

# Да. Кварталы

Руководство по использованию  
визуальной идентичности  
бренда Да. Кварталы

Версия 1.0



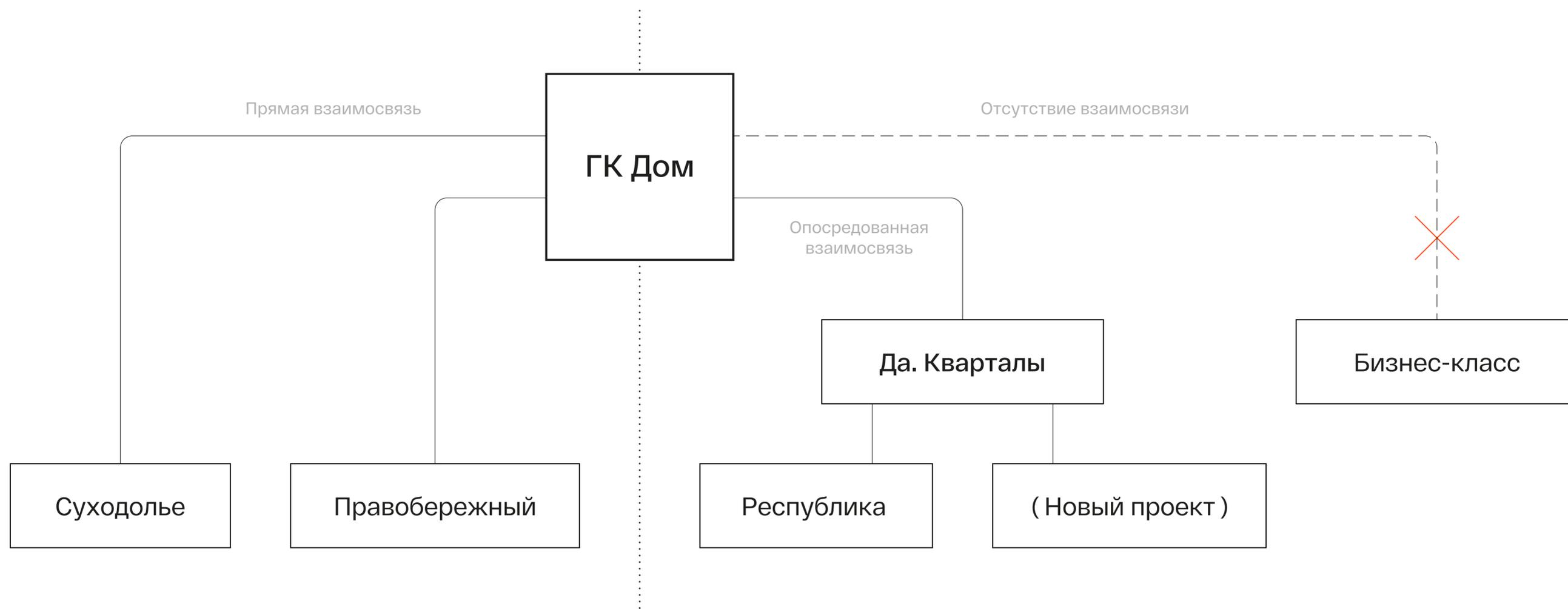
## Место на рынке и иерархия брендов

	I	II	III	IV
Этап развития рынка	Сырьевой	Продуктовый	Сервисный	Эмоциональный
Уровень коммуникации	Номинальный	Функциональный	Функциональный	Вовлекающая
Преобладающая эстетика	Производственная, буквальная	Производственная, буквальная	Символьная	Абстрактная, символьная

### Территория «Да. Кварталы»

Саб-бренд ГК Дом минимально должен соответствовать III этапу развитиям. Стремиться занять позицию IV в голове потребителя, в первую очередь за счет уровня коммуникаций и эстетики.

Поддержка суб-брендов и проектов



## 02.1

## Позиционирование бренда

# Да. Кварталы – территория Метаурбанизма

Цель бренда – помогать людям стать лучше, развиваться и узнавать новое о себе. Наши проекты – экосистемы, предлагающие возможности каждому ее участнику в абсолютно любых направлениях.

Мы говорим «Да» развитию человека, «Да» его стремлению жить по-другому.

«Да», у нас есть технические решения, которым вы привыкли.  
«Да», есть новые сервисы, которых вы не встречали в недвижимости.

Мы строим не только дома, мы создаем среду для успешного развития человека.

Метаурбанизм – новая философия в строительстве жилья. Девелопмент выходит за рамки создания физических объектов и предлагает сервисы и подходы к улучшению качества жизни человека.

## 02.2

## Имя бренда

# Да. Кварталы

«Да» — самая жизнеутверждающая форма в русском языке. Новый подход к созданию жилых комплексов требует нового имени.

«Да» — говорим мы человеку, принимая его таким, какой он есть. Мы не стремимся изменить его любой ценой, но создаем условия, чтобы он мог себя изменить.

«Да» — это позиция. Мы отвечаем на еще не заданный вопрос. Мы видим не барьеры, а возможности создания современной комфортной городской среды для человека.

## 02.3

Характер и тональность  
коммуникации

# Да. Кварталы – бренд, помогающий людям изменить свою жизнь

Тональность наших коммуникаций поддерживает и раскрывает общий образ нашего бренда.

Мы не лебезим и не заигрываем с потребителем – как мудрец, мы показываем человеку новые горизонты.

Характер бренда можно описать следующими словами:

**Уверенный.**  
**Современный.**  
**Самодостаточный.**  
**Открытый.**

## 04.1

## Позиционирование бренда

# Республика – район для детей и их родителей

Республика продолжает идею метаурбанизма, делая акцент на создании возможностей для подрастающих жителей Тюмени.

«Да. Кварталы» запускает новый проект. Мы создаем первый жилой комплекс в Тюмени, ориентированный на потребности детей.

Все мы хотим видеть наших детей довольными и счастливыми. А так же хотим, чтобы они гармонично развивались и достигли успеха в жизни.

Поэтому при проектировании нового объекта мы думали не просто о человеке, а прежде всего о детях. Теперь есть пространство в котором нет компромиссов между комфортом взрослых и счастьем детей любого возраста.



## 04.3

Характер и тональность  
коммуникации

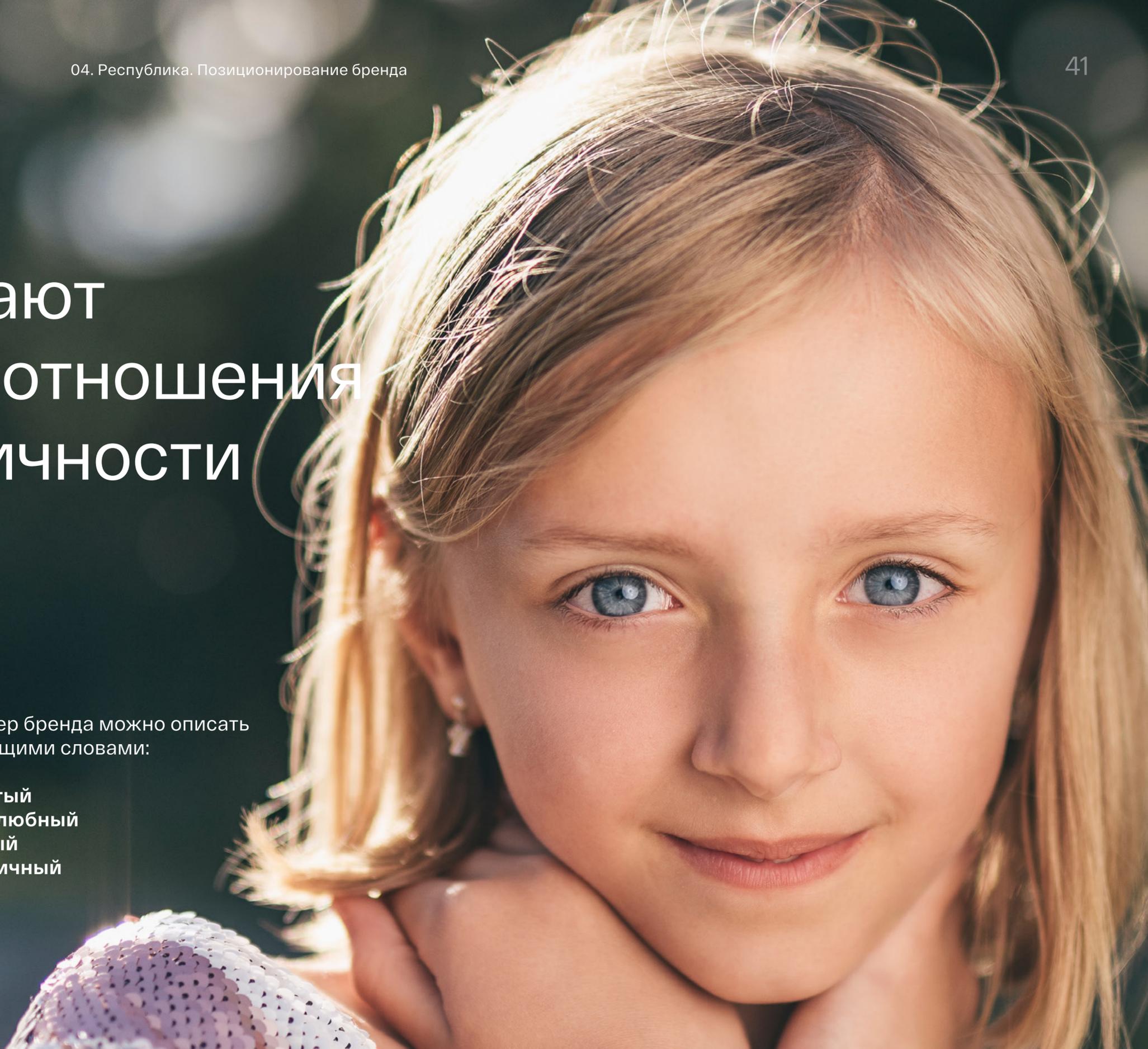
# Дети заслуживают равноправного отношения и уважения к личности

Республика – район для детей.  
Но мы не собираемся сюсюкать  
и уходить в излишнюю детскость.

Когда мы говорим о детях, мы  
говорим о счастье, открытость  
и безграничной фантазии.  
И конечно же коммуникации  
всегда сопутствует улыбка.

Характер бренда можно описать  
следующими словами:

**Открытый**  
**Дружелюбный**  
**Веселый**  
**Динамичный**



## Правила использования имени

# Да. Квартал Республика

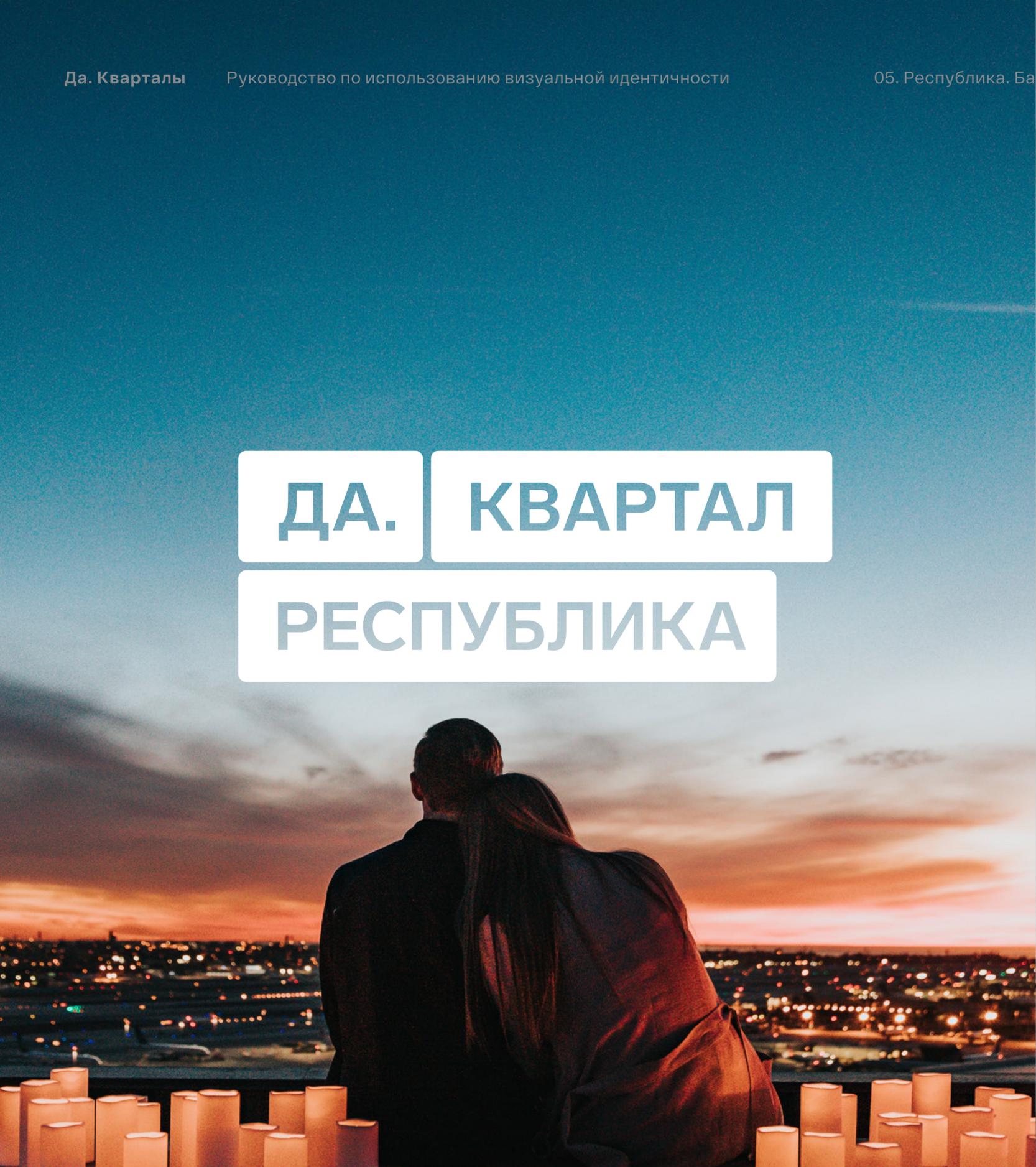
<p>1. Каждый проект имеет свою уникальную составляющую имени.</p>	<p>2. Основная текстовая формула – Да. Квартал. «Название проекта»</p>	<p>3. Название проект никогда не используется отдельно от Да. Кварталов. В случае упоминания конкретного проекта всегда используется основная формула. Это касается, в том числе аудио коммуникаций.</p>	<p>4. Имя – Да. Кварталы – может использоваться без упоминания конкретного объекта, если речь идет о самом саб-бренде и его принципах.</p>
<p>5. В случае обычного текстового написания, без графического образа, используются заглавные буквы «Д» и «К». Так же заглавная первая буква названия проекта.</p>	<p>6. Название конкретного проекта берется в кавычки, если не используется логотип – Да. Квартал «*****»</p>	<p>7. Да. Кварталы склоняются и могут менять число. Да. Кварталы; в Да. Квартале «Республика»; из Да. Квартала «Республика».</p>	

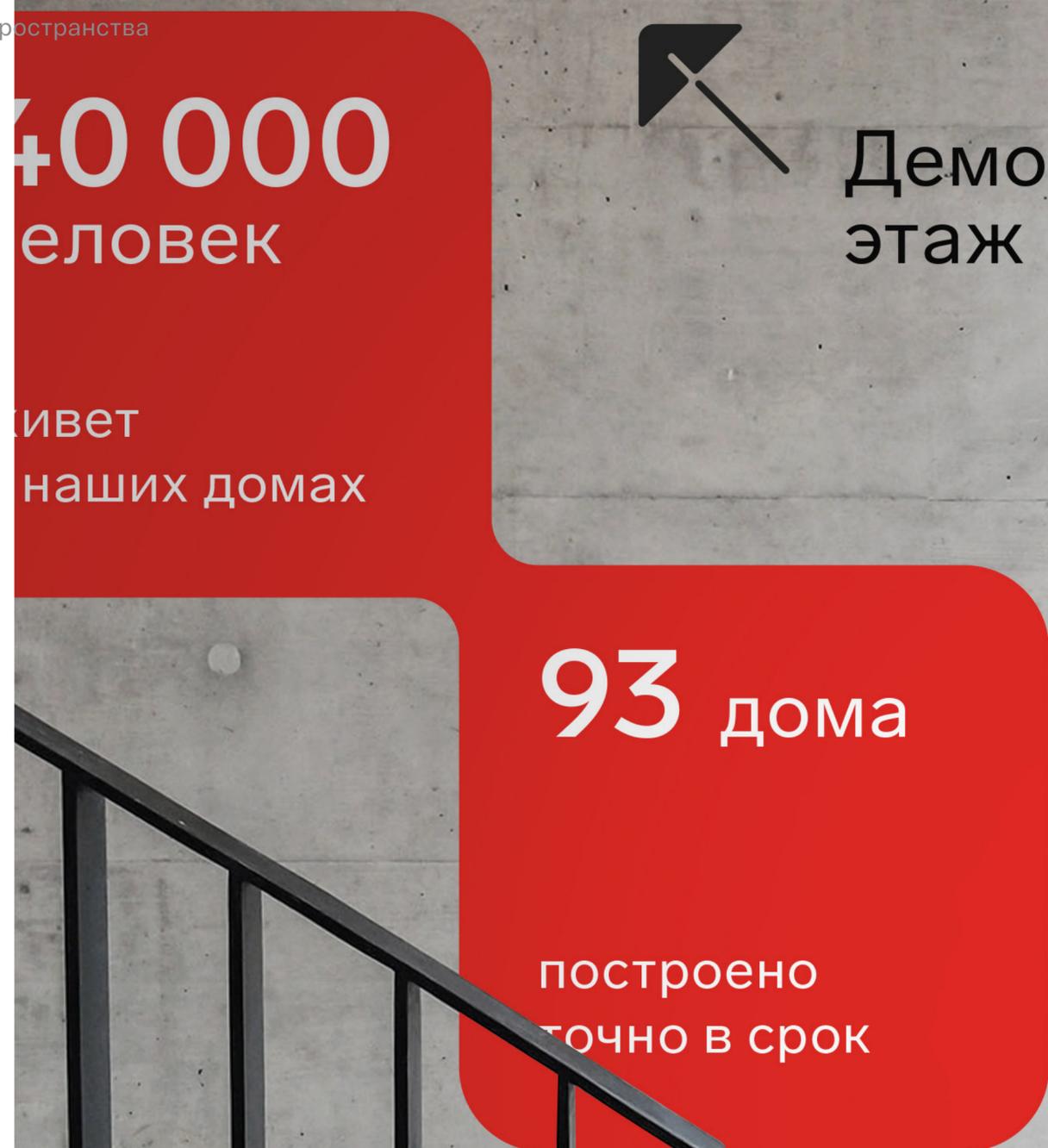
**ДА. КВАРТАЛ**

**РЕСПУБЛИКА**

**ДА. КВАРТАЛ**

**РЕСПУБЛИКА**





03.3

Воспроизведение логотипа

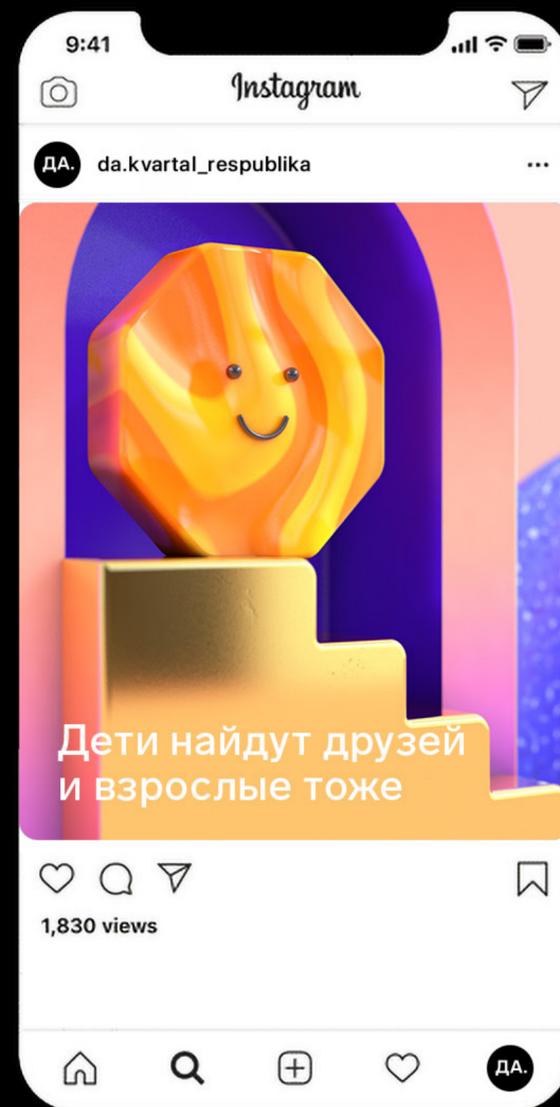
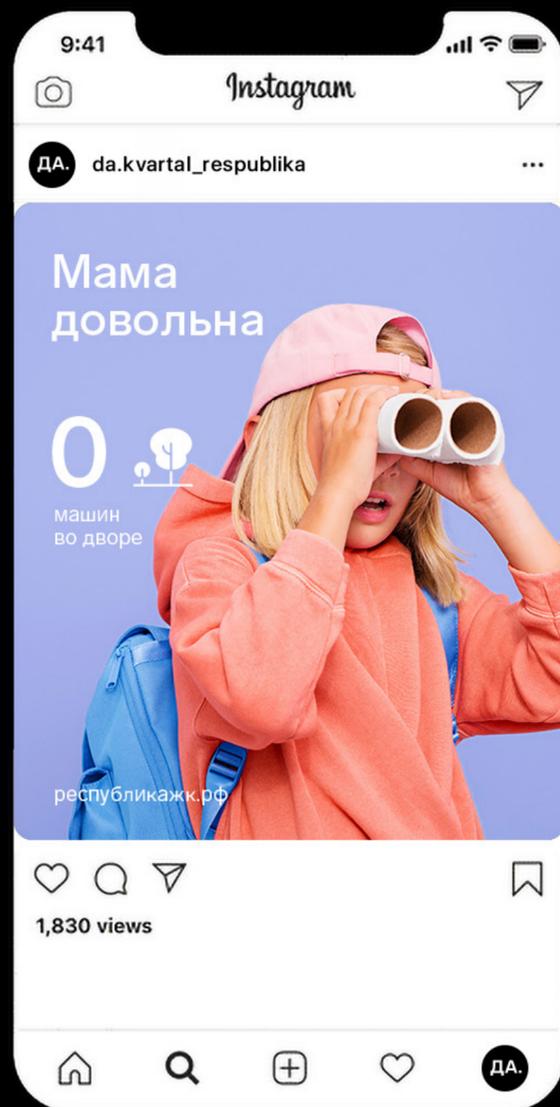
**ДА. КВАРТАЛЫ**

Самостоятельно логотип саб-бренда используется в монохромном варианте. В связке **Саб-бренд + Объект** логотип использует фирменный цвет объекта

**ДА. КВАРТАЛЫ**

**ДА. КВАРТАЛ  
РЕСПУБЛИКА**

# 06.6 Instagram

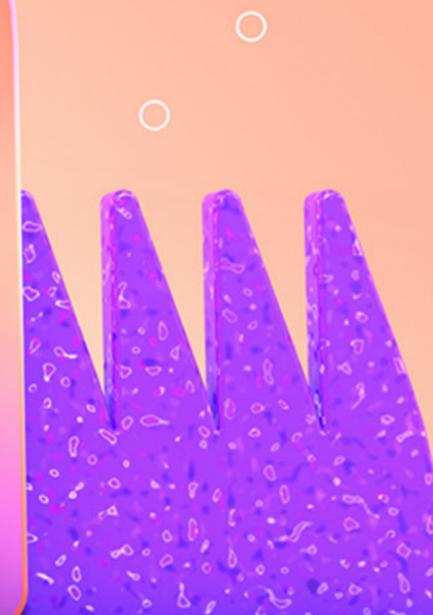


# 15 000

жителей  
в микрорайоне



ДА. КВАРТАЛ  
РЕСПУБЛИКА



Дети найдут друзей  
и взрослые тоже

+7 (3452) 538 066  
республикажк.рф

IV квартал 2020

Застройщик Группа компаний «Дом». Проектная декларация на сайте республикажк.рф

ДА.

КВАРТАЛЫ

