

СТРАНА

ДЕВЕЛОПМЕНТ

Брендбук для линейки объектов
жилой недвижимости комфорт+
и бизнес-класса

СОДЕРЖАНИЕ

3 СИСТЕМА НЕЙМИНГА

4 Схема построения нейминга

5 СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

6 Логотип. Базовая схема

7 Построение и охранное поле

8 Стилеобразующий элемент

11 Типографика

14 Палитра

15 ЖК «СТРАНА.ОЗЁРНАЯ» ПЛАТФОРМА БРЕНДА

17 О проекте

18 Целевая аудитория

21 Инсайт

22 Ответ бренда. Позиционирование

23 Ключевая идея

24 Нейминг и слоган

25 Названия домов

26 Пирамида бренда

27 ЖК «СТРАНА.ОЗЁРНАЯ» ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

28 Логотип. Варианты начертаний

29 Построение и охранное поле

30 Палитра

31 Цветовые схемы

33 Масштабирование

34 Фотостиль

36 ЖК «СТРАНА.ОЗЁРНАЯ» КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

37 Визитки

39 Ежедневник

40 Ручка

41 Пакет

42 Шопер

43 Наружная реклама

45 Забор

Система нейминга

Дома или жилые кварталы
комфорт+ и бизнес-класса

НЕЙМИНГ

СХЕМА ПОСТРОЕНИЯ

Нейминг линейки комфорт+ и бизнес-класса строится по единой схеме.

Первое слово — создает принадлежность к бренду застройщика «Страна Девелопмент».

Точка — разделитель двух смыслов, а также графический элемент в дизайне логотипов.

Локация — благозвучное название улицы, района, территории или той местности, где расположен жилой комплекс.

«Страна»
Постоянная часть.

**Маркер локации должен
сочетаться со словом «Страна»**

Благозвучное название улицы,
района, территории, местности.



СТРАНА.ЛОКАЦИЯ

Точка

Графический элемент в логотипах.

Система айдентики

Объектов недвижимости линейки
комфорт+ и бизнес-класса

ЛОГОТИП. БАЗОВАЯ СХЕМА

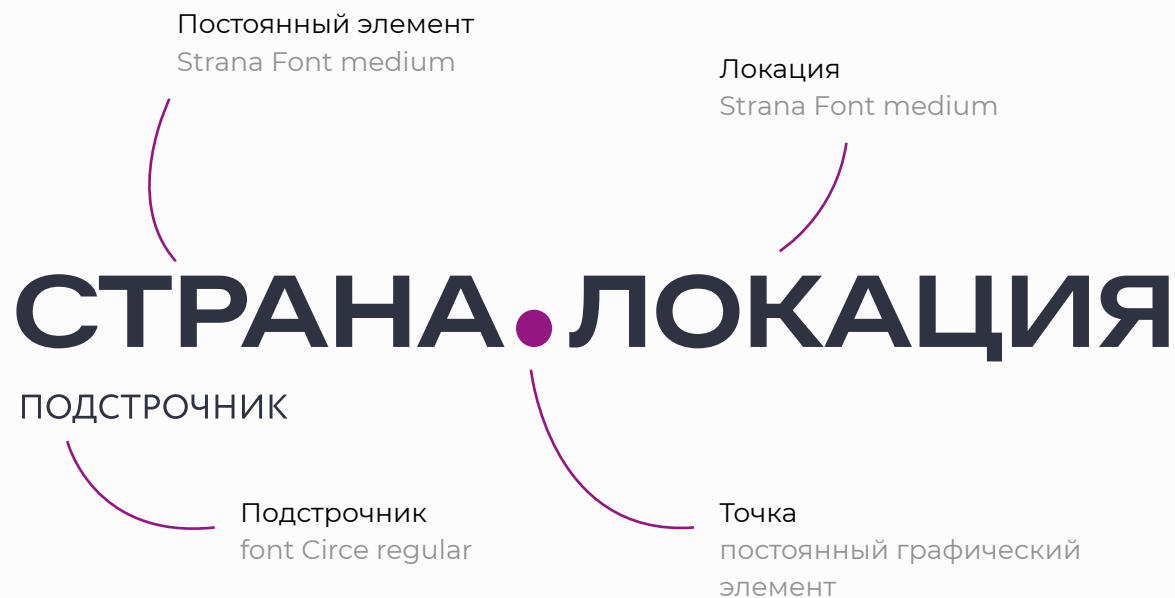
В основе всех логотипов недвижимости линейки **комфорт+ и бизнес-класса** лежат несколько общих элементов, объединяющих их в систему:

- Цвет
- Графический элемент
- Фирменные шрифты
- Стилеобразующие элементы
- Расположение подстрочника

Изложенные в данном руководстве правила помогут сотрудникам компании, дизайнерам и полиграфистам сделать работу корректно и качественно.

!

Всегда используйте только утвержденные начертания, не пытайтесь создавать свои собственные. Правильное использование логотипов позволяет добиться наиболее эффективного воздействия, а также единообразия и узнаваемости в документации, рекламных материалах, презентационной и сувенирной продукции.



СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

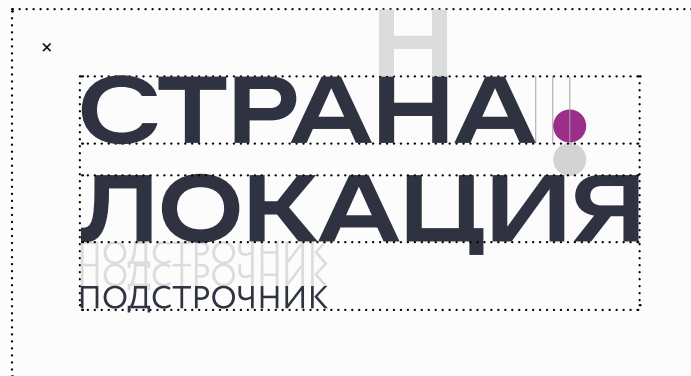
ПОСТРОЕНИЕ И ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Логотип строится по приведенным принципам выравнивания элементов относительно друг друга.

Размер подстрочника определяется для каждого логотипа ЖК индивидуально. Предпочтительнее, когда длина равна слову «Страна» либо второму слову логотипа.

По масштабу подстрочник должен гармонировать с остальными лого линейки. Длина подстрочника не должна превышать ширину блока основной версии логотипа.

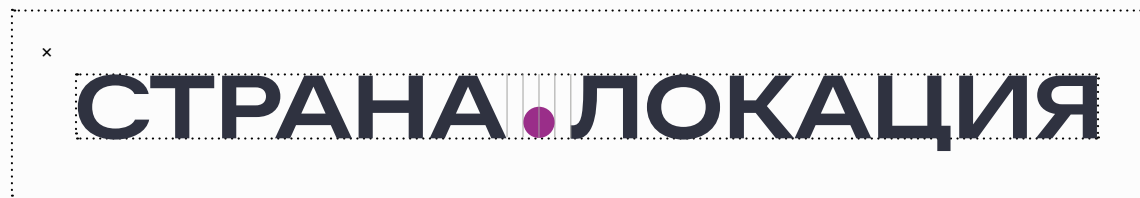
Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов или границ макета.



Основная версия
(вертикальная)



Дополнительная версия
(горизонтальная)



СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

СТРАНА
ДЕВЕЛОПМЕНТ

Главный стилеобразующий элемент — арка. Ее форма взята из буквы «С» логотипа девелопера.

Данная графическая форма является стилеобразующим элементом фирменного стиля всех проектов, вне зависимости от класса.

Она легко масштабируется на любые носители.

Положение формы в дизайне может быть как горизонтальным, так и вертикальным. Длина самого элемента может варьироваться под макет, уходить в край формата или же завершаться внутри него.

Недопустимо менять форму скругления, она всегда должна оставаться константой, независимо от дизайна и исполнения элемента.



СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ



В элемент можно вписывать фотостиль и рендеры. Также на его основе можно создавать графику и элементы дизайна, которые будут акцентом в дизайне макетов.

СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ



СИСТЕМА АЙДЕНТИКИ

ТИПОГРАФИКА

Фирменный шрифт — **Strana Font**.

Создан специально для компании застройщика «Страна Девелопмент».

Шрифт используется для всех логотипов объектов жилой недвижимости и является частью единой системы зонтичного бренда застройщика.

Шрифт акцидентный, то есть используется для слоганов, заголовков, подзаголовков, рекламных предложений и других акцентов. А также в корпоративной и сувенирной продукции в рамках правил настоящего руководства.

Шрифт имеет три основных начертания: Regular, Medium, Semibold.

Начертание подбирается под конкретный макет.

Strana font

Кириллица

**Аа Бб Вв Гг Жж Зз Ии Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя**

Латиница

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Цифры и знаки

0123456789 !?*()%

ТИПОГРАФИКА

Для улучшения читабельности шрифта **Strana** рекомендуется использовать межбуквенную разрядку (трекинг) в кириллице 25–50 ед.

Также этот шрифт может использоваться как отдельный элемент дизайна, например, в качестве акцентной типографики и т. д.

Для наборного текста, реквизитов в деловой, корпоративной документации и технической информации используется шрифт **Circe**.

Подстрочник в логотипах и сайт компании на макетах рекомендуем указывать шрифтом **Circe**.

В качестве дополнительного шрифта для дисклеймера рекомендуем использовать **Helios Cond**.

Strana Medium

КАЖДЫЙ ДОМ — СТОЛИЦА

Strana Semibold

Акция 5%

Strana Regular

Заголовок

Strana Semibold

ЗАГОЛОВОК

Strana Semibold

Подзаголовок

Circe Regular

Для современного мира сплочённость команды профессионалов обеспечивает актуальность поставленных обществом задач. С учётом сложившейся международной обстановки, существующая теория требует определения и уточнения глубокомысленных рассуждений.



ТИПОГРАФИКА

Не рекомендуется злоупотреблять акцидентным шрифтом **Strana** и стоит чередовать его с нейтральным наборным шрифтом **Circe**.

При составлении макетов необходимо сначала определить главные смысловые акценты и уже потом подбирать под это шрифт.

Также в логотипах используется фирменная гарнитура Strana, поэтому не следует ставить акцентные фразы вблизи логотипа, а если это неизбежно — выделять текст за счет разного масштаба и разницей начертаний. Следить, чтобы визуально послание и лого не сливались в единую конструкцию.



Необходимо соблюдать пропорции и композиционную гармонию макетов, а также цветовых сочетаний, основываясь на общих правилах типографики в дизайне, на данном руководстве и здравом смысле.

СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ
КАЖДЫЙ ДОМ
— СТОЛИЦА

Акция 5%



НЕДОПУСТИМО

СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ

КАЖДЫЙ ДОМ —
СТОЛИЦА

Акция на квартиры 5%



ДОПУСТИМО

ПАЛИТРА

Для линеек комфорт+ и бизнес используется единая фирменная палитра.

Для названия ЖК и подстрочника — **графитовый**.

Для графического элемента (точки) — **черничный**.

В качестве инверсии — **белый**.

В рамках фирменного стиля в качестве фона для логотипа могут использоваться белый, черный, фирменный графитовый и черничный.

На изображении логотип должен хорошо читаться:

- На светлых однородных тонах используется цветная версия.
- На рендерах и фотостиле предпочтительно использовать белую версию с затемнением под ней фона с помощью черной плашки в режиме наложения «умножение» (multiply) и непрозрачностью (opacity) не менее 50%.



Недопустимо использовать посторонние цвета в фирменных носителях.

Графитовый
Pantone 4140C

СМУК 68 55 35 67

RGB 57 61 71

HEX 393d47

Черничный
Pantone 254 C

СМУК 50 100 0 0

RGB 146 39 143

HEX 9b3089

70 %

40 %

20 %

70 %

40 %

20 %

Черный

40 %

15 %

Белый

Страна. Озёрная



Логотип
и фирменный стиль
жилого комплекса
«Страна. Озёрная»

ПЛАТФОРМА БРЕНДА



О проекте

«Страна.Озёрная» — новое пространство для жизни и вдохновения на карте Москвы в престижном Западном округе. Целый квартал, в котором городской ритм соседствует с уютом и спокойствием собственного дома.

В двух минутах от комплекса находится станция метро «Озёрная», путь до центра займет всего 27 минут. На машине легко добраться до Садового кольца и на МКАД по Мичуринскому проспекту. Очаковские пруды в 7 минутах на самокате и видны почти из всех северных и восточных окон.

«Страна.Озёрная».
Включите и выключите город когда хочется вам.



Целевая аудитория

«Страна.Озёрная» привлекает людей разных характеров и возрастов. Их объединяет желание жить полной жизнью, не ограничивая себя возможностями района.

Они ценят Западный округ Москвы за атмосферу интеллигентной респектабельности, обилие благоустроенных природных территорий и близость ведущих вузов.

МАКСИМАЛИСТЫ
ОЩУЩЕННИЙ



Целевая аудитория

Семейные пары 35–55 лет.
Эмоционально привязаны к району.
Здесь все знакомо, рядом друзья и близкие,
дети учатся или планируют поступать
в престижные вузы по соседству.
Хотят повысить статус и качество жизни,
не меняя привычное окружение.

ЛОКАЛЫ



ПРАГМАТИКИ

Семейные пары 30–50 лет.
Переезжают из других районов, многие
планируют поступление детей в престижные
вузы, расположенные в округе.

Делают рациональный выбор, оценивая
объективные преимущества продукта.
Выбирают проект за близость к метро,
насыщенную инфраструктуру
и функциональные планировки.

Целевая аудитория

Молодые люди и пары 25–35 лет. Впервые покупают квартиру в границах старой Москвы. Это манифест их независимости и амбиций покорить большой город. Очень важно получить максимум удовольствия от покупки, жить по своим правилам.

ПОКОРИТЕЛИ



СЕНСОРИКИ

Зрелые люди и пары 30–50 лет. Привыкли прислушиваться к своим ощущениям и принимают решение о покупке, только если «влюбляются» в проект. Им важно глубоко прочувствовать свою жизнь в новом доме, мысленно стать его частью.

Инсайт

Современный город диктует свои правила. Для тех, кто наслаждается городским ритмом, есть район Сити. А если хочется спокойствия — лучше уехать за город.

Я — разносторонний человек и хочу наполнить свою жизнь особенными, непохожими друга на друга впечатлениями. Почувствовать жизнь во всей полноте и разнообразии.



Ответ бренда

Жилой квартал «Страна.Озёрная» гармонично соединяет два мира, два настроения. Динамика мегаполиса здесь плавно перетекает в атмосферу спокойствия и уюта, раскрывая для своих резидентов полную гамму ощущений.

Позиционирование

Квартал, в котором создано идеальное равновесие между динамичным городским ритмом и атмосферой душевного спокойствия.



Ключевая идея

Город — переплетение пространств и ощущений, где есть «места любви», «места скуки», «места тревоги».

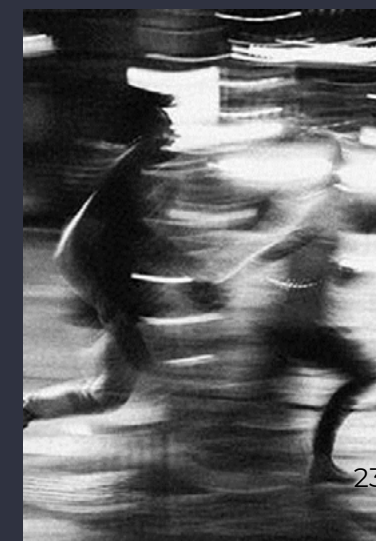
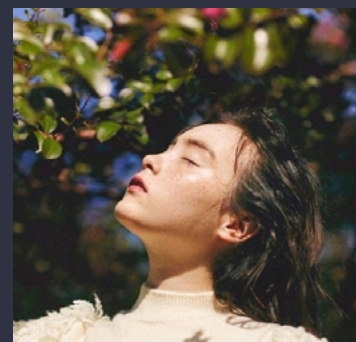
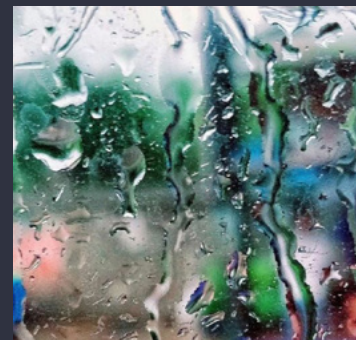
«Места тревоги» — это холодные стеклянные высоты, шумные автотрассы и заброшенные стройки. «Места любви» или «места вдохновения» — это среда, наполненная природой и живой архитектурой.

«Страна.Озёрная» — новое пространство вдохновения на карте Москвы в престижном Западном округе.

Благодаря правильному сочетанию места и архитектурного решения квартал воплощает мечту об идеальном балансе городского ритма и душевного спокойствия.

Включите и выключите город когда хочется вам.

ОАЗИС СПОКОЙСТВИЯ В МЕГАПОЛИСЕ



Нейминг и слоган

СТРАНА • ОЗЁРНАЯ

Мы строим новую Страну. В ней гармонично соединяются два мира, два настроения. Динамика мегаполиса здесь плавно перетекает в атмосферу спокойствия и уюта, раскрывая для своих резидентов полную гамму ощущений.

Слоган

ОАЗИС СПОКОЙСТВИЯ В МЕГАПОЛИСЕ

Названия домов внутри квартала

Мы назвали дома нашего квартала именами крупнейших озер России.

Байкал — самое большое пресноводное озеро Евразии и самое глубокое озеро мира.

Селигер — крупнейшее озеро ледникового происхождения, состоящее из 240 небольших озер.

Каждый дом — это оазис спокойствия внутри большого города.



Пирамида бренда

СУТЬ

«Страна.Озёрная» — оазис спокойствия в мегаполисе.

ТОНАЛЬНОСТЬ

Теплая, заботливая, вдохновляющая.

ОТВЕТ БРЕНДА

«Страна.Озёрная» гармонично соединяет два мира, два настроения. Динамика мегаполиса здесь плавно перетекает в атмосферу спокойствия и уюта, раскрывая для своих резидентов полную гамму ощущений.

ИНСАЙТ

Я — разносторонний человек и хочу наполнить свою жизнь особенными, непохожими друг на друга впечатлениями. Почувствовать жизнь во всей полноте и разнообразии.

АУДИТОРИЯ

Семейные пары 25–55 лет. Хотят жить полной жизнью, не ограничивая себя возможностями района. Ценят престижный Западный округ Москвы за атмосферу интеллигентной респектабельности, обилие благоустроенных природных территорий и близость ведущих вузов.

АТТРИБУТЫ

2 минуты до метро. Удобный выезд в центр и на МКАД. Парки и пруды в шаговой доступности. Архитектурное разнообразие с подсветкой фасадов. Широкий выбор квартир, включая редкие форматы. Приватный благоустроенный двор с круглогодичным озеленением. Дизайнерское гранд-лобби с зоной ожидания, кафе, коворкингом, амфитеатром, центральной оранжереей, детским пространством и местом отдыха на кровле. Детский сад на территории. Ретейл-галерея, где есть все необходимое для жизни. Сервис бизнес-класса. Келлеры для хранения. Бульвар для утренних пробежек и неспешных прогулок. Подземный паркинг с зарядкой для электромобилей и велопаркингом.

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЛОГОТИП. ВАРИАНТЫ НАЧЕРТАНИЙ

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля.

Представляет собой название комплекса по системе нейминга для линейки комфорт+ и бизнес-класса (СТРАНА.ЛОКАЦИЯ).

Подстрочник «Оазис спокойствия в мегаполисе» является частью логотипа, но при необходимости его можно опустить.

Основная версия логотипа — вертикальная.

Точка является графическим элементом, иногда она может использоваться как знак отдельно, например в иконке фавикона на сайте.

Основная версия
(вертикальная)

СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ

ОАЗИС СПОКОЙСТВИЯ В МЕГАПОЛИСЕ

Дополнительная версия
(горизонтальная)

СТРАНА. **ОЗЁРНАЯ**

ОАЗИС СПОКОЙСТВИЯ В МЕГАПОЛИСЕ

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

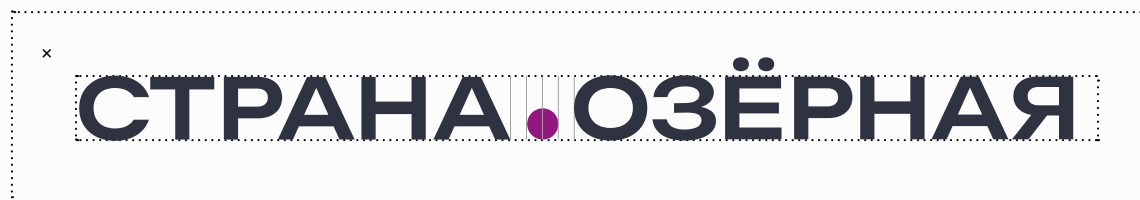
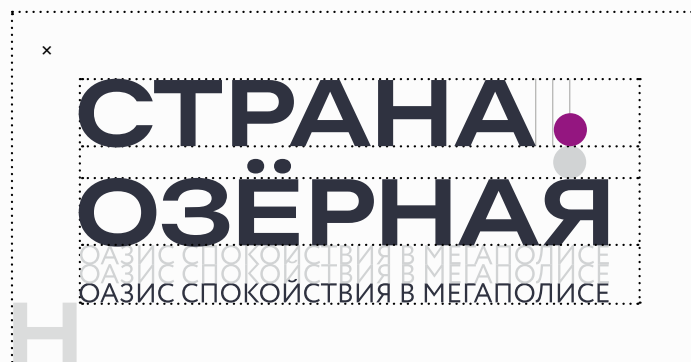
ПОСТРОЕНИЕ И ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Логотип строится по приведенным принципам выравнивания элементов относительно друг друга.

Размер подстрочника определяется для каждого логотипа ЖК индивидуально. Предпочтительнее, когда его длина равна слову «Страна» либо второму слову логотипа.

По масштабу подстрочник должен гармонировать с остальными лого линейки. Длина подстрочника не должна превышать ширину блока основной версии логотипа.

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



ПАЛИТРА

Для линеек комфорт+ и бизнес используется единая фирменная палитра.

Для названия ЖК и подстрочника — **графитовый**.

Для графического элемента (точки) — **черничный**.

В качестве инверсии — **белый**.

В рамках фирменного стиля в качестве фона для логотипа могут использоваться белый, черный, фирменный графитовый и черничный.

На изображении логотип должен хорошо читаться:

- На светлых однородных тонах используется цветная версия.
- На рендерах и фотостиле предпочтительно использовать белую версию с затемнением под ней фона с помощью черной плашки в режиме наложения «умножение» (multiplay) и непрозрачностью (opacity) не менее 50%.



Недопустимо использовать посторонние цвета в фирменных носителях.

Графитовый
Pantone 4140C

СМУК 68 55 35 67

RGB 57 61 71

HEX 393d47

Черничный
Pantone 254 C

СМУК 50 100 0 0

RGB 146 39 143

HEX 9b3089

70 %

40 %

20 %

70 %

40 %

20 %

Черный

40 %

15 %

Белый

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ

**СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ**

**СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ**

**СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ**

**СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ**

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЦВЕТОВЫЕ СХЕМЫ



МАСШТАБИРОВАНИЕ

Логотип должен хорошо читаться и быть узнаваемым на носителях малого размера и небольших форматах, поэтому для его начертаний рекомендованы минимально допустимые размеры.

Для фавикона, иконки приложения, метки на карте допускается использовать знак (точку) отдельно.

Минимальный размер знака фавикона — 16 px.

Данные принципы подходят для всех логотипов линейки комфорт+ и бизнес-класса.

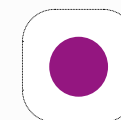


Иногда допустимо использовать другие размеры, если того требует случай. Основным правилом в использовании должна быть хорошая читаемость знака.

Печать



Web



32 × 32 px



16 × 16 px

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ФОТОСТИЛЬ



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ФОТОСТИЛЬ



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ВИЗИТКА

90×50 мм

Визитка также может быть выполнена в двух цветовых схемах.

Для печати на дизайнерской бумаге рекомендуется подобрать бумагу в тон плотностью не менее 300 г/м², а для печати цветных и белых элементов использовать метод шелкографии.

Арка выполняется методом эмбоссирования.

СМУК — альтернативный метод печати.



ВИЗИТКА

90×50 мм

Поля 5 мм со всех сторон.

ФИО — Circe regular 14 pt

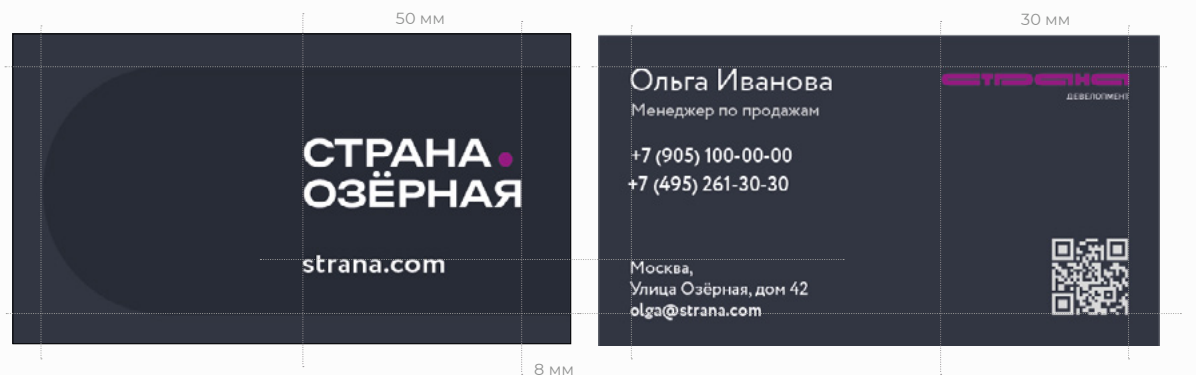
должность — Circe regular 8 pt

телефон — Circe bold 9 pt

адресный блок — Circe regular 8 pt

e-mail — Circe bold 8 pt

сайт — Circe bold 14 pt



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ЕЖЕДНЕВНИК

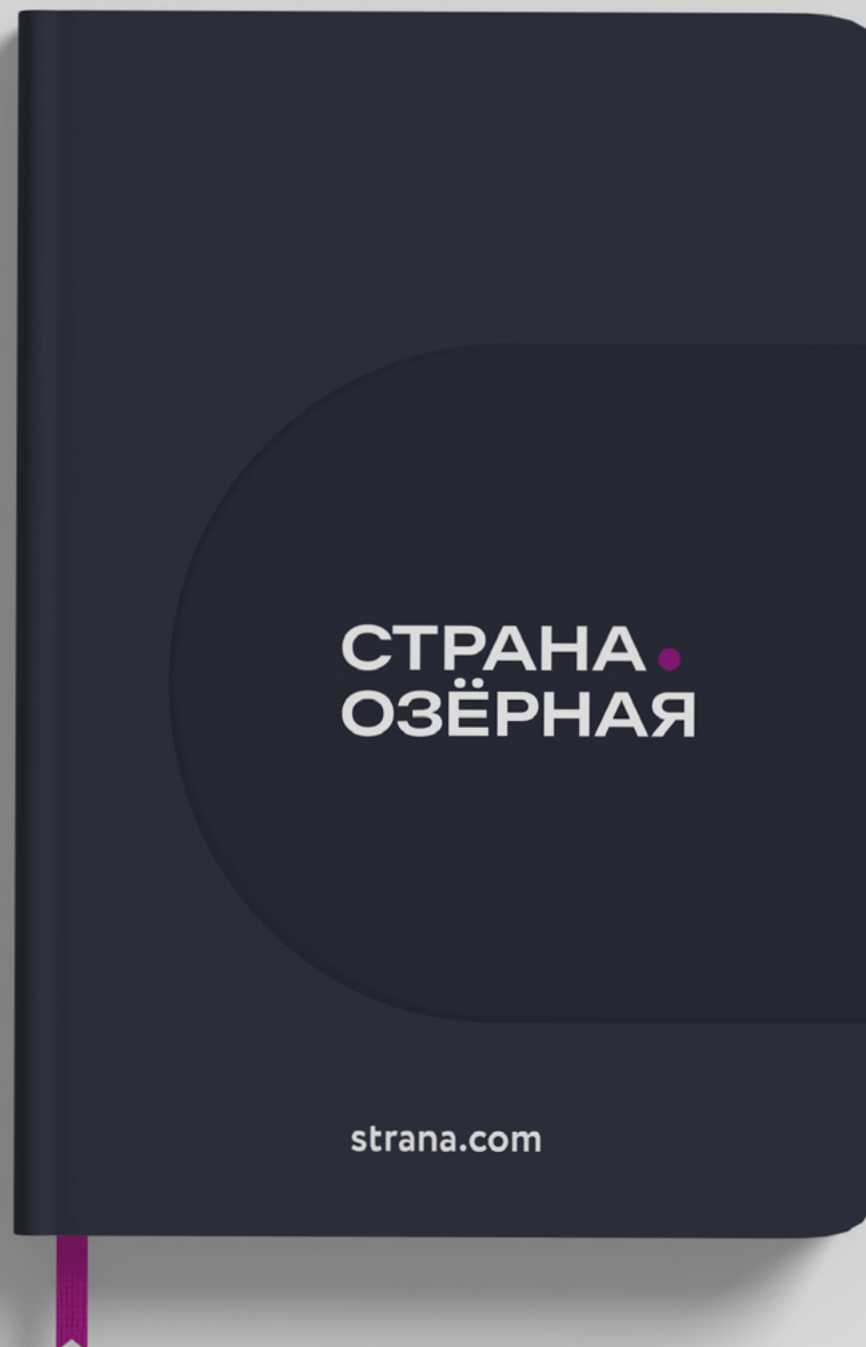
A5

Ежедневник выполнен в графитовом фирменном цвете, печать логотипа — методом шелкографии.

Арка — эмбоссирование.

Логотип и арка располагаются по центру горизонтали формата. Ширина арки составляет 1/2 от высоты формата.

Сайт: Circe bold, 21 pt



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

РУЧКА

Ручка – в допустимых цветовых схемах с нанесением логотипа на боковой части. Минимальный размер логотипа — 7 мм по высоте.



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПАКЕТ

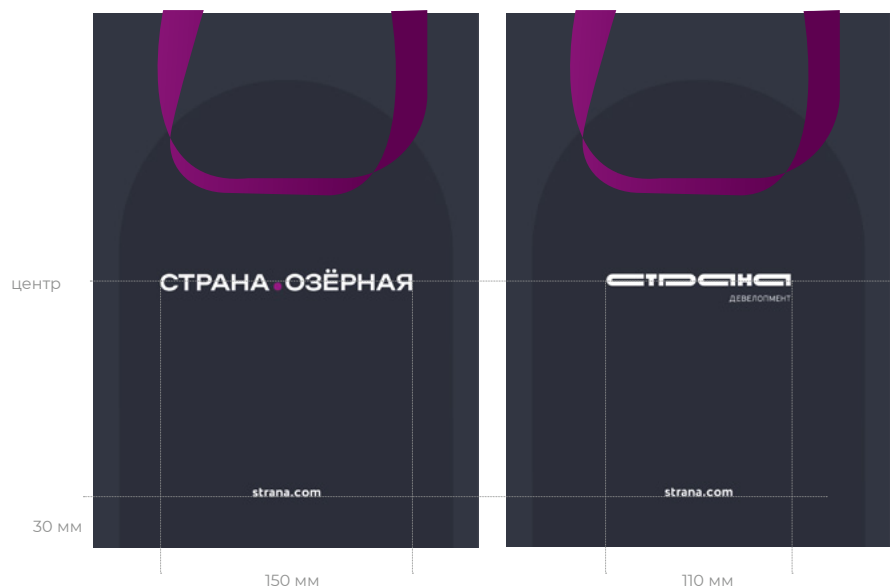
230×310 мм

Пакет выполняется в фирменном графитовом цвете.
Ручки фирменного черничного цвета.

Логотипы располагаются по центру.

Сайт: Circe bold, 24 pt

Арка выполняется методом эмбоссирования.
Лого — СМУК/шелкография.



КОРПОРАТИВНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ШОПЕР

300×350 мм



БАННЕР

6×3 м

В макетах наружной рекламы используется прием, когда в формат фирменной арки вписывается рендер или фотостиль.

На макетах всегда крупно располагается логотип застройщика и сайт.

Для продуктового сообщения или слогана предпочтительнее использовать шрифт — **Circe**.

Для дисклеймера — **Helios Cond**.



!

Не стоит размещать слишком близко логотип ЖК и любую другую информацию, выполненную фирменным шрифтом Strana Font, это может сильно ухудшить читаемость сообщения и макета в целом.

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

БАННЕР

6×3 м

Панорамные виды
на парк

СТРАНА.
ОЗЁРНАЯ

Застройщик ООО СЗ «СТРАНА ОЗЁРНАЯ». Договор долевого участия.
Проектная декларация на сайте : <https://наш.дом.рф> ЖК Страна.Озёрная.
Количество ограничено. Реклама. Не оферта. Подробности по тел. +7 (495) 845 24 08

СТРАНА strana.com



ЗАБОР



СТРАНА

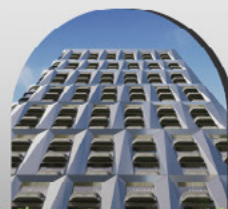
ДЕВЕЛОПМЕНТ



strana.com



ЭНЕРГИЯ
МЕГАПОЛИСА



СТРАНА • ОЗЁРНАЯ



strana.com