



AURA

apart hotel

Содержание

Бренд

О бренде	4
Целевая аудитория	5
Чего хочет целевая аудитория	7
Инсайт	9
Визуальный язык бренда	11
Характер бренда	12
Концепция	14

Айдентика

Логотип	16
Охранное поле	17
Фирменный элемент	19
Фирменные цвета	28
Типографика	29
Фотостиль	30

Носители

Визитная карточка	32
Папка для документов	33
Буклет	34
Постеры (сити формат)	35
Широкоформатные постеры	37
Вебсайт	39
Веб-баннеры	40

Бренд

О бренде

AURA — это проект, создающий эффект невесомости, беззаботности и единения с природой.

Ритмика пейзажа и магия водной глади отражаются в эстетике волнистого силуэта. Сервис продуманный до мелочей. Природные пейзажи и песни моря погружают в атмосферу спокойствия и размеренности.

Вдали от потока городской суеты, информационного шума и ускоренного ритма жизни. Собственные апартаменты с сервисом дорогого отеля. Здесь можно замедлиться, уделить время себе, своим мыслям и восстановиться.

Целевая аудитория

Женщины до 40 лет, одиночки и в отношениях

Живут активной жизнью. Из мегаполисов

Эстеты, гедонисты

Следят за собой, своим имиджем

Целевая аудитория



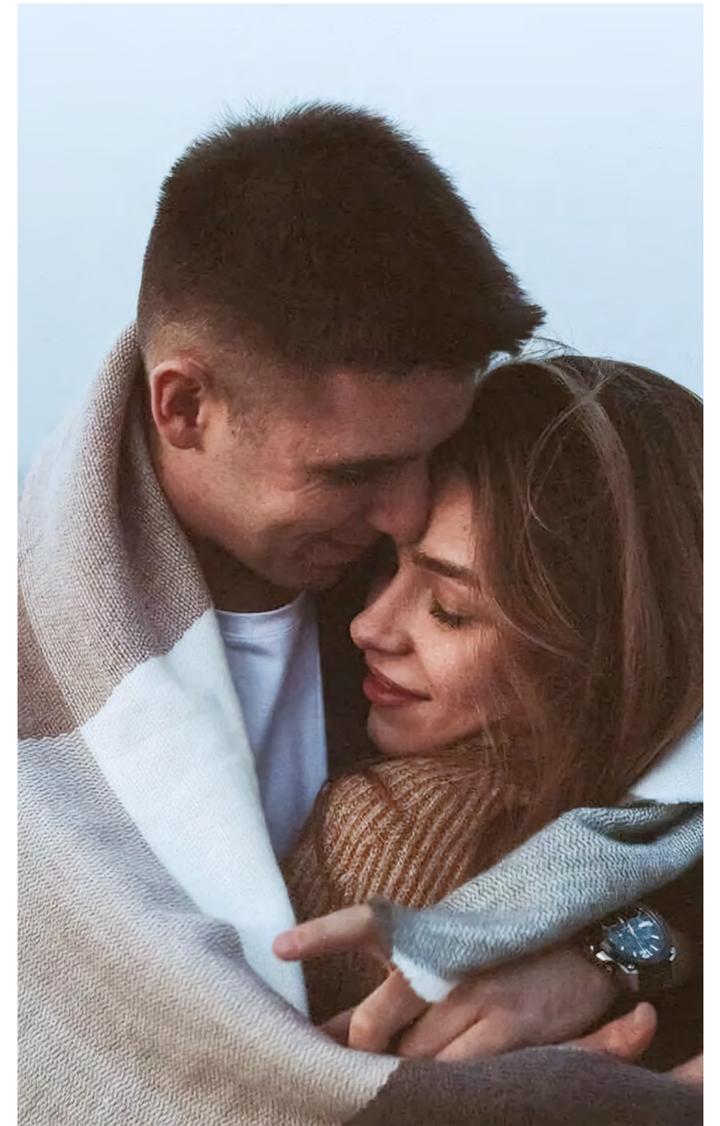
Чего хочет целевая аудитория

Уделить время себе

Перезагрузку от привычного ритма
и множества СОЦИАЛЬНЫХ КОНТАКТОВ

Красоту и эстетику

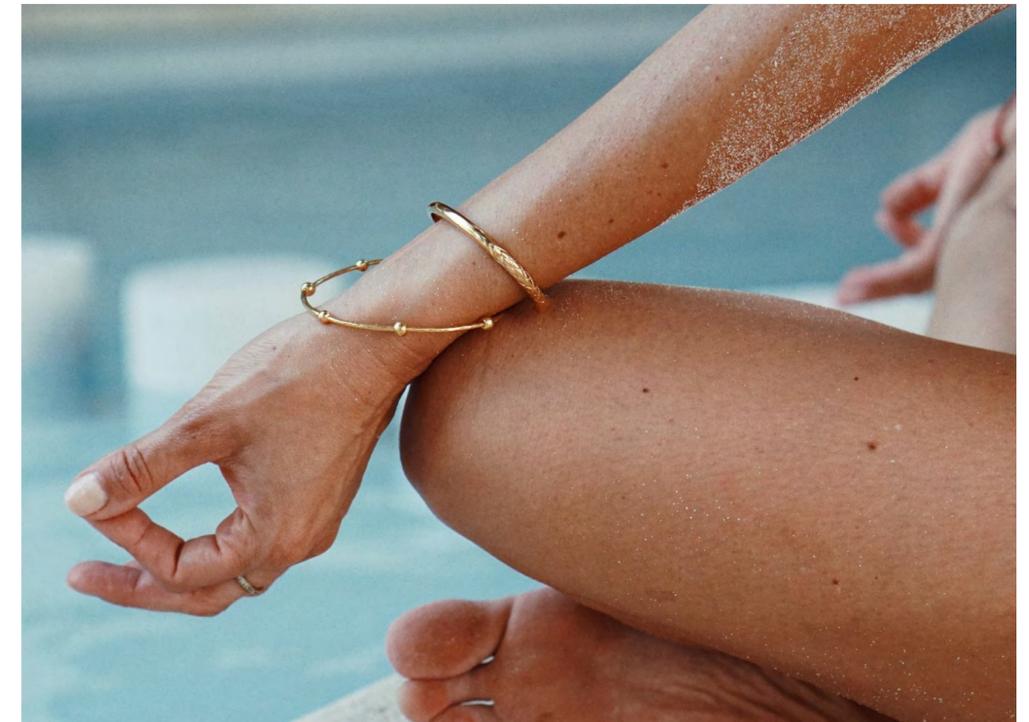
Чего хочет целевая аудитория



Инсайт

Уехать из большого
шумного города
от перегруженности

Инсайт



Визуальный язык бренда

Лаконичный,
чистый,
легкий

Характер бренда

Женственный,
нежный,
безмятежный



Концепция

Невесомость

Всегда на первой линии

Айдентика

ЛОГОТИП

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля.

Шрифтовое написание логотипа является уникальным и разработано специально для бренда AURA. Данная версия логотипа является основной. Она используется в статичных носителях в случае, когда нет возможности использовать динамичный элемент и уводить его за край носителей.

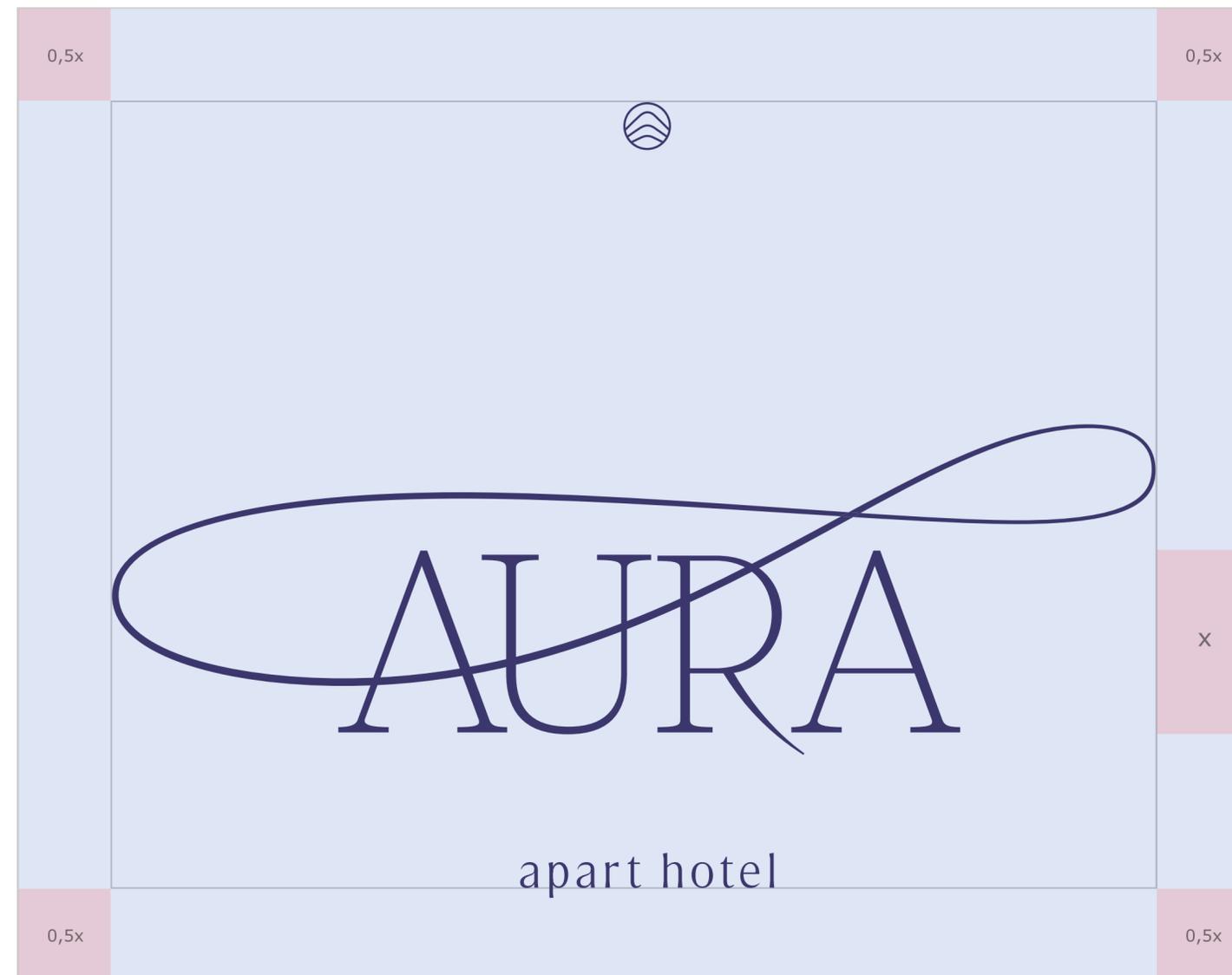
В остальных случаях логотип предполагает динамическое изменение фирменной петли.



Охранное поле

Охранное поле логотипа определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов макета или его границ.

Охранное поле строится на основе половины модуля «х», равного высоте буквы «А».



Охранное поле

При использовании динамической версии логотипа с выходящим за края формата фирменным элементом, охранные поля определяются для надписи и дескриптора.



Фирменный элемент (петля)

Фирменный элемент (петля) используется в динамике и может свободно увеличиваться, уменьшаться, растягиваться.

Основной критерий использования этого элемента – уместность и гармоничность.

Петля всегда пересекает первую букву «А», а также может пересекать остальные буквы.



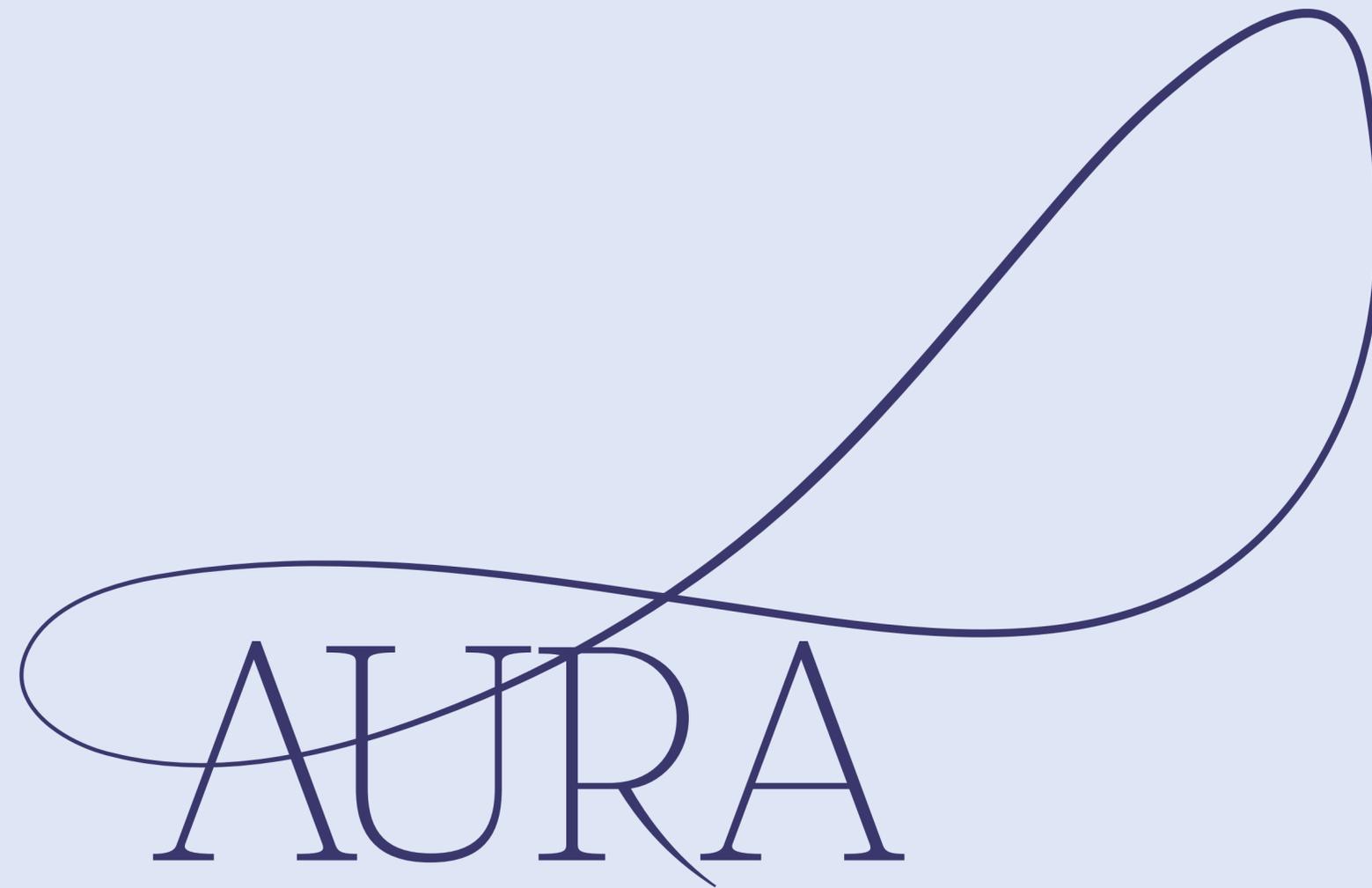
Фирменный элемент

Важное соблюдать условие: при проходе через «А» линия образует перекладину (не допускается двух линий в этой букве).

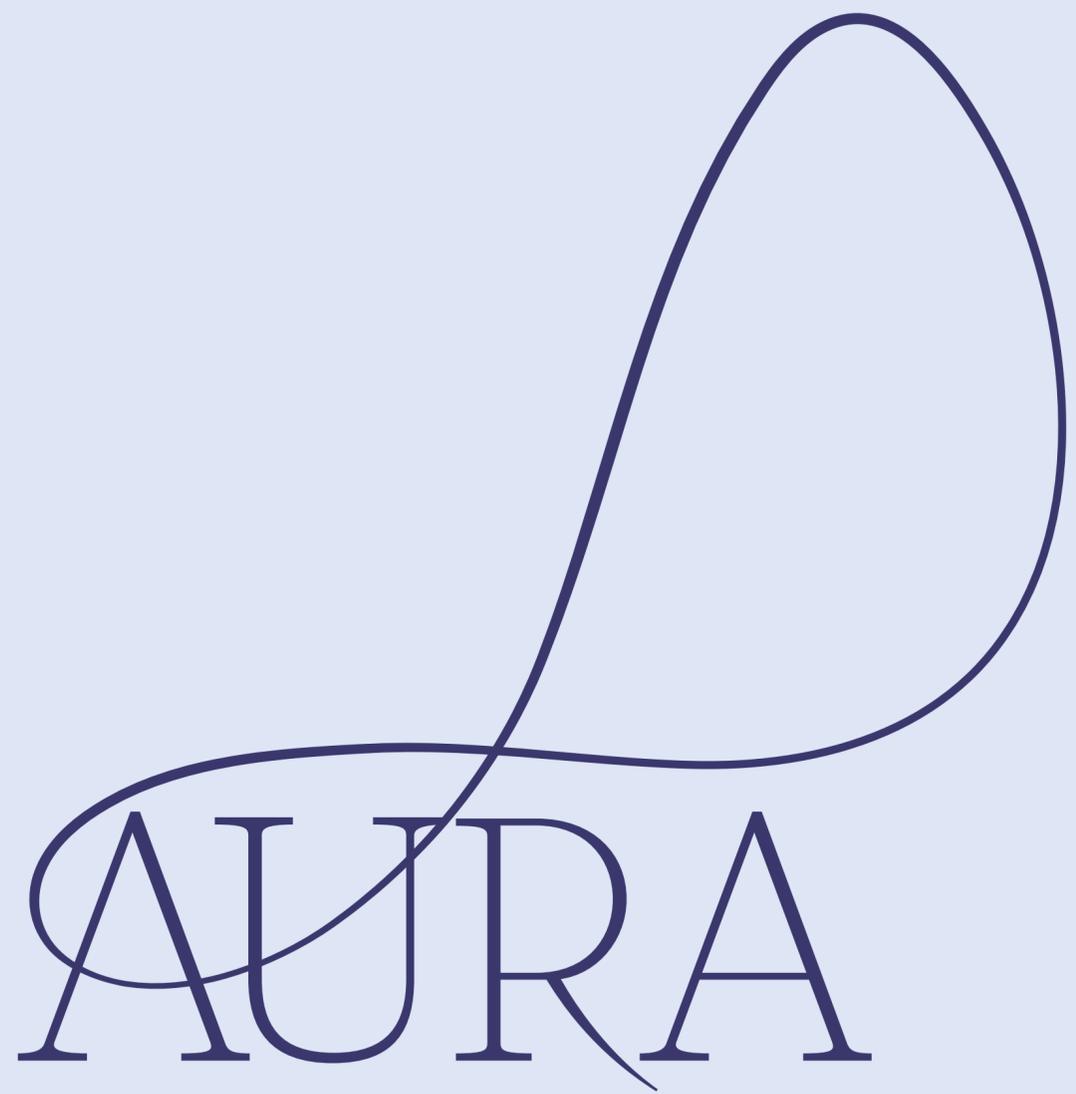


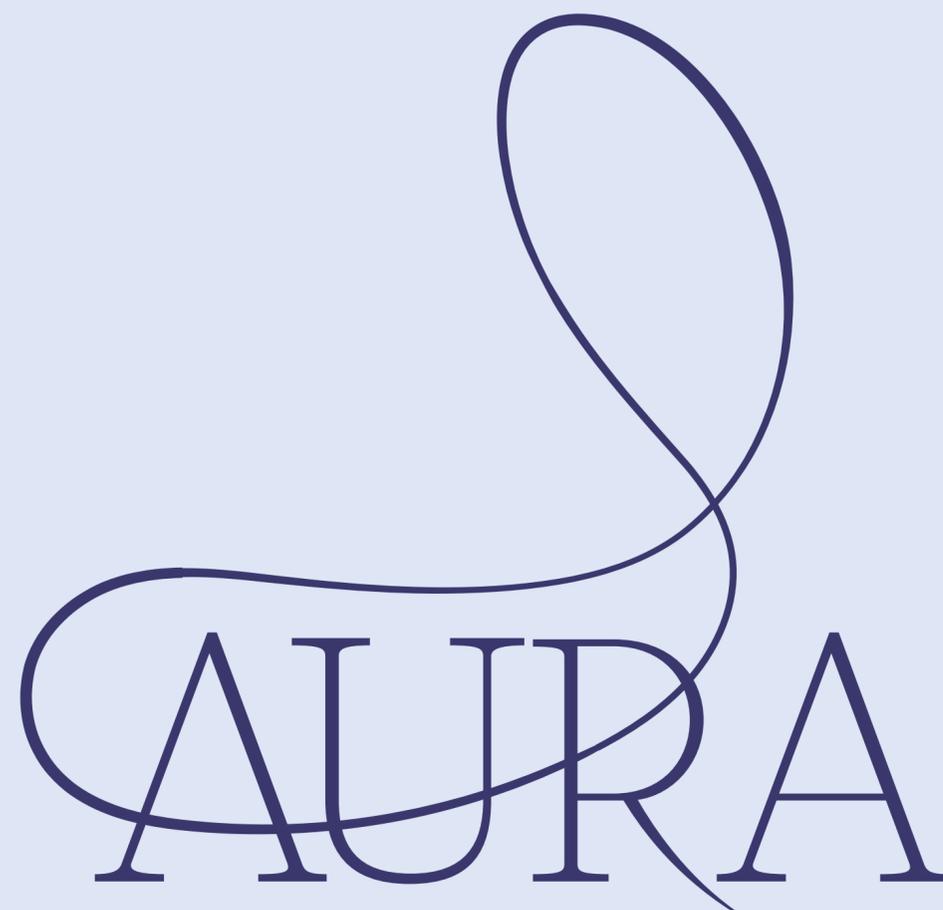












AURA



Фирменные цвета

В основе фирменного стиля лежат три основных цвета — светло-голубой, темно-синий, песочный + белый. Цвета взаимозаменяемые в зависимости от контекста использования.

Недопустимо использование других цветов в качестве основы для носителей.

Светло-голубой

Pantone 656 C
Cmyk 15/8/0/0
RGB 222/55/109

Темно-синий

Pantone 2370 C
Cmyk 90/85/25/15
RGB 59/55/109

Песочный

Pantone 11-1306 TCX
Cmyk 3/8/6/0
RGB 248/238/237

Типографика

Фирменным акцидентным шрифтом бренда является Telingater Display созданный Paratype. Используются в одном начертании для крупных заголовков и слоганов.

Наборный шрифт Fira Sans в начертании Light. При необходимости палитра начертаний может быть расширена. В случае необходимости использования системного шрифта стоит использовать шрифт Verdana.

Telingater Display

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z.

0123456789

Fira Sans

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

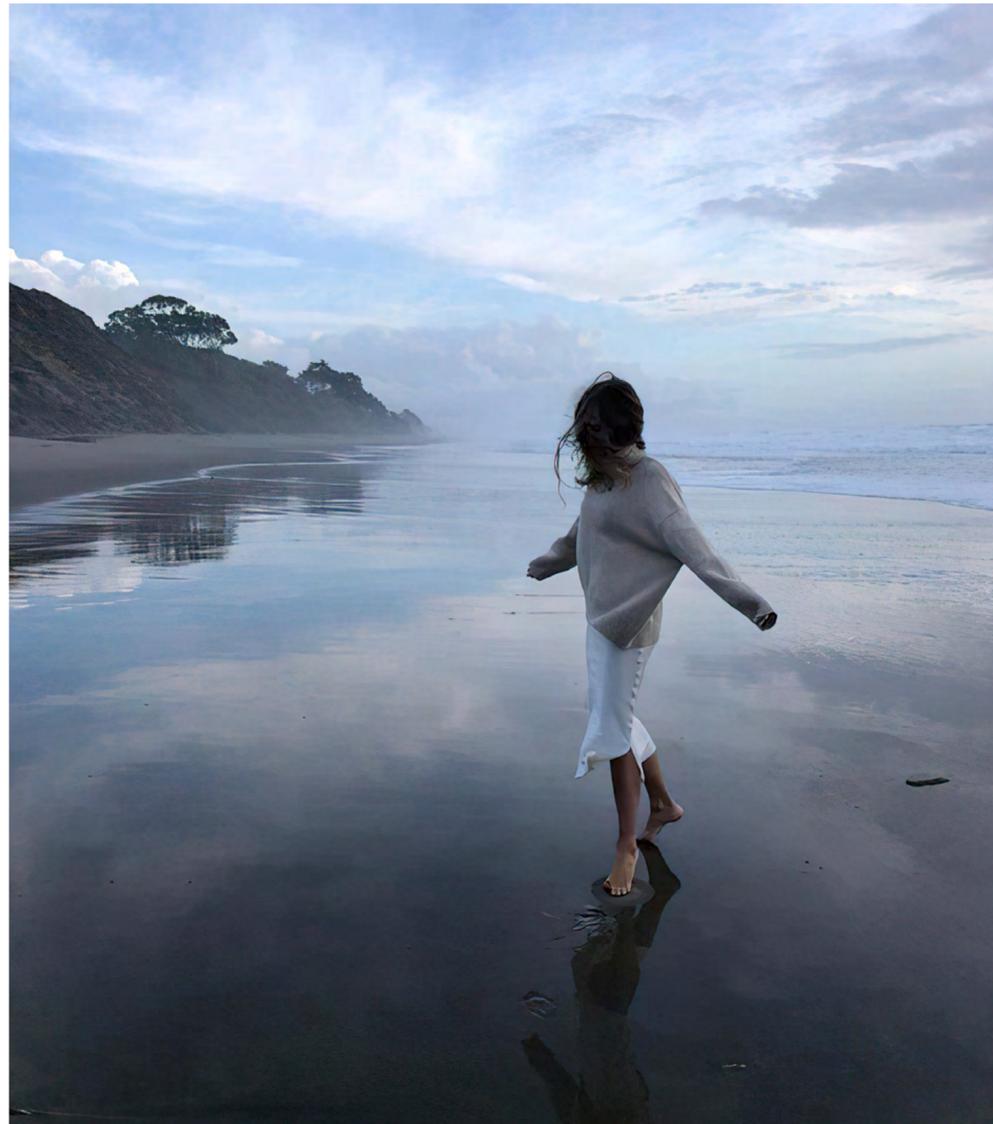
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z.

0123456789

ФОТОСТИЛЬ

Для сохранения единого образа бренда рекомендуется придерживаться определенного стиля в фотоконтенте, как при использовании стоков, так и при организации фирменной фотосъемки.

Следует отдавать предпочтение визуально чистым изображениям, без лишних деталей. В изображениях должны преобладать белые/голубые/синие/розовые цвета. Допускаются яркие акценты в деталях.



Носители

Визитка

AURA

apart hotel



АННА МИХАЙЛОВА

Менеджер отдела продаж

+7 000 800 75 10

manager@greenwoodgroup.ru

aura-apart.ru

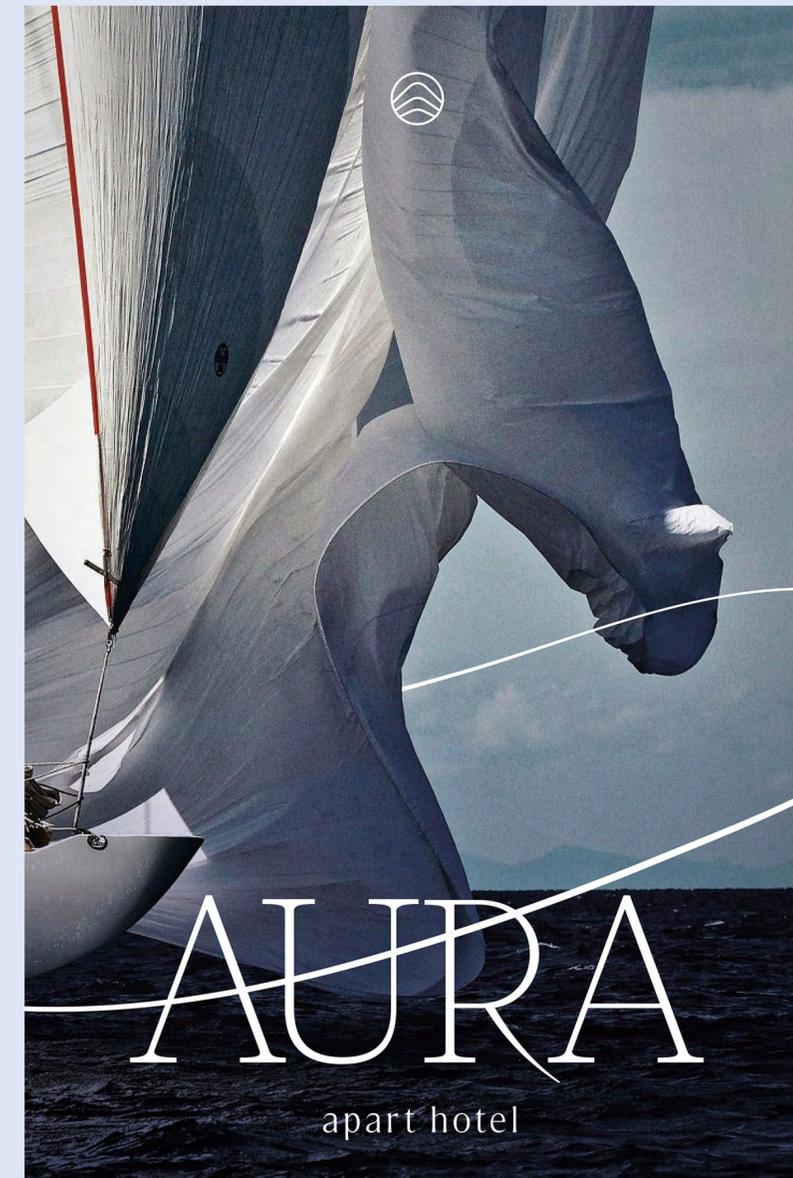
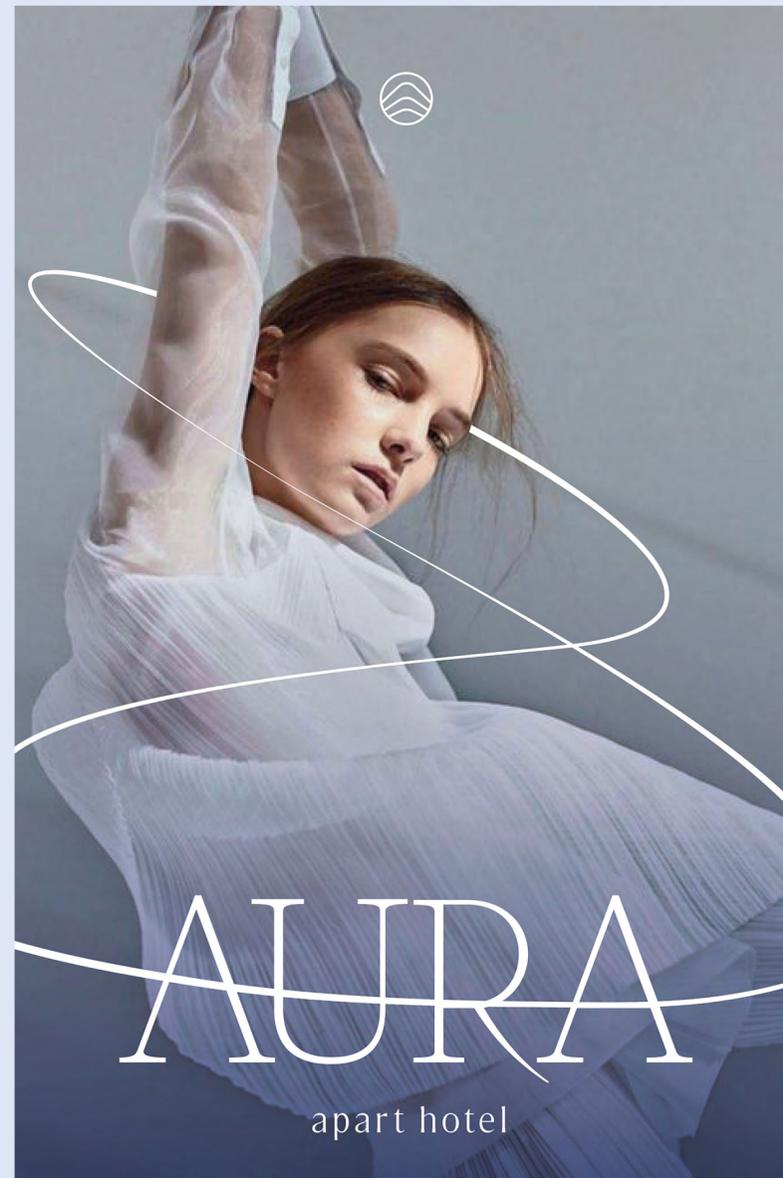
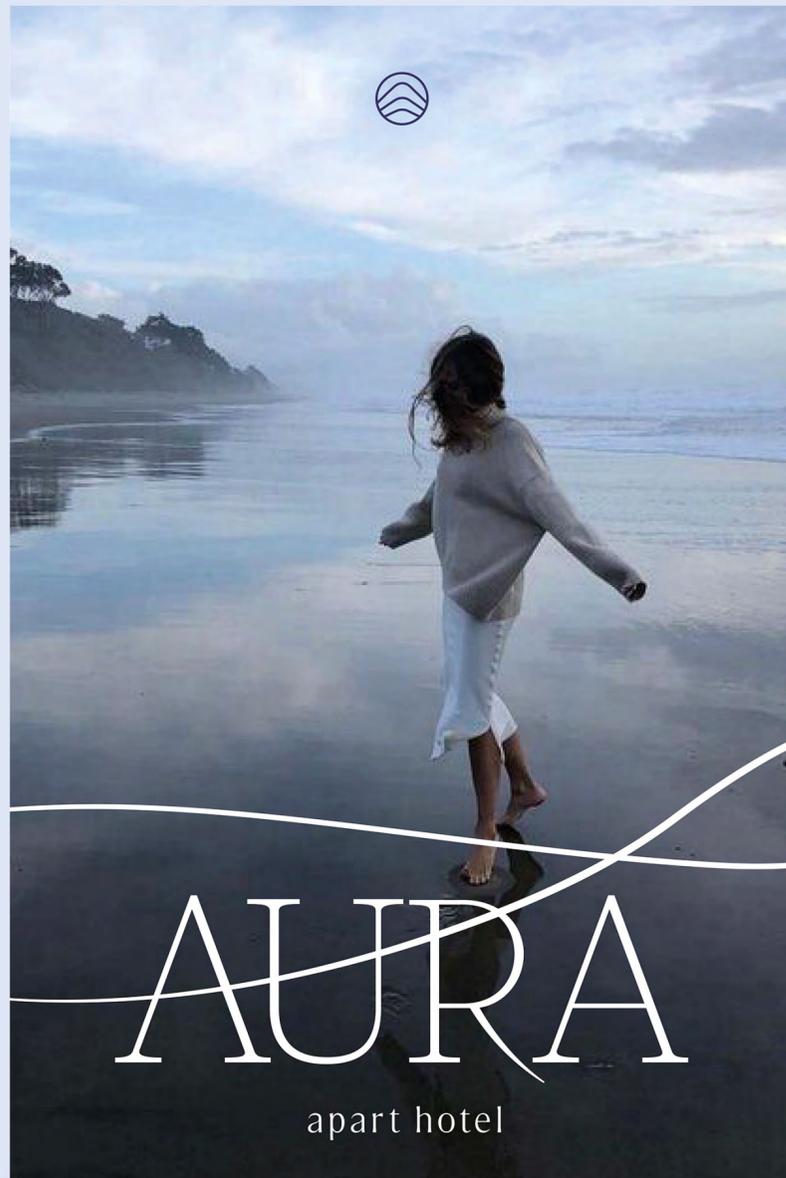
Папка



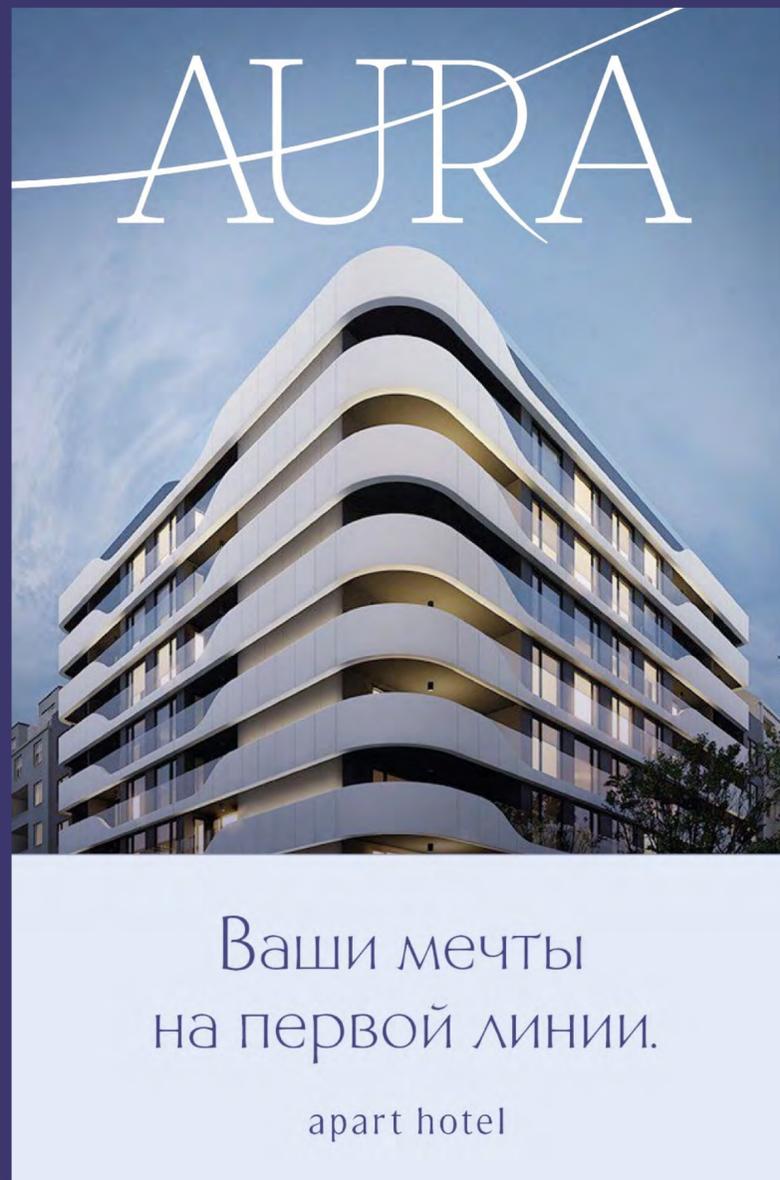
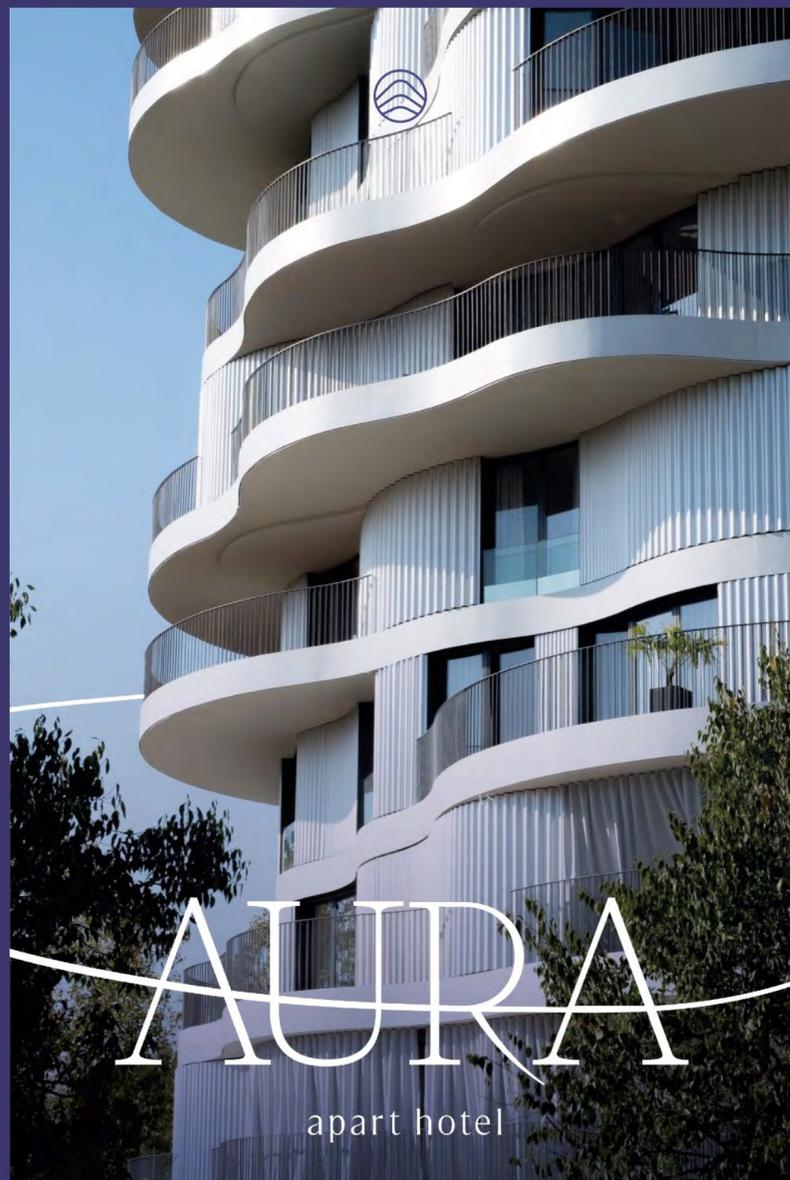
Буклет



Имиджевые постеры (сити формат)



Продуктовые постеры (сити формат)



Широкоформатный постер



Широкоформатный постер

AURA

РЕЛАКС
В АУРЕ

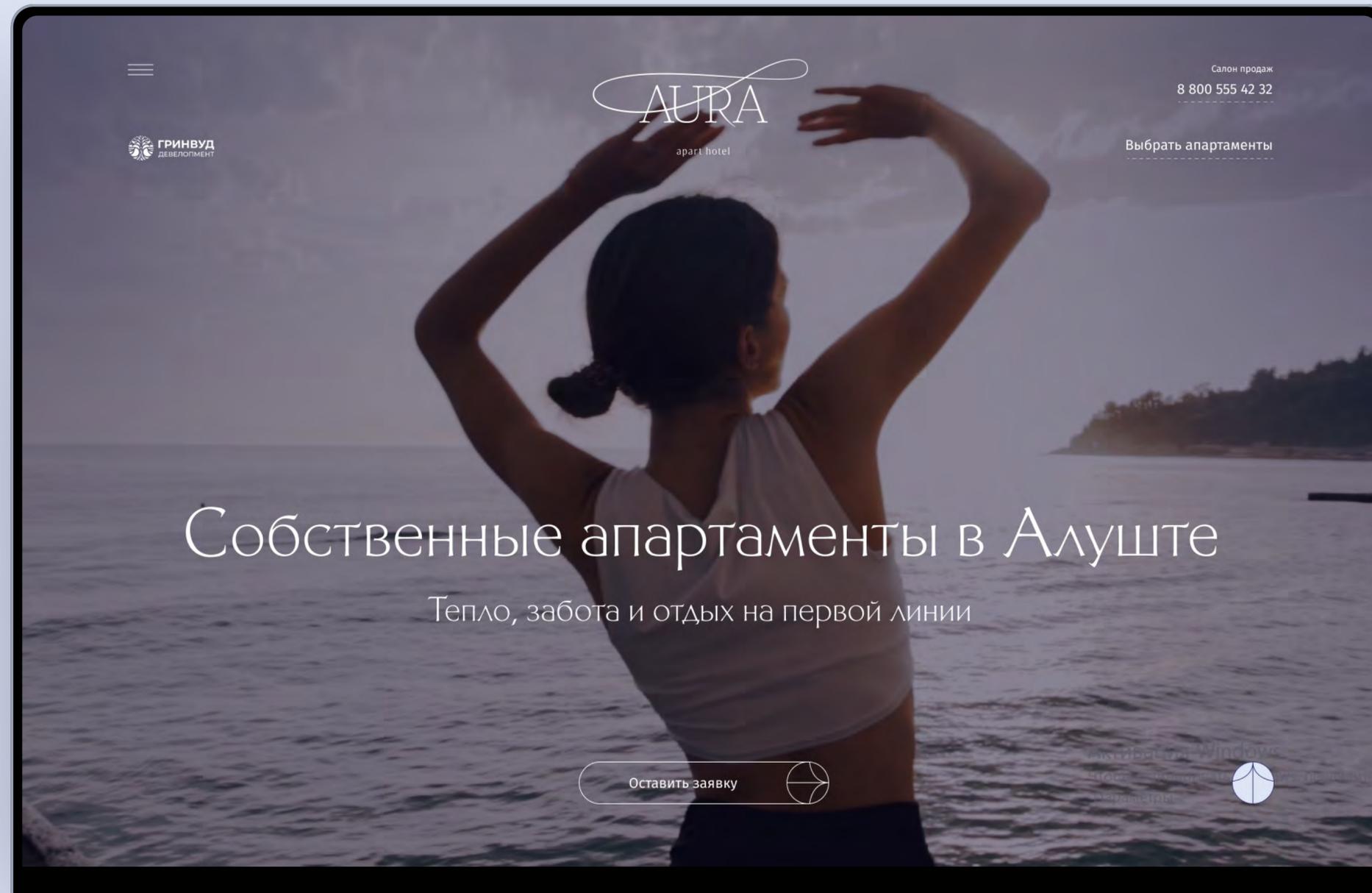
купить апартаменты
с доверительным управлением

+7 800 55 54 232 aura-apart.ru

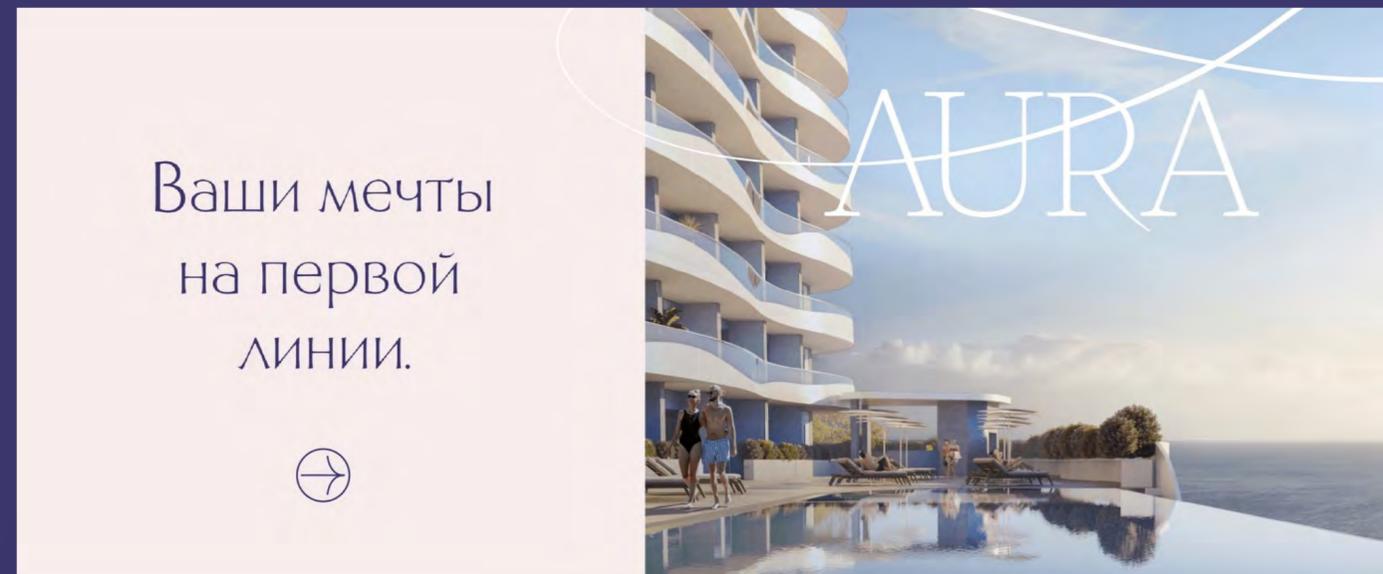
Застройщик ООО «СЗ ЯРД» несет полную декларацию на сайте: наш дом.рф. Минимальная цена от 6 млн руб. Предложение действует с 01.10.2022 по 01.12.2022. Реклама. Не оферта.

The poster is divided into three vertical sections. The left section is white with dark blue text. The middle section shows a close-up of a white bathtub with a towel, a bar of soap, and a lit candle. The right section shows a modern building facade with a blue and white striped pattern against a clear blue sky.

Вебсайт



Веб-баннеры





AURA

apart hotel