

magnum

Brandbook



# I. Платформа бренда

Ценности аудитории

Позиционирование и УТП

Характер

Легенда

Тональность

# I.I Ценности аудитории



Свобода



Разнообразие



Развитие



Признание



Современность



## I. II Позиционирование и УТП

# Концептуальный дом. Дом со своей точкой зрения.

У жителей Дома – своя точка зрения на все и свое понимание того, как и где стоит жить в Москве.

Концепт – идея, мысль, понятие, преломление, взгляд.

Концепция – это некое понятие, особый способ понимания чего-либо. Собственные соображения и выводы по какому-либо вопросу.

Концептуальный – то есть имеющий отношение к собственным выводам и соображениям, содержащий в себе само-бытную историю, несколько самостоятельных идей.



## I. II Позиционирование и УТП

Дом, созданный в единственном экземпляре, задающий стандарт моды для других, не являющийся предметом серийного производства.

Эксклюзивный, единичный, созданный специально для определенной аудитории. Восхищает не роскошью, а подлинным визионерством.

Он служит для демонстрации нового стиля и новых технологий, подобно концепт-карам, определяющим облик будущих автомобилей.





## I. II Позиционирование и УТП

Свобода выбора стиля жизни.



## I. III Характер

### Independent

/Независимый

Самостоятельный, свободный от условностей, смелый в суждениях и творческих находках.

### Outstanding

/Выдающийся

Выделяющийся среди других особым статусом.

### Exclusive

/Исключительный

Максимально индивидуализированный, не типичный для данного сегмента, со своим особым стилем.

# Outstanding. Independent. Exclusive.

Можно жить в обществе и быть независимым от него. Можно развивать ультрасовременные идеи, опираясь на классический опыт. Можно учитывать авторитетное мнение, но не быть зависимым от него. Людей с индивидуальным видением мало. На первый взгляд, они не выделяются из толпы, но привлекают всеобщее внимание ярким внутренним блеском таланта, упорством и настойчивостью. Именно они задают вопросы и не боятся идти своим путём. Они ломают традицию, чтобы продолжить её, вызывая новое цветение. Они практичны, немногословны и достигают мастерства в любом своем проявлении. Подобно великим модернистам 20 века, они возвращаются к истокам, чтобы создать образ будущего.

Новые концепт-апартаменты – это последний анклав индивидуальности среди многочисленных элитных проектов, ставших массовыми в центре Москвы. Это дом для тех, кому уже не нужно демонстрировать свой статус при помощи внешних атрибутов роскоши. Только здесь возможно уединение среди толпы. Здесь каждый человек на вес... не золота, но палладия, значительно более редкого и используемого для важных целей. Здесь можно обрести внутреннюю силу, отдавая время семье и пестуя новое поколение визионеров. Здесь дом для тех, кто говорит своё Слово.

Не спрашивай, что думают об этом другие – спроси себя, и ты узнаешь верный ответ.

Magnum Opus – «великое дело», главный труд жизни. Самое значимое и эпохальное творение человека в искусстве, науке или любой другой сфере деятельности. Всегда представляет собой новое явление, оказывающее сильное влияние на соответствующую сферу жизни. Таким мы видим свой проект – новое слово в сегменте.





## II. Элементы фирменного стиля

Фирменные цвета

Логотип

Использование логотипа

Фирменная типографика

Фотостиль

Охранное поле

Минимальные размеры

Недопустимое использование

## II.I Фирменные цвета

### Основные цвета



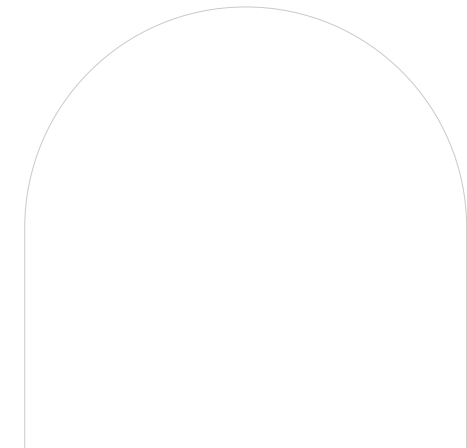
Pantone Cool Grey 1 U  
CMYK 4 3 6 7  
RGB 218 217 214  
#DAD9D6



Pantone 2476 U  
CMYK 42 40 36 18  
RGB 148 133 132  
#908585



Pantone 2478 U  
CMYK 61 56 50 51  
RGB 96 90 87  
#4C4748



Pantone White Base  
CMYK 0 0 0 0  
RGB 255 255 255  
#FFFFFF

## II.I Фирменные цвета

### Дополнительные цвета

Фольга используется в печатной продукции и сувенирных материалах.



Фольга Kurz Luxor 332

## II. II Логотип

Логотип – важнейший элемент имиджа компании, который служит в первую очередь для ее идентификации на рынке. Фирменное начертание логотипа используется в большей части корпоративных материалов.

magnum

## II. II Использование логотипа

magnum

Фон Pantone Cool Grey 1 U, логотип Pantone 2476 U

## Основные цветовые решения

magnum

Фон Pantone 2476 U, логотип Pantone Cool Grey 1 U

magnum

Фон Pantone Cool Grey 1 U, логотип Pantone 2476 U

magnum

Фон Pantone 2476 U, логотип Pantone Cool Grey 1 U

## II. II Использование логотипа

magnum

Фон Pantone Cool Grey 1 U, логотип Pantone 2476 U

## Дополнительные цветовые решения

magnum

Фон Pantone 2476 U, логотип Pantone Cool Grey 1 U

magnum

Фон Pantone Cool Grey 1 U, логотип Pantone 2476 U

magnum

Фон Pantone 2476 U, логотип Pantone Cool Grey 1 U



## II. II Логотип

m  
a  
g  
n  
u  
m

### Вертикальный логотип

Вертикальный логотип размещается в исключительных случаях, когда необходимо заметно брендировать поверхность, а использование горизонтального лого невозможно.

## II. III Фирменная типографика

# Avenir Next

Aa

### Avenir Next Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890

Aa

### Avenir Next Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890

Aa

### Avenir Next Demi Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890

## II. III Фотостиль



Колористика рендеров должна соответствовать фирменным цветам, предпочтительно использовать фронтальные виды.



Люди на фотографиях мужчины или женщины европейского типа, не смотрящие в объектив. Желательно в качестве фона использовать однородную стену / архитектурный объект / интерьер.



Фотографии деталей должны быть сняты с близкого расстояния так, чтобы было видно качество фактуры. Приветствуется сочетание разных текстур в кадре.

## II. III Охранное поле

Охранное поле – это минимальное пространство вокруг логотипа, в которое не должны попадать посторонние элементы.

Охранное поле необходимо соблюдать в случаях использования логотипа вне фирменных носителей. Пространства может быть больше, но не меньше.



## II. III Минимальные размеры

Логотип не должен быть меньше указанных ниже размеров.

Для печати:

magnum  
|-----|  
18 мм

Для мониторов:

magnum  
|-----|  
45 px

## II. III Недопустимое использование

Запрещено перекрашивать логотип, добавлять тени, обводки, отражения, псевдообъем и другие подобные эффекты. Также недопустимы деформация, изменение расстояния между элементами, размещение логотипа на неоднородном фоне.

~~magnum~~

~~magnum~~

~~m a g n u m~~





### III. Деловая документация

Персональная визитка

Фирменный бланк

Папка для документов

Конверты

## III.1 Персональная визитка

90x50 мм.  
2 вида дизайнерской бумаги с кашировкой.  
Окрашивание среза фольгой Kurz Luxor 332.

Лицевая сторона



Бумага Fedrigoni Sirio Color Perla 210 г/м².  
Тиснение логотипа, контактная информация  
нанесена шелкографией Pantone® 2478 U.

Обратная сторона



Бумага Fedrigoni Sirio Color Caffè 210 г/м².  
Тиснение логотипа фольгой Kurz Luxor 332.

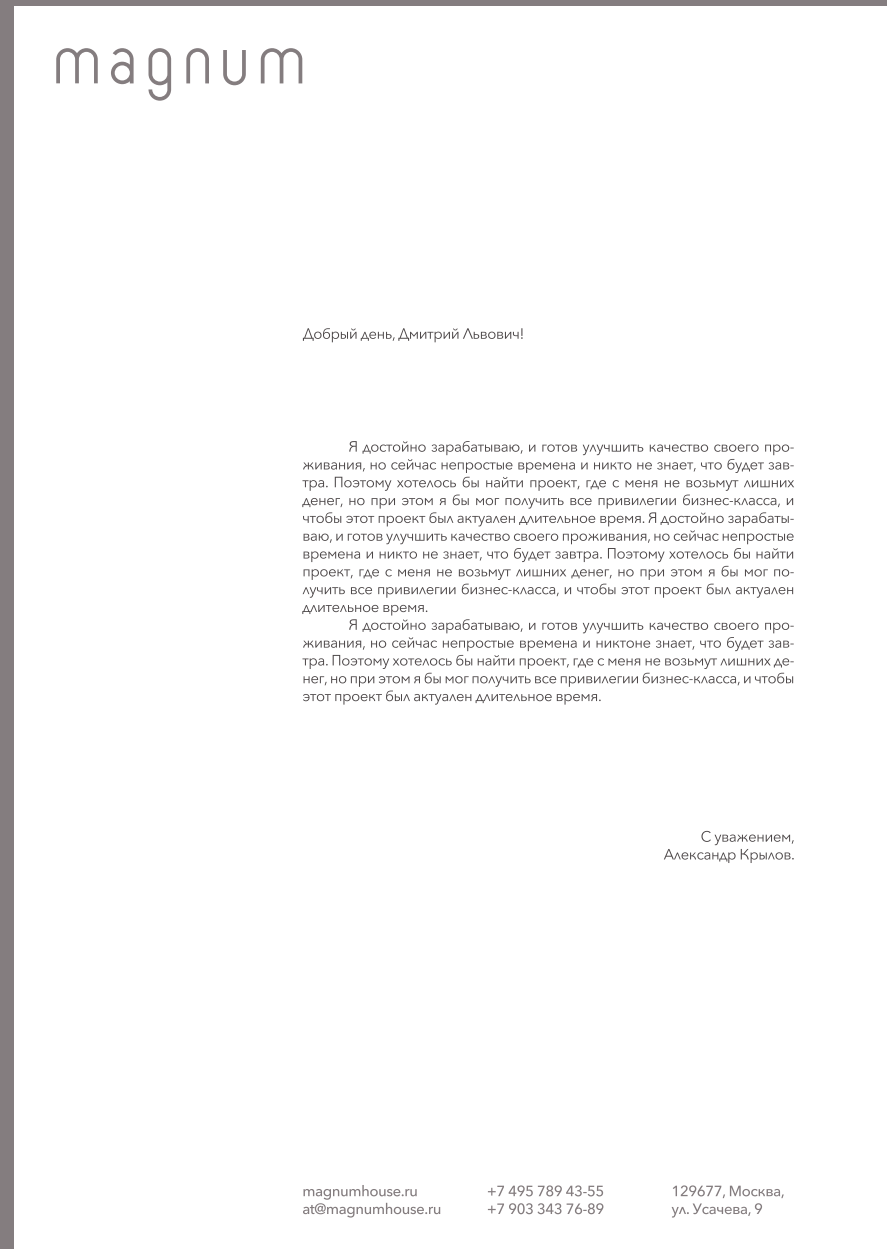
## III. II Фирменный бланк А4

### Базовый бланк

297x210 мм.

Универсальные бланки подходят для большинства задач.

Бумага офсетная 120 г/м<sup>2</sup>.



## III. II Фирменный бланк А4



## Дополнительный бланк

297x210 мм.  
Бланк для торжественных задач.  
Бумага Fedrigoni Sirio Color Perla 210 г/м<sup>2</sup>.  
Тиснение фольгой Kurz Luxor 332.

## III. II Фирменный бланк А4

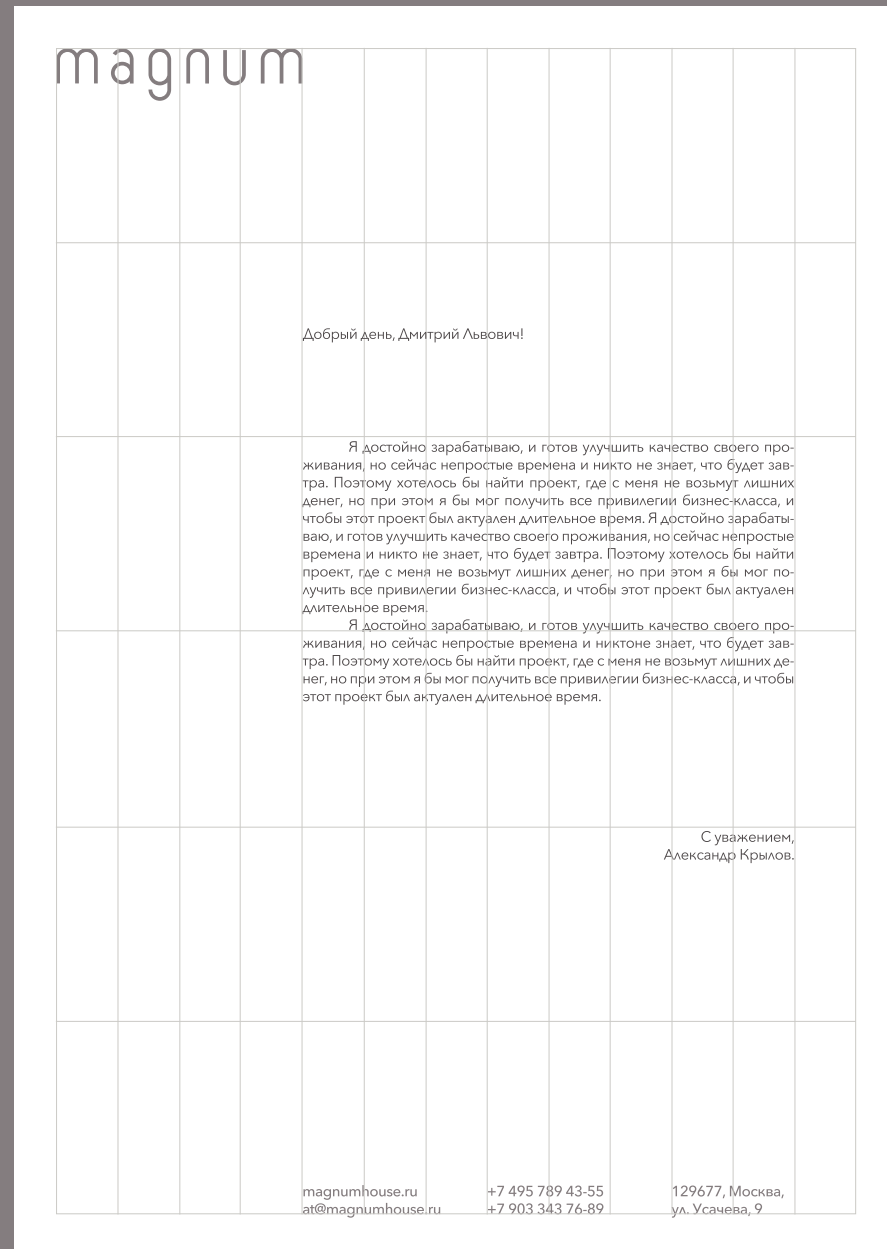


## Дополнительный бланк

297x210 мм.  
Бланк для торжественных задач.  
Бумага Fedrigoni Caffè Color Perla 210 г/м<sup>2</sup>.  
Тиснение фольгой Kurz Luxor 332.

# III. II Фирменный бланк А4

Сетка

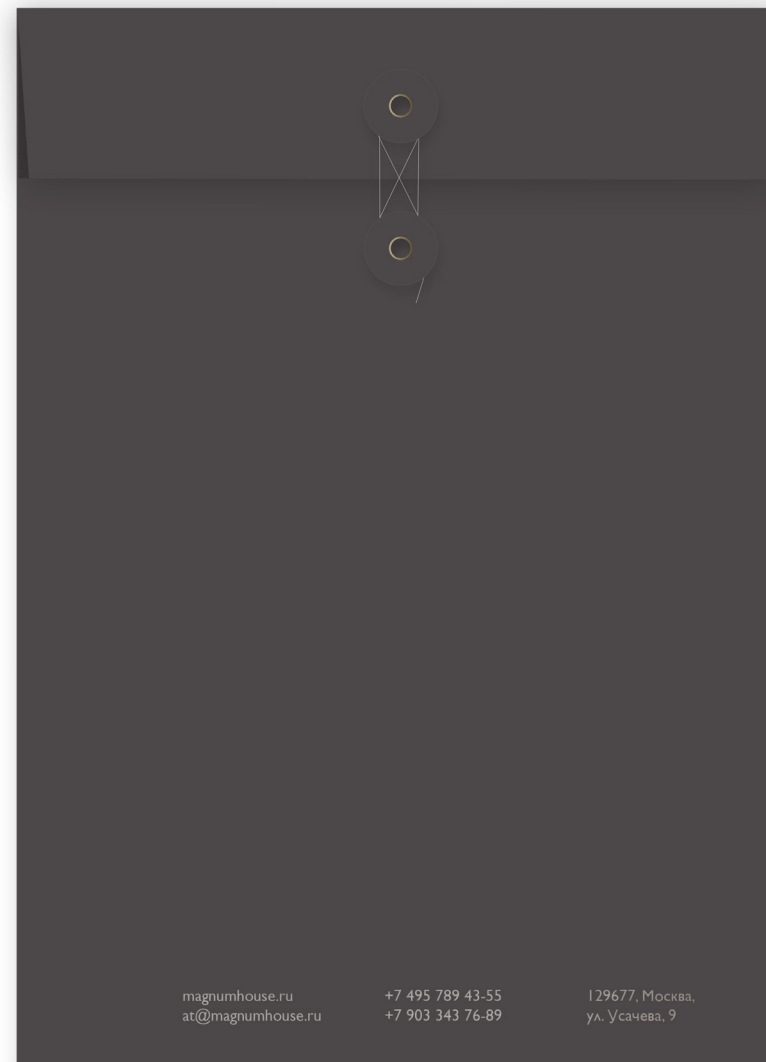
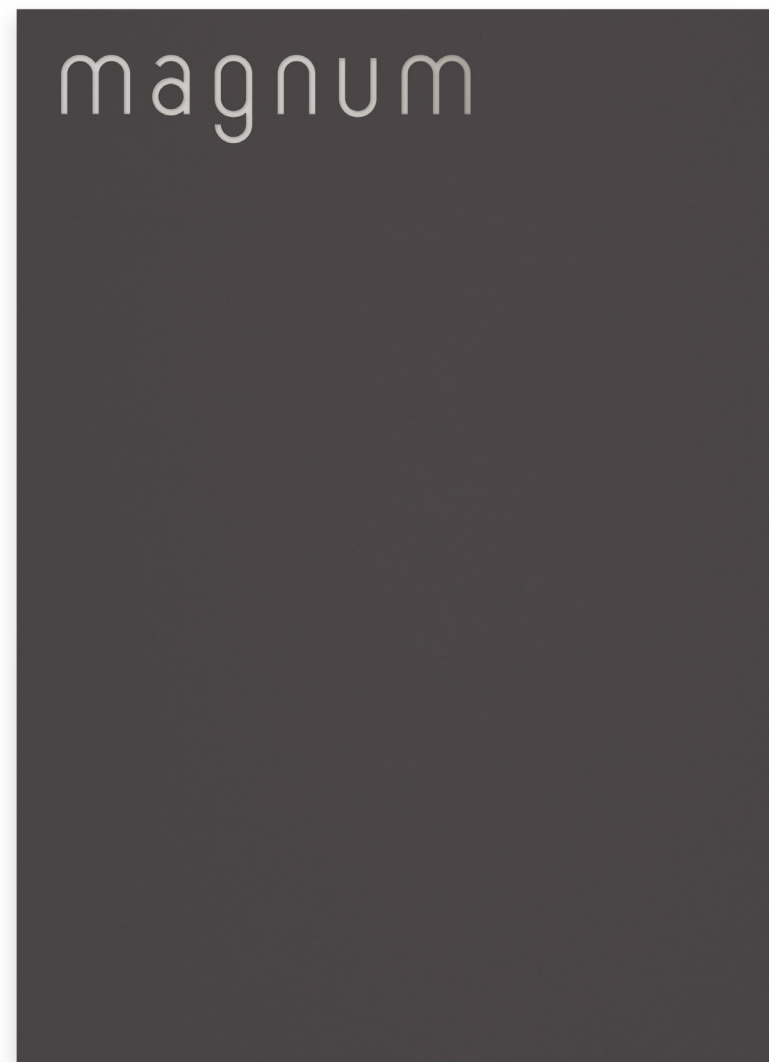




### III.III Папка для документов

#### Вариант 1

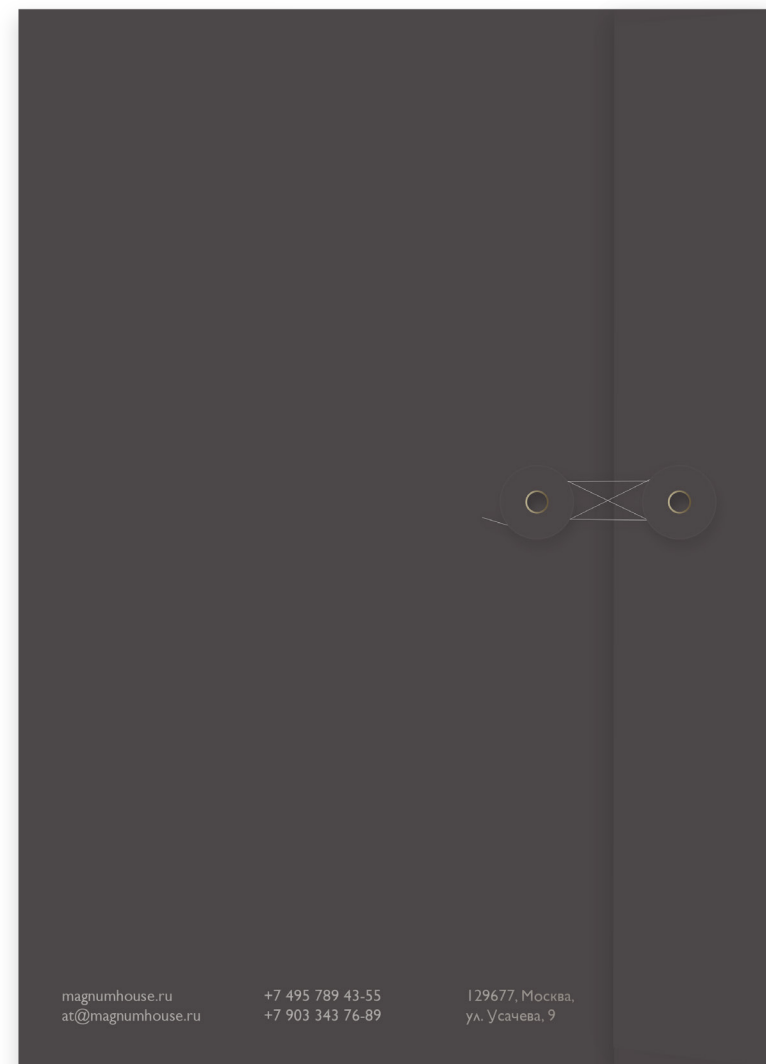
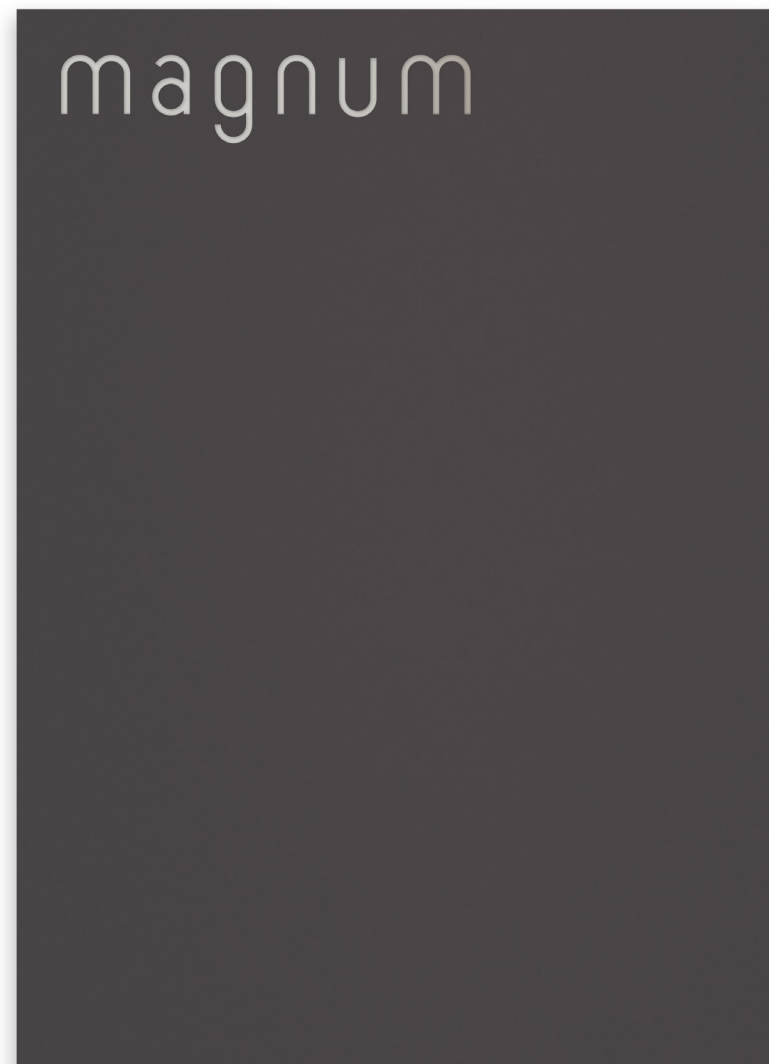
212x300 мм.  
Фирменная папка для документов.  
Закрывается сверху, на застежку с ниткой.  
Бумага Fedrigoni Caffè Color Perla 210 г/м².  
Шелкография Pantone Cool Grey 1 U.



### III.III Папка для документов

### Вариант 2

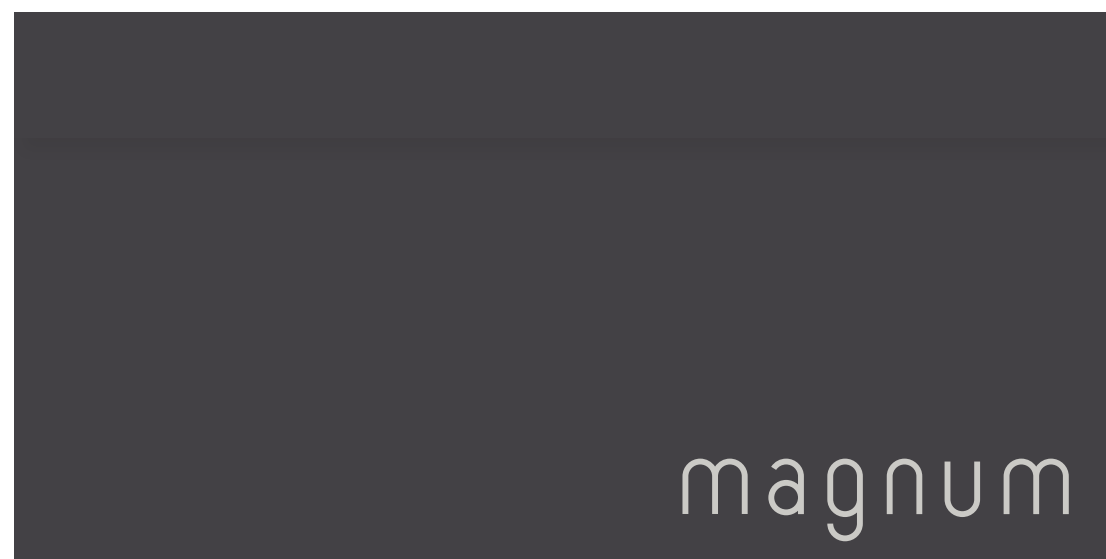
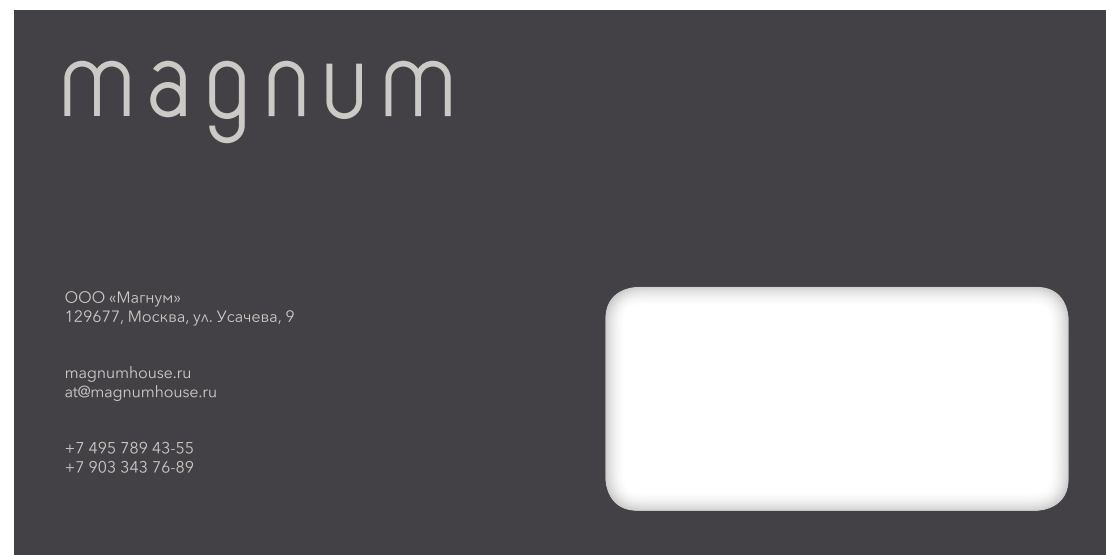
212x300 мм.  
Фирменная папка для документов.  
Закрывается справа, на застежку с ниткой.  
Бумага Fedrigoni Caffè Color Perla 210 г/м².  
Шелкография Pantone Cool Grey 1 U.



## III.IV Конверт

Евростандарт с окном

110x220 мм.  
Бумага офсетная 120 г/м2.  
Окошко для адреса на лицевой стороне.



## III.IV Конверт

### Евростандарт без окна

110x220 мм.  
Бумага офсетная 120 г/м2.  
Строчки для указания адресата с лицевой стороны.

magnum

ООО «Магnum»  
129677, Москва, ул. Усачева, 9

magnumhouse.ru  
at@magnumhouse.ru

+7 495 789 43-55  
+7 903 343 76-89

Кому \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Куда \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Индекс места назначения

magnum



## V.I Флажок настольный



100x150 мм.  
Шелковая ткань цвета Pantone 2478 U.  
Логотип нанесен фольгой Kurz Luxor 332 или другим материалом соответствующего цвета.  
Флажок устанавливается на металлическую ножку.

## V.ИI Ручка

### Вариант 1

Шариковая ручка PARKER IM METAL K220 GUN METAL CT темно-серого цвета с гравировкой логотипа.



## V.II Ручка

### Вариант 2

Шариковая ручка Senator Softstar Alu темно-серого цвета с гравировкой логотипа и сайта.





## V.III Пакет бумажный

500x400 мм.  
Пакет из плотной дизайнерской бумаги Fedrigoni Sirio Color Pietra 210 г/м<sup>2</sup>.  
Логотип нанесен фольгой Kurz Luxor 332.  
Ручка из репсовой ленты цвета близкого к Pantone 2476 U.



## IV. Рекламные материалы

Шаблон рекламного модуля B2C

Рекламный щит 3x6 м

Плакат

Оформление офиса продаж

# IV.1 Шаблон рекламного модуля B2C

Вариант 1

Без дополнительного текста.





# IV.1 Рекламный щит 3x6 м

Вариант 1



# IV.1 Рекламный щит 3x6 м

Вариант 2



# IV.1 Рекламный щит 3x6 м

Вариант 3













## IV.IV Оформление офиса продаж

Размещение логотипов  
в офисе продаж

Логотип размещается на входной группе из металла с контражурной подсветкой и внутри офиса продаж в виде аппликации из оргстекла.



magnum

Проект разработан  
брендинговым агентством SmartHeart®  
[www.sh.agency](http://www.sh.agency)

**SH**® SmartHeart.  
Charismatic  
Brands