

Содержание

1. БРЕНД-ПЛАТФОРМА

- 1.1 О проекте
- 1.2 Целевая аудитория
- 1.3 Мотив приобретения
- 1.4 Мотивы
- 1.5 УТП

3. ЦВЕТ

- 3.1 Основные цвета
- 3.2 Основное сочетание цветов
- 3.3 Двухцветные сочетания
- 3.4 Дополнительные двухцветные сочетания
- 3.5 Трёхцветные сочетания

5. ГРАФИКА

- 5.1 Паттерн
- 5.2 Дополнительная графика

7. НОСИТЕЛИ

- 7.1 Папка
- 7.2 Ручка
- 7.3 Пакет
- 7.4 Сумка

2. ЛОГОТИП

- 2.1 Логотип
- 2.2 Охранные поля
- 2.3 Использование
- 2.4 Плашки
- 2.5 Масштабирование
- 2.6 Вставки в пробел
- 2.7 Стикеры
- 2.8 Слоган
- 2.9 Дескриптор

4. ТИПОГРАФИКА

- 4.1 Шрифт
- 4.2 Печатной продукция
- 4.3 Модули
- 4.4 Чего избежать

6. ФОТОСТИЛЬ

- 6.1 Правила
- 6.2 Чего избежать

1. Бренд-платформа

- 1.1 О проекте
- 1.2 Целевая аудитория
- 1.3 Мотив приобретения
- 1.4 Мотивы
- 1.5 УТП

Этот жилой комплекс создан для креативных и амбициозных людей, которых объединяет общее дело. На территории ЖК резиденты могут как отдыхать и проводить время с детьми, так и находить партнеров для реализации бизнес-идей и создания творческих или социальных проектов.



КОЛИВИНГ кооперация коллаборация

Каждый из живущих здесь людей — уникальная личность, чьи действия вносят свою лепту в «единый реестр ценности», смарт-ключ к которому есть у каждого, кто владеет долей в проекте. Сама территория жилого комплекса и его функционал (включая диджитал-сервисы для коллаборации) служат своего рода крадсорсинговой платформой — механизмом, который помогают людям находить единомышленников, объединяться и реализовывать различные идеи.

1.2 Целевая аудитория

Целевая аудитория проекта — это самые разные люди. Их объединяет то, что они достаточно молоды и обладают проактивной жизненной позицией. Они готовы не просто вписываться в существующую реальность, но и форматировать ее в зависимости от своих потребностей. Их цель — индивидуальные изменения, которые помогают развиваться.



1.2 Целевая аудитория

Наши резиденты — это те, кого называют smart creativities:

энтузиасты финтеха, диджитал-маркетологи, it-специалисты;

финансисты, инвесторы, консультанты по управлению капиталами;

руководители коммуникационных агентств, представители новых медиа, блоггеры, digital-специалисты;

ученые, специалисты по ИИ и нейросетям, гики;

творческая богема: актеры, режиссеры, современные художники, модельеры, архитекторы;

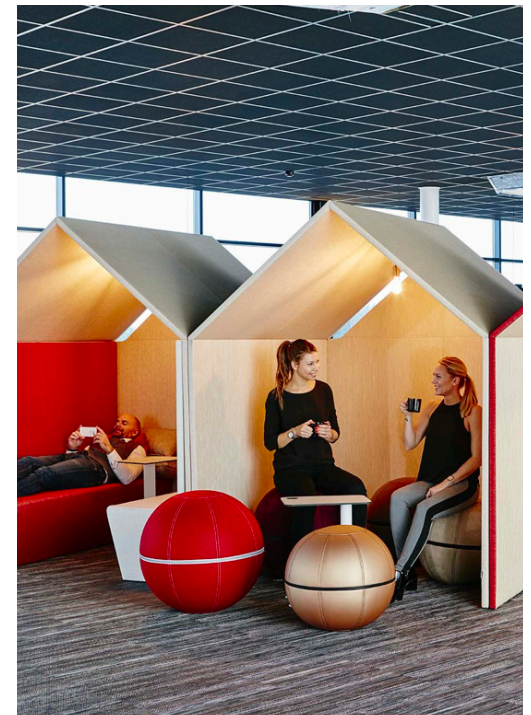
биохаkers, адепты ЗОЖ.



1.2 Целевая аудитория

Все это — профессионалы, которые умеют зарабатывать деньги, но считают важным не копить, а тратить их на новые впечатления. В работе они ищут раскрытия своего потенциала и выполнения социальной миссии. Проявляют интерес к современным технологиям и здоровому образу жизни, имеют проактивную жизненную позицию, стремятся к развитию в широком смысле слова. Всё, на что они тратят деньги и силы, ведёт к новому опыту и самореализации.

Покупка жилья для таких людей — не просто инвестиция средств в удовлетворение базовой потребности, но и новая возможность для развития, поиска профессиональных контактов и обмена интересными идеями.



Свой дом — это не просто место,
куда ты приходишь переночевать.
Дом — это место, где есть все необ-
ходимые ресурсы для развития.

co_app

Приложение для смартфонов и компьютеров (онлайн-решение вопросов и информация о внутренних мероприятиях);

co_edutainment

Пространство для образовательных и развлекательных мероприятий на первом этаже, обучение жителей лофта различным навыкам: языку, дизайну, программированию и пр.);

co_library

Библиотека и полка для буккроссинга;

co_travel

Групповые экскурсии, планирование совместных путешествий;

co_service

Сервис для решения бытовых вопросов: уборка, химчистка, присмотр за детьми, консьерж-услуги;

co_management

Комьюнити-менеджер для управления программой мероприятий;

co_cinema

Зона для игр и просмотра фильмов;

co_sport

Бесплатный фитнес для жителей лофта (объединение людей по группам для достижения спортивных результатов, школа бега co_loft);

co_support

Сервис для взаимопомощи (бейбиситтинг, займы, каршеринг, полив цветов и пр.);

co_kitchen

Зона для сбора гостей, кулинарных мастер-классов и вечеринок (или празднования дней рождения)

co_talk

Пространство для образовательных и развлекательных мероприятий на первом этаже;

2. Логотип

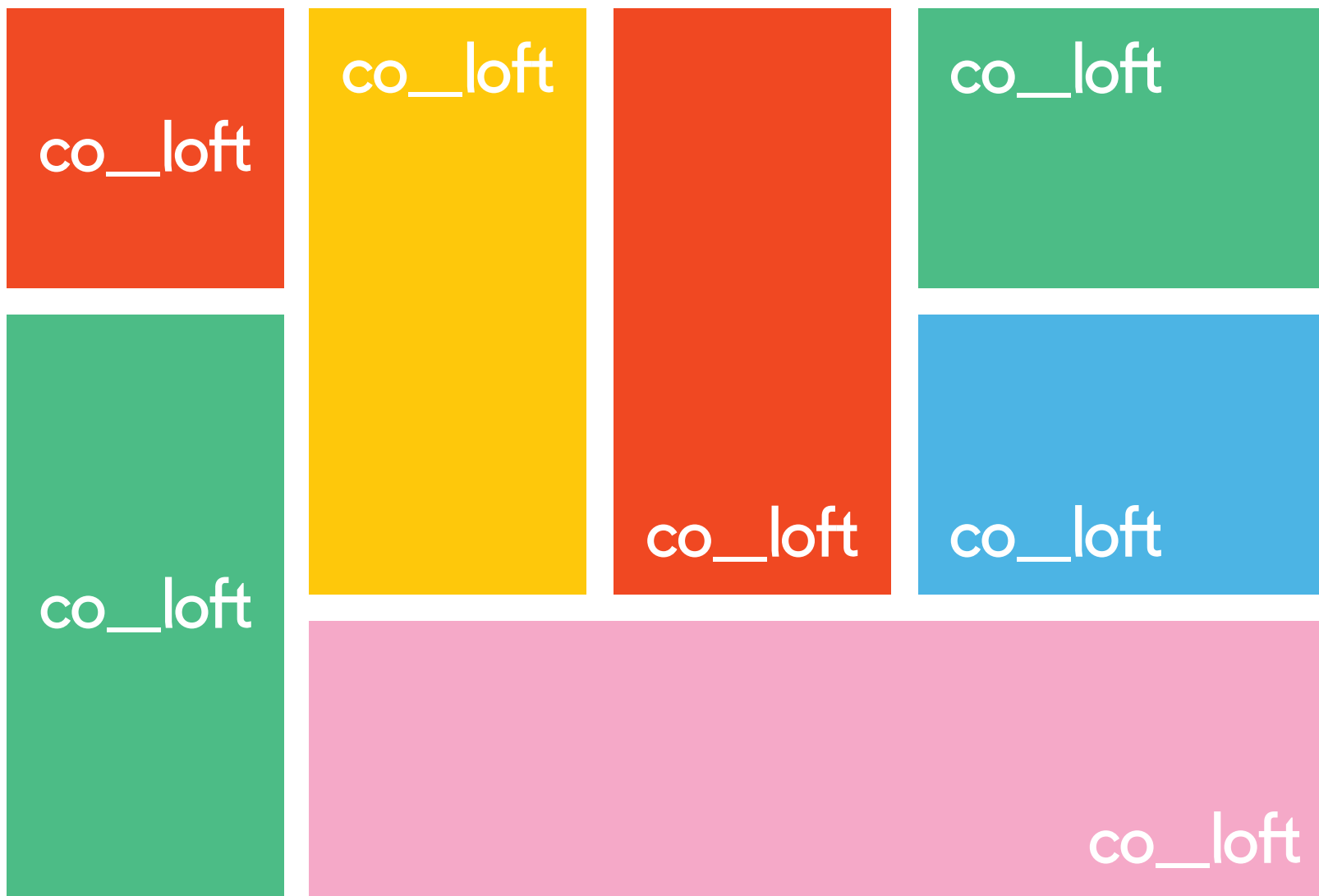
- 2.1 Логотип
- 2.2 Охранные поля
- 2.3 Использование лого
- 2.4 Лого на плашках
- 2.5 Лого с масштабированием
- 2.6 Вставки в пробел логотипа
- 2.7 Стикеры и логотип
- 2.8 Слоган
- 2.9 Дескриптор

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

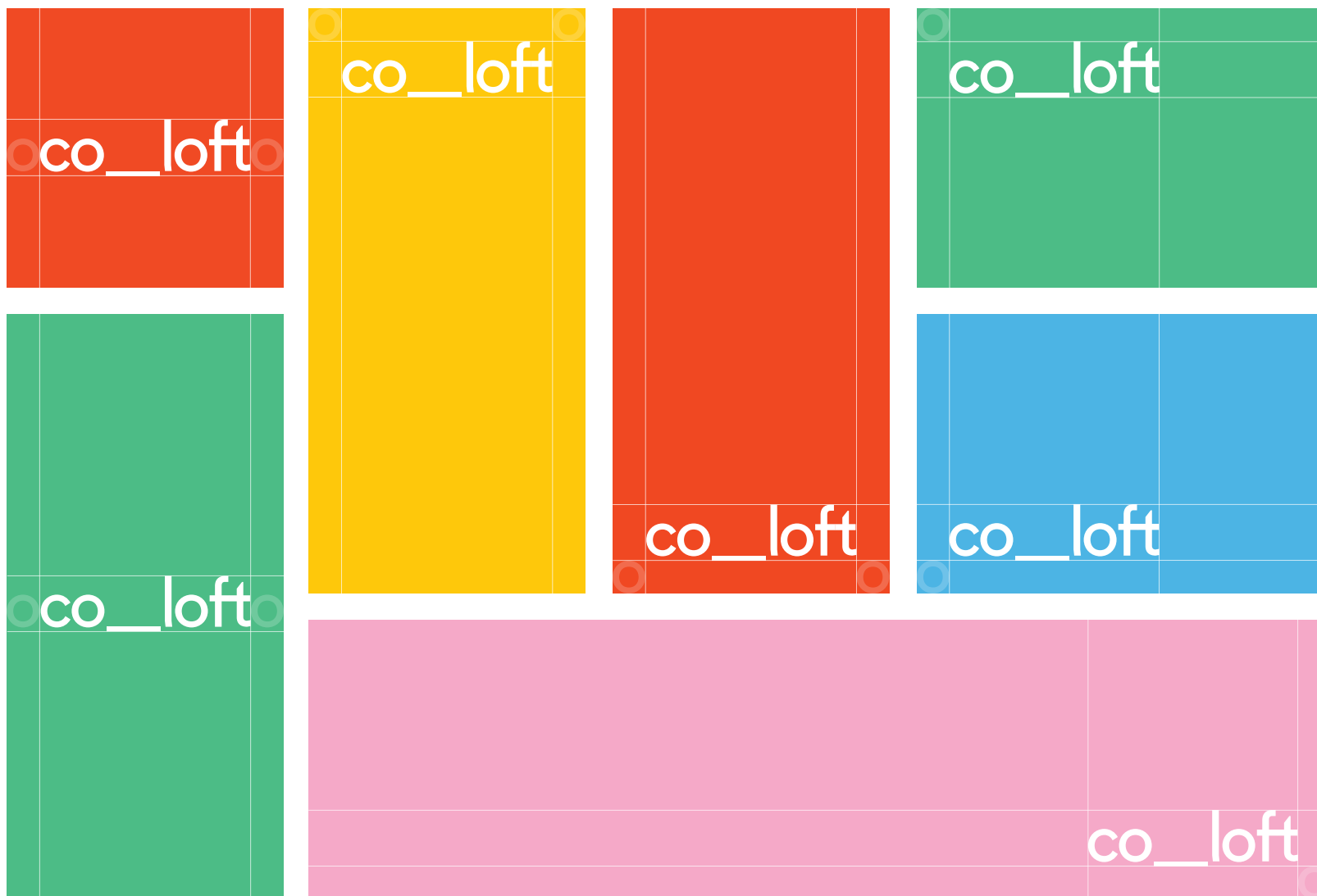
The image shows a logo consisting of the text 'co_loft' in a white, sans-serif font. The 'co' is in a lowercase, rounded font, followed by an underscore, and 'loft' is in a lowercase, more condensed font. The entire logo is centered on a solid green rectangular background.

Охранные поля — минимальное пространство вокруг логотипа, в которое не должны попадать посторонние элементы. Оно обязательно. Пространства может быть больше, но не меньше.





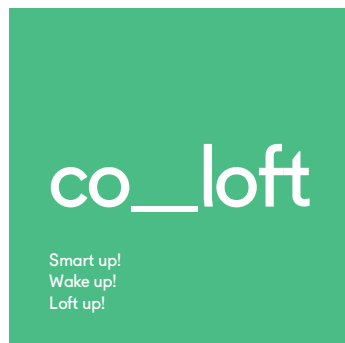
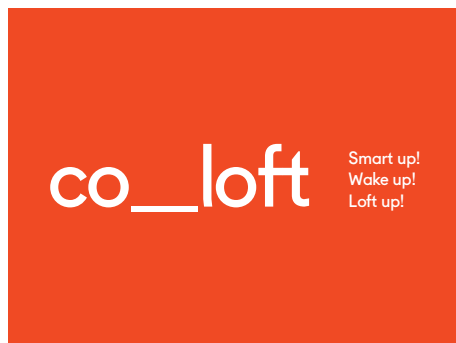
Логотип используется только на цветных плашках. Размещать его можно, выравнивая по центру, справа и слева, сверху и снизу, учитывая охранные поля.



Логотип используется только на цветных плашках. Размещать его можно, выравнивая по центру, справа и слева, сверху и снизу, учитывая охранные поля.

co_loft

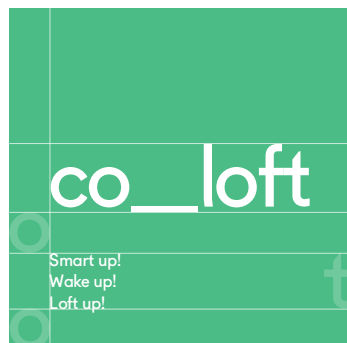
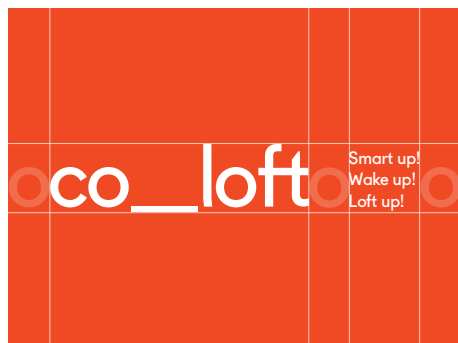
Start up!
Wake up!
Loft up!



Размещать слоган следует справа сбоку от логотипа, либо под логотипом, выровнивая по левой стороне, с учетом указанных пропорций.

co_loft

Start up!
Wake up!
Loft up!



Размещать слоган следует справа сбоку от логотипа, либо под логотипом, выравнивая по левой стороне, с учетом указанных пропорций.

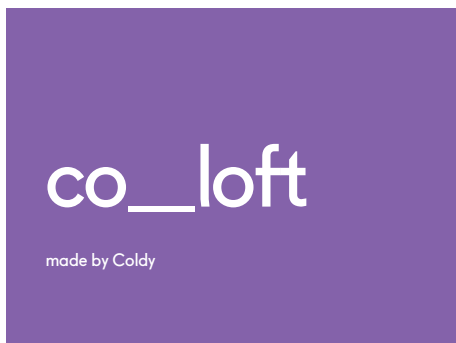
Лофт
от 4,6 млн руб.

co_loft

Smart up!
Wake up!
Loft up!

co_loft

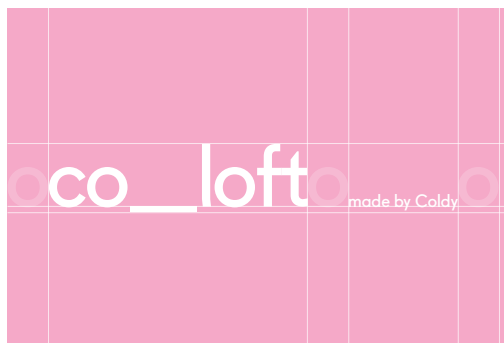
made by Coldy



Размещать дескриптор следует справа сбоку от логотипа, либо под логотипом, выровнивая по левой стороне, с учетом указанных пропорций.

co_loft

made by Coldy



Размещать дескриптор следует справа сбоку от логотипа, либо под логотипом, выравнивая по левой стороне, с учетом указанных пропорций.

co_loft

made by Coldy

co **food** loft

The image shows the logo 'co food loft' in a sans-serif font. The word 'co' is white, 'food' is black, and 'loft' is white. A thick white horizontal line is positioned directly beneath the word 'food'.

Данная конфигурация может быть
использована в разных сервисах
co_loft, в вебе и диджитал
продуктах.

co **work** loft



co_sport_loft

The image shows the text 'co_sport_loft' centered on a green background. The word 'co' is in white, 'sport' is in black, and 'loft' is in white. A white horizontal line is positioned below the 'sport' portion, extending from the start of the 's' to the end of the 't'.

co fun loft



co food loft

В пробел логотипа может быть вставлено любое слово, при этом сам логотип может расширяться и подстраиваться под размер слова, учитывая охранные поля, равные половине одной из букв логотипа "о". Цвет вписанных в логотип надписей — чёрный.

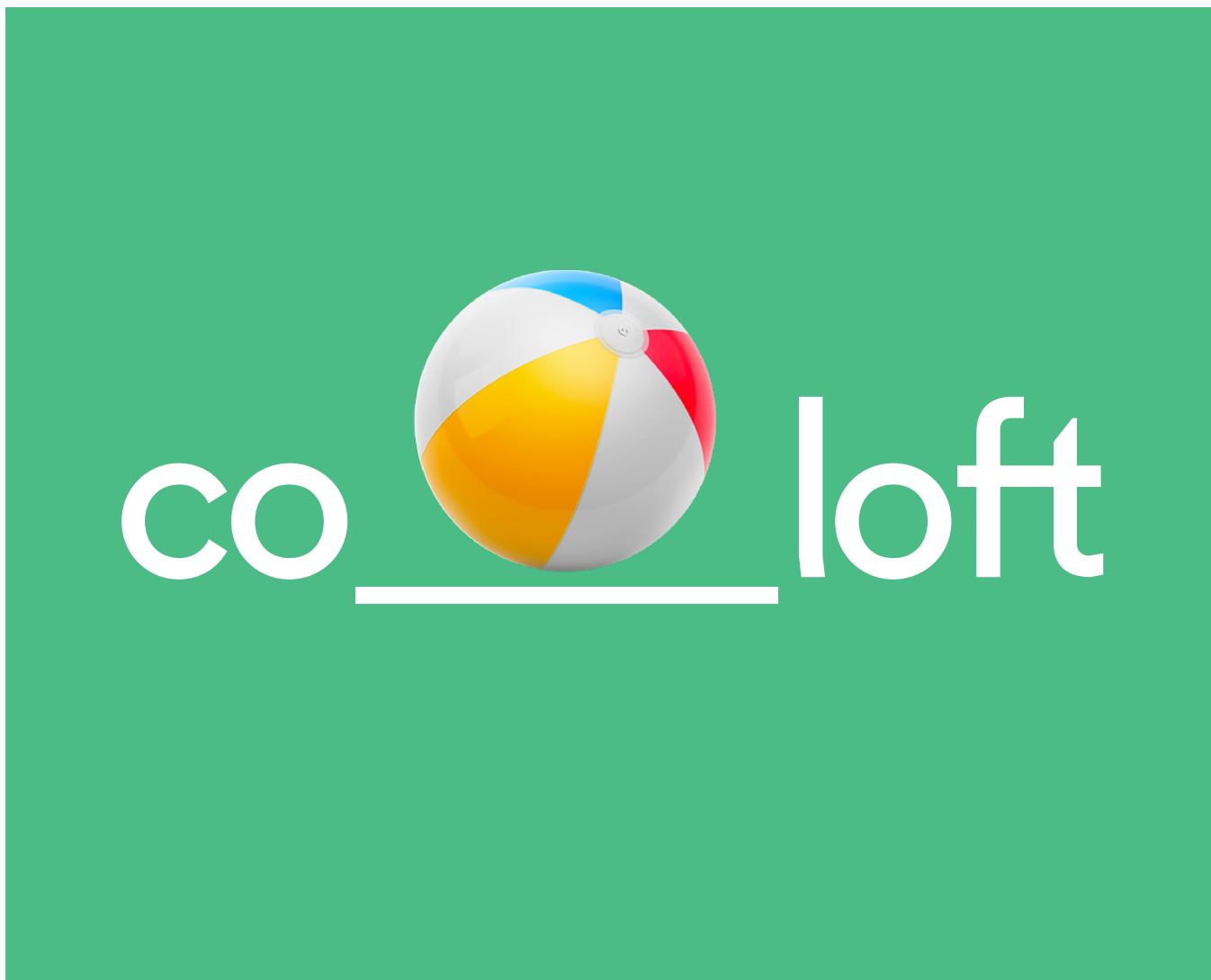




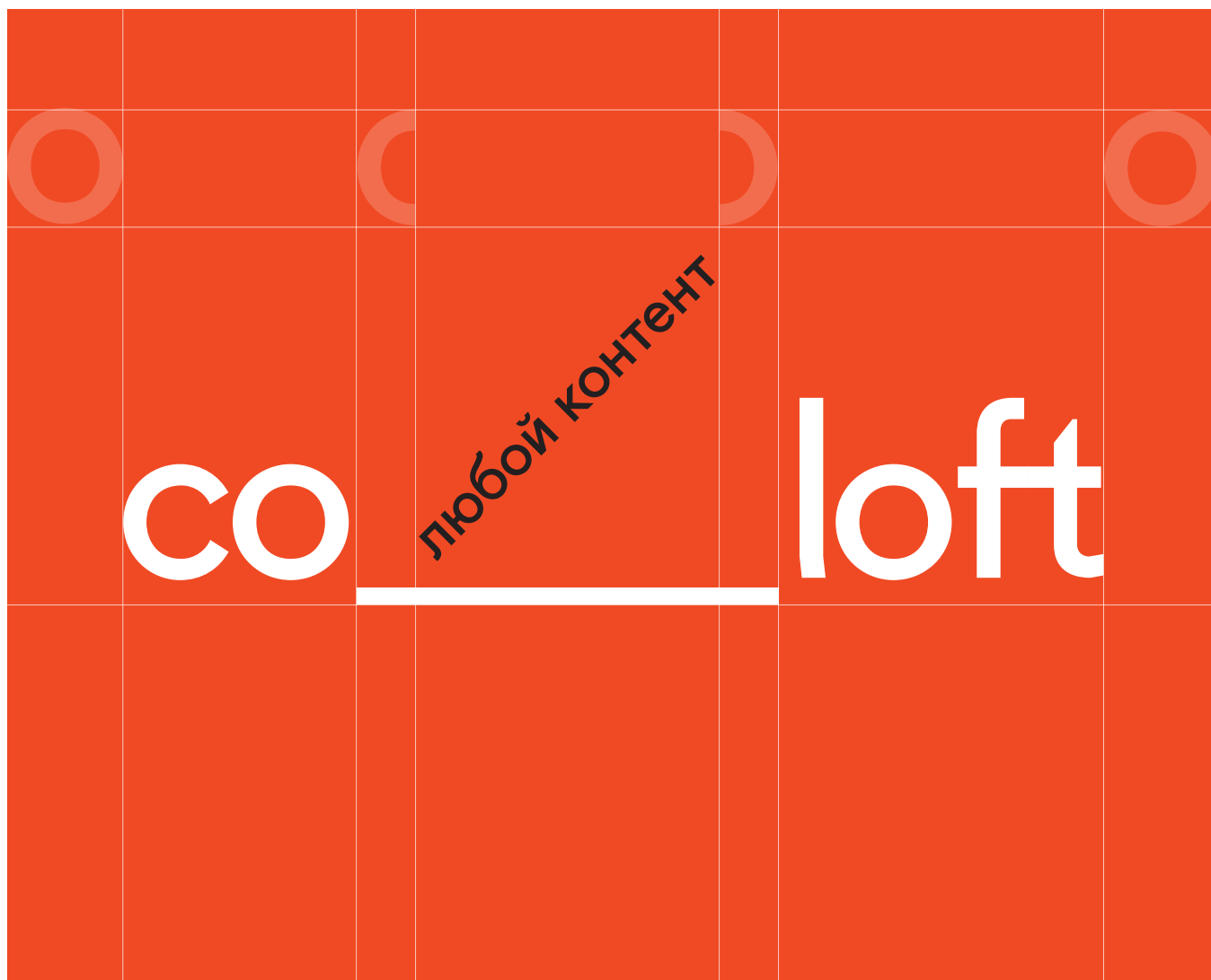
В пробел логотипа может быть вставлен любой контент, например, стикер-иллюстрация. Опять же, сам логотип может расширяться и подстраиваться под размер слова, учитывая охранные поля, равные половине одной из букв логотипа "о".



В пробел логотипа может быть вставлен любой контент, например, стикер-иллюстрация. Опять же, сам логотип может расширяться и подстраиваться под размер слова, учитывая охранные поля, равные половине одной из букв логотипа "о".



В пробел логотипа может быть вставлен любой контент, например, стикер-иллюстрация. Опять же, сам логотип может расширяться и подстраиваться под размер слова, учитывая охранные поля, равные половине одной из букв логотипа "o".



Это может быть также использовано в разных услугах, предоставляемых co_loft, мероприятиях, в вебе, диджитале и печатной продукции.

3. Цвет

- 3.1 Основные цвета
- 3.2 Основное сочетание цветов
- 3.3 Основные двухцветные сочетания
- 3.4 Дополнительные двухцветные сочетания
- 3.5 Трёхцветные сочетания

3.1 Фирменные цвета



Красный

RGB 240 73 35
CMYK 0 87 100 0
HEX #EF4822



Зелёный

RGB 82 189 136
CMYK 66 0 63 0
HEX #52BC87



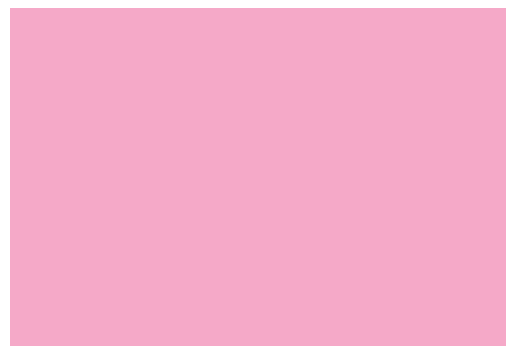
Жёлтый

RGB 255 201 7
CMYK 0 21 100 0
HEX #FFC906



Фиолетовый

RGB 130 97 164
CMYK 56 70 4 0
HEX #8260A3



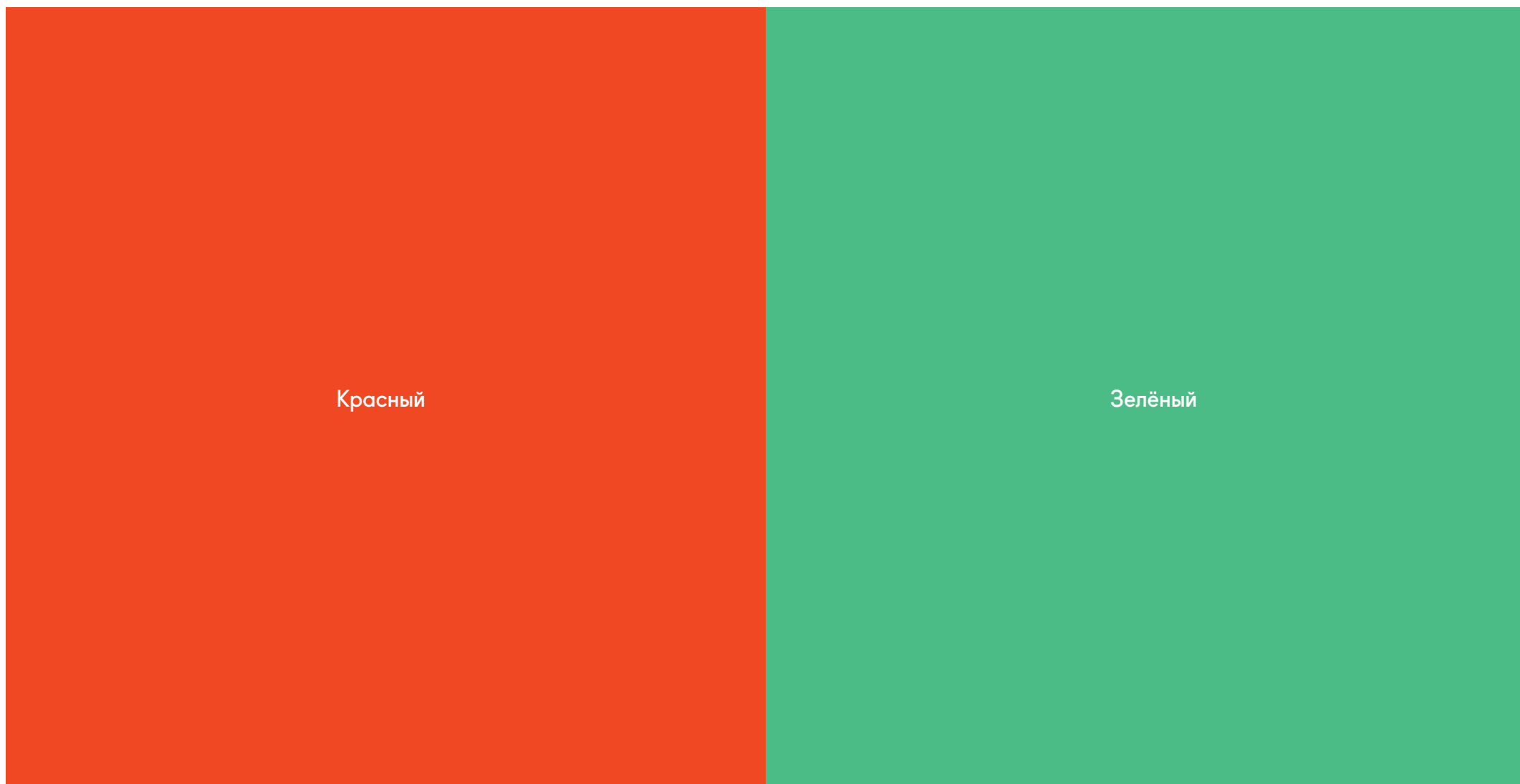
Розовый

RGB 264 169 198
CMYK 0 42 2 0
HEX #F5A9C5

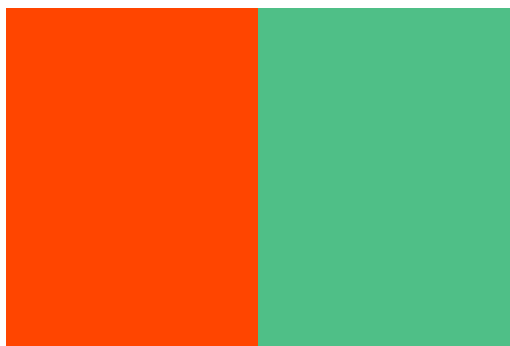


Голубой

RGB 78 180 228
CMYK 62 11 1 0
HEX #4DB4E3



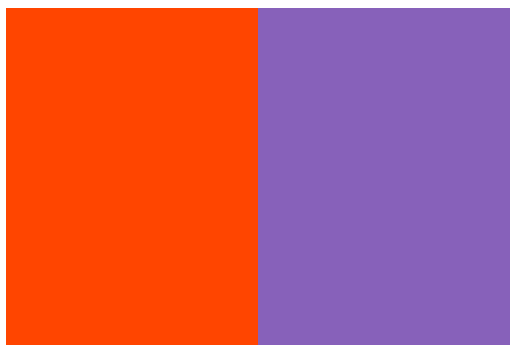
3.1 Двухцветные сочетания



Красный
Зелёный



Красный
Жёлтый



Красный
Фиолетовый



Зелёный
Фиолетовый

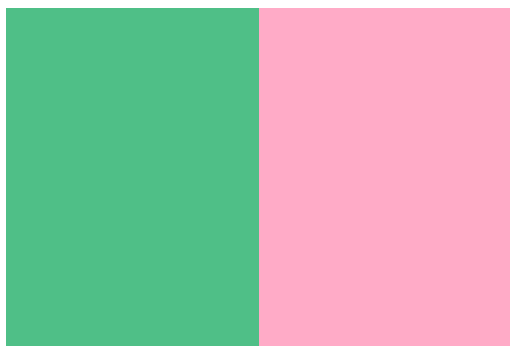


Зелёный
Жёлтый

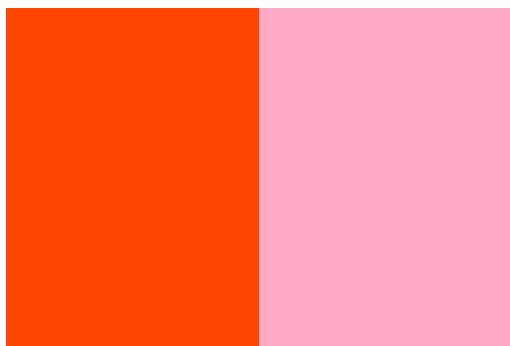


Жёлтый
Фиолетовый

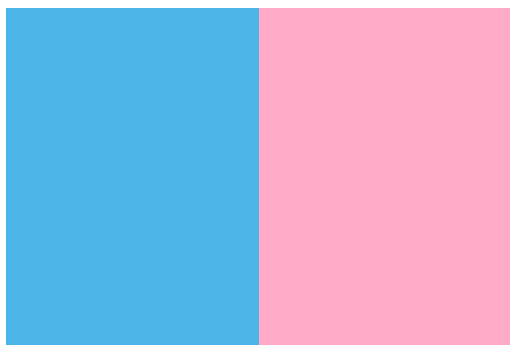
3.1 Дополнительные двухцветные сочетания



Зелёный
Розовый



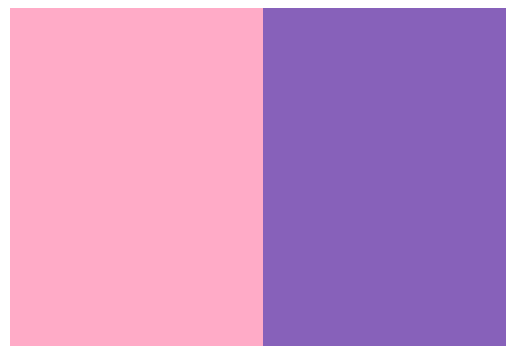
Красный
Розовый



Красный
Фиолетовый



Зелёный
Фиолетовый



Зелёный
Жёлтый



Жёлтый
Фиолетовый

3.1 Трёхцветные сочетания



Голубой
Фиолетовый
Жёлтый



Зелёный
Фиолетовый
Розовый



Красный
Фиолетовый
Розовый



Красный
Фиолетовый
Жёлтый



Красный
Фиолетовый
Зелёный



Зелёный
Фиолетовый
Жёлтый

4. Типографика

- 4.1 Шрифт
- 4.2 Верстка печатных материалов
- 4.3 Прямоугольные модули
- 4.4 Чего избежать

Fugue

Regular

Кириллица

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМН
ОПРСТУФХЦЧШЩЪЫ
ЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрст
уфхцчшщъыьэюя

Латиница

ABCDEFGHIJKLM
NOPQR STUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

Цифры и символы

0123456789?!

Архитектура

Развивай себя
как проект

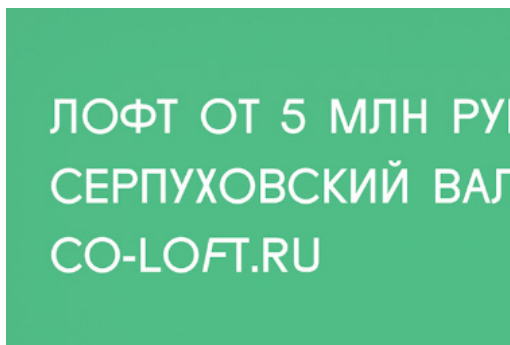
Бесплатный
фитнес-зал
для жителей

Лофт
от 4,6 млн руб.

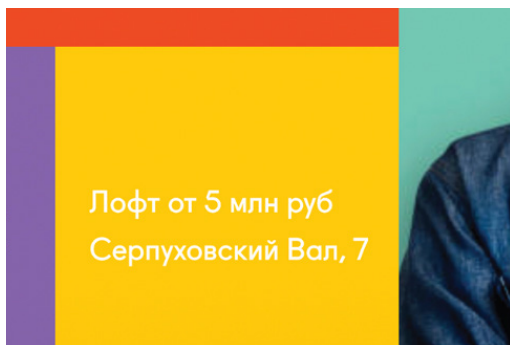
coloft.ru

Разрешается использовать более мелкий текст на плашках, так же выравнивая по левому краю.

На плашках можно делать достаточно крупные надписи в одну или несколько строк, выравнивая по левому краю.



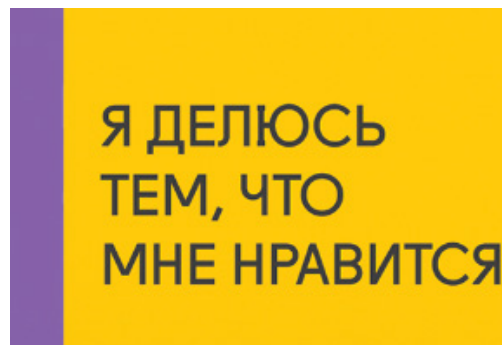
Не использовать текст, набранный только строчными буквами.



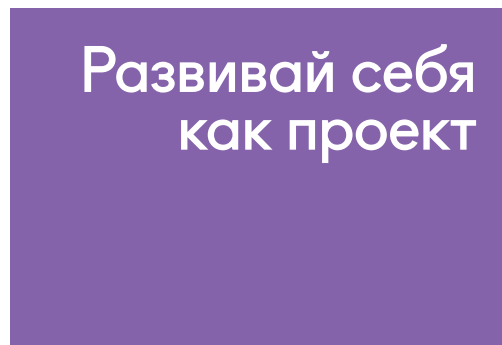
Не располагать текст на желтом или розовом фонах. Только оставшиеся другие фирменные цвета: красный, зелёный, фиолетовый, голубой.



Не использовать никакие виды подчеркиваний, буллитов, выделений в тексте. Только текст на белом фоне, либо на цветных плашках.



Не использовать другой цвет текста в тех случаях, где предполагается использование только текста. Менять цвет надписей на черный можно только в случае со вставкой слов в логотип.

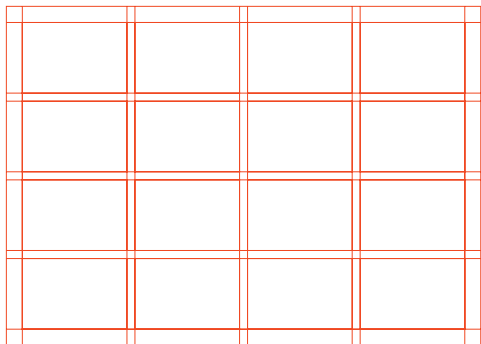


Не выравнивать текст на плашках по правому краю.

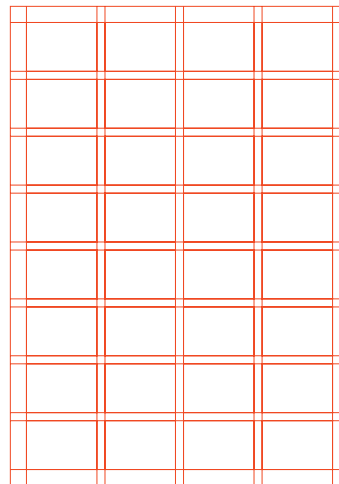


Не выравнивать текст по центру.

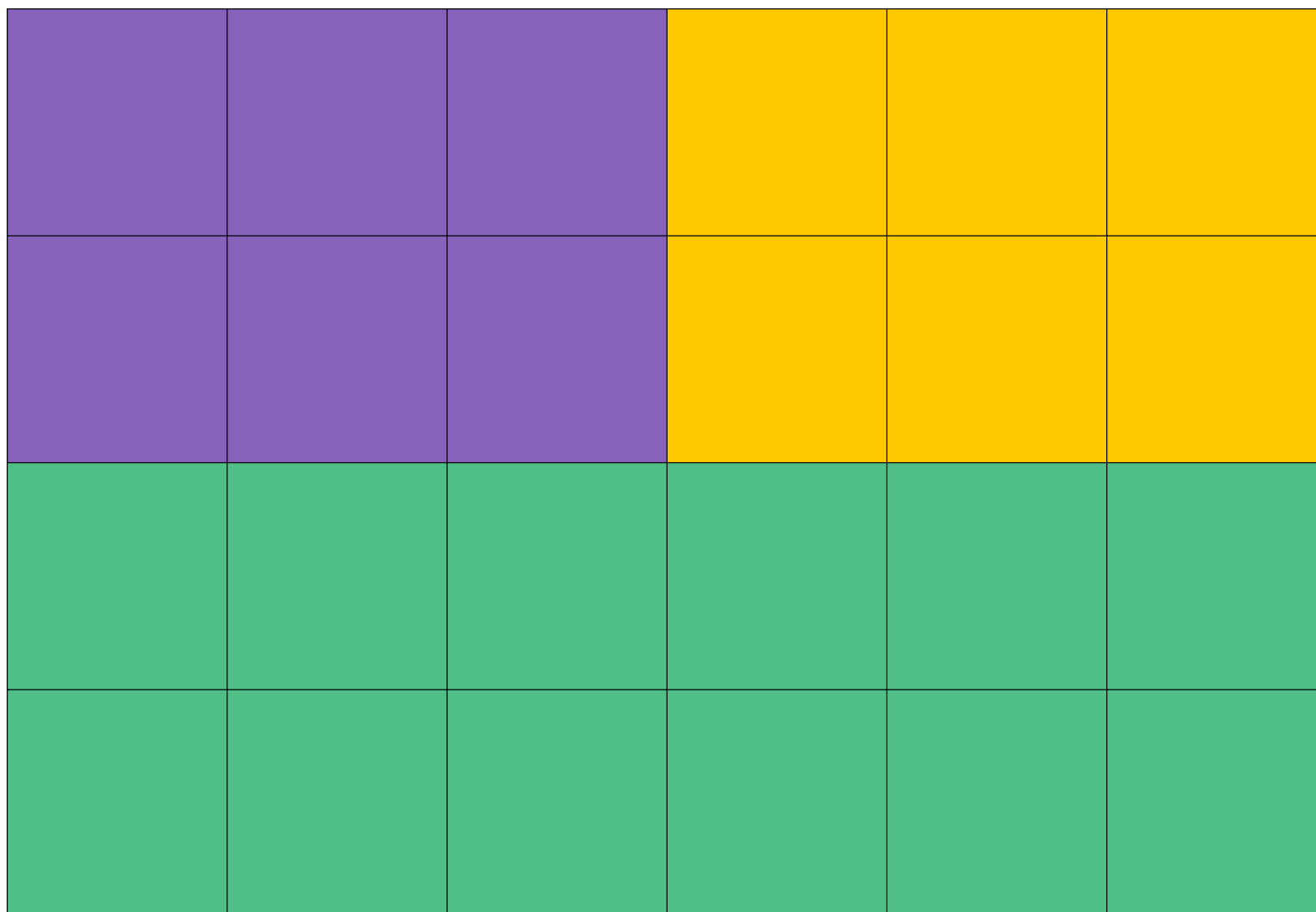




При разметке печатных материалов альбомной ориентации стоит полагаться на сетку в 4 колонки и 4 строки.

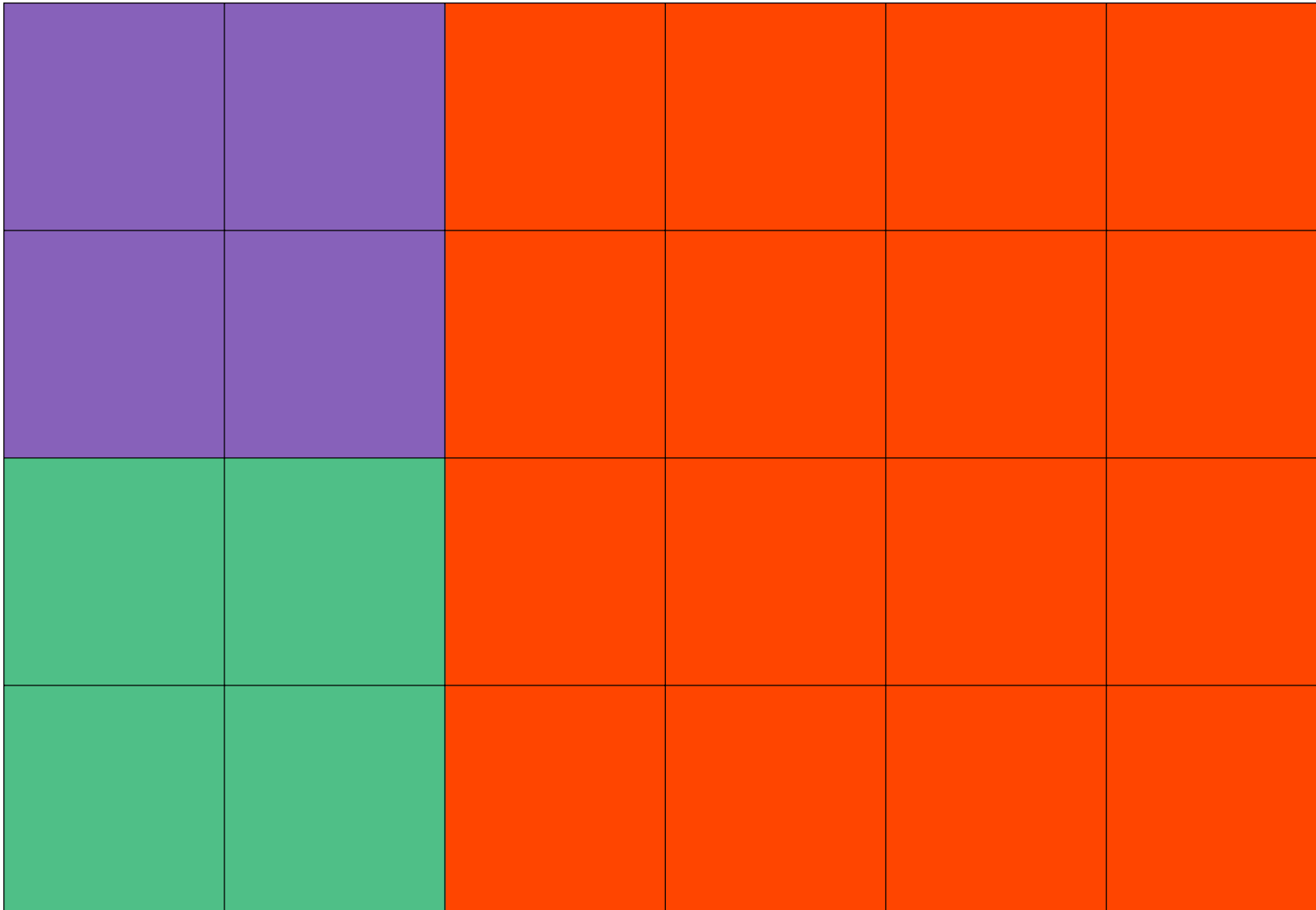


При разметке печатных материалов портретной ориентации стоит полагаться на сетку в 4 колонки и 8 строк.



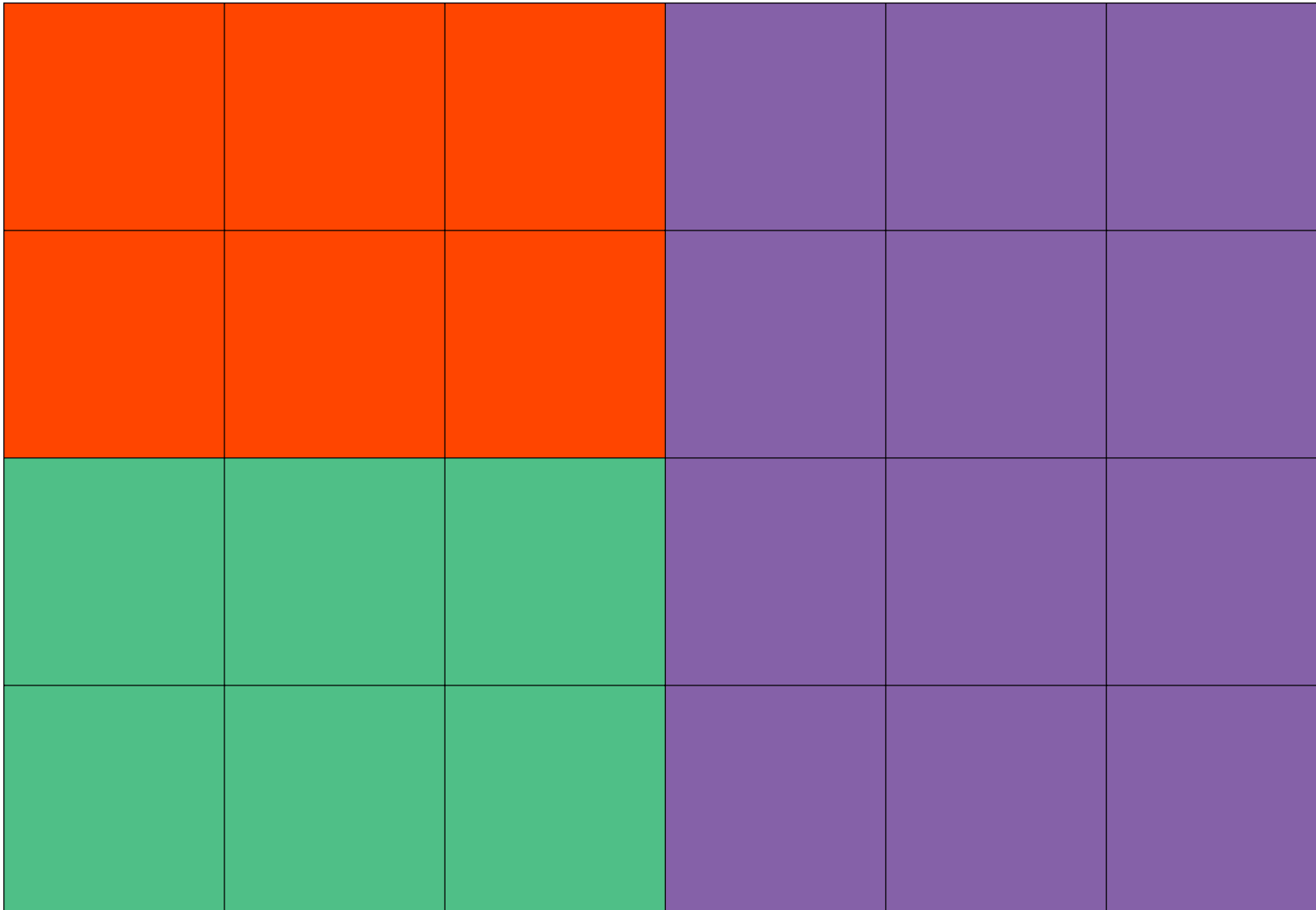
Разметка пространства для носителей, наружной рекламы, баннеров, веба и диджитал осуществляется по прямоугольной сетке. Разрешается использовать только 3 цвета за один раз.

4.5 Прямоугольные модули

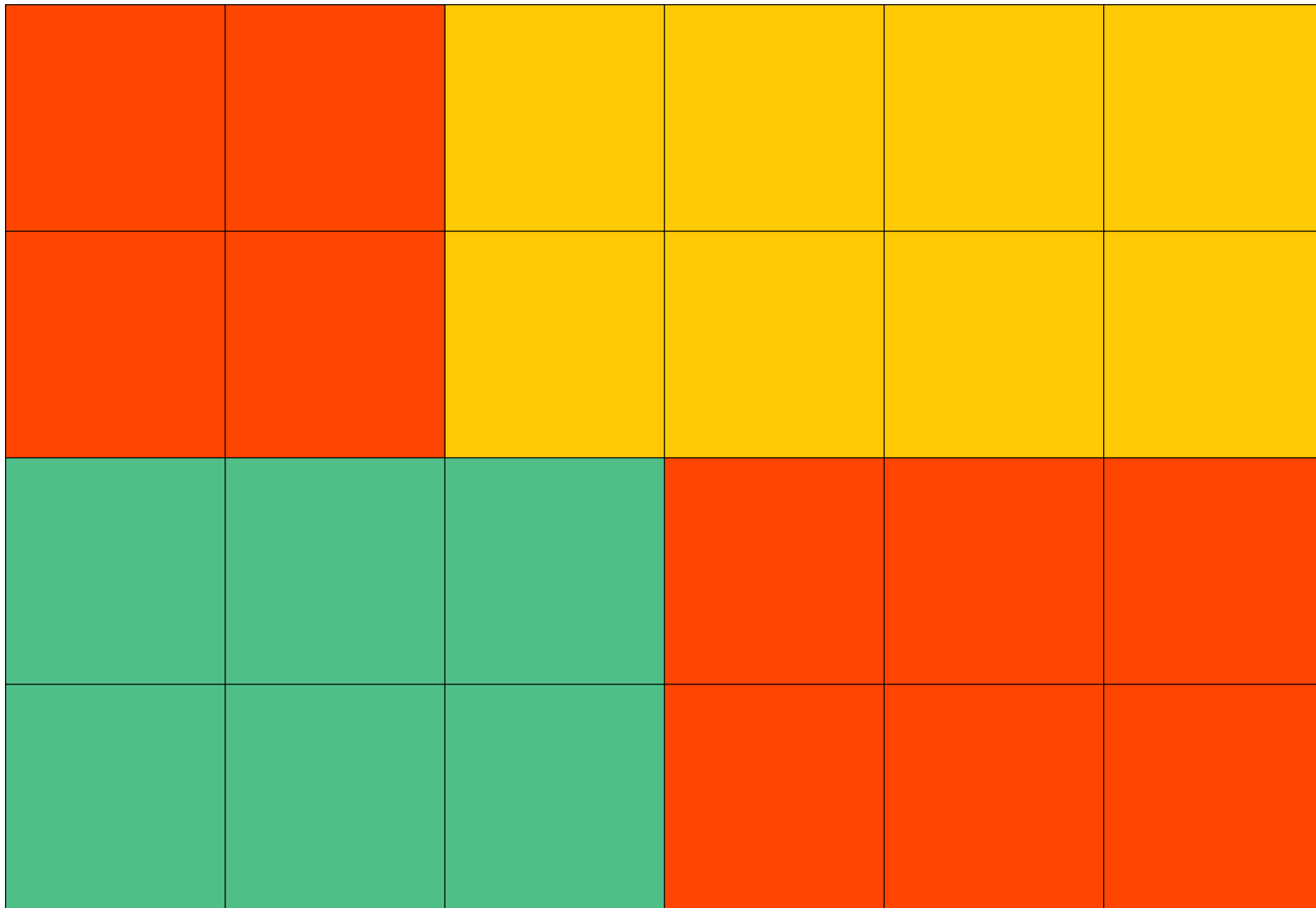


Минимальный размер одного блока — 2×2 .

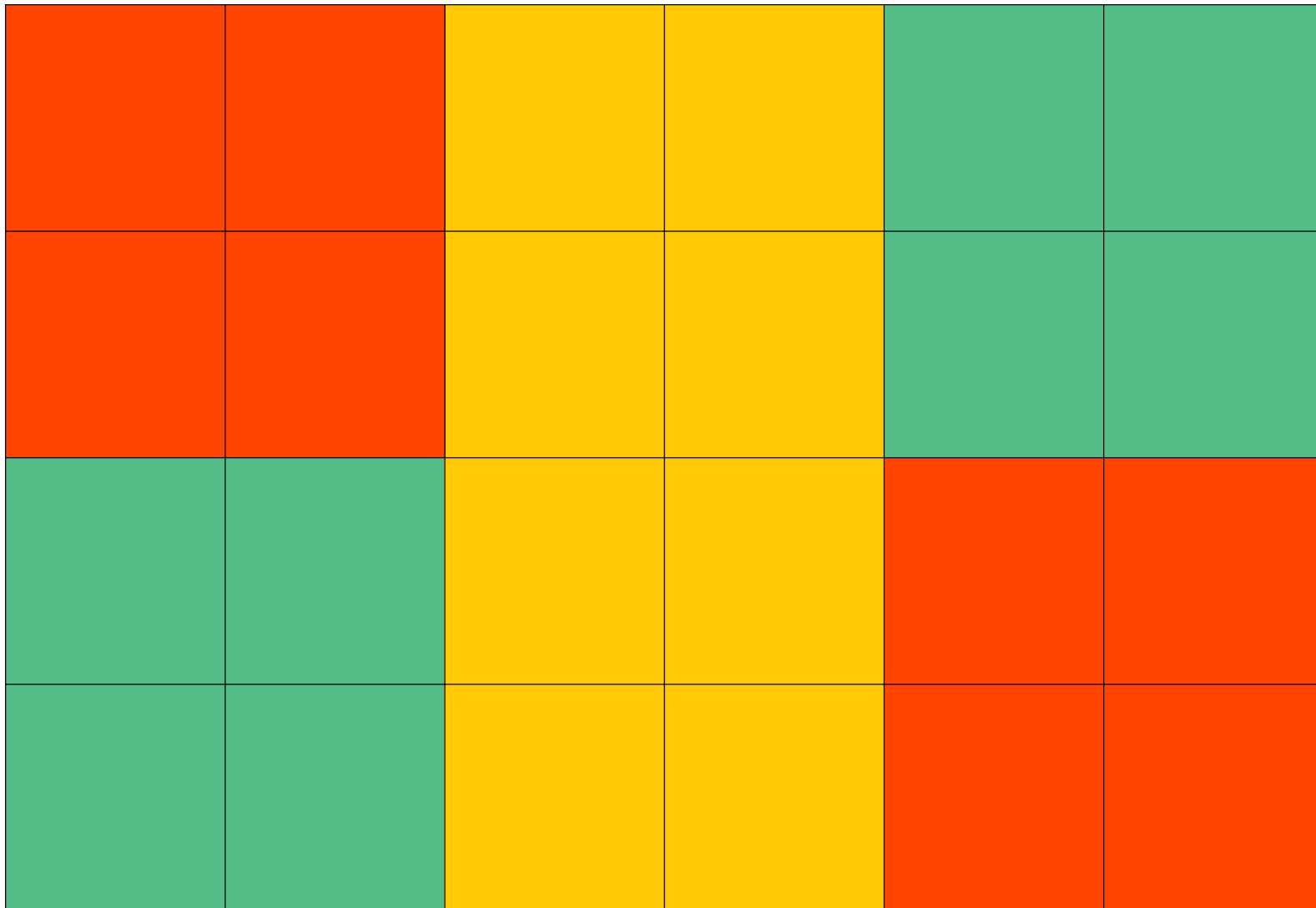
4.5 Прямоугольные модули



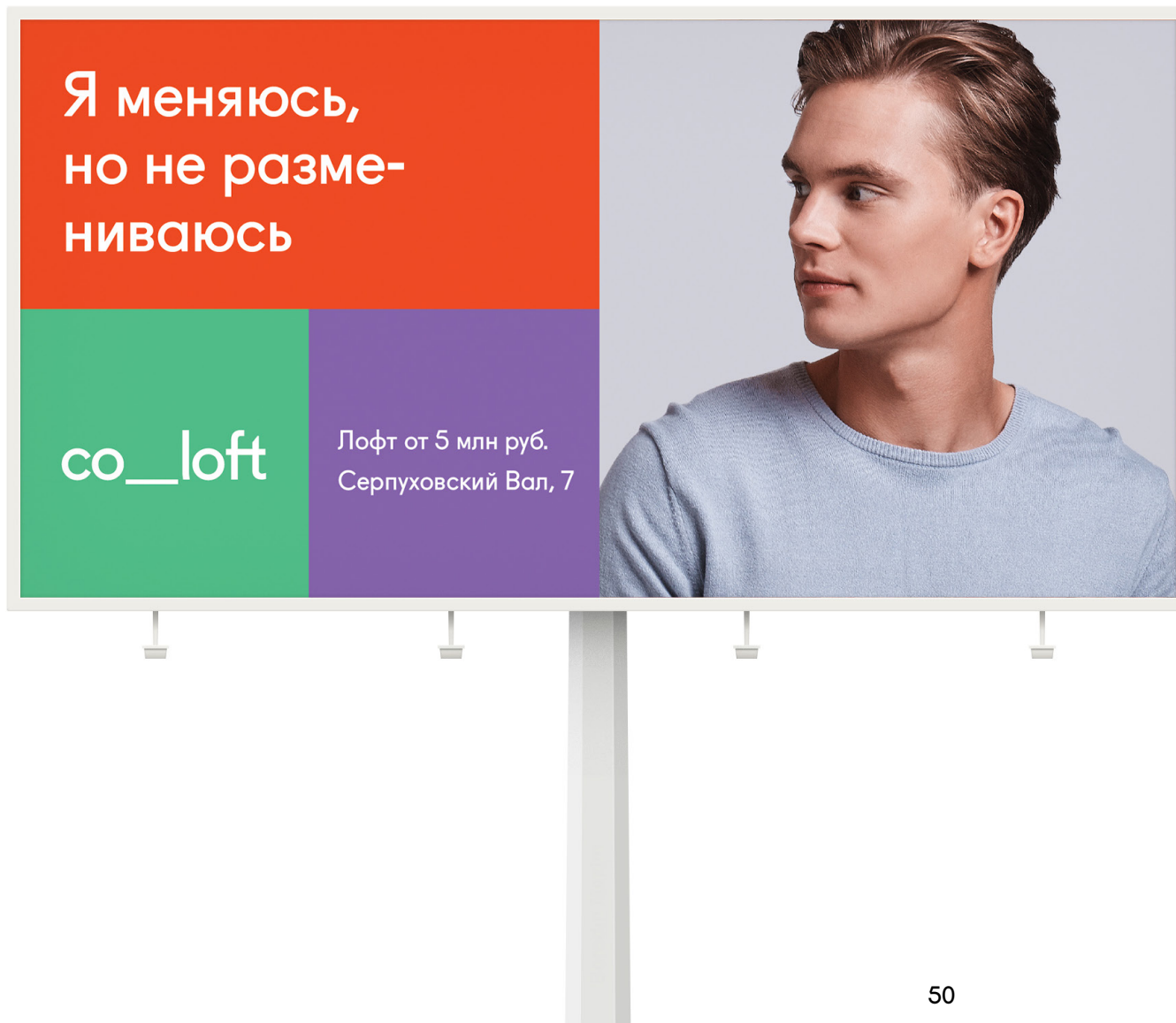
Блоки могут быть только
прямоугольной формы.



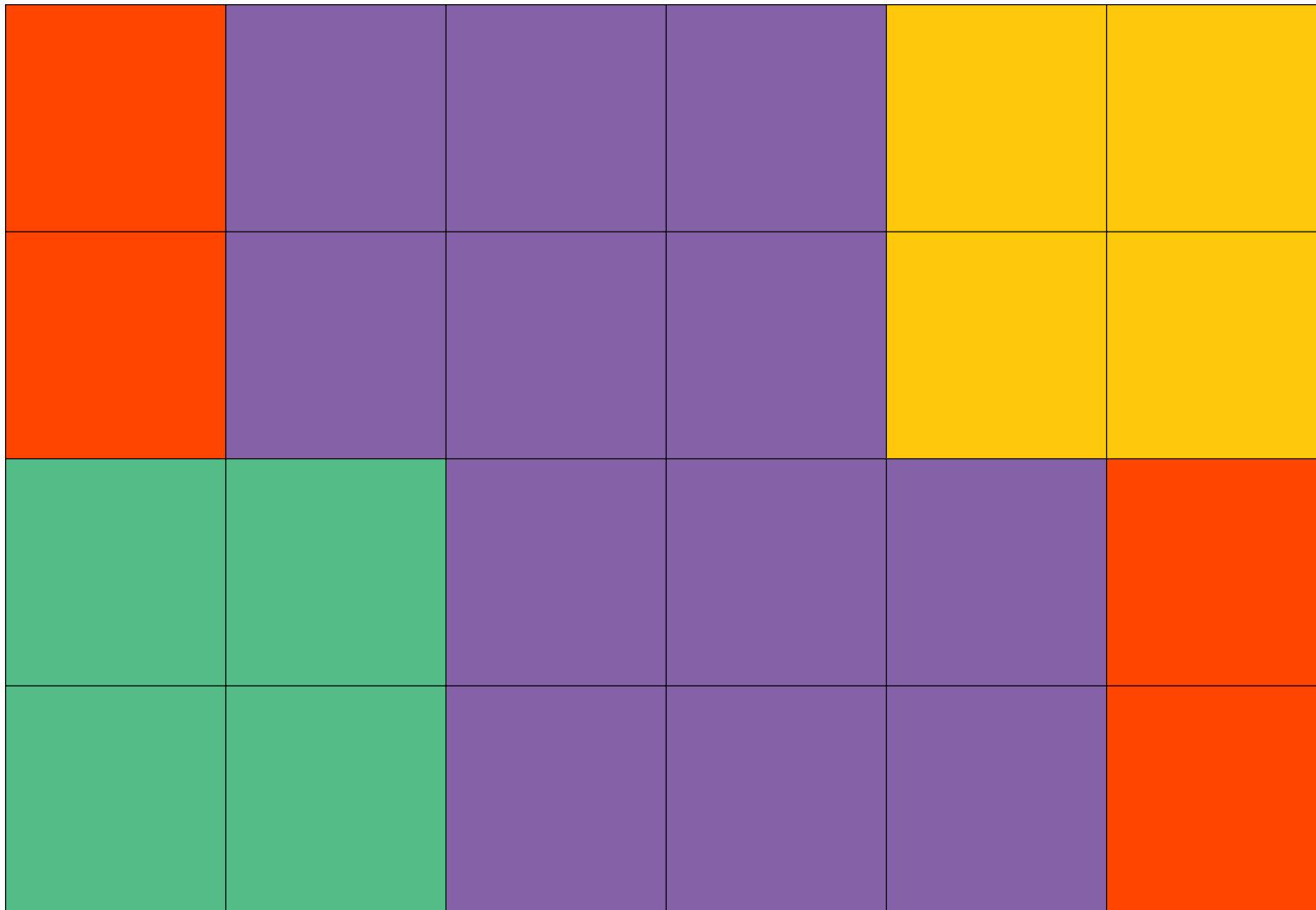
Цвета могут повторяться.



Цвета могут повторяться.



Пример деления на модули.



Не использовать более трёх цветов.



Не использовать блоки других форм, кроме прямоугольной.



Не использовать блоки размером меньше чем 2x2.



COLIVING__COLLABORATI
ON__COOPERATION__CO
DEVELOPMENT__COGROW
TH__COPROGRESSING__
COACHIEVING__COBUILDI
NG__COMAKING__COMEN
TORING__COUPING__CO
DYNAMING__COEVOLUTIO
NING__COEVOLVEMENTING

Фирменный паттерн представляет собой слова, характеризующие бренд, набранные прописными буквами. Фон может быть любым из фирменных цветов, кроме желтого и розового. Паттерн может быть использован как и на носителях, так и в рекламе.

COLIVING__COLLABORATION__COOPERATION__CODEVELOPMENT__COGROWTH__COPROGRESSING__COACHIEVING__COBUILDING__CO

Фирменный паттерн представляет собой слова, характеризующие бренд, набранные прописными буквами. Фон может быть любым из фирменных цветов, кроме желтого и розового. Паттерн может быть использован как и на носителях, так и в рекламе.

COLIVING__COLLABOR
ATION__COOPERATION
__CODEVELOPMENT__C
OGROWTH__COPROGR
ESSING__COACHIEVIN
G__COBUILDING__CO

Фирменный паттерн представляет собой слова, характеризующие бренд, набранные прописными буквами. Фон может быть любым из фирменных цветов, кроме желтого и розового. Паттерн может быть использован как и на носителях, так и в рекламе.

COLIVING__COLLABOR
ATION__COOPERATION
__CODEVELOPMENT__C
OGROWTH__COPROGR
ESSING__COACHIEVIN
G__COBUILDING__CO



GENERATION

COMMAND

TRAINING

COACHING

CHARACTER

LEADERSHIP



Полоски-стикеры, расположенные в случайном порядке, могут уже служить цельной композицией. Их можно располагать как и на плоскости с фоном, окрашенным в фирменный цвет, так и на любом другом фоне или поверхности. Могут существовать в физическом виде как стикеры.



6. Фотостиль

6.1 Правила работы с фото

6.2 Чего избежать



При обработке фотографий следует обратить внимание на однородный фон, который должен быть окрашен в один из фирменных цветов. Преобладающий цвет фотографии должен подходить к фирменным цветам и сочетаться с общей композицией и айдентикой бренда.



При обработке фотографий следует обратить внимание на однородный фон, который должен быть окрашен в один из фирменных цветов. Преобладающий цвет фотографии должен подходить к фирменным цветам и сочетаться с общей композицией и айдентикой бренда.



Не использовать фотографии, где цвет одежды не соответствует какому-то фирменному цвету, иначе части фото следует перекрасить.



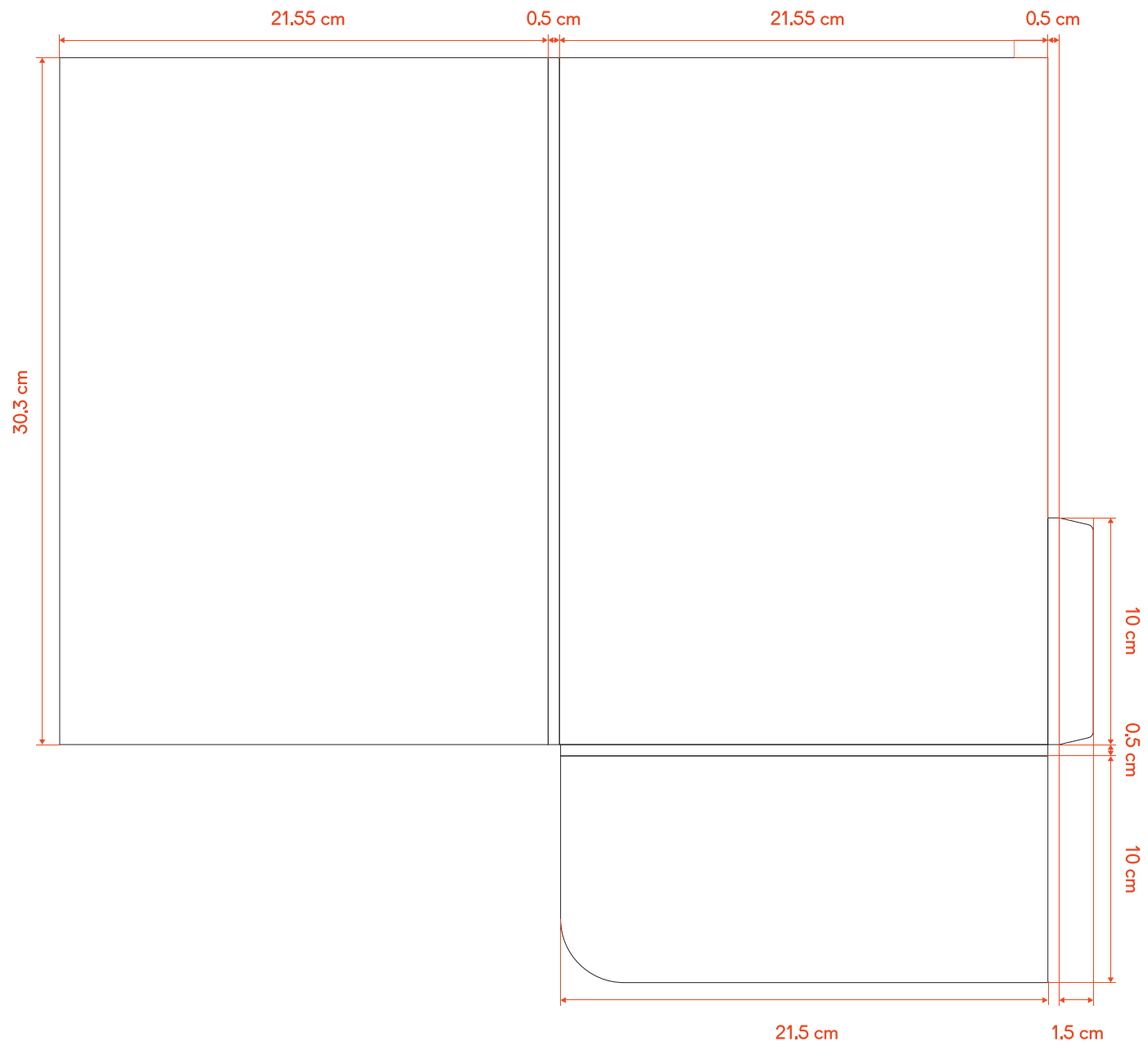
Не использовать фотографии, где от персонажа падает тень на фон. В противном случае, следует его доработать, убрать тень.

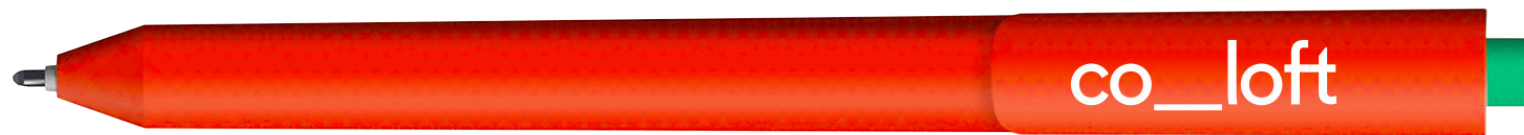


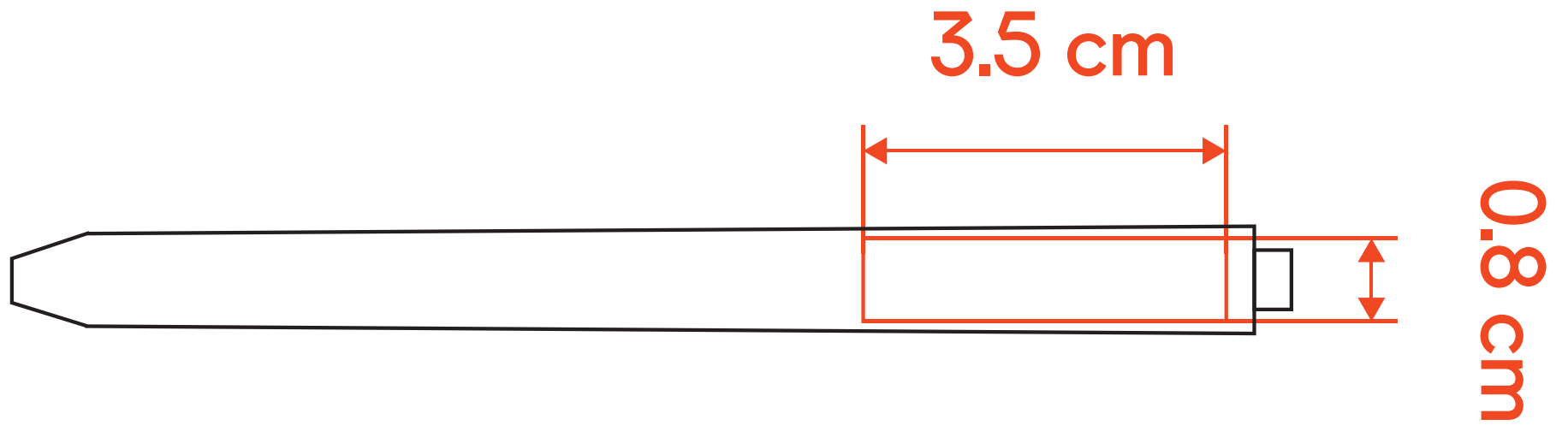




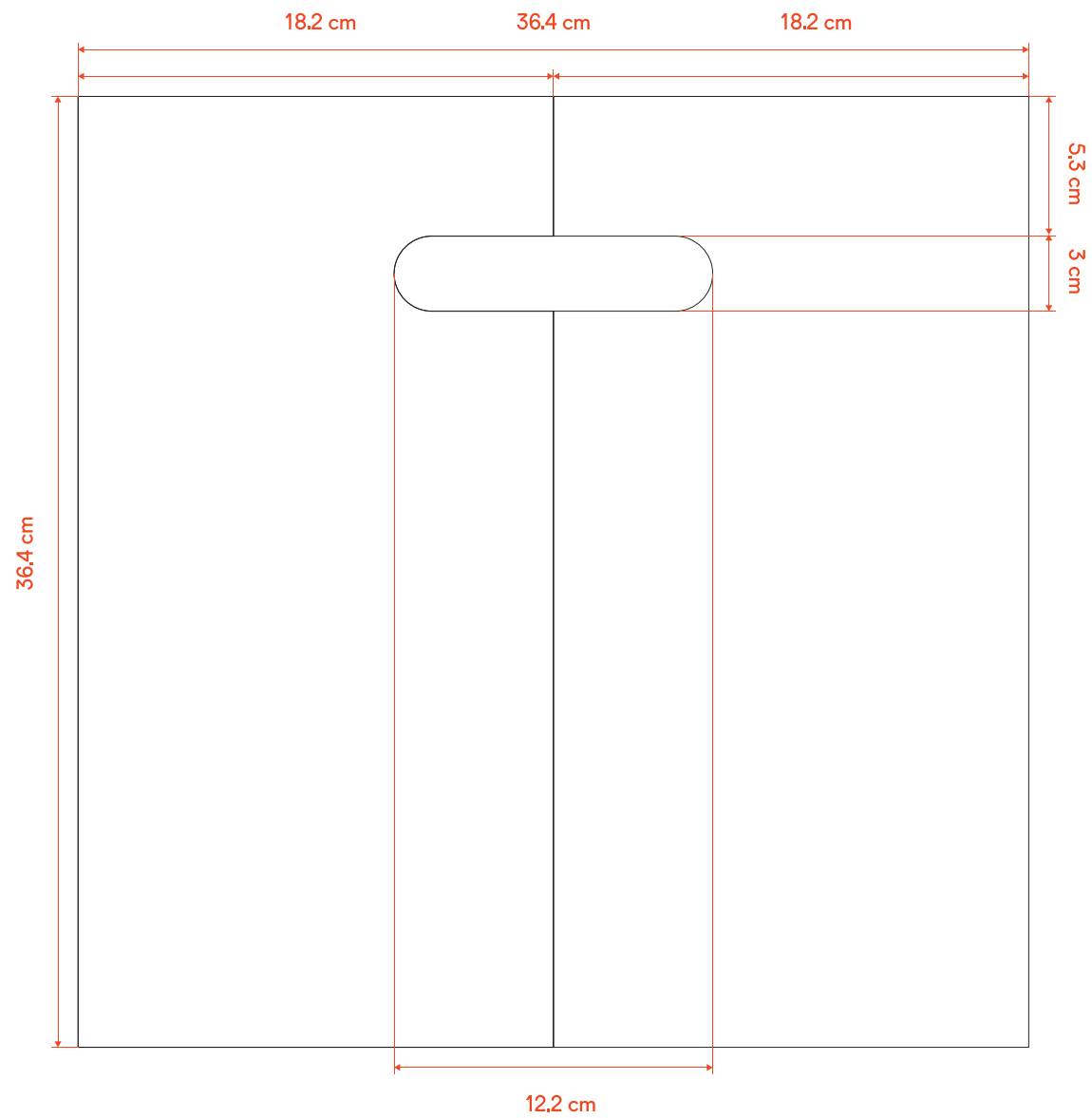
7.1 Папка











Холщовая сумка 35x40 см,
одноцветная шелкография. Может
быть любого фирменного цвета
кроме жёлтого.



Холщовая сумка 35x40 см,
одноцветная шелкография. Может
быть любого фирменного цвета
кроме жёлтого.





co_loft