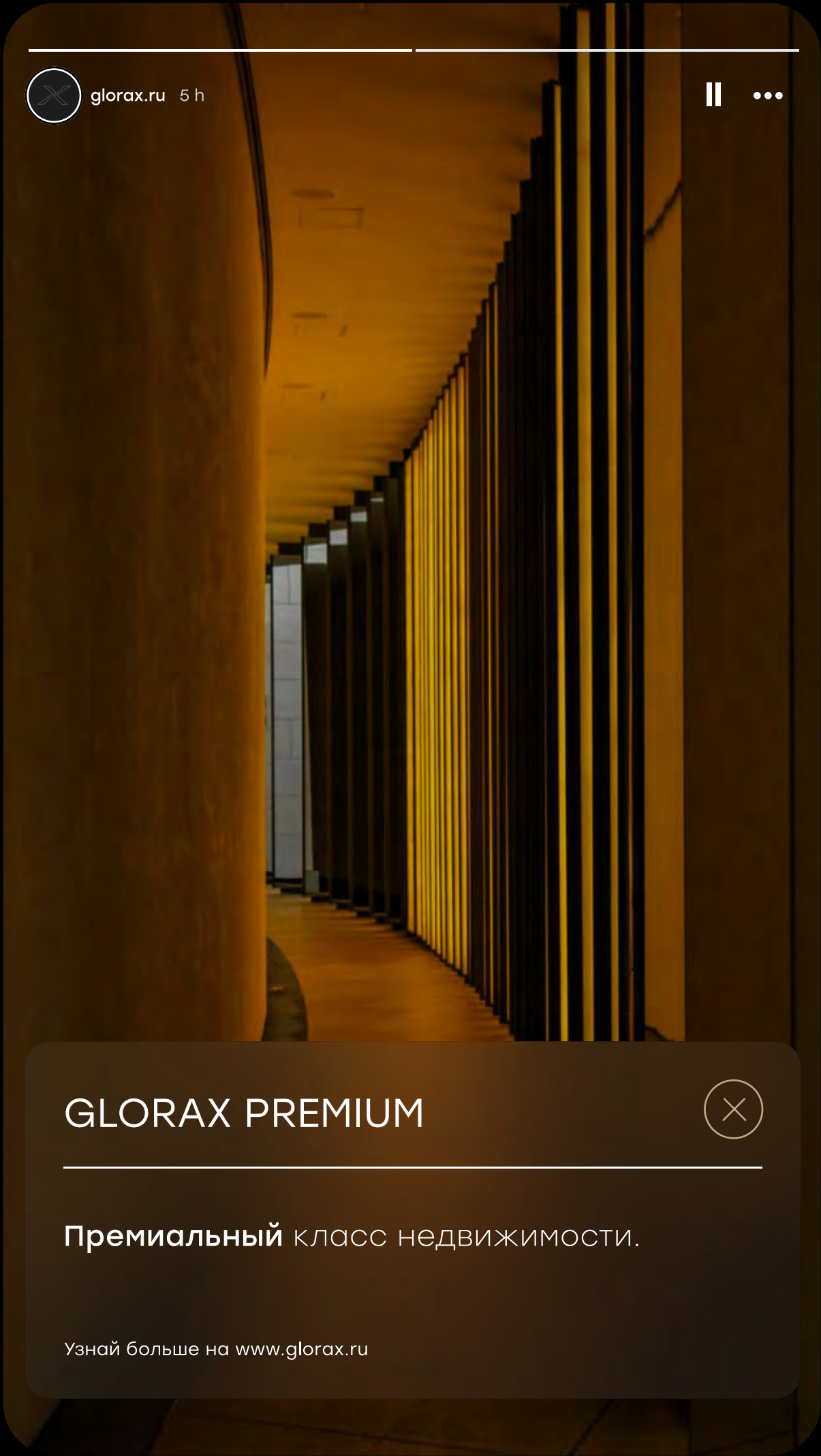


GLORAX PREMIUM

Рациональный выбор: **эмоции** только в первом контакте.

Узнай больше на www.glorax.ru

glorax.ru 5 h



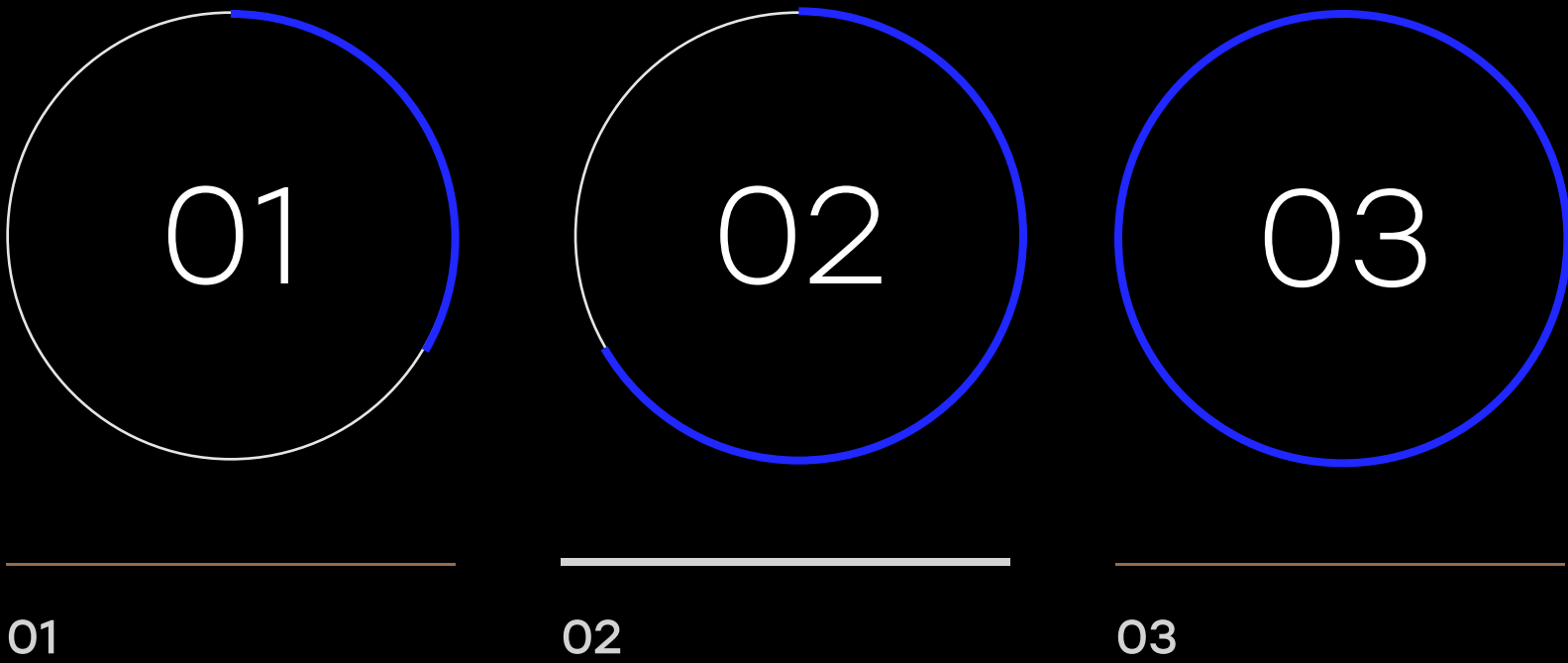
GLORAX PREMIUM

Премиальный класс недвижимости.

Узнай больше на www.glorax.ru

Индикатор выполнения

Индикатор выполнения как визуальный элемент, часто представляется в виде полосок либо кружков. Он применяется на диджитал-носителях для отображения прогресса, списка или шагов. Кроме того, этот элемент может быть использован в печатных материалах, таких как отчеты или брошюры, для визуализации прогресса в достижении целей и инфографики.



01

02

03

04

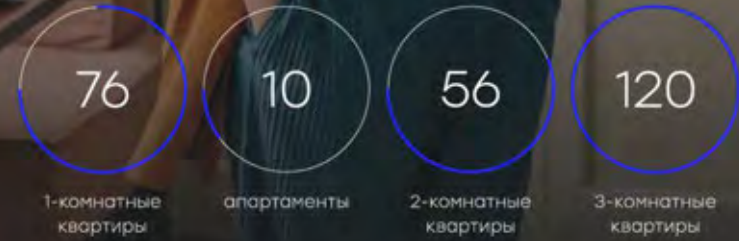
05

06

Круглосуточный консьерж-сервис,
лаунж-зона с камином и мини-баром,
индивидуально разработанный
аудио-дизайн.



Отличный дом
на Белорусской



Информационный блок

Информационный блок (телефон, сайт, адрес) может размещаться как на печатных материалах, так и на цифровых платформах для удобства доступа к контактам. На печатных материалах он чаще всего для легкого доступа находится внизу страницы, а на цифровых платформах – в хедере, футере или боковой панели.

GLORAX PREMIUM

М БелорусскаяТ 7 900 499 59 59

20.12.2023

glorax.ru

20.12.2023

glorax.ru

Гlorax PREMIUM

/ Белорусская

Любить

Белорусскую, не

изменять себе

glorax.ru



GLORAX PREMIUM

М БелорусскаяТ 7 900 499 59 59

glorax.ru

Saint-Petersburg, Russia

20.12.2023

glorax.ru

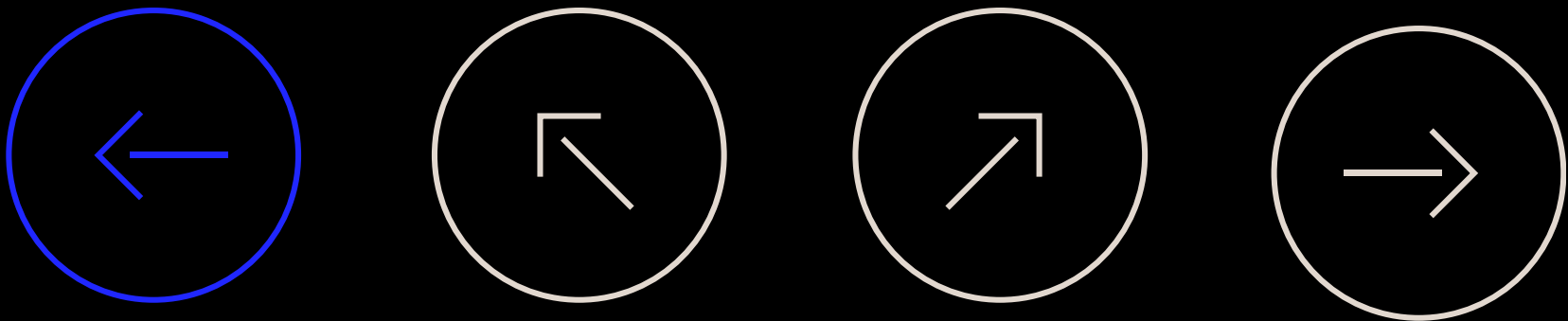
Лобби по

ЭКСКЛЮЗИВНОМУ

дизайн-проекту

Стрелки

Стрелки могут служить указателями направления на веб-сайтах, в приложениях и презентациях, а также используются для навигации, обозначения прогресса, декорации в брендинге и указания на ключевые моменты в видео.



Glorax Premium:
иначе значит круче

Glorax PREMIUM
/ Белорусская

→ КОНТАКТЫ
+7 (800) 551-58-14
info@glorax.com



Клубный дом **Glorax Premium Белорусская** находится в центральной части города, всего в 10 минутах езды от Кремля и **Манежной площади.**

glorax.ru

Индикаторы

Дополнительные визуальные элементы в виде индикаторов температуры и влажности могут быть интегрированы в интерфейс телевизора в фойе. Это позволит создать более комфортную атмосферу и помочь гостям принять решение о наличии необходимости внешних средств защиты от погодных условий (например, зонтиков или пальто). В социальных сетях такие индикаторы используются для отображения данных по жилому комплексу с числовыми показателями температуры и влажности в разных местах для расчета погодно-климатической статистики.

💧 65% 💧 10%

темп. SET

12°

темп. SET

40F

В ФОЙЕ

темп. SET

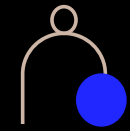
40F

В ФОЙЕ

обогрев

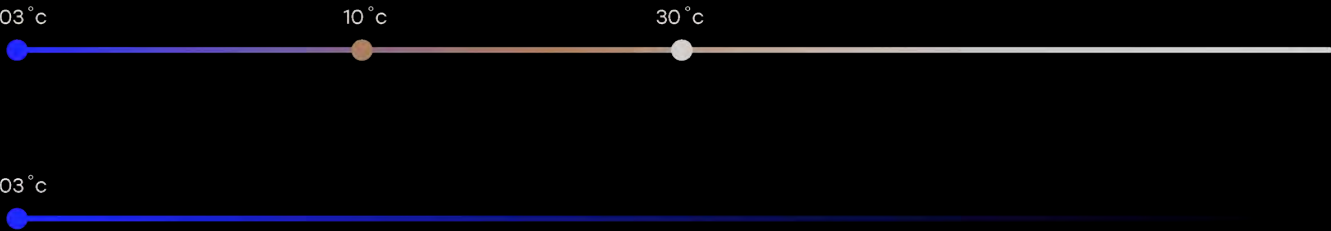
OFF

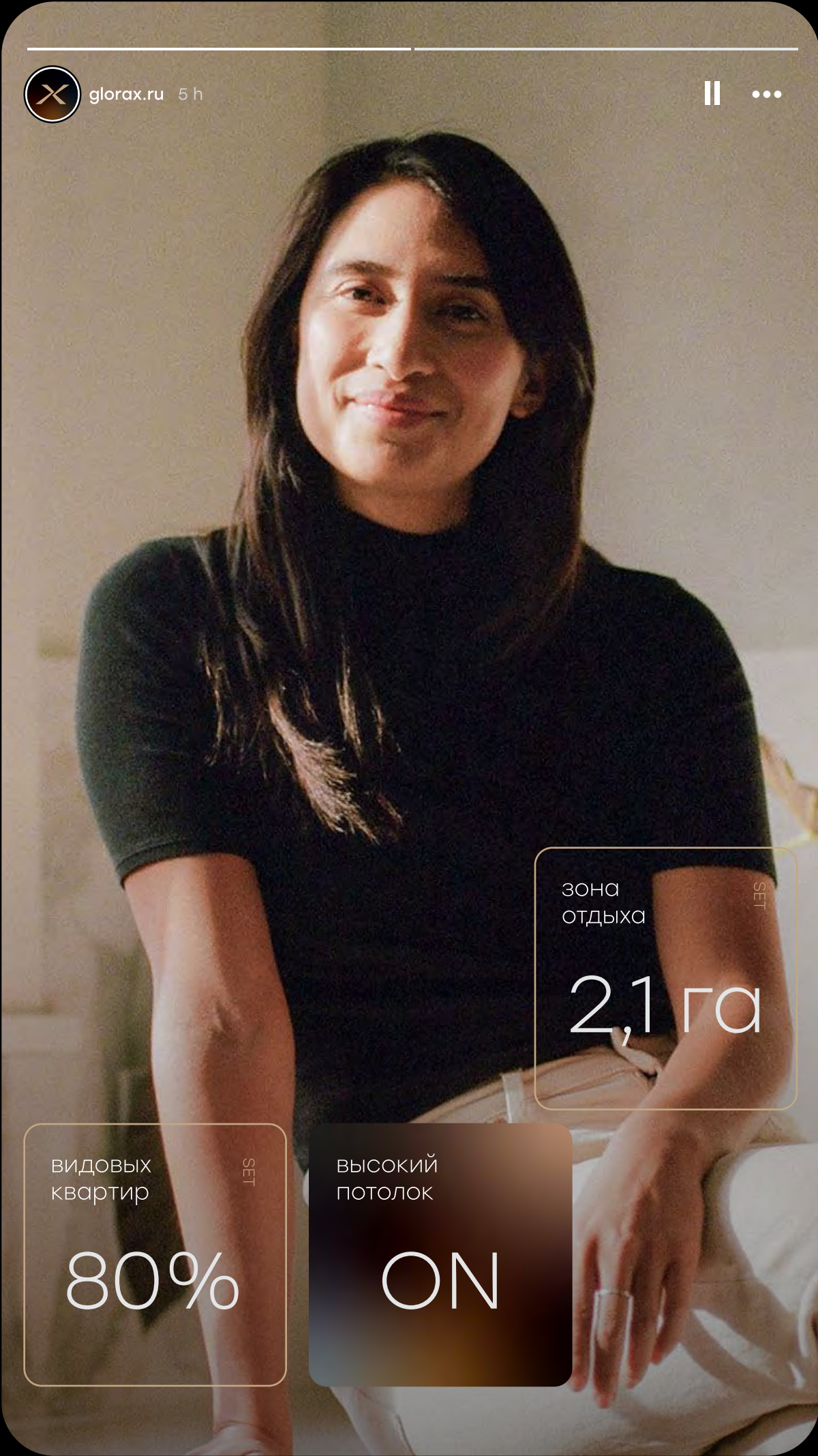
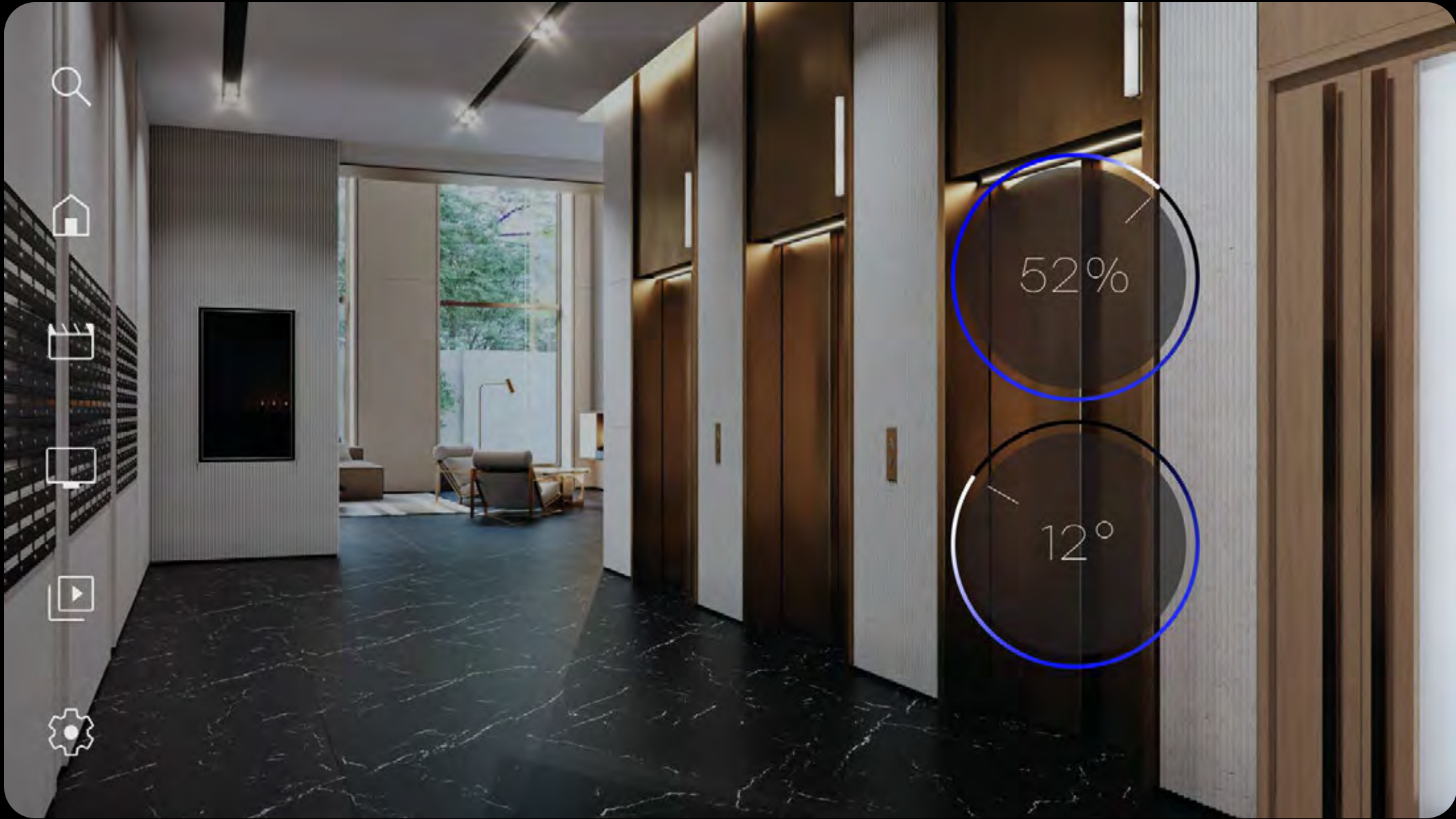
уведомление



обогрев

ON







19 / Фотостиль

Фотостиль в брендбуке играет важную роль в создании единого визуального образа для бренда, в выражении его ценностей и установлении согласованности с другими элементами брендинга, такими как логотип, цветовая палитра и типографика. Он помогает привлечь и удержать внимание аудитории через эстетически привлекательные и качественные фотографии, которые выражают ключевые идеи и ценности бренда, а также поддерживают его узнаваемость. Фотостиль также способствует формированию неизгладимого впечатления на аудиторию и созданию единого стиля контента, что помогает бренду выделиться на рынке и запомниться своим потребителям.

Материалы

В фотографии премиальные материалы, такие как дерево высокого качества, алюминий, титан, фарфор и углеродное волокно, являются важными элементами для создания премиальных изображений.

1. Дерево высокого качества: использование текстур и оттенков премиального дерева добавляют теплоту и естественность фотографии.
2. Алюминий, титан и углеродное волокно – эти современные и стильные материалы придают фотографии неповторимый и инновационный характер.
3. Фарфор: визуальные элементы из фарфора приносят изысканность особенно при фокусировке на текстуре и деталях.





Инновационность и визионерство

Фотостиль, отражающий инновационность и визионерство, является ключевым элементом в формировании образа бренда. Он должен выделяться свежим и современным подходом к изображениям, передавая ощущение передовой мысли, креативности и технологического прогресса, оставаясь при этом человекоцентричным и концентрируясь на личности и комфорте.





GloriaX Белорусская

Фотостиль похож на фэшн эдиториал премиального сегмента, при этом в центре внимания так же остается человек. Цветовой код выражается в преобладании теплых оттенков в черно-белых кадрах. Предпочтение отдается семейным историям, естественным эмоциям, жизненным деталям.





GloriaX Черниговская

В фотографии рекомендуется сохранять фокус на творчестве, аутентичности и предпринимательстве, выражаясь через колоритные, но при этом стильные образы. В центре сюжета – люди, энергия которых преобразует место, но сохраняет суть.





3 / Носители фирменного стиля

01 / Визитная карточка

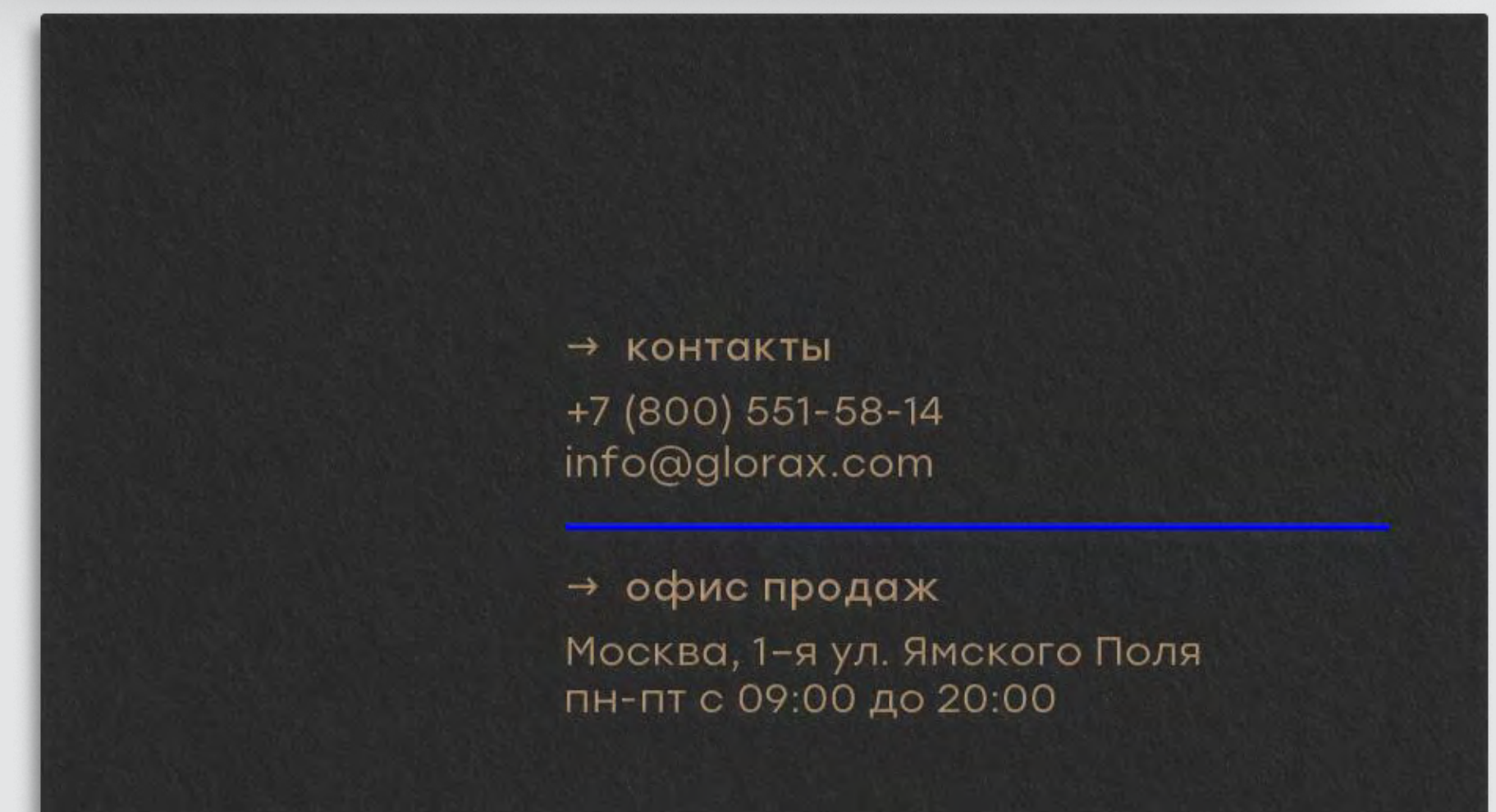
Визитные карточки сотрудника печатаются на плотной дизайнерской бумаге 300 г/м² формата 90 x 55 мм.

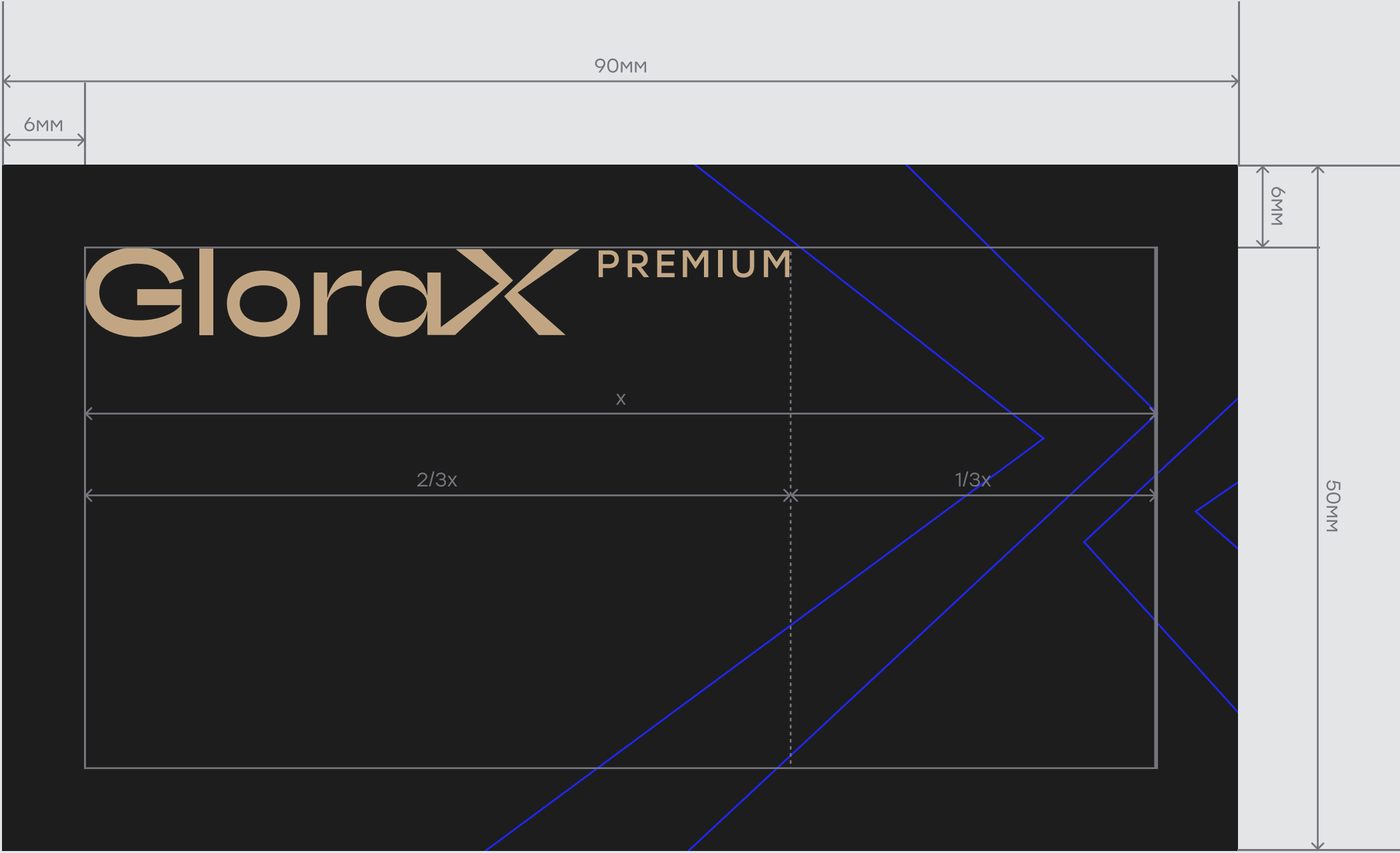
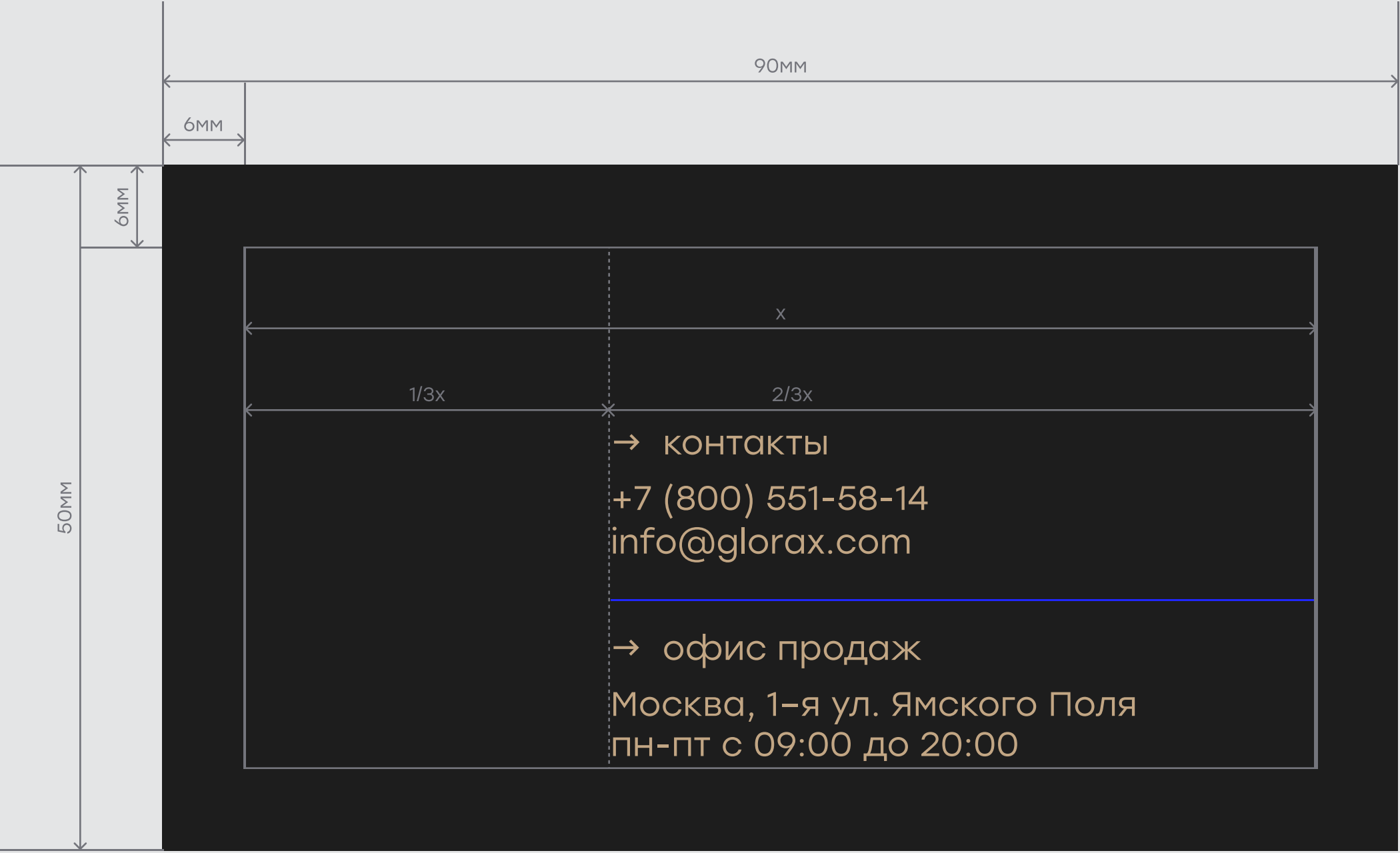
Печать на темной, крашеной в массе бумаге.

Печать логоблока и контактной информации: Pantone 10406.

Линия и суперсимвол выполнены с использованием синей фольги для горячего тиснения.

Для текстовой информации применяйте фирменный шрифт Stolz размером 7pt.





02 / Бланк

Фирменные бланки печатаются на бумаге GF Smith Colorplan Natural весом 175 г/м² в формате А4.

Цифровая печать фирменными цветами.

Основной текст фирменным шрифтом Stolzl Book размером 12pt / 19pt, а заголовки - шрифтом Stolzl Regular с теми же размерами.







GloraX PREMIUM

Duis autem vel
eum iriure dolor in
hendrerit in vulput

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure
dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,
vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accun
et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril
delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum
dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed nonummy
nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip commodo.

→ КОНТАКТЫ
+7 (800) 551-58-14
info@glorax.com

→ офис продаж
Москва, 1-я ул. Ямского Поля
пн-пт с 09:00 до 20:00

03 / Папка на резинке

Размеры папок – 320x235 мм, металлизированный картон 400 г/м², корешок от 5 мм.

Печать логоблока Pantone 10406.

Вертикальная резинка с логотипом.

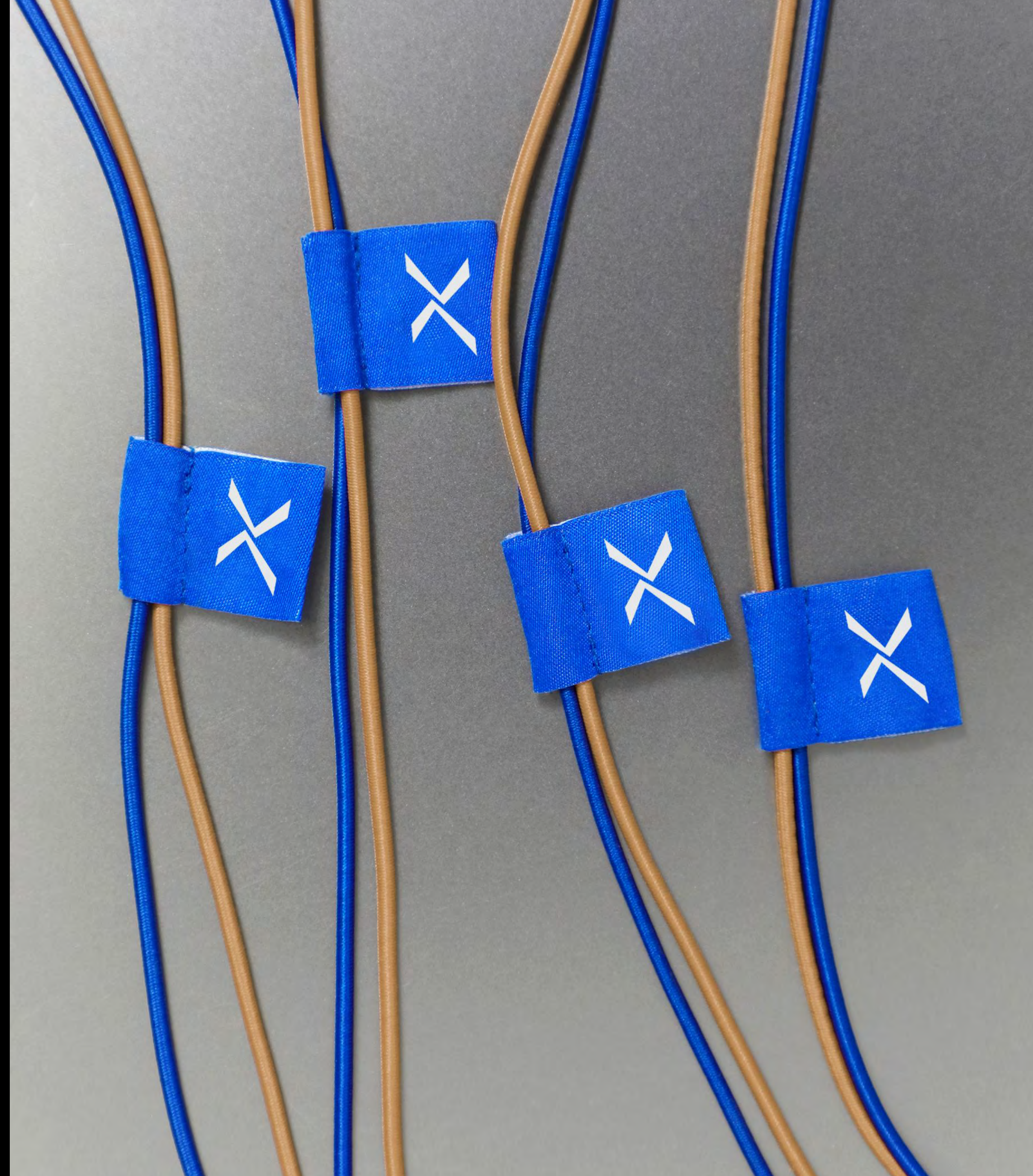




Резинка для папки

Резинки используются для обеспечения сохранности содержимого папки.

Печать: шелкотрафарет или вышивка суперсимвола.

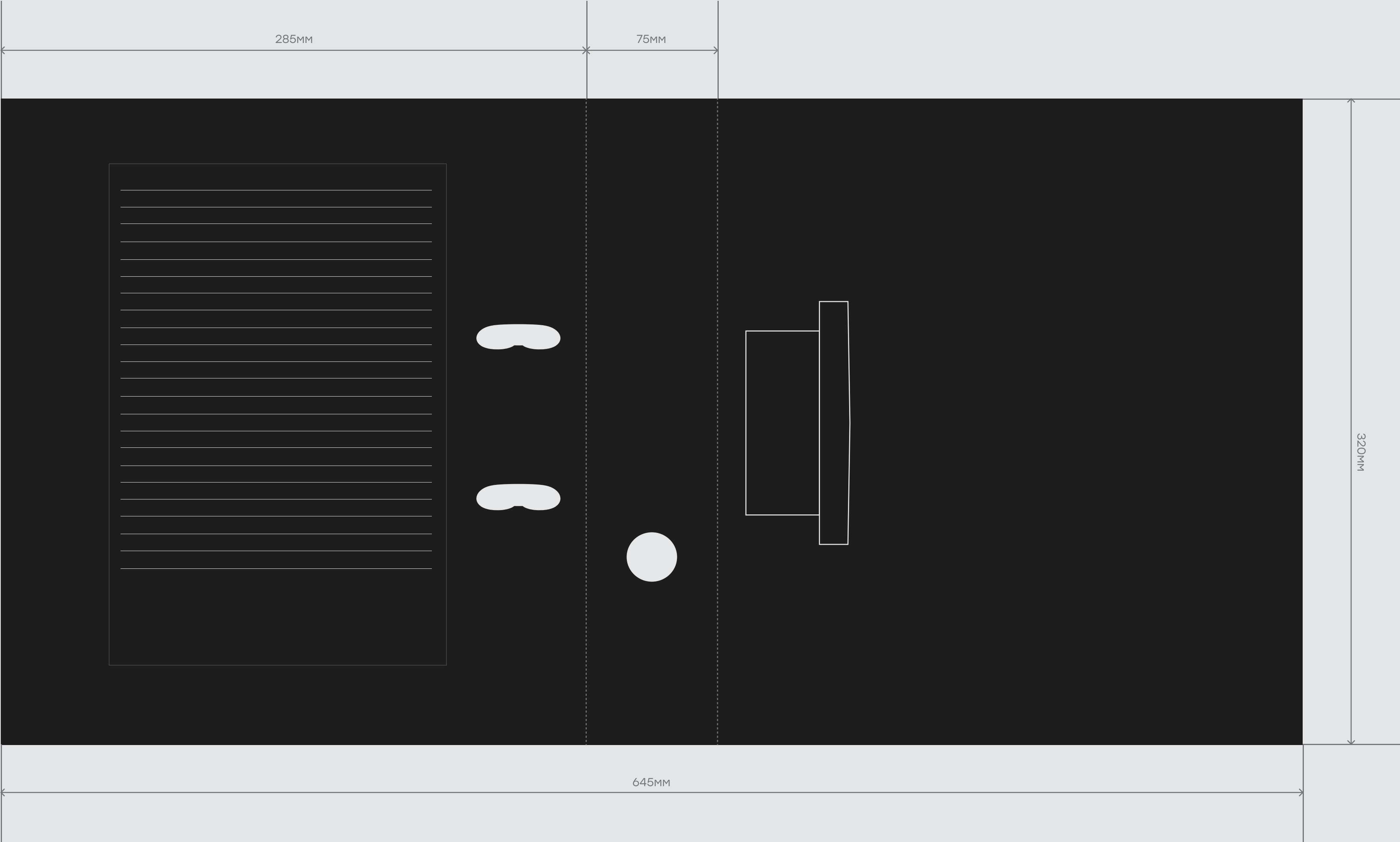


04 / Папка-регистратор

Рекомендуется использовать папки-регистраторы с кольцевым типом скрепления.

Размеры папок – 320х270 мм, а ширина корешка – 75 мм.
Печать на черной папке металлизированным пантоном Pantone 10406.





05 / Бейдж

Бейдж включает в себя логоблок, имя и фамилию, должность и фотографию сотрудника.

Кроме того, отдельно можно изготовить QR-код на самоклеющемся материале с контактами сотрудника.
Печать: CMYK + отдельно QR-код Pantone Electric blue.

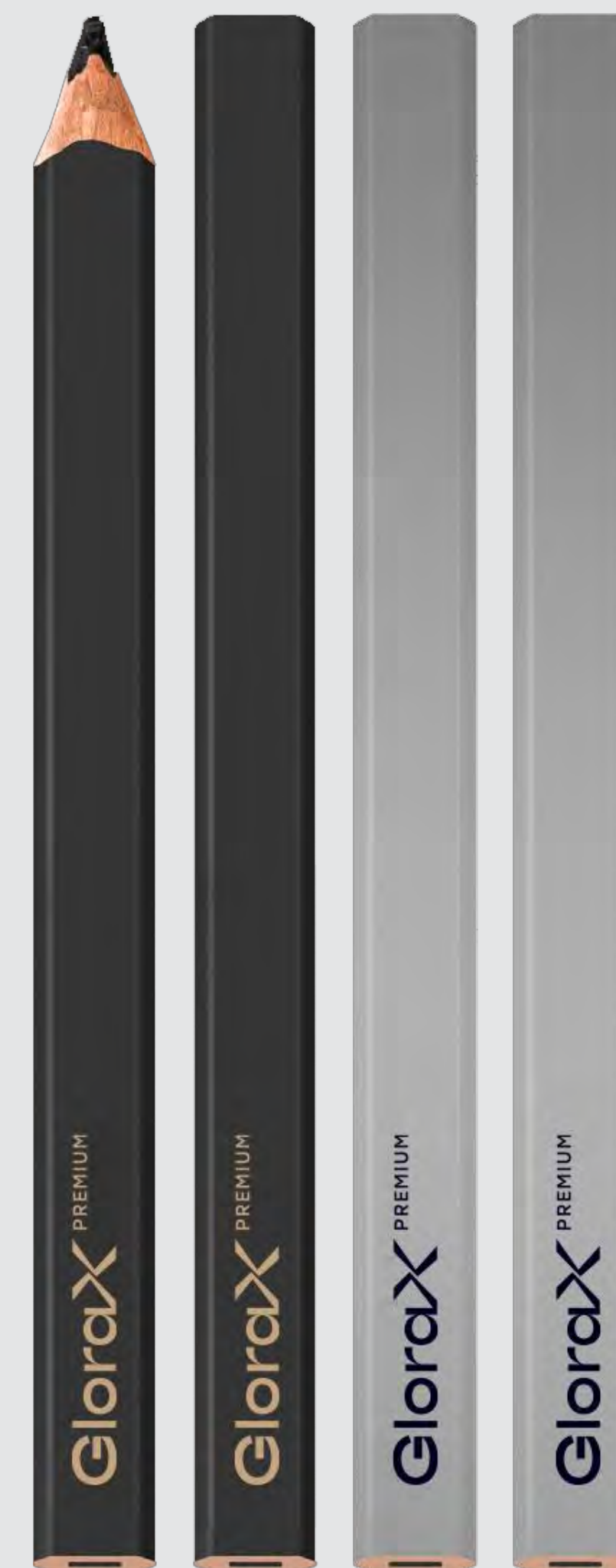


06 / Карандаш

Нанесение логотипа, названия компании или других брендовых элементов на карандаши обеспечивает узнаваемость бренда и продвигает его образ среди клиентов, партнеров и сотрудников.

Карандаши с брендированным дизайном могут использоваться как корпоративные подарки, рекламные материалы или сувениры на мероприятиях.

Печать: Pantone 10406 C на черном или Black на серебристом карандаше.



07 / Зонт

Зонт может быть использован как сувенирный предмет, рекламный материал или корпоративный подарок. Нанесение логотипа на зонт помогает усилить узнаваемость бренда и продвинуть его образ в повседневной жизни людей, использующих этот зонт.

Печать: Pantone 10406.



08 / Кран



09/ Презентация

Шаблон презентации.

Обложка презентации существует в двух вариантах: с картной или только с суперсимволом. Шаблон внутренних страниц презентации может быть на черном или белом фоне. Верстка и расположение контента зависят от цели презентации (чтение с монитора или слайд для публичного выступления).





Glorax Premium:

иначе значит круче

→ офис продаж

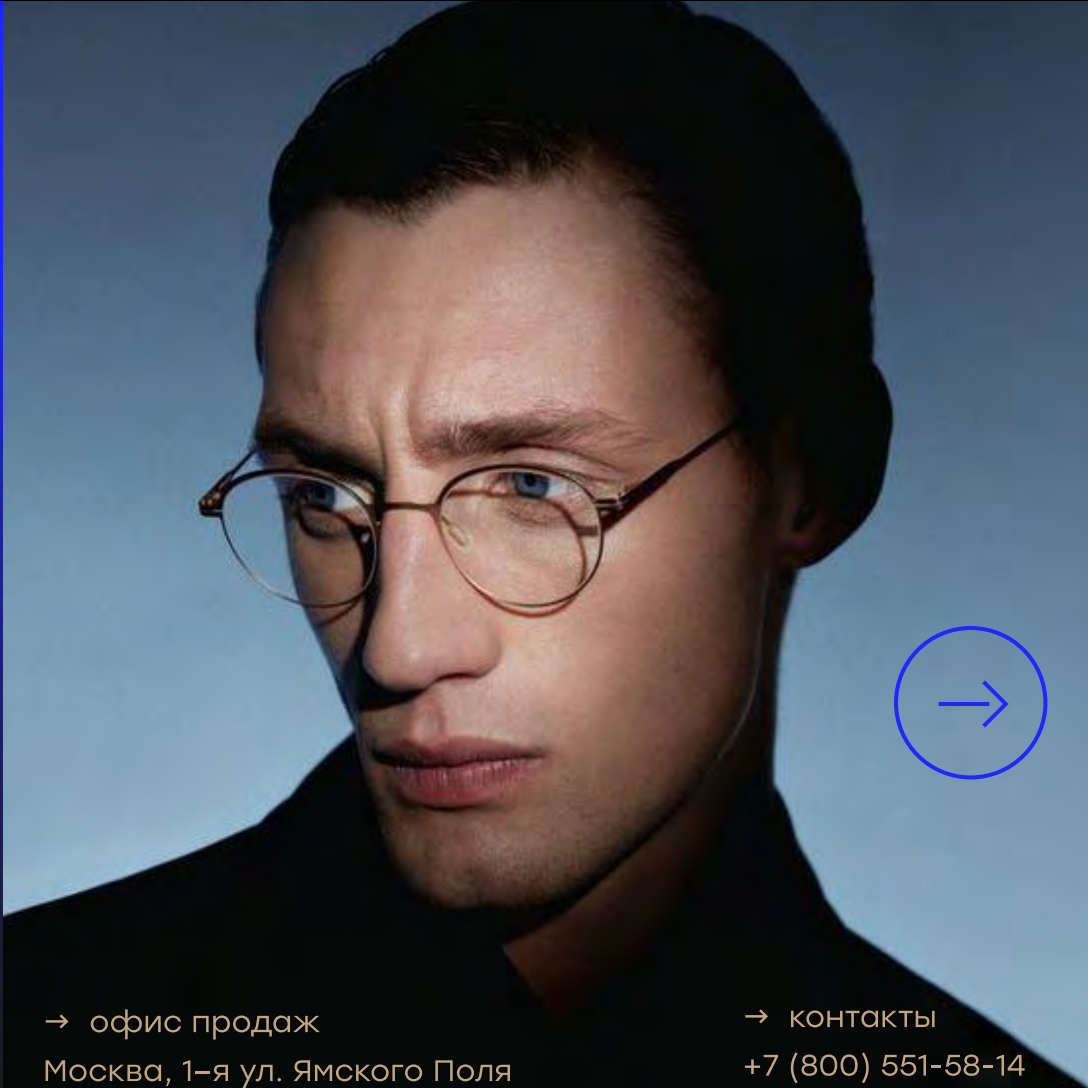
Москва, 1-я ул. Ямского Поля

пн-пт с 09:00 до 20:00

→ контакты

+7 (800) 551-58-14

info@glorax.com



→

01

Glorax Premium:
иначе значит
круче

02

Клубный дом Glorax Premium Белорусская находится
в центральной части города, всего в 10 минутах езды
от **Кремля и Манежной площади.**

03

Glorax Premium

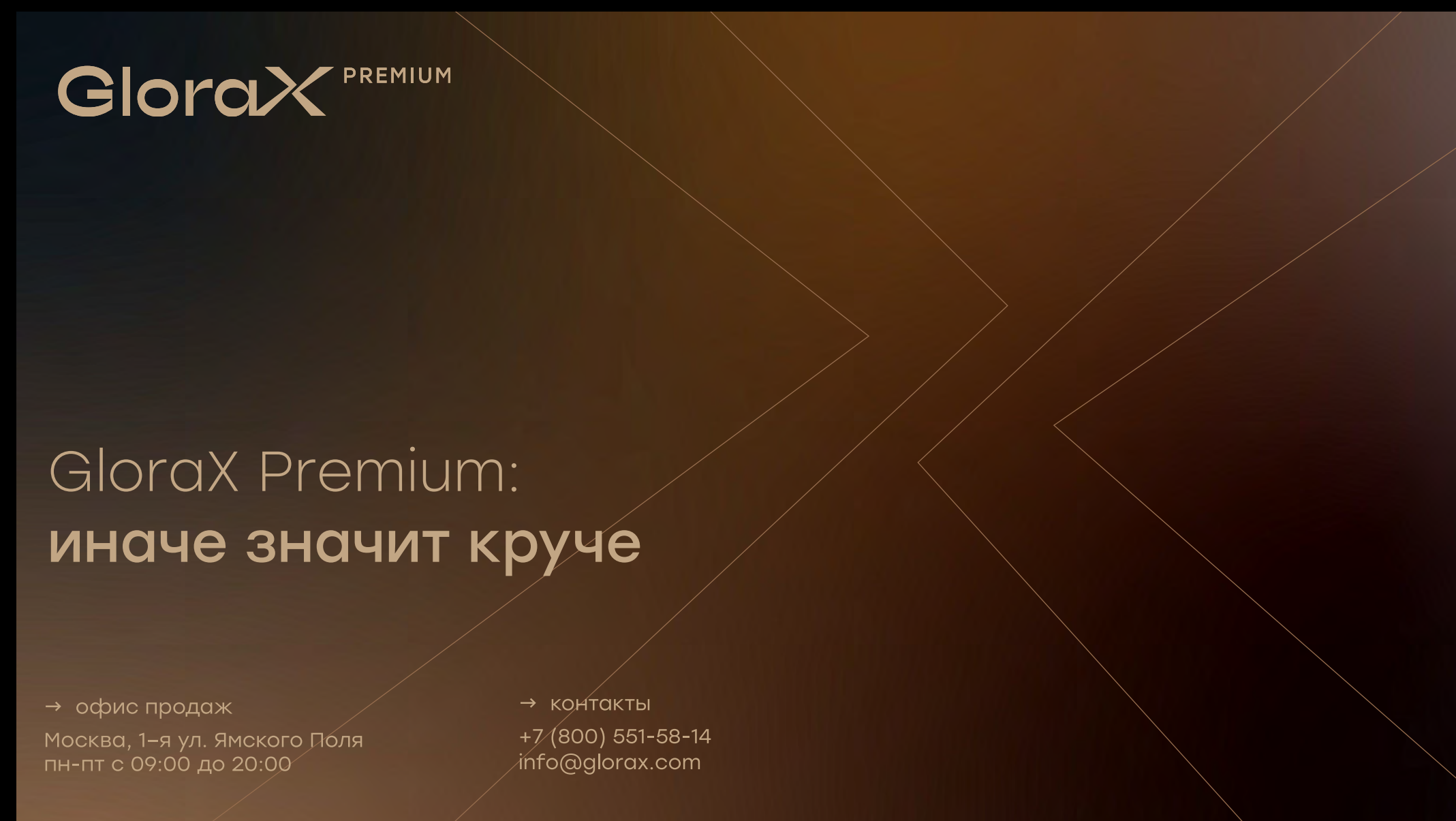
04

С водопадом, лобби по эксклюзивному
дизайн-проекту, инфраструктура
центрального района с ресторанами
высокой кухни, элитными бутиками и
модными торговыми центрами, театрами
и музеями, салонами красоты и фитнес

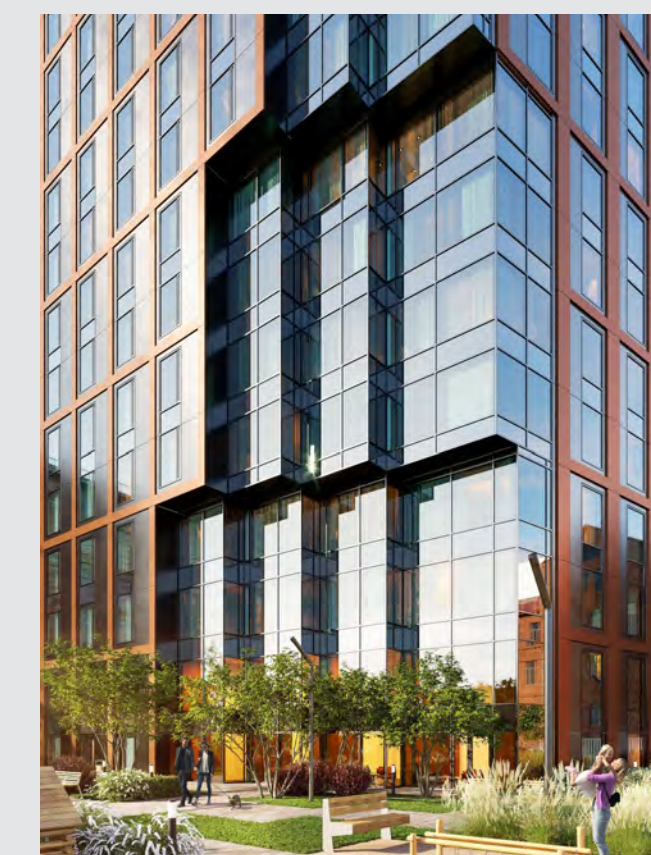
05

центрами создают идеальные условия
для жизни. А инновационные
инженерные системы, которыми
оснащен дом, обеспечивают жителям
приватность и полную безопасность.

06

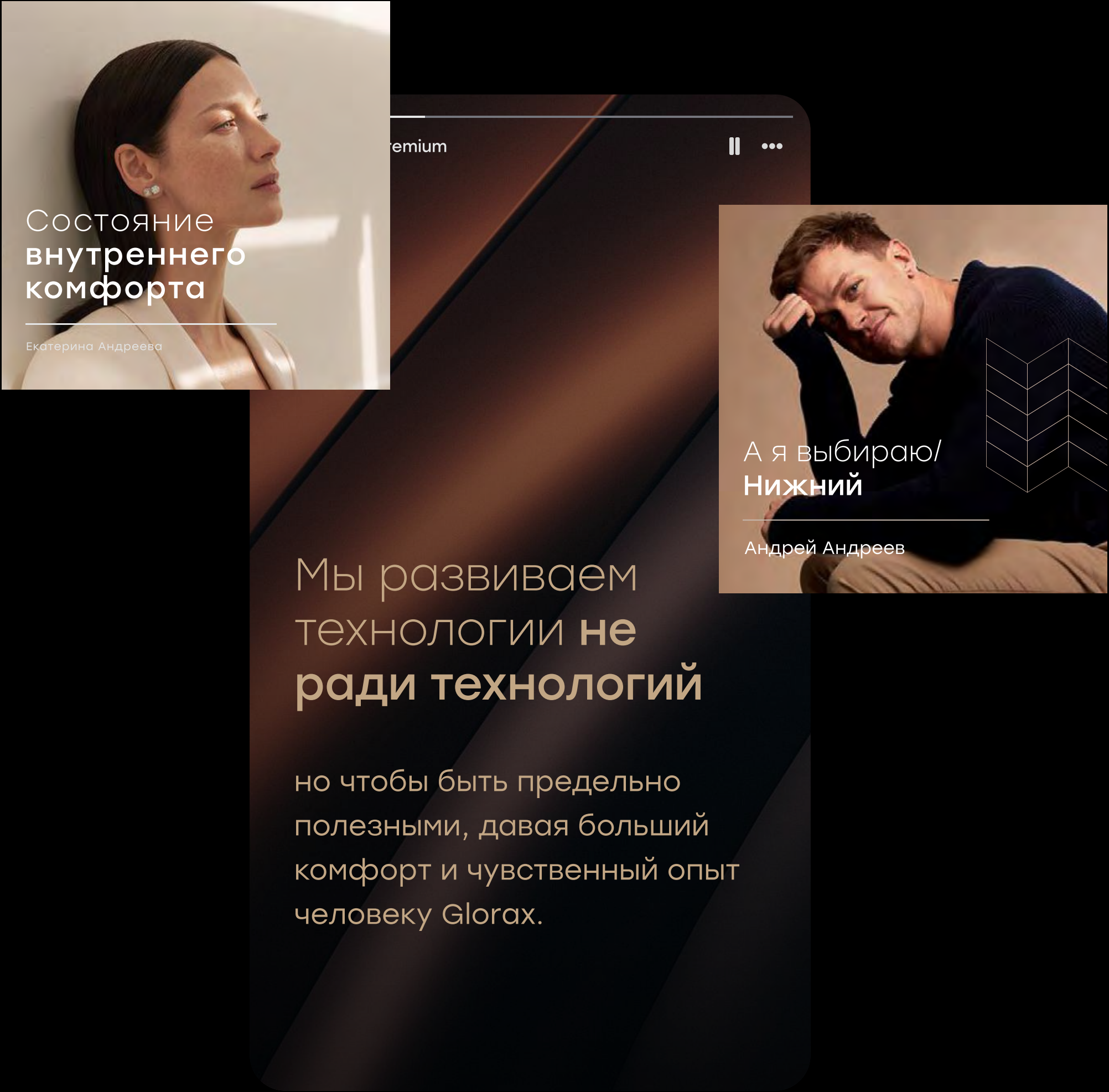


Камерный внутренний двор с **водопадом** по **эксклюзивному** дизайн-проекту.



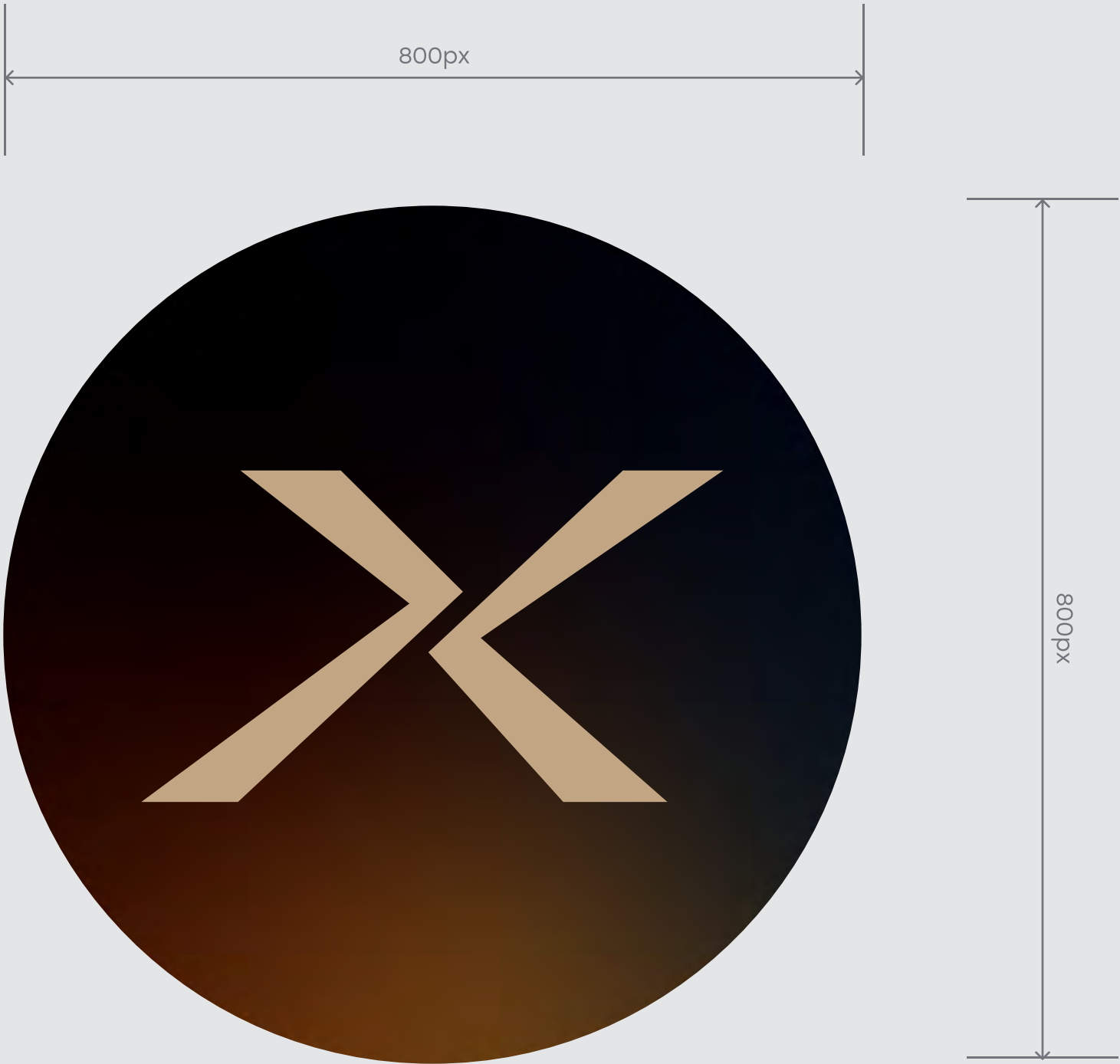
10 / Социальные сети

С целью создания контента для социальных сетей следует использовать фирменную цветовую палитру, фирменные градиенты, фирменный шрифт, шкалу размеров шрифта для цифровых материалов и дополнительные визуальные элементы.

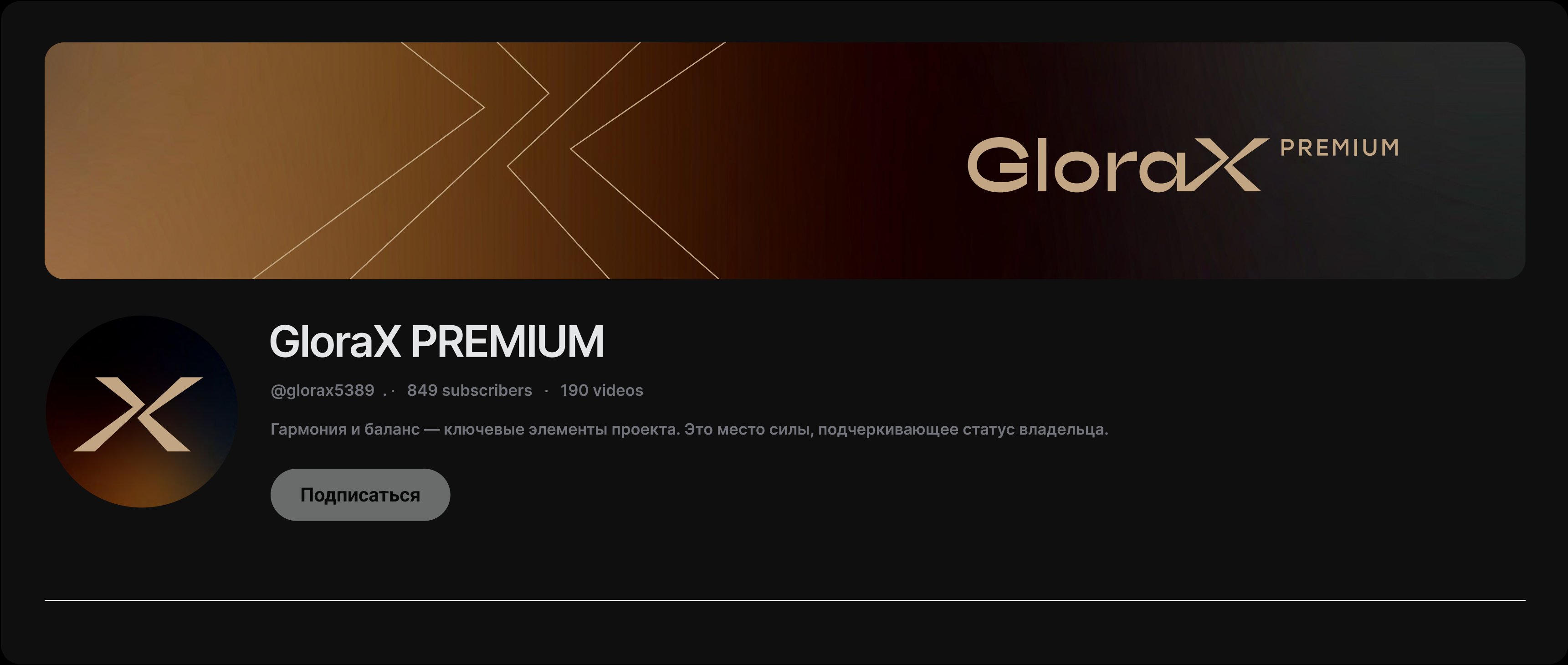


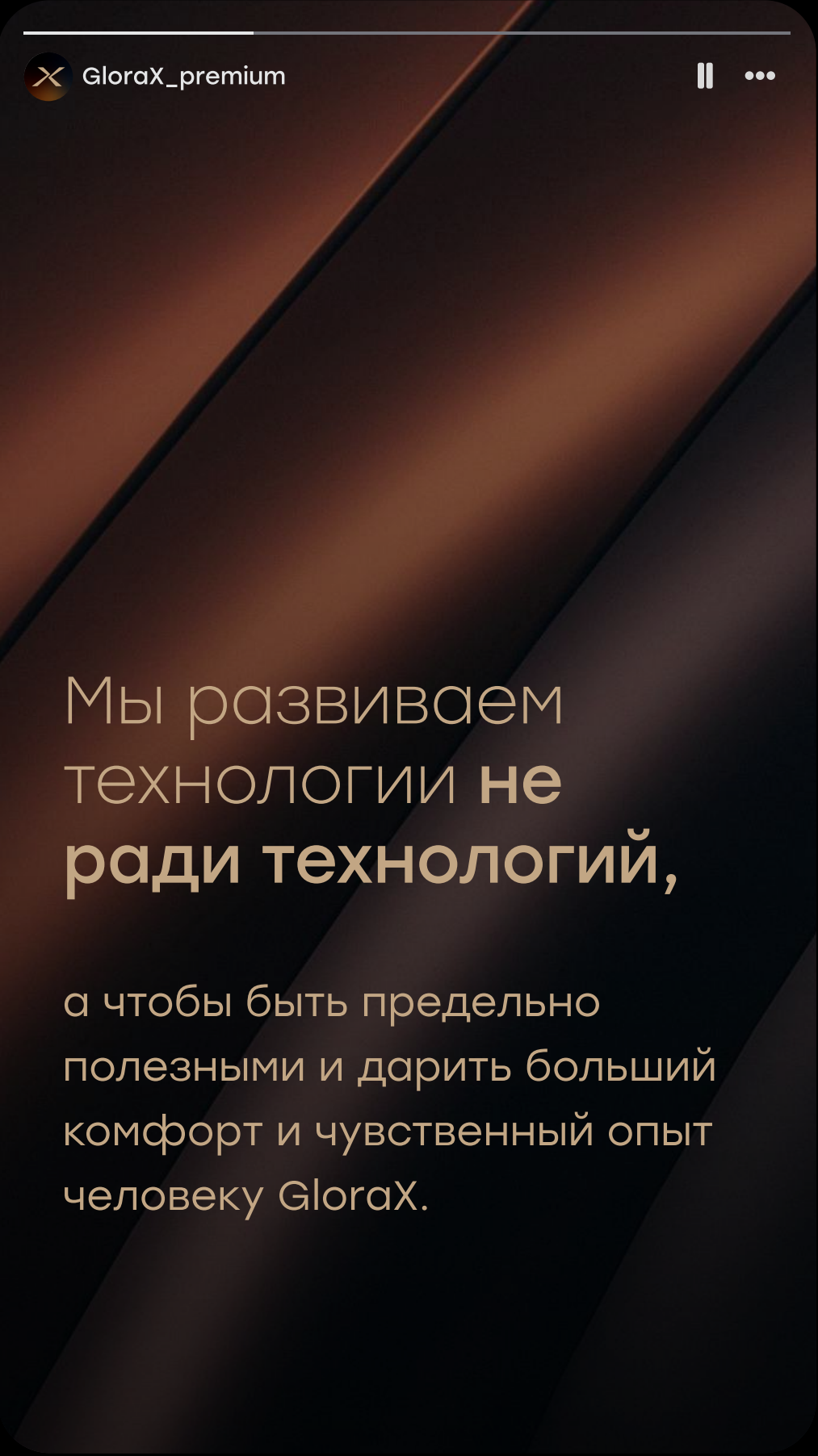
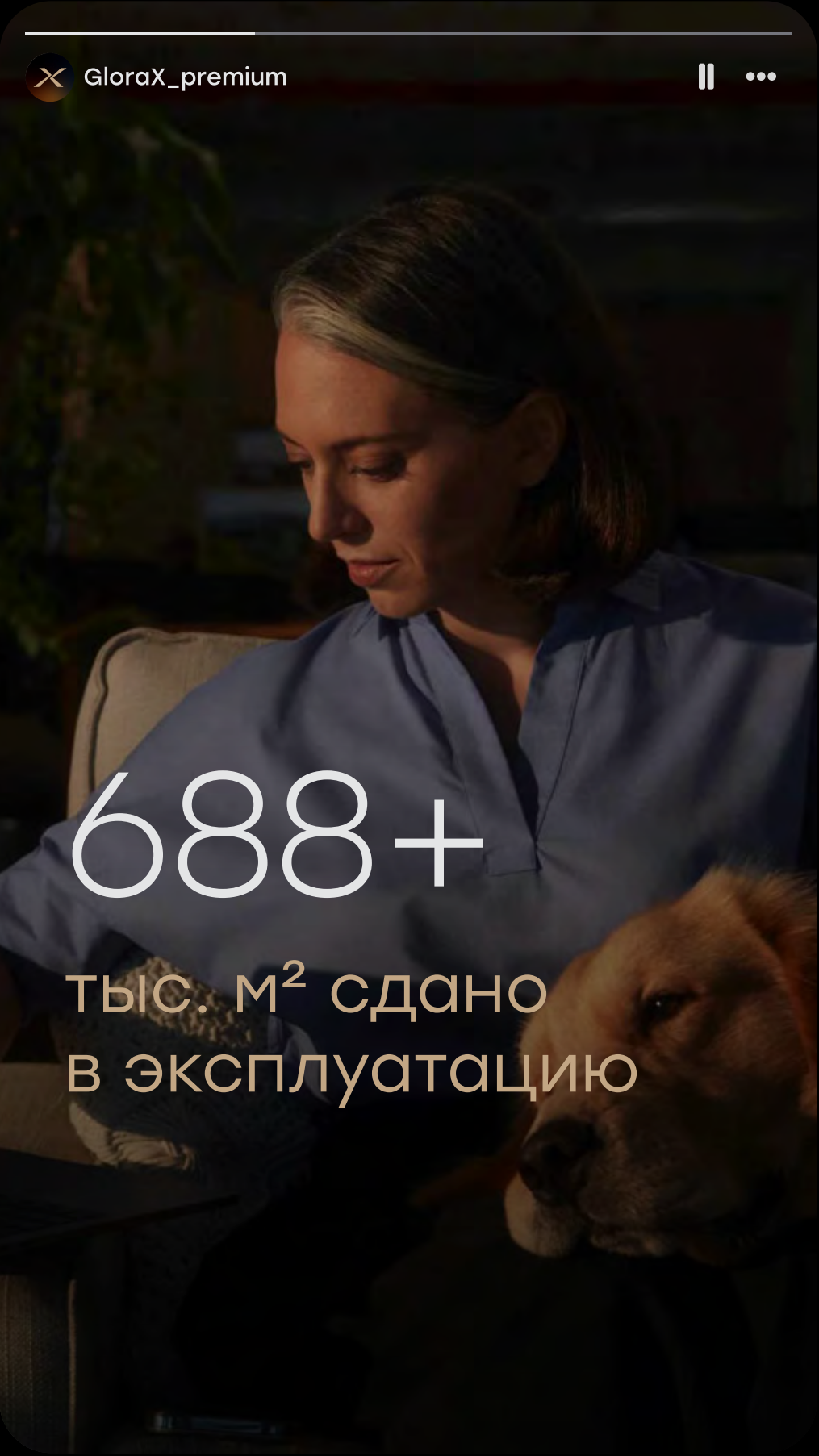
Аватар

Рекомендуемый размер аватара для социальных сетей - 800x800 пикселей для обеспечения хорошего качества изображения.

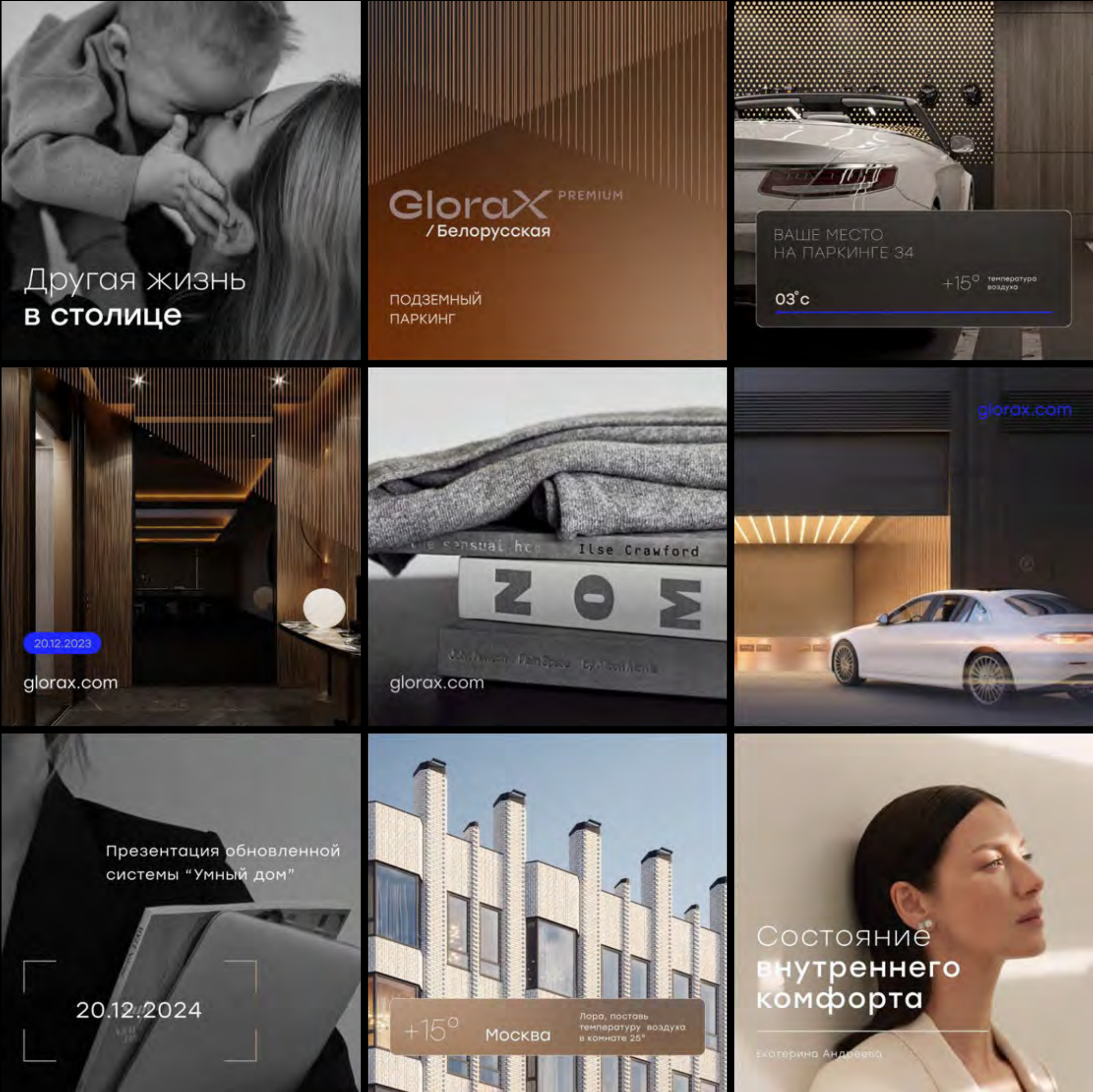
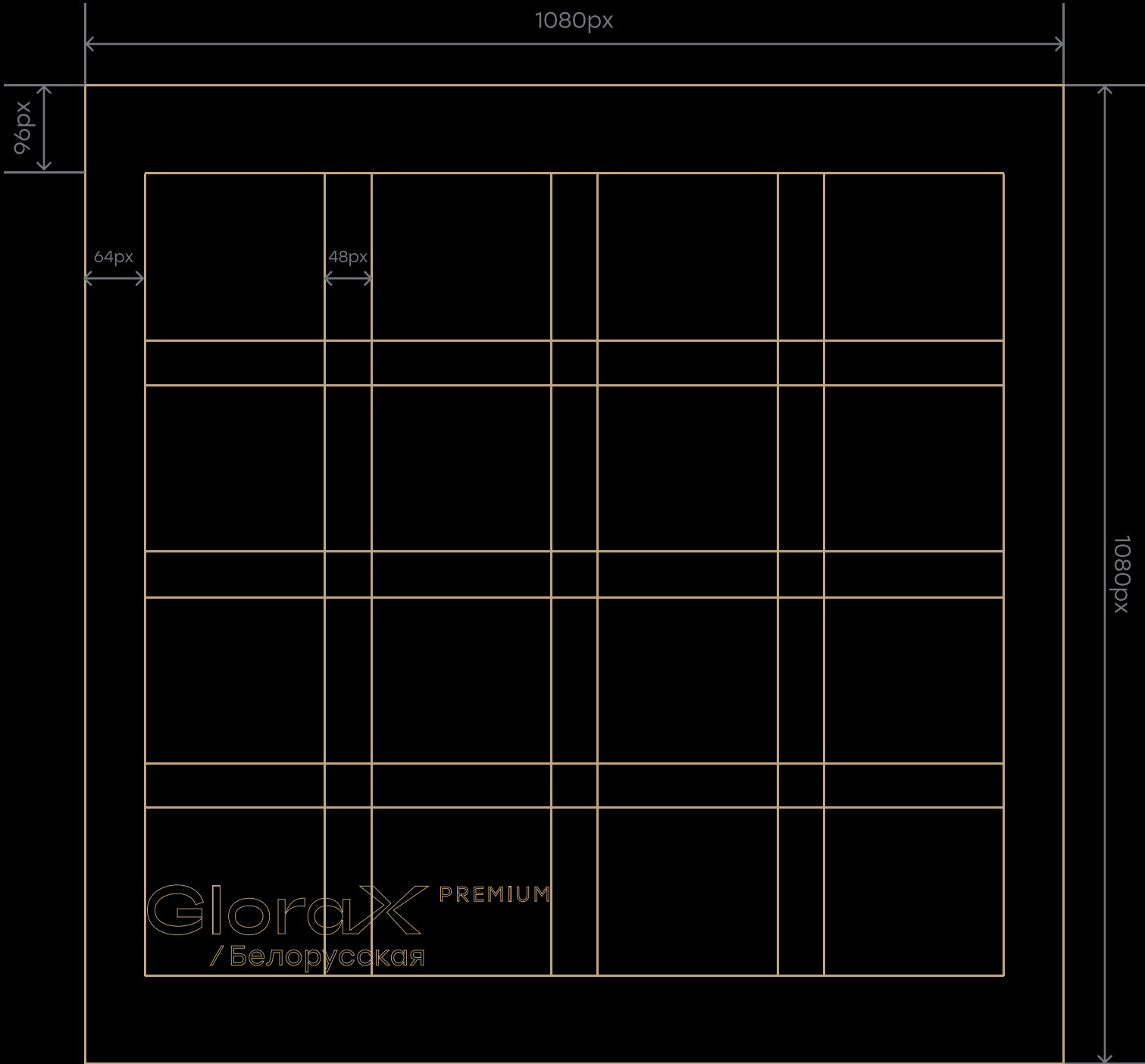


Обложка Youtube

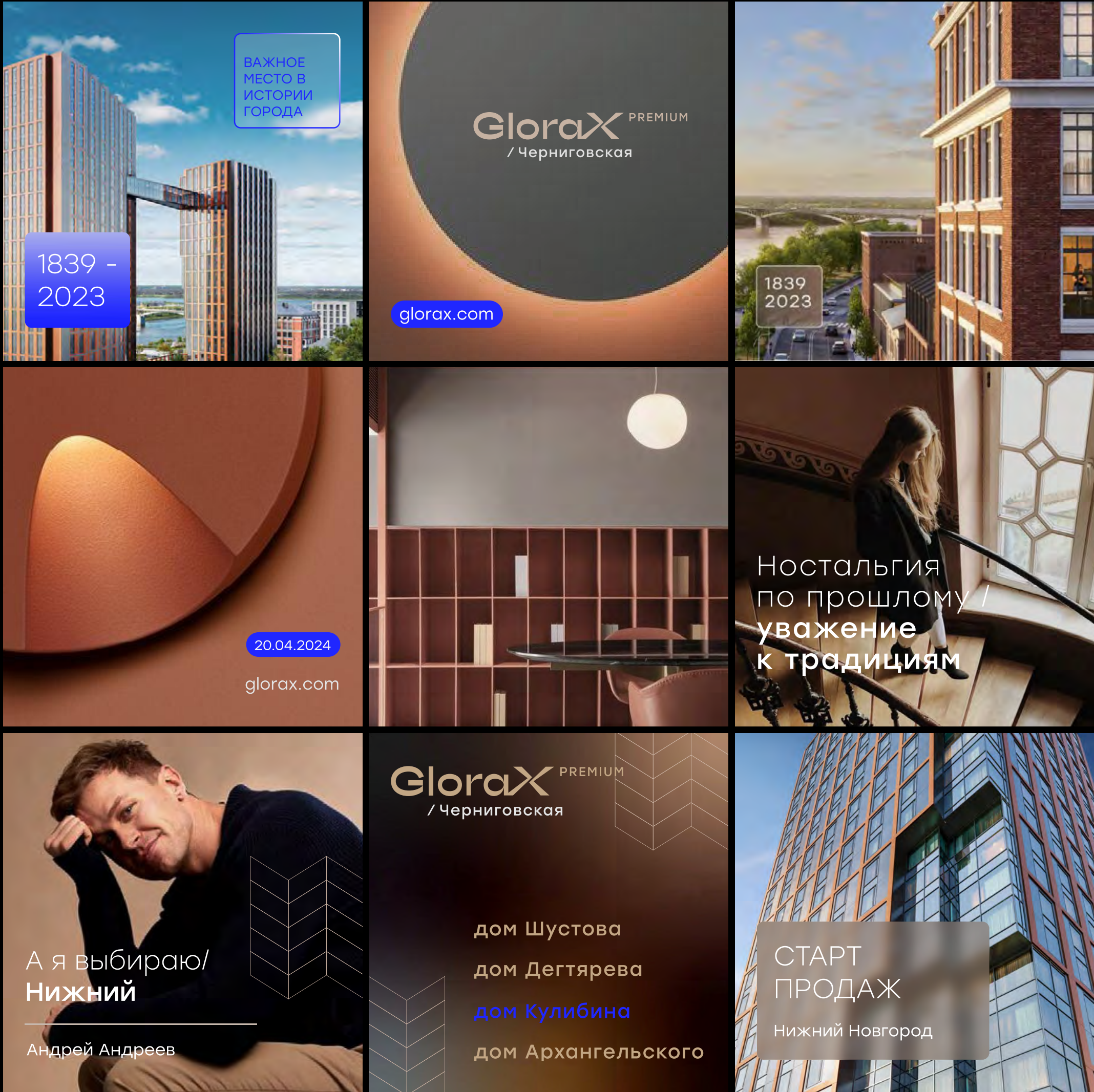
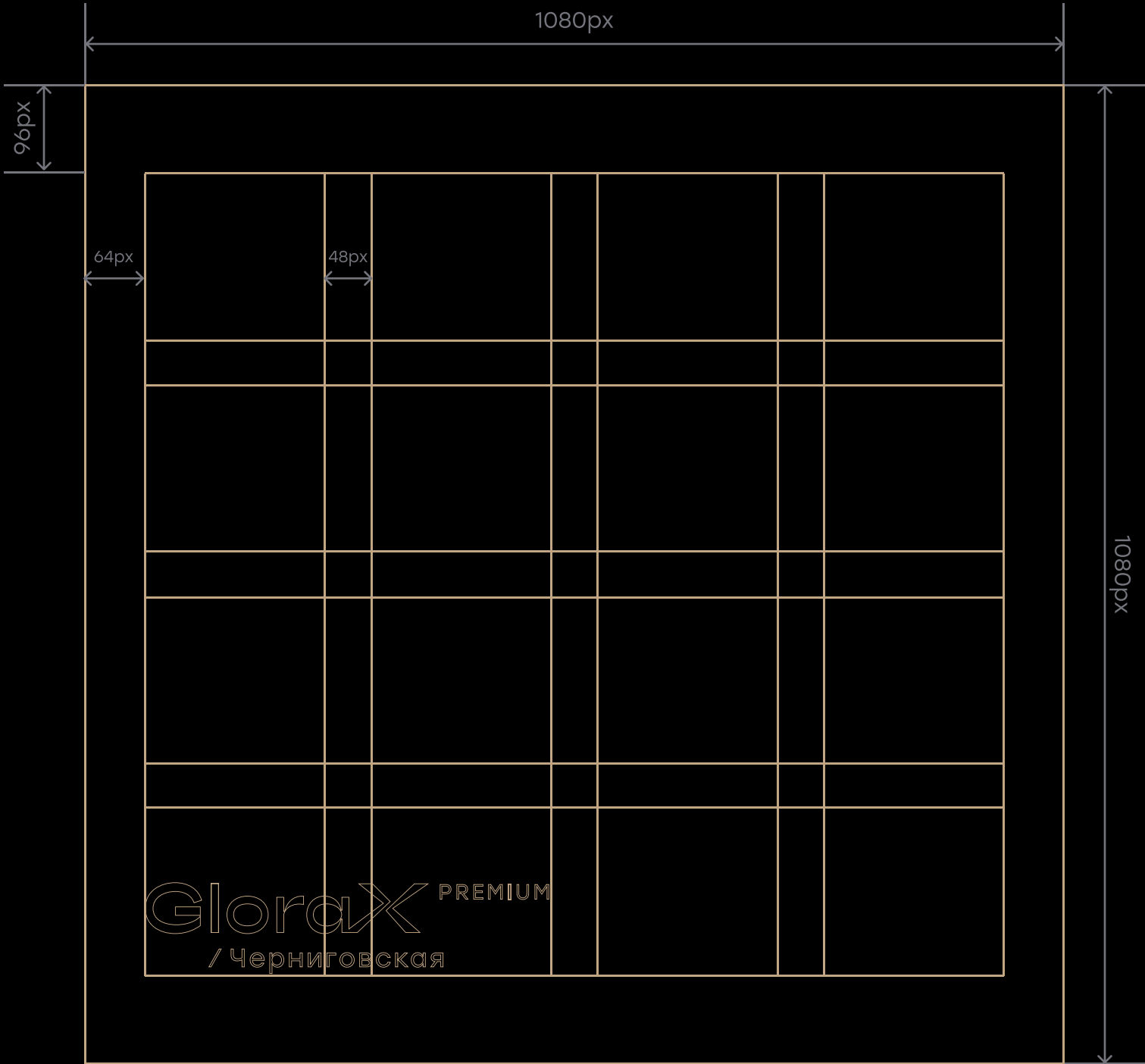




Инстаграм для Белорусской



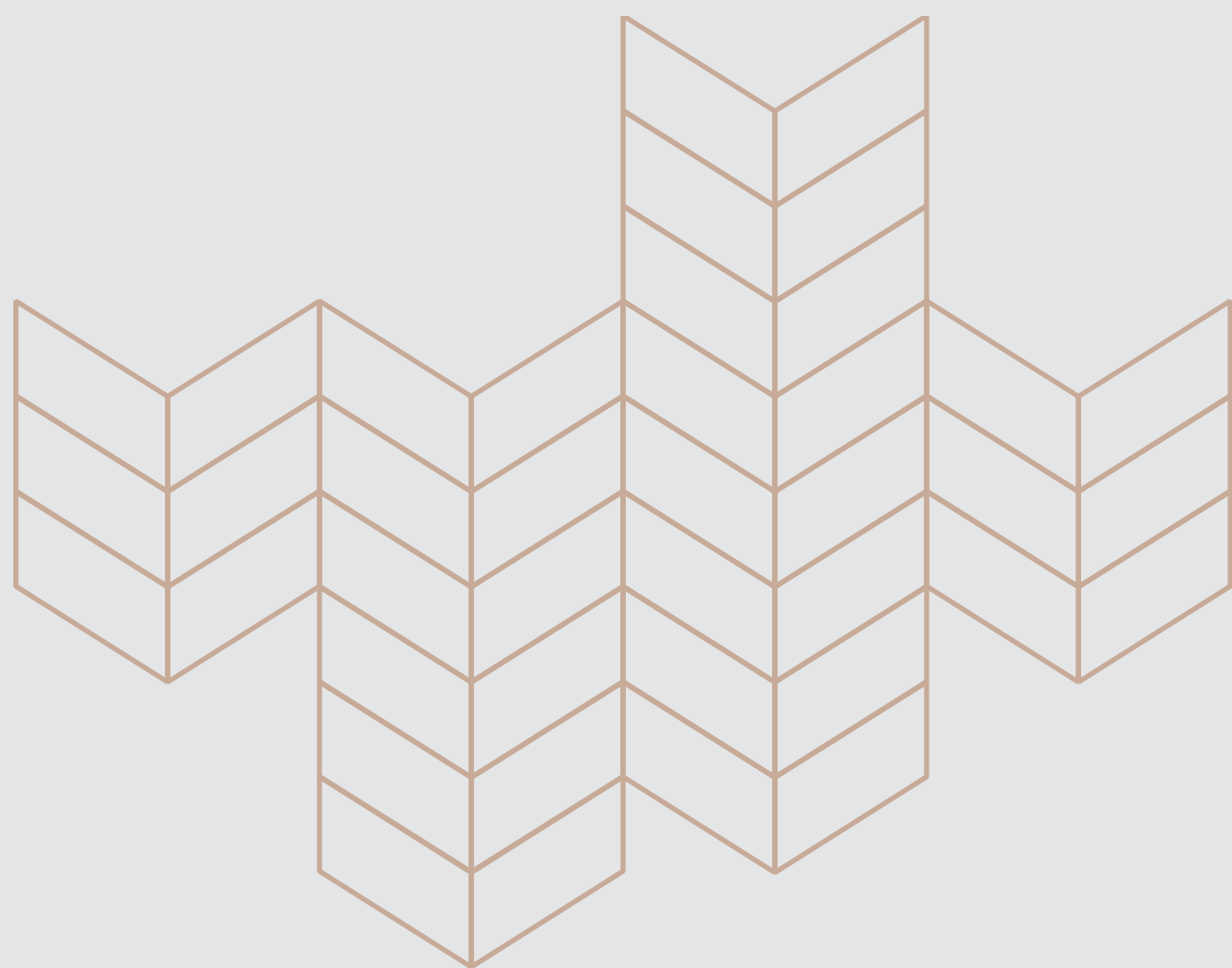
Инстаграм для Черниговской



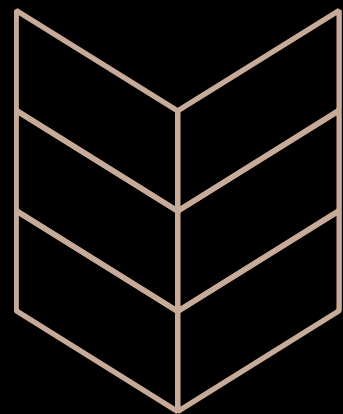
4 / Паттерны

01 / Черниговская

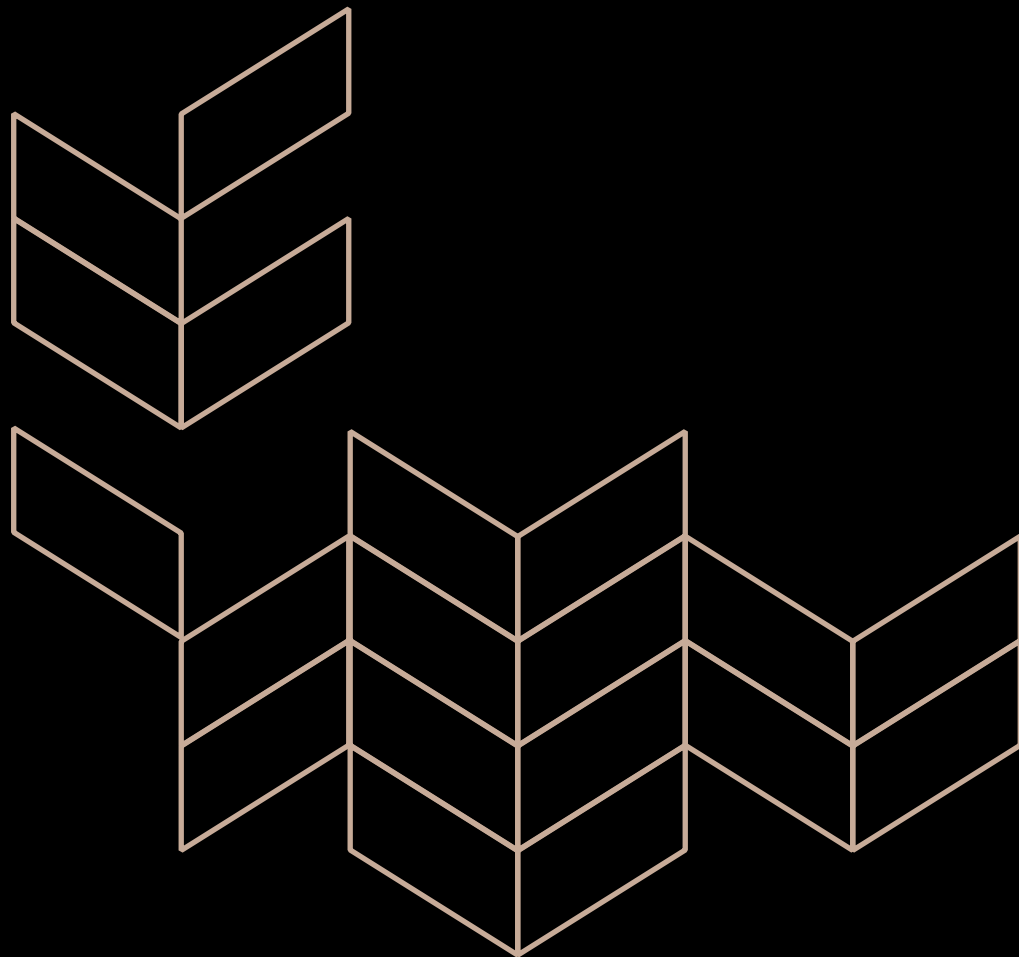
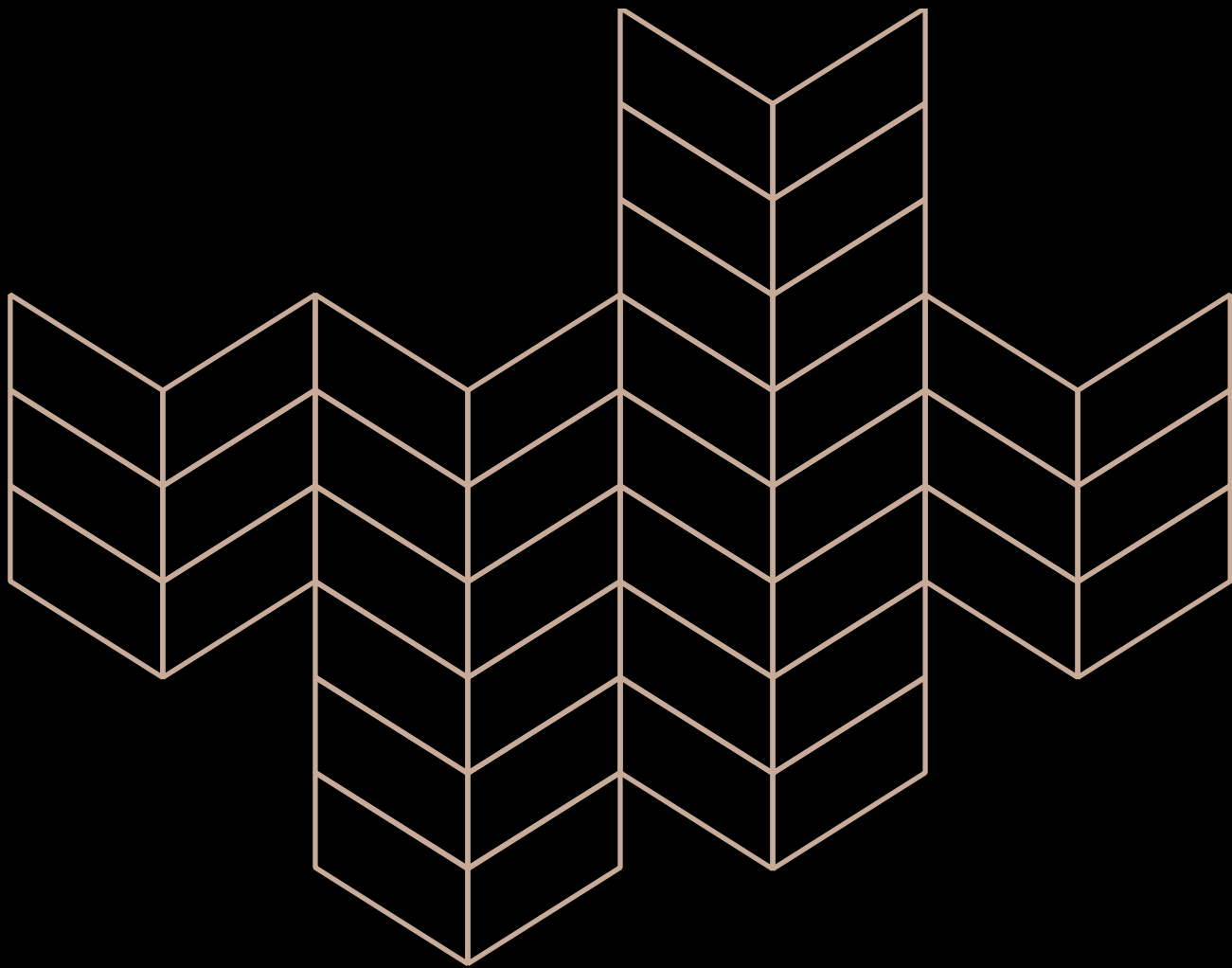
В основу паттерна для GloraX PREMIUM Черниговская лег мотив декоративного узора в виде пшеницы – это олицетворение символа объединения современной архитектуры с историей данной локации.



02 / Возможные варианты комбинации

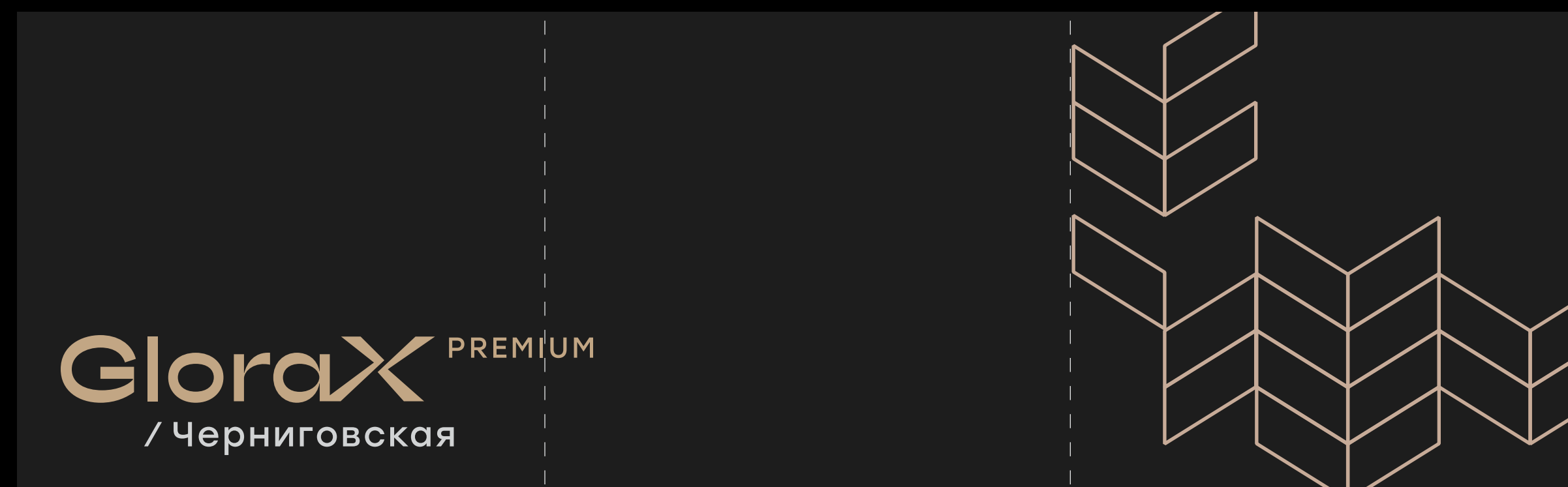


Основной модуль

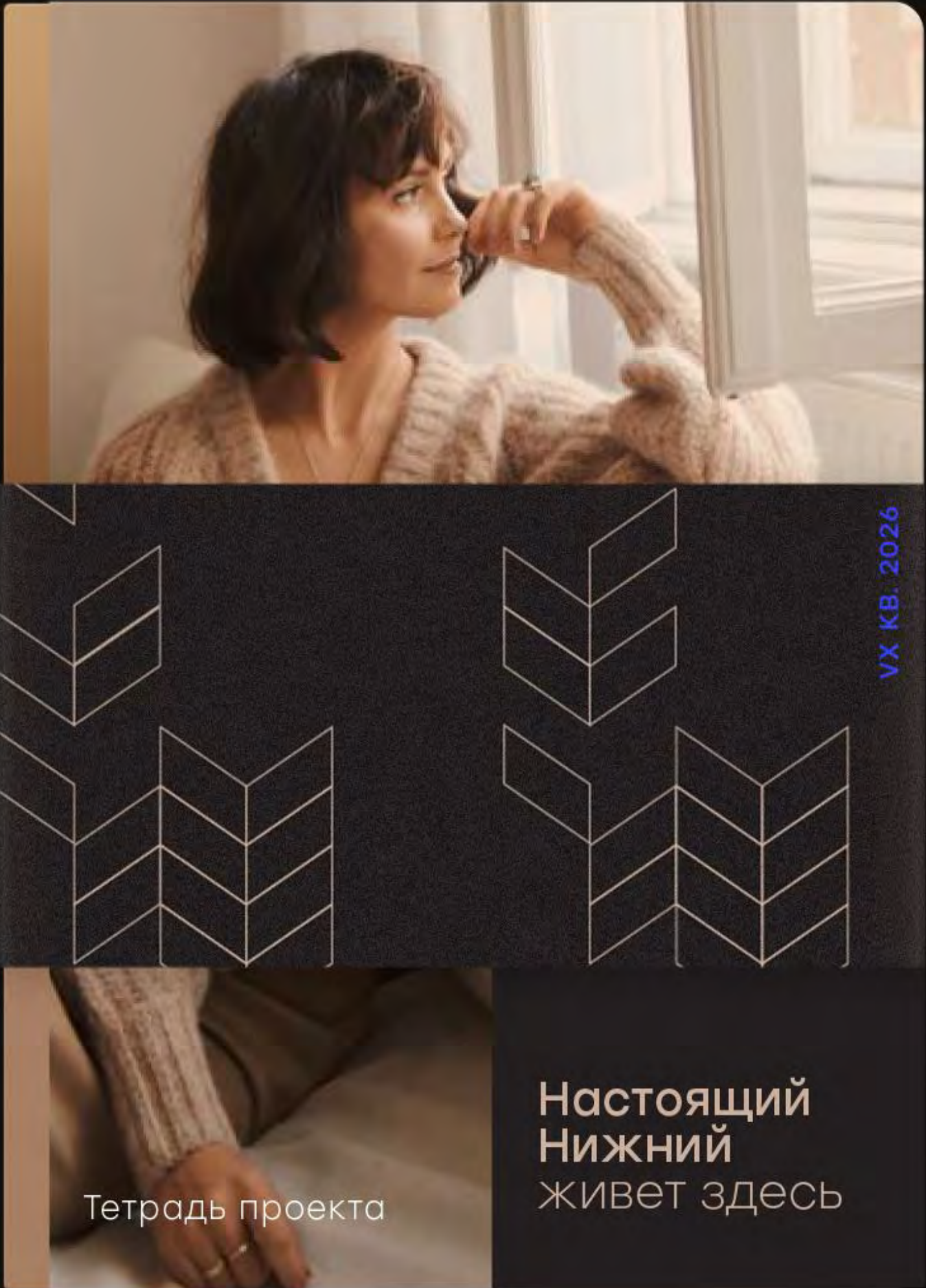


03 / Возможные варианты композиции

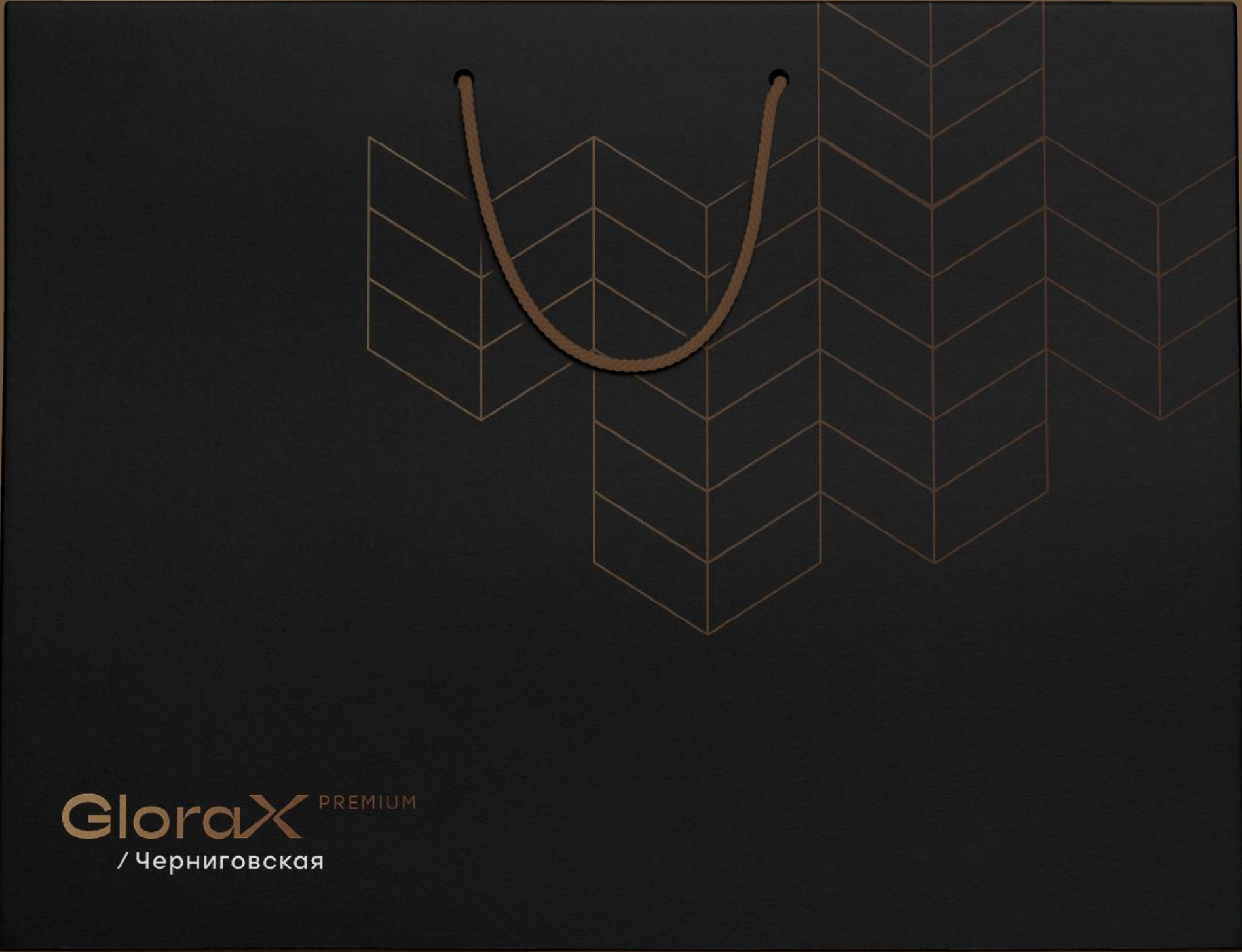
Рекомендуется располагать паттерн таким образом, чтобы он занимал не больше $1/3$ либо $2/3$ части. При этом паттерн может выходить за пределы края макета. Главное – не центрировать паттерн, а сохранить его динамическую композицию.



04 / Примеры использования

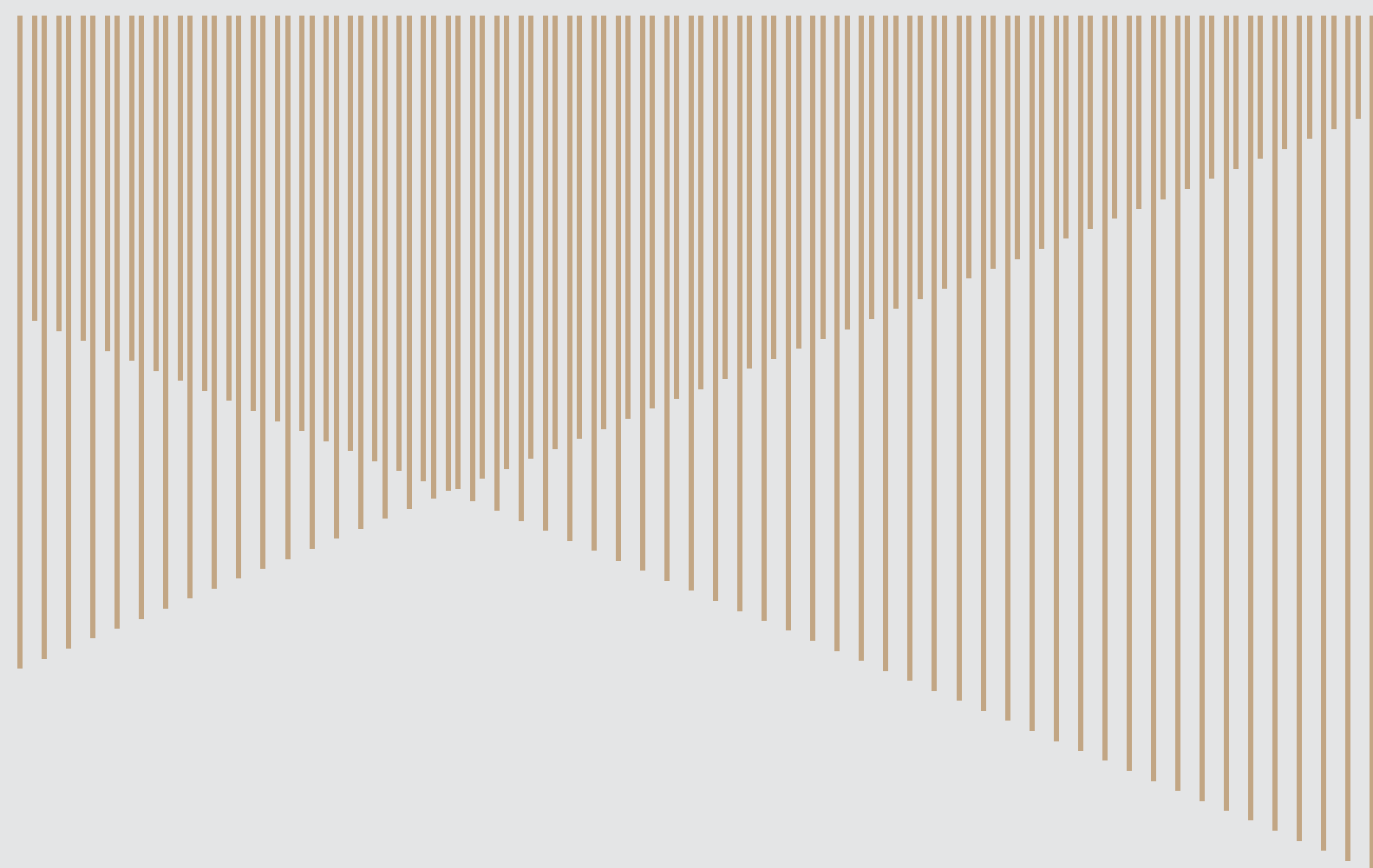


04 / Примеры использования

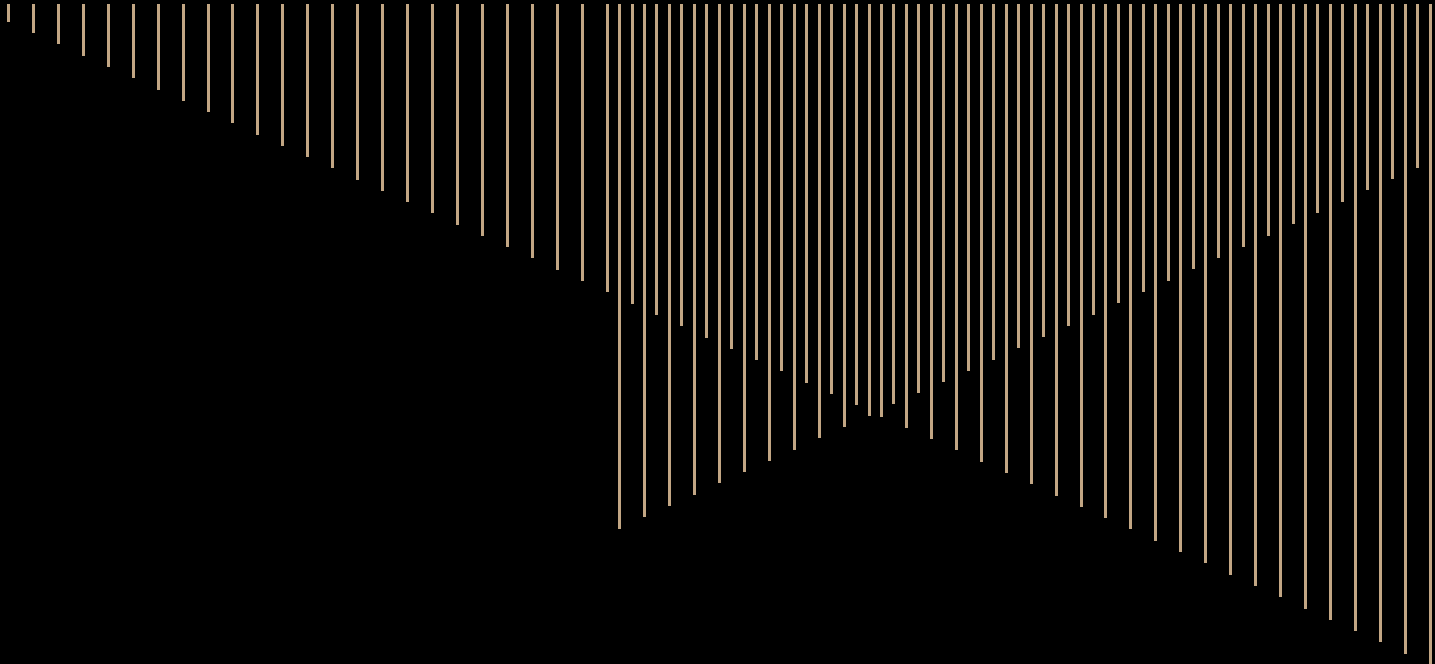
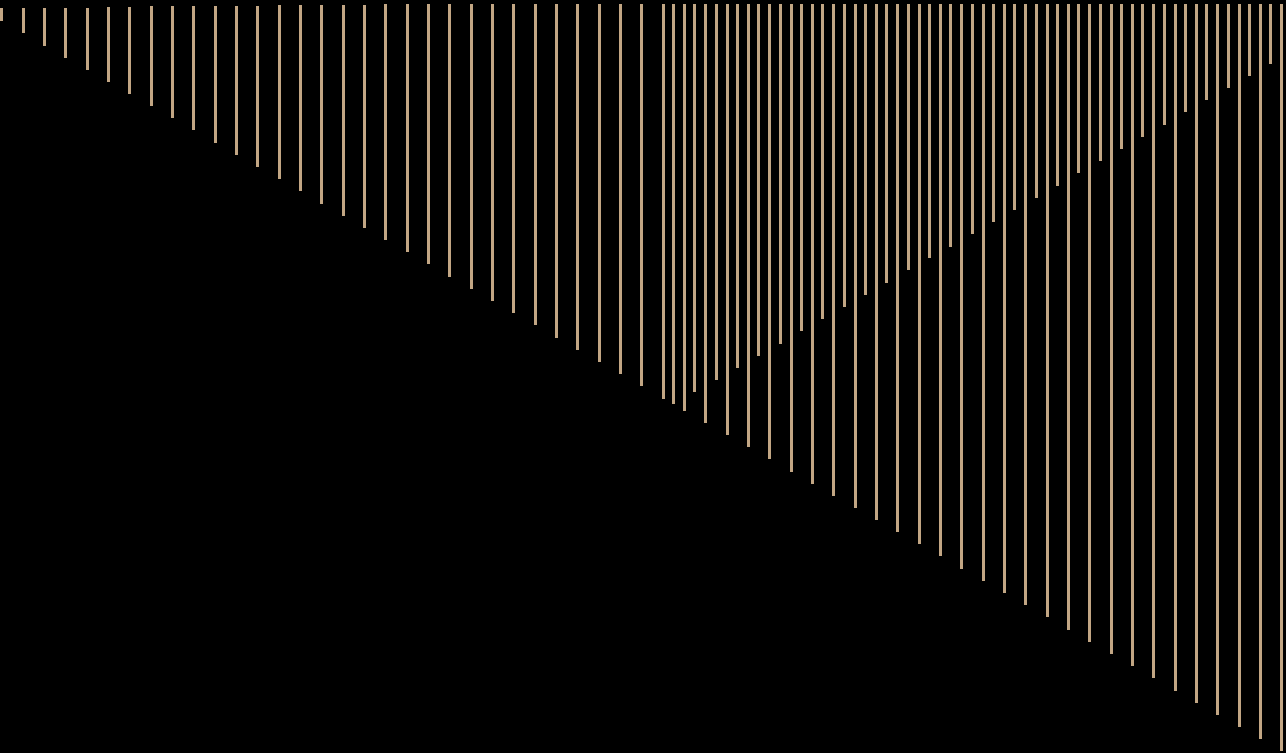
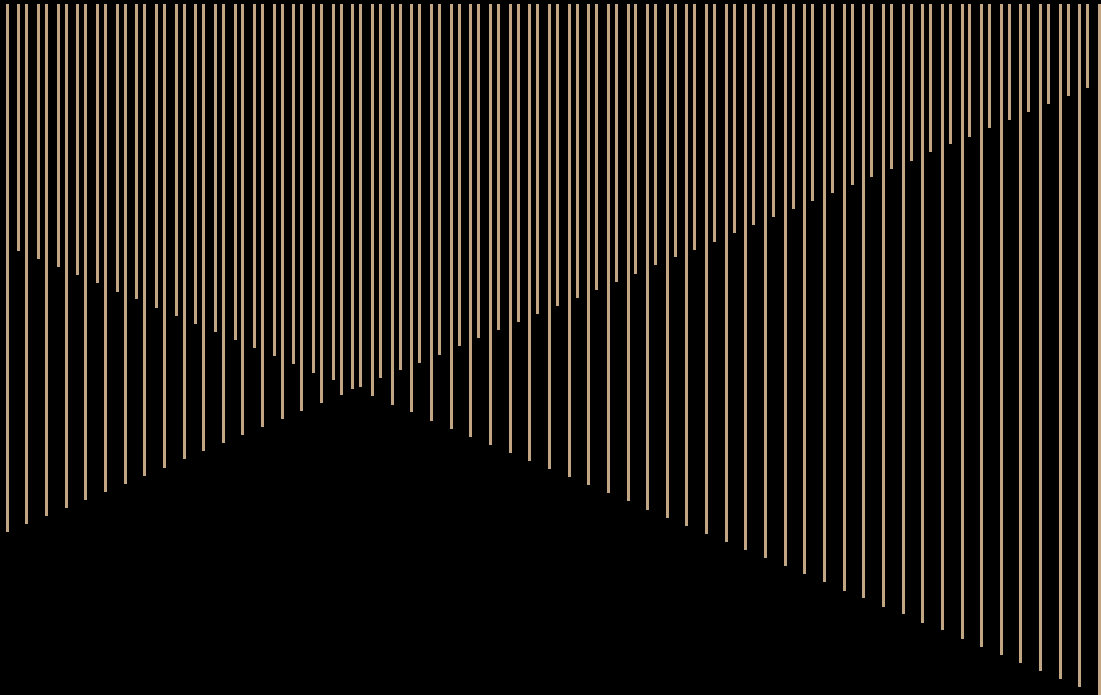


05 / Белорусская

Паттерн для GleraX PREMIUM Белорусская повторяет архитектурную вертикаль, перспективу самого здания, городской ритм, а также является цитатой стилиобразующего символа «X»

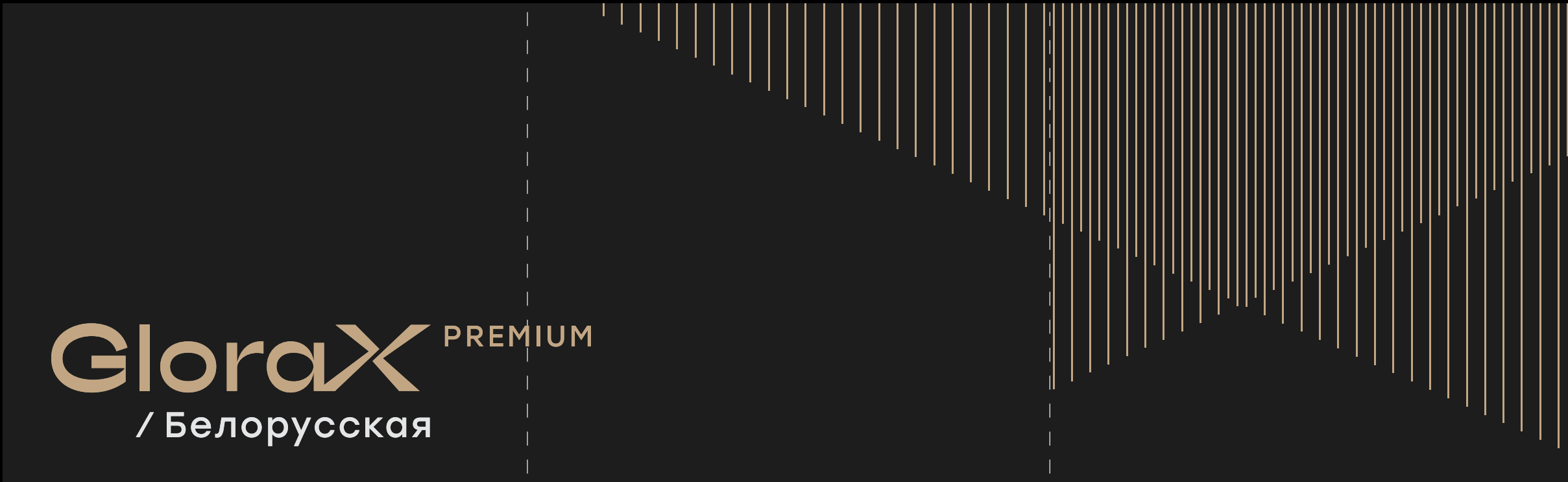


06 / Возможные варианты комбинации



07 / Примеры использования

Рекомендуется располагать паттерн таким образом, чтобы он занимал не больше 1/3 либо 2/3 части. При этом паттерн может выходить за пределы края макета. Главное - не центрировать паттерн, а сохранить его динамическую композицию.



08 / Примеры использования



