



RÔLE CLEF

HOUSE

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ВВЕДЕНИЕ

Перед вами инструкция по эксплуатации фирменного стиля. Этот документ позволит следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты, а также сформирует единое понимание констант и ценностей бренда для дальнейшей трансляции партнерам и конечным потребителям. Изложенные здесь правила помогут всем делать свою работу корректно и качественно.

Используйте только оригинальные файлы, которые мы отправляем в комплекте с руководством.

 **Рядом с такой иконкой (они внизу страницы) указан путь на файл.**

СОДЕРЖАНИЕ

ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

- 6 О доме
- 8 Идея бренда
- 9 Платформа бренда
- 12 Название
- 13 Слоган
- 14 Тон коммуникации

ТЕХНИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

- 16 Основная версия логотипа
- 17 Горизонтальная версия логотипа
- 18 Темная версия логотипа
- 19 Сокращенная версия логотипа
- 20 Правила кобрендинга
- 21 Правила написания названия бренда в тексте
- 22 Охранное поле
- 23 Недопустимое использование

- 24 Размещение на простом фоне
- 25 Размещение на сложном фоне
- 26 Правила масштабирования
- 27 Ручка
- 28 Цвета
- 29 Шрифты
- 30 Паттерны
- 32 Разделитель
- 33 Стандартные рекламные блоки
- 34 Визитка
- 36 Бланк
- 37 Папка
- 38 Евроконверт
- 39 Ежедневники
- 40 Подарочная упаковка
- 41 Ключница-кардхолдер
- 42 Клубная карта

О ДОМЕ

Стандарт трофейной* недвижимости

Первый объект жилой недвижимости за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, соответствующий самым высоким требованиям в области архитектуры и девелопмента.

Первый дом, создатели которого ориентируются на топ 2% лучших объектов недвижимости в мире, которые отвечают стандартам понятия «трофейная» недвижимость.

Авторский проект с лучшими видовыми характеристиками с благородным естественным освещением. Выдержанная стилистика ар-деко и штучные квартиры, построенные на территории искусства, а не жилой недвижимости.

* https://en.wikipedia.org/wiki/Trophy_property



ИДЕЯ БРЕНДА

Сделать Краснодар привлекательным местом для жизни человека с возможностями, амбициями и вкусом.

Родина или мечта? Удобство ведения бизнеса или достойная жизнь? Вычеркните «или», переверните знаки вопроса – сделайте из них запятые. Мы даем возможность работать и жить так, как нравится самым сильным людям Земли.

« Не нужно балансировать между расположением и престижем – Role Clef для тех, кому нужно сразу всё »

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Основана на трех исключениях, ранжированных по степени эмоционального влияния: от более рационального до иррационального.

1

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ ДОМ

Уровень жизни в столицах и провинции сильно отличается. Как правило, такого жилья, как в Москве – в Краснодаре быть не может. Вот почему на всех этапах девелопмента мы ориентируемся на стандарты лучших домов европейских столиц, а не конкурентов по региону. Так мы автоматически попадаем в процент лучших, находясь в Краснодаре. Мы нарушаем правило и становимся исключением.



2

ИСКЛЮЧЕННОСТЬ ВЫБОРА

Мы строим дом так, чтобы наши жильцы не строили жизнь на компромиссах. Работайте и наслаждайтесь плодами своей деятельности там, где удобно и привычно. Получайте шикарный опыт, не выезжая за пределы Краснодара – больше не придется выбирать между комфортом и роскошью.

3

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОСТЬ ОКРУЖЕНИЯ

Человеку со вкусом и возможностями нужно не просто жилье. Ему нужен символ его достижений. Мы строим закрытое пространство с трофейными лотами – уникальными и роскошными квартирами, в которых не поселится обычный, ничего не достигший человек. Лишь немногие избранные смогут стать вашими соседями.

RÔLE CLEF

Ключевая роль (фр.)

Ключевая роль — это не про ту позицию, которую в жизни заняли наши жильцы. Даже не про то, какое место на рынке элитной недвижимости займет проект Rôle Clef. Это название не про экстремум — максимальное значение, но про правильно расставленные приоритеты.

Что обязательно должно быть в доме такого уровня, чего не должно быть точно — что шедевр, а что смешно. Иногда тонкая грань: игра света, тени и жаркого южного солнца. Мы присваиваем роли, расставляем акценты, подготавливаем материал и замираем в ожидании выхода нашего жильца.

БЛИЗКО К ИДЕАЛУ —
ДАЛЕКО НЕ ДЛЯ ВСЕХ

Основной слоган

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ

Дополнительный слоган

○ ПРОСТОТА

Пожалуйста, не используйте большое количество деепричастных оборотов, причастий, сложных конструкций. Это усложняет коммуникацию между брендом и потребителем.

∧ КРАТКОСТЬ

Старайтесь писать кратко – подбирайте слова тщательнее. Лишние описательные прилагательные не делают товар привлекательнее. Так, например, мы используем в коммуникации слоган «Исключительный». Добиваемся премиального восприятия бренда за счет необычной и безапелляционной краткости рекламного обращения.

▽ УМЕСТНОСТЬ

Наши клиенты – образованные, успешные и состоятельные люди. Старайтесь вести коммуникацию так, чтобы не вызвать их отрицательную реакцию. Не используйте слишком провокативные изображения, слоганы и сравнения. Не старайтесь вызвать смех, улыбку или иронизировать. Не используйте просторечия, сленг, обращения «на ты».



ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Логотип — это монограмма из букв «R», «C» и «H», а также текстовая часть. Все элементы логотипа имеют фиксированные пропорции и расположение.



🌀 logo/logo.eps

ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Используйте горизонтальную версию, если в макете или блоке с логотипом выбрана флаговая выключка. Берите эту версию только из оригинального файла — толщина линий в знаке отличается от толщины линий основной версии.



🌀 logo/logo_horizontal.eps

ТЕМНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

Планируете ставить логотип на светлый фон?
Используйте только темную версию.



⌘ logo/logo_dark.eps

УПРОЩЕННЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Планируете разместить логотип на небольшом изделии или формате печати предполагает совсем мелкий шрифт? Мы подготовили специальные упрощенные версии логотипа (вертикальную и горизонтальную) для тех случаев, когда технически невозможно использовать основную. Используйте только оригинальные файлы – толщина линий в специальных упрощенных версиях отличается от основной.

На небольшом формате с флаговой выключкой используйте упрощенную горизонтальную версию.

⌘ logo/logo_small.eps



ПРАВИЛА КОБРЕНДИНГА

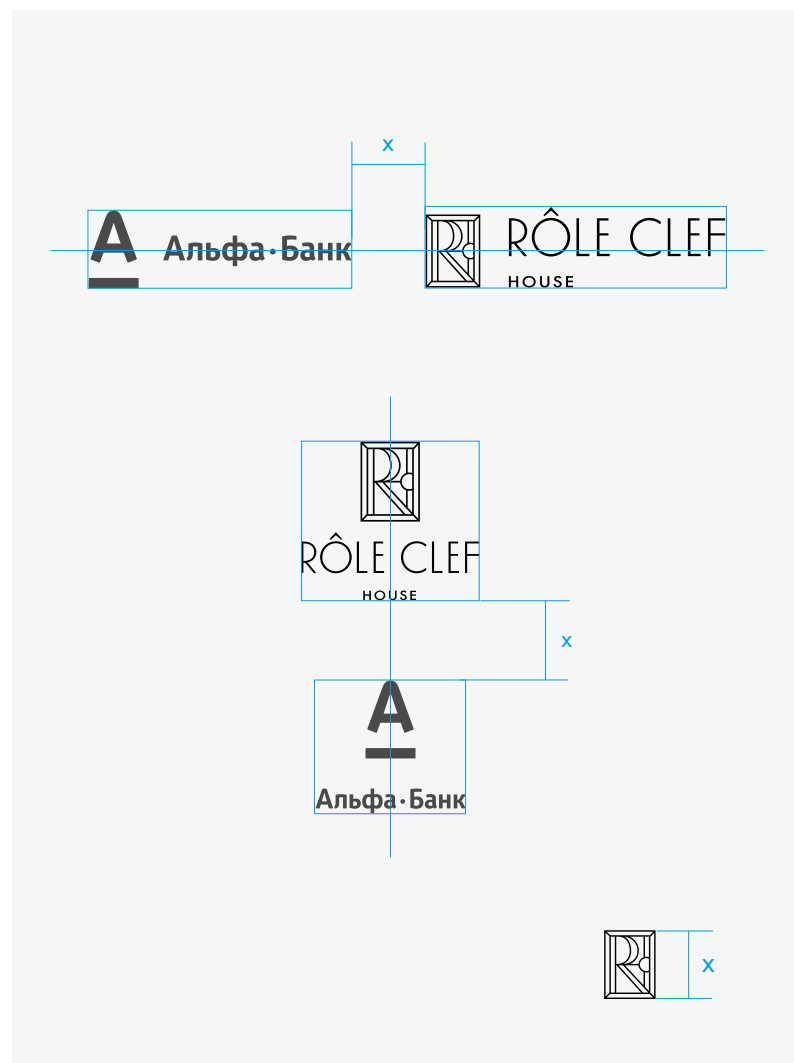
Эти правила регламентируют необходимые пропорции логотипов в различных ситуациях взаимодействия.

При кобрендинге старайтесь соблюдать приведенные справа пропорции. Если это возможно, используйте монохромные версии логотипов других брендов, чтобы не нарушать стилистику фирменных материалов Rôle Clef.

Выбираете горизонтальный логотип Rôle Clef? Старайтесь использовать горизонтальную версию логотипов и других брендов. То же правило работает с вертикальными версиями. Так у обоих логотипов будет одинаковый визуальный вес — оба бренда будут замечены.

При выборе размеров логотипов относительно друг друга следите за тем, чтобы их визуальный вес совпадал.

При кобрендинге выравнивайте логотипы не по их фактическим, а по их визуальным центрам.



ПРАВИЛА НАПИСАНИЯ НАЗВАНИЯ БРЕНДА В ТЕКСТЕ

Посмотрите на пример справа.

Именно так название бренда пишется в тексте. Без кавычек, латиницей, с больших букв. Название не склоняется.

Использовать французскую букву «Ô» (латинская «O» с циркумфлексом) на письме необязательно.

При произношении звук «Ф» в слове Clef опускается. Читайте как «Рол Кли» — по правилам французского языка. Также допустимо и произношение «Рол Клиф» на американский манер.

« Я владелец
недвижимости
в Role Clef »

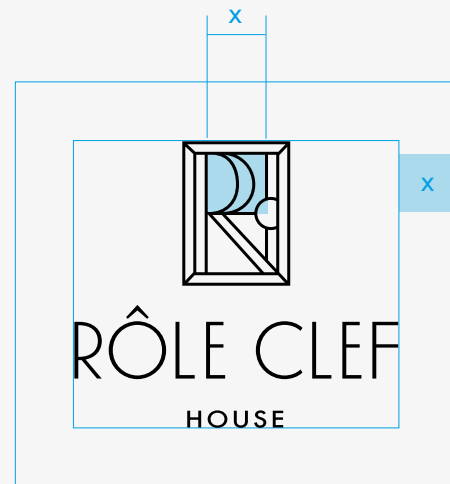
[Рол Кли]
или [Рол Клиф]

ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Основное требование к размещению логотипа в любом макете — лёгкость восприятия. Охранное поле позволяет отделить его от прочих элементов, которые используются в полиграфии.

Не размещайте объекты вплотную к логотипу — это поле всегда должно быть свободным и контрастным.

Минимальное охранное поле вокруг логотипа Role Clef равно величине модуля X из иллюстрации.

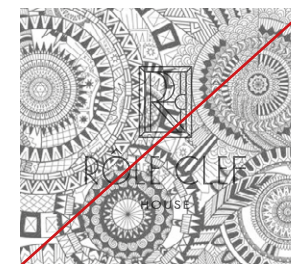


НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Никогда не изменяйте логотип. Даже небольшие изменения влияют на запоминаемость и идентификацию бренда.



Не растягивайте и не сжимайте логотип



Не используйте логотип на сложных и дробных фонах



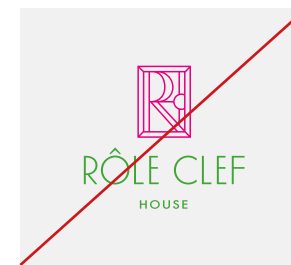
Не используйте изображения низкого качества



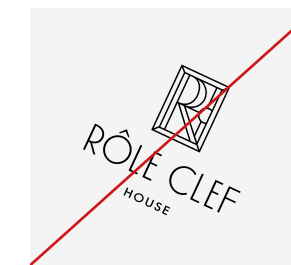
Не изменяйте шрифт в элементах логотипа



Не применяйте эффекты к логотипу



Не меняйте цвета в логотипе



Не наклоняйте логотип



Не изменяйте пропорции и положение элементов

РАЗМЕЩЕНИЕ НА ПРОСТОМ ФОНЕ

Логотип и фон должны создавать удобочитаемый контраст.

Если основная версия логотипа (золотая) плохо считывается, используйте темную.

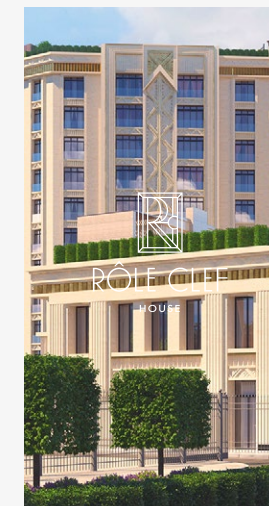


РАЗМЕЩЕНИЕ НА СЛОЖНОМ ФОНЕ

Планируете разместить логотип на фотографии или сложной текстуре? Используйте фирменные плашки.

Выберите ту плашку, которая имеет наименее контрастный цвет по отношению к фону (темно-синюю на темном, серую на светлом).

Размер плашки фиксирован. Он не равен минимальному охранному полю логотипа. Используйте логотип с плашкой только из оригинального файла.

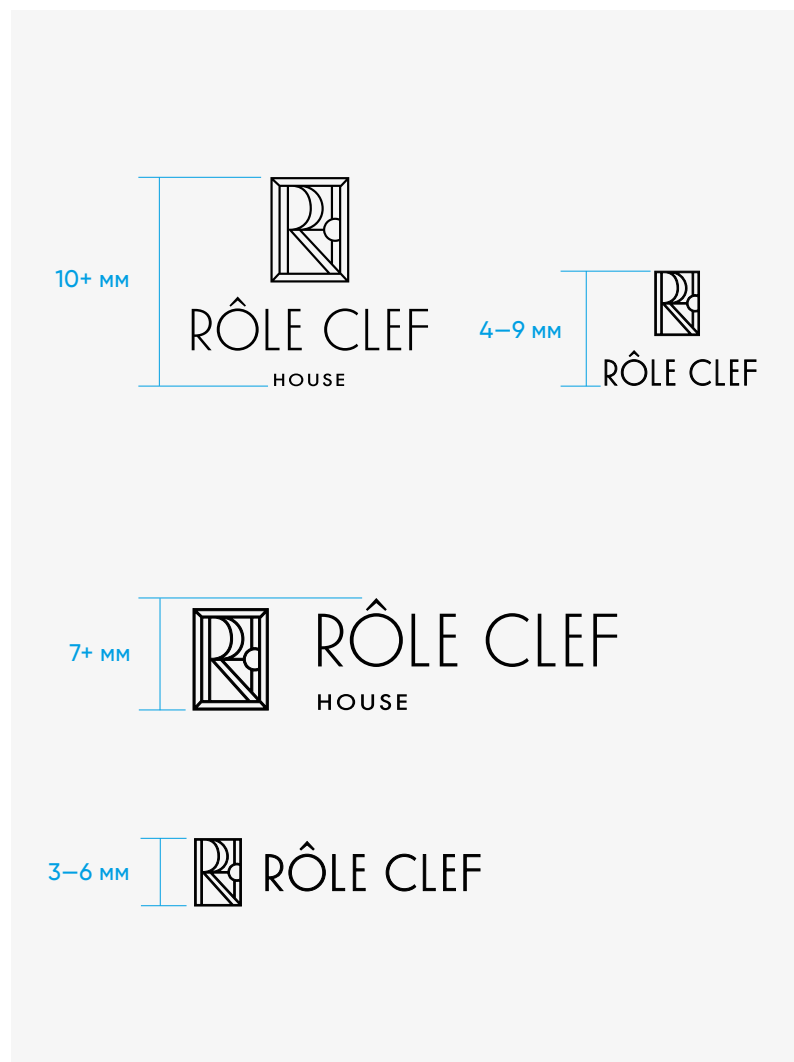


🌀 logo/logo_back.eps

ПРАВИЛА МАСШТАБИРОВАНИЯ

Соблюдайте минимальный размер логотипа при печати, иначе будет сложно понять, что вы рекламируете. Минимальная высота основной версии логотипа с текстовой частью – 10 мм. Минимальная высота горизонтальной версии – 7 мм.

Если вы размещаете логотипы на малом формате (например, ручке), то используйте сокращенные версии логотипа.



РУЧКА

Ручка – Parker Jotter Stainless Steel GT – отлично вписывается в фирменный стиль. Сокращенный логотип наносится лазером на стальной корпус в сером цвете.



ЦВЕТА

Основные:

Серый, 5%

RGB 245 245 245
 CMYK 0 0 0 5
 Pantone 427 C
 Oracal 641 072

Золотой

RGB 219 180 104
 CMYK 15 28 65 3
 Pantone 141 C
 Oracal 641 091

Темно-синий

RGB 46 51 78
 CMYK 85 65 25 50
 Pantone 534 C
 Oracal 641 562

Белый

RGB 255 255 255
 CMYK 0 0 0 0
 Oracal 641 010

Дополнительный:

Бордовый

RGB 243 152 105
 CMYK 30 82 50 10
 Pantone 1635 C
 Oracal 641 036

 style/colours.eps

ШРИФТЫ

Используйте только фирменные семейства шрифтов: Cormorant Unicase и Gilroy. Это поможет людям запомнить бренд.

Акцидентный шрифт

Только нижний регистр.
 Для набора заголовков,
 а также слов и фраз,
 которые необходимо выделить

Наборный шрифт

Для набора текстов общего характера в фирменной документации и макетах

 style/fonts

CORMORANT UNICASE REGULAR

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

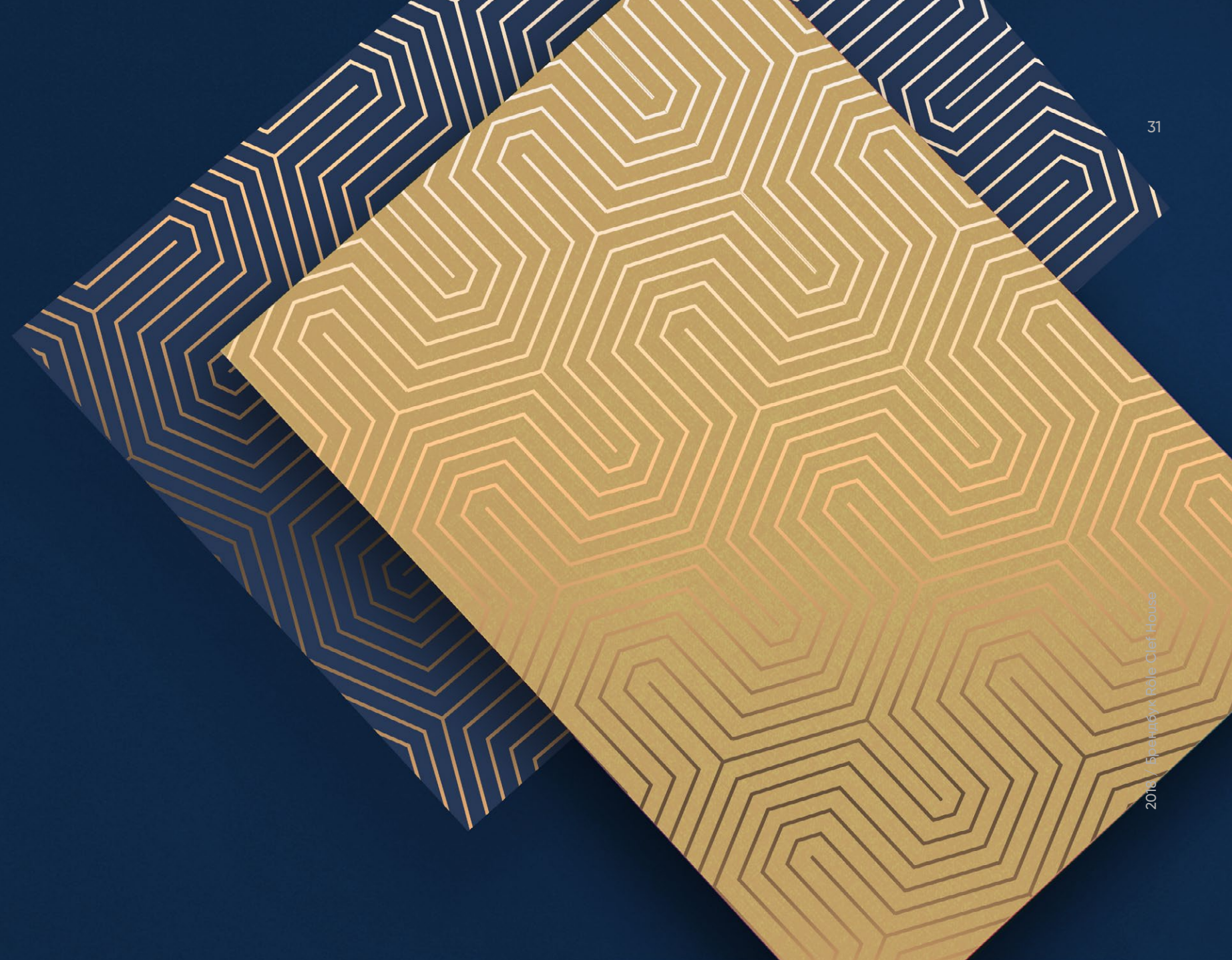
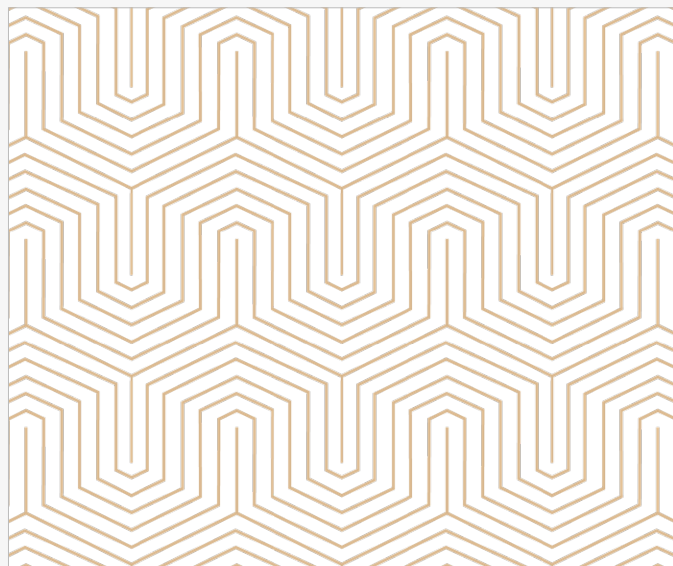
Gilroy Medium

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдежзиклмнопрстуфхцщъыьэюя
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

ПАТТЕРН

Паттерн предназначен для заполнения пустого пространства и превращения его в пространство фирменное. Паттерн напоминает узор в стиле ар-деко и рифмуется с формами логотипа.

Заполняйте бесшовным паттерном нужную поверхность. Масштабируйте паттерн так, чтобы его рисунок был легко различим.

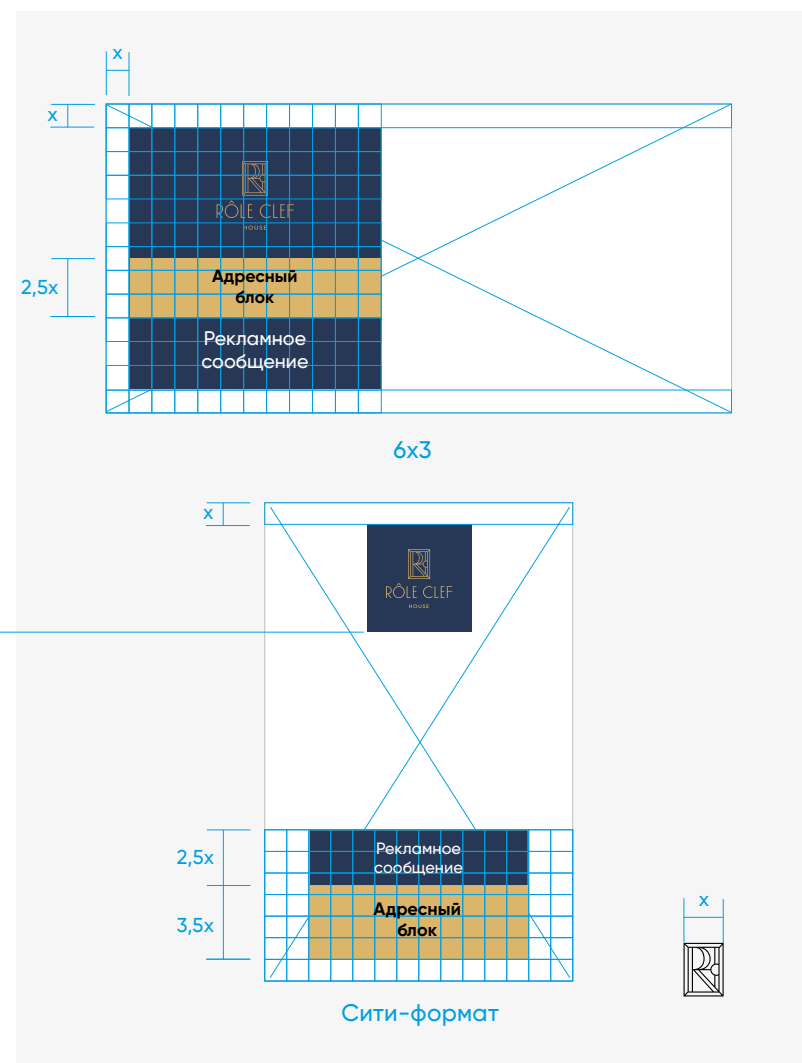


СТАНДАРТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ БЛОКИ

Стандартный рекламный блок – это специальная плашка с логотипом, контактной информацией и слоганом. Используйте рекламный блок, если рекламное сообщение не предусматривает какой-то особенной композиции.

Главные детали основного изображения не должны перекрываться рекламным блоком.

Фирменная плашка



ВИЗИТКА

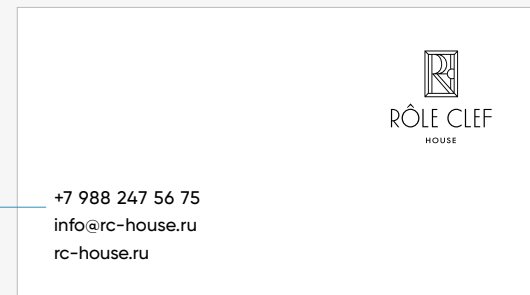
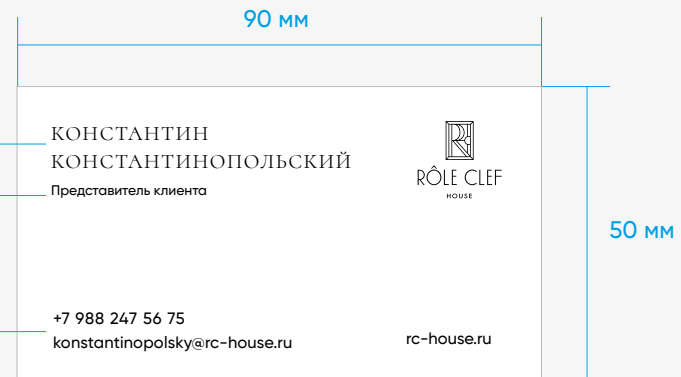
Тачкавер с золотым фольгированием.

Cormorant Unicase Regular, 10 pt

Gilroy Medium, 7 pt

Gilroy Bold, Gilroy Medium, 8 pt

Gilroy Bold, Gilroy Medium, 9 pt



✂ style/business_cards.eps



БЛАНК

Представлен в двух вариантах – цветном и монохромном. Не печатайте цветной бланк на черно-белом принтере.

Verdana Regular, 8 pt
Междустрочие 1,5

Verdana Regular, 16 pt

Verdana Regular, 10 pt,
Междустрочие 1,5



style/letter

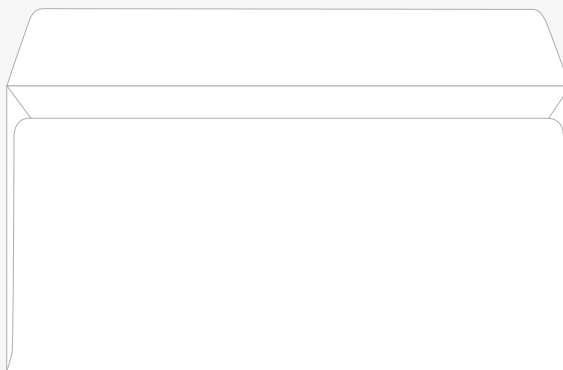
ПАПКА



style/folder.eps

ЕВРОКОНВЕРТ

Gilroy Bold, Gilroy Medium, 10 pt



style/envelope.eps

ЕЖЕДНЕВНИКИ



ПОДАРОЧНАЯ
УПАКОВКА



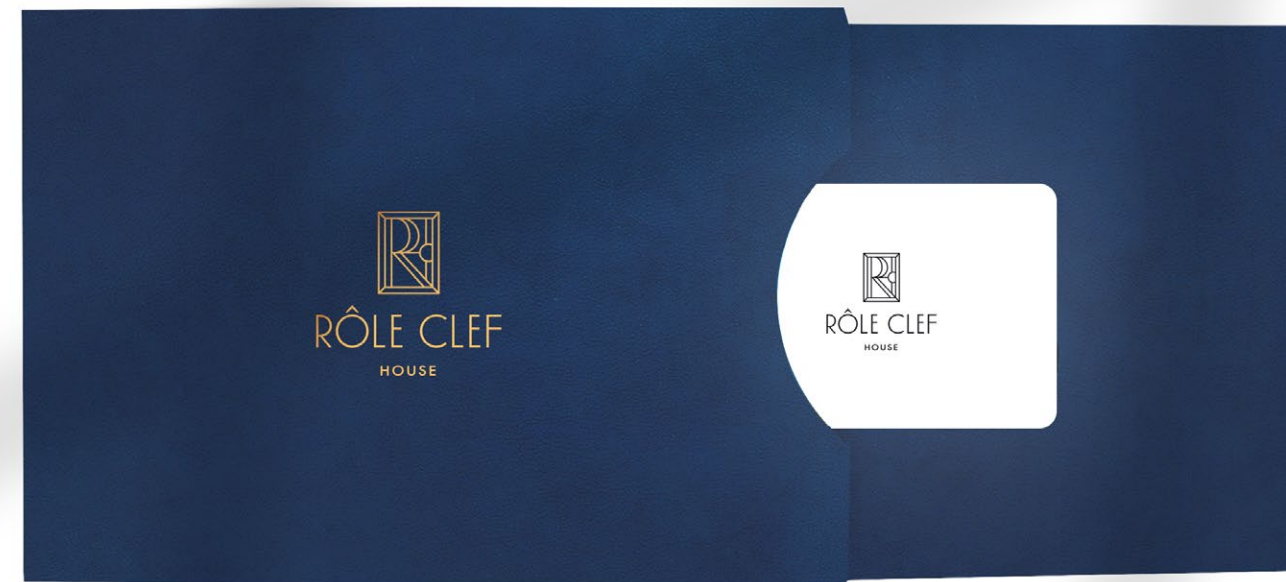
КЛЮЧИ



ШКАТУЛКА
ДЛЯ КЛЮЧЕЙ



КЛУБНАЯ
КАРТА



подготовлено
southmedia

2018