

Brand identity guideline

Руководство по использованию
фирменного стиля

Содержание

Платформа бренда

преамбула
инсайт
миссия, идея и ценности бренда
характер бренда и тональность
обещания и акценты
целевая аудитория
слоган и дескриптор

Элементы фирменного стиля

логотип
инверсия логотипа
охранное поле
недопустимое использование
фирменная типографика
фирменные цвета
вариации бумаги для печати
и рекомендации
суперграфика
образ бренда в фотографиях

Деловая документация

персональная визитка
корпоративная визитка
фирменный бланк
конверт
пакет
блокнот

Коммуникационные материалы

билборд
сити-формат
макет в журнал
презентация ppt
сувенирная продукция
web-форматы
стикер в метро
оформление социальных сетей

Платформа бренда

Преамбула, инсайт, миссия, идея и ценности
бренда, характер бренда и тональность,
обещания и акценты, целевая аудитория,
слоган и дескриптор

Преамбула

Москва — город больших возможностей. Миллионы жителей ежедневно работают над своим благополучием.

В погоне за успехом люди попадают в стрессовую среду: пробки, спешка, перенасыщенность информацией, суета, плотная застройка, необходимость ежедневно нести ответственность за множество вопросов.

Благосостояние растёт, а общее качество жизни падает. Времени и сил на себя и семью остаётся совсем немного.



Чтобы достичь успеха в мегаполисе,
люди идут на компромисс
со своими чувствами и желаниями,
своим здоровьем.

Миссия

Мы помогаем людям стать счастливее, создавая для них здоровую среду.

Идея

Акватория – среда для здоровой жизни.

Ценности

Забота о человеке.

Мы избирательны и делаем только то, что приносит пользу человеку: помогаем достичь душевного равновесия, заботимся о физическом состоянии, помогаем сконцентрироваться на важных вещах, заряжаем новой энергией



Характер и тональность

Лёгкий

Беззаботный, не раздражающий.

Жизнеутверждающий

Понятный и краткий, не вычурный
или заумный.

Лаконичный

Понятный и краткий, не вычурный
или заумный.

Честный

Искренний, не притворный.

Обещания и акценты

Жизнь в гармонии

Фокус на человеке, а не на продукте. Мы продаём не здание или двор, а новое качество жизни людей. Комплекс создан людьми и для людей.

Качество

Проект продуман до мельчайших деталей.

Больше свободного времени

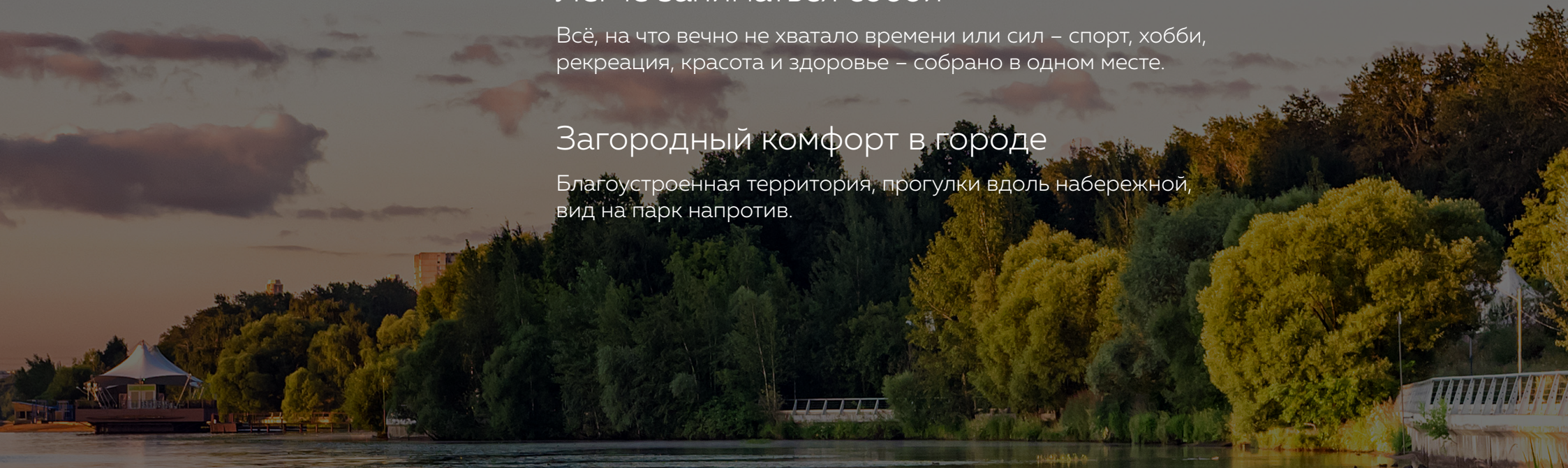
Тщательно подобранная инфраструктура, самодостаточный проект, всё необходимое есть внутри, при этом никаких излишеств и бесполезных вещей, за которые придётся переплачивать.

Легче заниматься собой

Всё, на что вечно не хватало времени или сил – спорт, хобби, рекреация, красота и здоровье – собрано в одном месте.

Загородный комфорт в городе

Благоустроенная территория, прогулки вдоль набережной, вид на парк напротив.



Предложение

Тело

Физкультура

- фитнес-центр
- workout-площадка
- велодорожка
- бассейн
- каток

Питание

- рестораны и кафе правильного питания
- «здоровый» кейтеринг

Медицина

- клиники

Экология

- натуральные материалы
- системы очистки воздуха
- отдельный сбор мусора

Душа

Эскапизм и рекреация

- благоустроенная территория
- уютный двор
- отдых на набережной

Спокойствие

- закрытая территория
- шумоизоляция

Медитации и духовные практики

- йога на набережной

Развитие

- творческие мастерские, досуговые мастер-классы
- соседский клуб
- школа и детский сад

Целевая аудитория

Семейные люди, 63–83 года рождения (34–54 года).
«Поколение X».

Предприниматели и руководители, привыкли к самостоятельности и высокой степени ответственности за себя и других людей, сами построили свою жизнь. Впахивают, как и их родители. Сильные люди.

Устали, хотят спокойствия и больше времени для себя, хотя посторонним этого никогда не покажут. Рады спокойному времени с семьёй, например, на даче.

Любопытны, любят новые впечатления, но в конечном счёте рациональны, ищут пользу для себя.

Если не видят явных преимуществ, склоняются к понятному, проверенному выбору.



Константин
Хабенский

«Мы работаем для того, чтобы чувствовать себя свободными, по крайней мере от денежных знаков»

«Здоровье актеру дано для того, чтобы он нещадно его сжигал. Под здоровьем подразумевается не только физическое состояние, но и моральное. Другое дело, надо ли жечь это электричество 24 часа в сутки или как-то более избирательно подходить»

«Не так давно ко мне пришло понимание, что я должен быть здоровым и сильным, – ради моего сына»

«Иногда надо отойти в сторону, бросить дело, которое на самом деле не твое, или жизнь, которая на самом деле не твоя»

«Когда я хочу отдохнуть, я еду к себе в деревню, где занимаюсь тем, что ничего не делаю. Иногда, чтобы дойти от дома до бани – а это 200 метров, – требуется не один день. Я просто беру стул, сажусь на веранде, и все отлично. Потом встаешь, берешь гвоздь, вколачиваешь, смотришь, туда ли вколотил, выдергиваешь его, кладешь на место, думаешь: «нет, не туда», идешь и разжигашь камин. Вот и весь день»

«Я не стану менять машину или велосипед только потому, что вышла другая модель. Если мне комфортно, этого достаточно. А постоянно покупать новые? Есть вещи и поважнее, и поинтереснее»



Чулпан
Хаматова

«Я просто занимаюсь тем, что мне нравится и что мне по-настоящему интересно. Семья, театр, кино, фонд. Не всегда удается держать баланс, но я стараюсь не заикливаться на этом. Когда я отпустила ситуацию и перестала нервничать из-за нехватки времени, стало намного легче»

«Безусловно, физически все это утомительно. Но я сама выбрала такую жизнь. Планируя за год отпуск, предупреждаю всех, что на две недели выключу телефон. Уеду жить жизнью обычного туриста, отдыхать и думать. У меня много лишних надстроек: понятие ответственности слишком глубоко сидит со времен пионерского прошлого»

«Я не амбициозна. Наоборот, каждый раз удивлялась, что жизнь дает мне больше, чем я заслуживаю. Такой карт-бланш судьбы обязывает прыгнуть выше головы, рождает перманентное чувство внутренней неудовлетворенности, беспокойство, дискомфорт»

«Я стараюсь, чтобы дети питались полноценно, но у них достаточно примитивные вкусы. Они любят пюре, жареную курицу, котлеты. Сама питаюсь как попало: попросту нет времени. Весь год живу мыслью, что вот мы поедем в Апулию, и там я буду есть свежайшие морепродукты»

«Я люблю весну. В начале марта мы дома обязательно ставим в вазу тополиную веточку, которая постепенно покрывается зелеными листочками, и настроение у всех автоматически поднимается. Нужно всеми силами учиться поднимать настроение себе и другим при любых обстоятельствах»

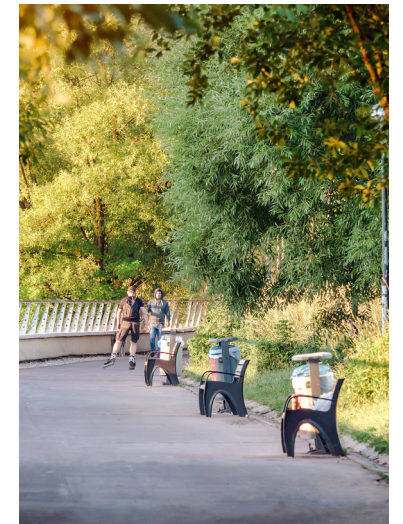
Слоган
и дескриптор



AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ ————— дескриптор

ЖИЗНЬ НА СВОЕЙ ВОЛНЕ ————— слоган



Элементы фирменного стиля

Логотип, инверсия логотипа, охранное поле,
масштабирование, недопустимое использование,
фирменная типографика, фирменные цвета,
пиктограммы, суперграфика, вариации бумаги
для печати и рекомендации, образ бренда
в фотографиях

Элементы фирменного стиля

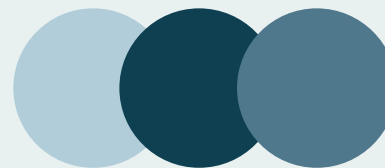
Знак



Логотип

AQUATORIA

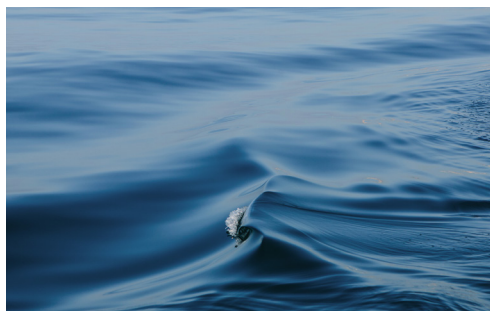
Фирменные цвета



Типографика

Aa

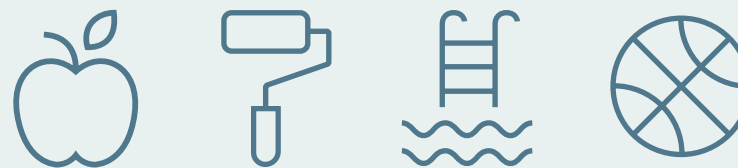
Фотостиль



Суперграфика



Пиктограммы



Логотип

Основная версия

Основная версия логотипа представляет собой блок, состоящий из знака, уникального шрифтового начертания и дескриптора с выключкой по центру.



Логотип

Дополнительные версии

Дополнительные версии логотипа:
горизонтальный блок, шрифтовое начертание
с дескриптором и знак, который может
использоваться отдельно от начертания.

AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ



AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ

Логотип
Инверсия



AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ

Логотип
Инверсия

AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ



AQUATORIA

ДОМ У ВОДЫ

Охранное поле

Охранное поле логотипа – это минимальное пространство вокруг логотипа, в которое не должны попадать посторонние элементы. Оно обязательно. Пространство может быть больше, но не может быть меньше.



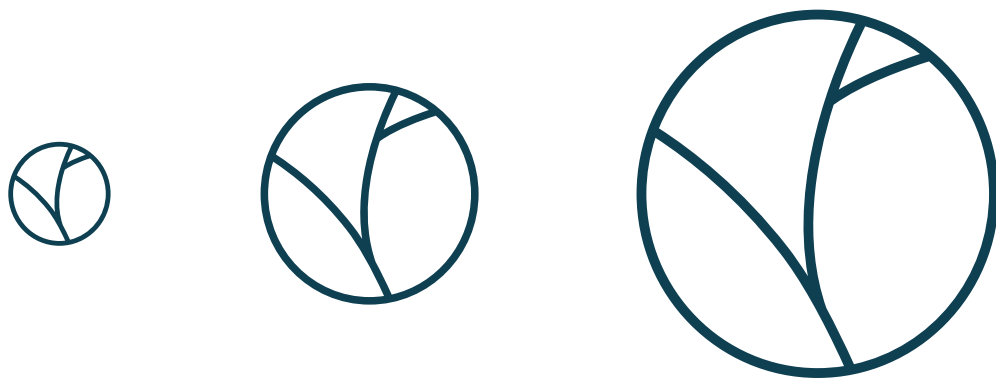
«X» – диаметр буквы «О»

Масштабирование

При увеличении знака толщина линии оптически компенсируется, благодаря чему знак остается легким и элегантным.

Для удобства использования сохранена линейная версия знака

Aquatoria/Identity/Logo/Sign line version.ai



На слайде показан минимальный размер логотипа.



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.



Фирменные шрифты

Фирменным шрифт – геометрический гротеск Muller.

Muller Regular/Light набирается текст. Используется в мелких кеглях.

Muller Bold/Medium предназначен для выделений в тексте.

Muller Regular

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Muller Bold

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Пример использования

Владимир Истомин
Ваш персональный менеджер

www.aquatoria.com

Ленинградское ш., 69
8 (903) 856 4784

istomin@aquatoria.com

Типографика

Заголовки набираются шрифтом Muller Regular строчными знаками.

Заголовок должен быть контрастным по размеру относительно других элементов в макете.

Жизнь на своей
волне

www.aquatoria.com

Жизнь
на своей
волне

www.aquatoria.com

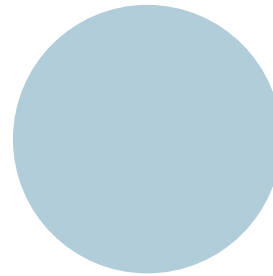
Жизнь на своей волне

www.aquatoria.com

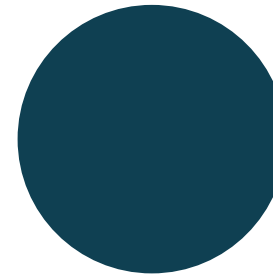
Фирменные цвета

Фирменная палитра состоит из трёх оттенков холодной гаммы: светлый, средний и темный. Для разных каналов сообщений (печать или веб) предусмотрены свои цветовые кодировки.

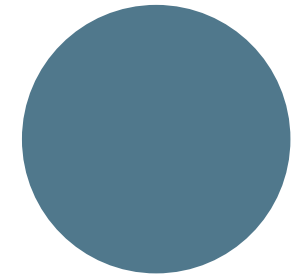
Приоритет в фирменном стиле отдается светлому и темному тону. Эти оттенки используются в плашках и фонах. Средний тон необходим для более мягкого контраста. Например, на светлом фоне может воспроизводиться знак среднего тона.



C 30 M 10 Y 10 K 0
Pantone 7457 C
R 178 G 204 B 216
#B2CCD7



C 94 M 66 Y 48 K 38
Pantone 3035 C
R 16 G 64 B 81
#104051



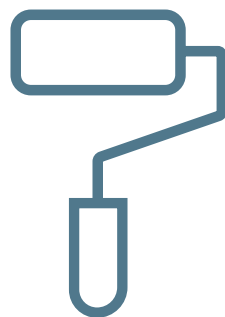
C 73 M 44 Y 34 K 7
Pantone 7698
R 80 G 121 B 141
#4F788C

Примеры цветовых комбинаций



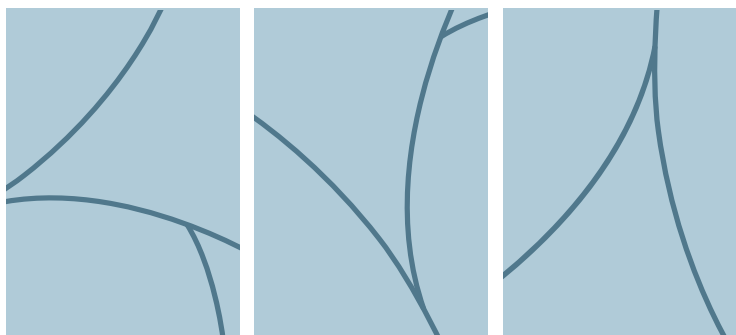
Пиктограммы

Пиктограммы должны быть максимально упрощенными и отрисованы линией одной толщины.



Суперграфика

Графический элемент, являющийся частью знака, размещается на весь носитель под обрез формата.

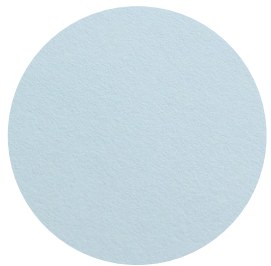


Дополнительные композиционные варианты

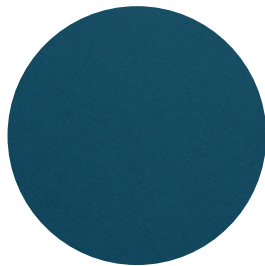


Рекомендации по материалам и печати

В носителях используются качественные материалы из бумаги крашенной в массу. Преимущественно матовые. Бумага Colorplan Imperial Blue (темно-синий) и Colorplan Wedgwood (серо-голубой). Рекомендуется печать шелкографией и тиснение.



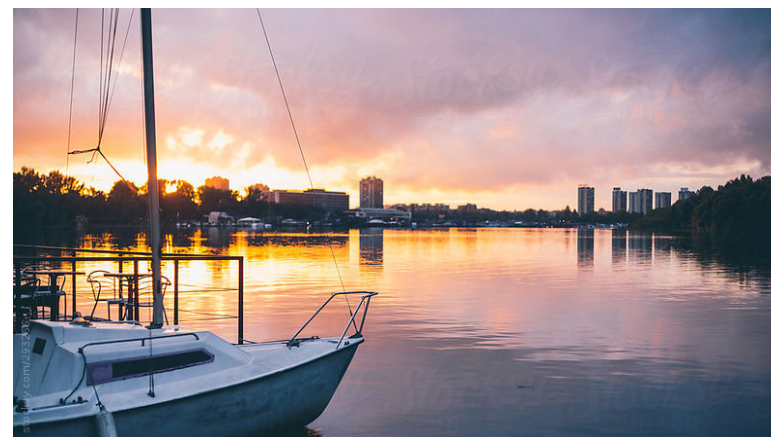
Colorplan
Wedgwood



Colorplan
Imperial Blue



Образ бренда в фотографии



Деловая документация

Персональная визитка, корпоративная
визитка, фирменный бланк, конверт
пакет, блокнот

Персональная визитка

Корпоративная визитка выполняется из двух слоёв склеенной дизайнерской бумаги крашенной в массу. (Colorplan Imperial Blue и Colorplan Wedgwood). Информация наносится шелкографией.

● Pantone 7457 C ● Pantone 3035 C



Грань визитки

Корпоративная визитка

Корпоративная визитка выполняется из двух слоёв склеенной дизайнерской бумаги крашенной в массу. (Colorplan Imperial Blue и Colorplan Wedgwood). Информация наносится шелкографией.

● Pantone 7457 C ● Pantone 3035 C



Грань визитки

Бланк

Фирменный бланк формата
А4 210x297 мм. Белая офисная бумага
плотностью 90-110 г/кв.м.
Черно-белая лазерная печать.



27 ноября 2016 г.

Заместителю директора
ООО «МебельСИТИ»
И. Ю. Ивановой

Проектирование зданий с применением перекрестно-стержневых конструкций

Рекомендации предназначены для работников проектных и научно-исследовательских институтов Мосгорисполкома, занимающихся проектированием промышленных и гражданских зданий и сооружений с применением перекрестно-стержневых пространственных конструкций типа МАрХИ, и являются обязательными, в целях обеспечения комплектной поставки конструкций покрытий из унифицированных элементов, изготавливаемых заводами Главмосмонтажспецстрой.

Рекомендации разработаны кафедрой конструкций промышленных зданий Московского архитектурного института (зав. кафедрой - профессор А.Н. Попов), производственно-техническим объединением «Мосспецстройпроект» (начальник – Л.С. Павлов) и Опытным ремонтно-механическим заводом (директор – М.Т. Кондрашов) Главмосмонтажспецстрой при Мосгорисполкоме, в соответствии с договором о научно-техническом сотрудничестве.

Рекомендация содержат основные положения и особенности проектирования облегченных перекрестно-стержневых конструкций покрытий, представленных в приложении 1, и унифицированный сортамент элементов покрытий (приложение 2), обеспечивающий возможность проектирования различных конструкций покрытия. Рекомендация содержат основные положения и особенности проектирования облегченных перекрестно-стержневых конструкций покрытий, представленных в приложении 1, и унифицированный сортамент элементов покрытий (приложение 2), обеспечивающий возможность проектирования различных конструкций покрытия.

Директор

Купцов Максим Алексеевич

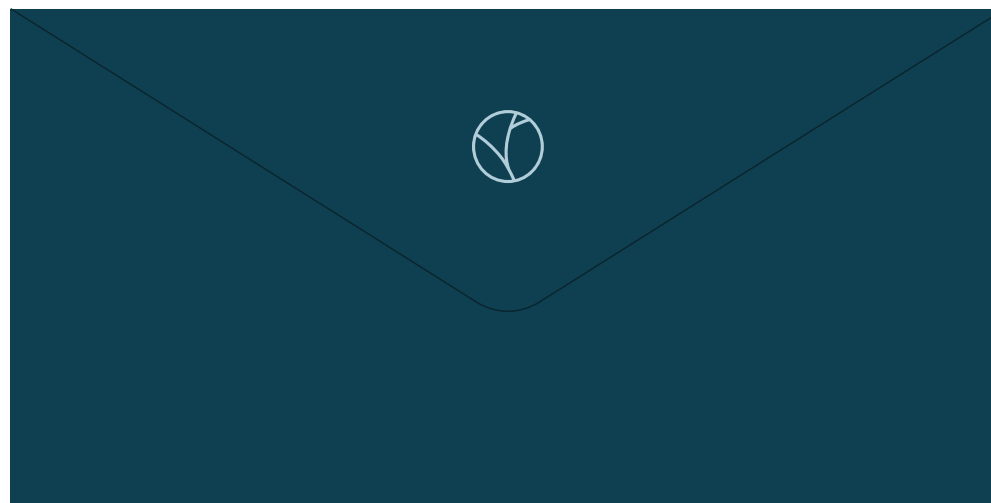
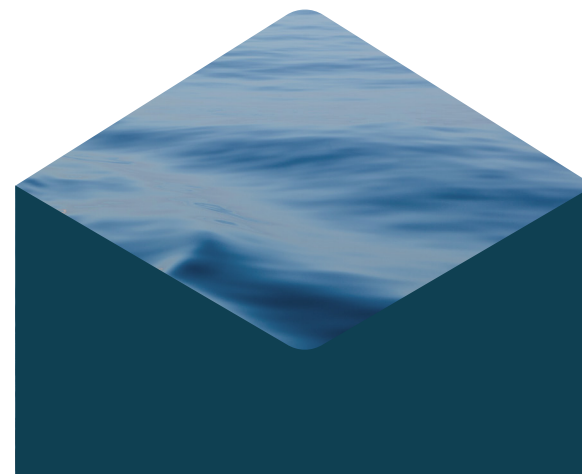
ЖК «Акватория», 125445, Москва, Ленинградское ш., 69
www.aquatoria.com, тел. 8 (495) 925 5550, e-mail: sales@aquatoria.com

Конверт

Фирменный конверт формата 220x110 мм.
Выполняется из склеенных между собой дизайнерской бумаги крашенной в массе Colorplan Imperial Blue с печатью шелкографией (внешняя сторона) и бумаги, запечатанной полноцветной фотографией водной глади (внутренняя сторона).

● Pantone 7457 C

Исходник водной глади находится в папке
Aquatoria/Application/
Visual/Visual.jpg



Конверт

Фирменный конверт формата 220x110 мм. Выполняется из дизайнерской бумаги крашенной в массе Colorplan Wedgwood. Печать шелкографией.

● Pantone 3035 C



Пакет

Фирменный пакет формата 280x360x120 мм
Выполняется из дизайнерской бумаги
крашенной в массе Colorplan Wedgwood.
Люверсы серебряные d 5 мм, ручки
из атласной ленты шириной 25 мм без
печати. Печать шелкографией.

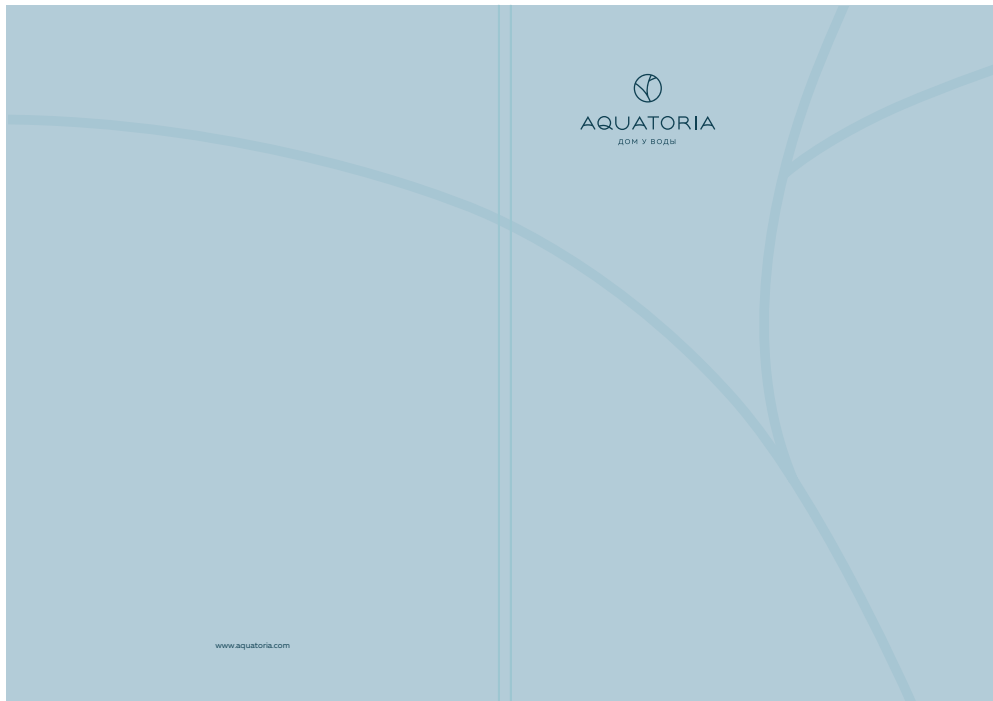
● Pantone 3035 C



Папка

Фирменная папка формата 215x305 мм, корешок 5 мм.
Выполняется из дизайнерской бумаги крашенной в массу
Colorplan Wedgwood. Суперграфика на лицевой стороне
папки наносится лаком. Печать шелкографией.

● Pantone 3035 C

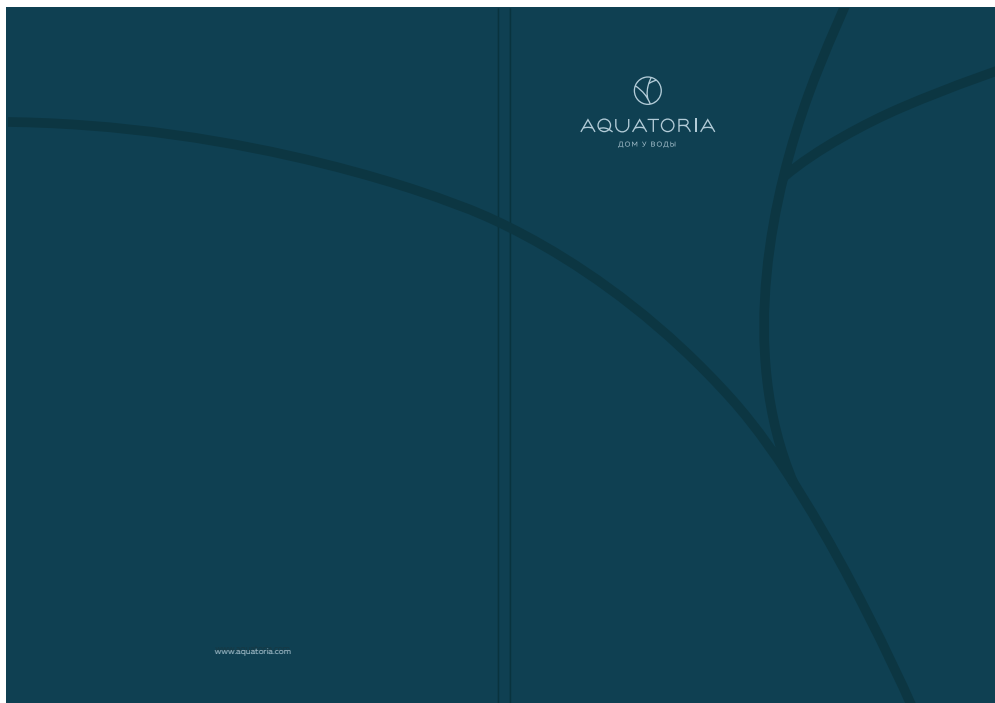


Папка

Фирменная папка формата 215x305 мм, корешок 5 мм.

Выполняется из склеенных между собой дизайнерской бумаги крашенной в массе Colorplan Imperial Blue с печатью шелкографией (внешняя сторона) и бумаги, запечатанной полноцветной фотографией (внутренняя сторона). Суперграфика на лицевой стороне папки наносится лаком.

● Pantone 7457 C

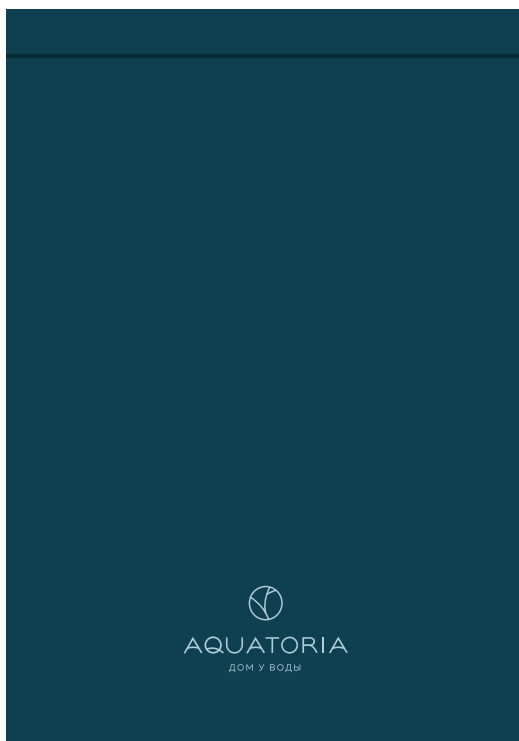


Исходник водной глади находится в папке
Aquatoria/Application/Visual/Visual.jpg

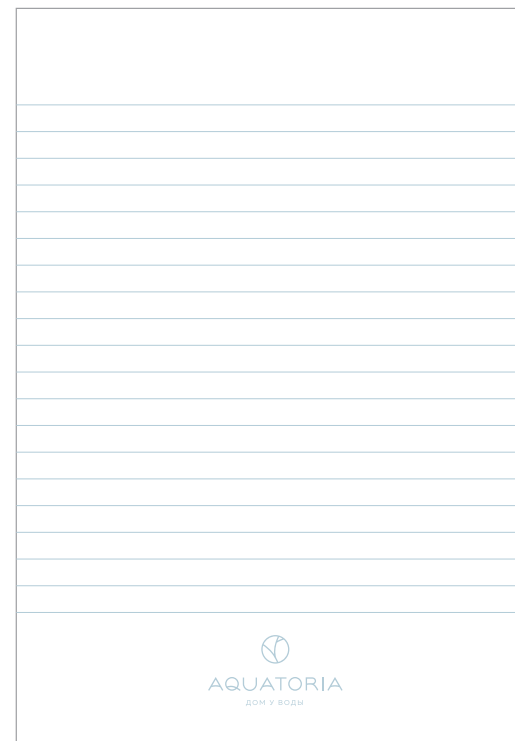
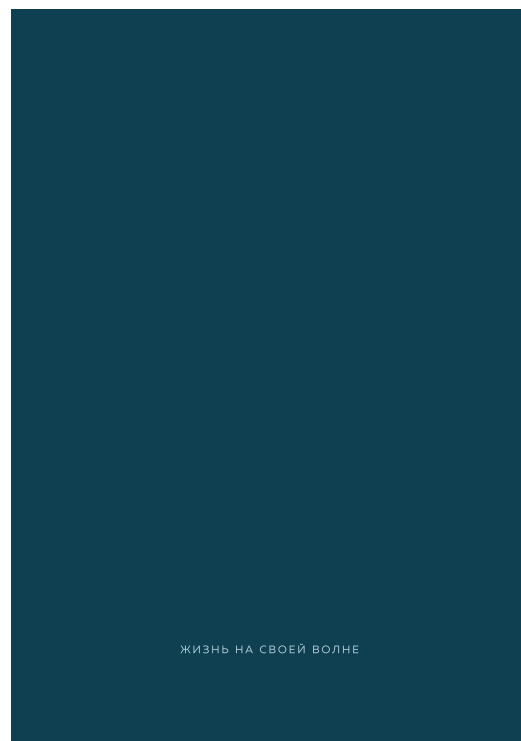
Блокнот

Фирменный блокнот формата А5 148x210 мм. Обложка выполняется из дизайнерской бумаги крашенной в массе Colorplan Imperial Blue. Печать шелкографией. Блок собирается склейкой сверху.

● Pantone 7457 C



Обложка



Страница блокнота

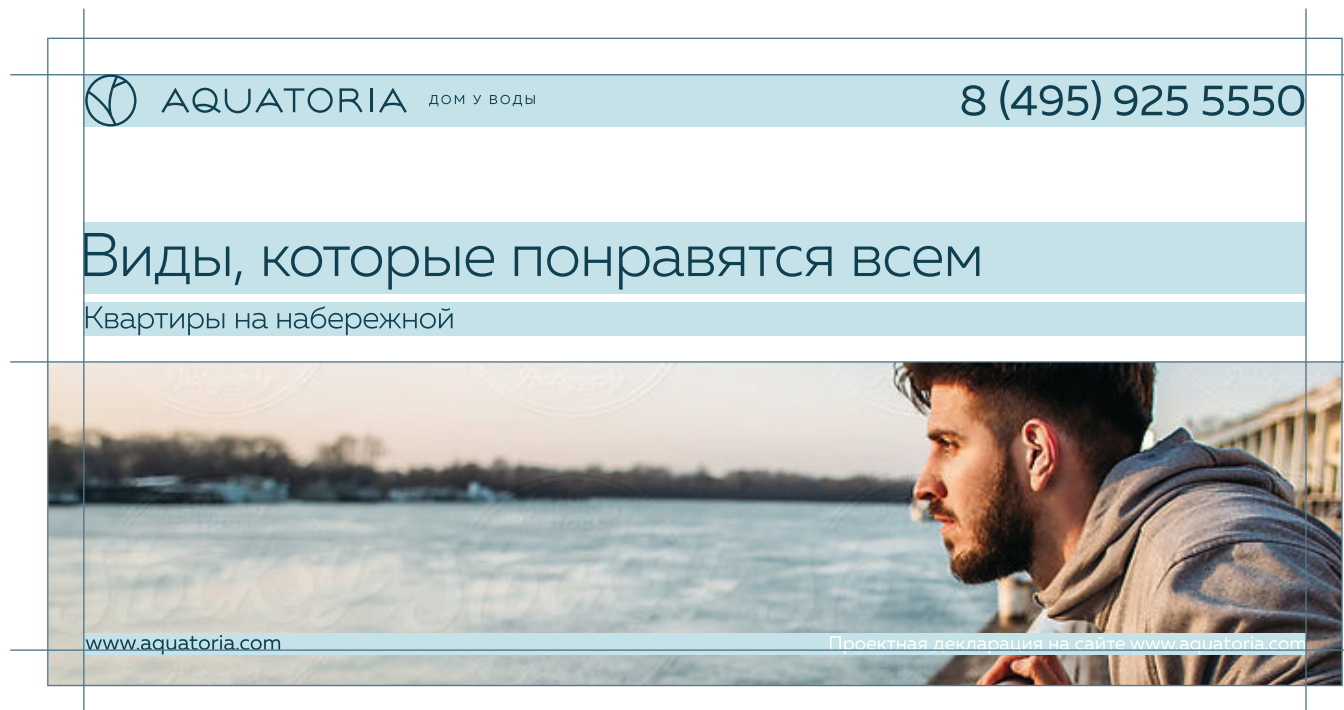
Коммуникационные материалы

Билборд, сити-формат, макет в журнал,
презентация ppt, сувенирная продукция,
Web-форматы, стикер, оформление
социальных сетей

Билборд

Формат 6Х3 м. Плоскость формата делится пополам по горизонтали. В верхней части располагается вся текстовая информация. Нижнюю часть формата занимает фотография. Заголовок и подзаголовок находятся выше середины формата и подчеркивают горизонталь.

Этот принцип является стилеобразующим.





AQUATORIA ДОМ У ВОДЫ

8 (495) 925 5550

Виды, которые понравятся всем

Квартиры на набережной



www.aquatoria.com

Проектная декларация на сайте www.aquatoria.com

Сити-формат

Формат 1,8x1,2 м. Вертикальный формат строится по тому же принципу, что и горизонтальный. В верхней части находится текстовый блок, в нижней — имиджевая фотография.

AQUATORIA ДОМ У ВОДЫ 8 (495) 925 5550

Займитесь жизнью!
Квартал, в котором есть
всё необходимое

www.aquatoria.com

Проектная декларация на сайте www.aquatoria.com

 AQUATORIA дом у воды

8 (495) 925 5550

Займитесь жизнью!

Квартал, в котором есть
всё необходимое



www.aquatoria.com

Проектная декларация на сайте www.aquatoria.com



Макет в журнал

Формат А4 210x297

	AQUATORIA дом у воды	8 (495) 925 5550 www.aquatoria.com
<p>Чтобы достичь успеха в мегаполисе, люди идут на компромисс со своими чувствами и желаниями, своим здоровьем.</p>	<p>Мы избирательны и делаем только то, что приносит пользу человеку: помогаем достичь душевного равновесия, заботимся о физическом состоянии, помогаем сконцентрироваться на важных вещах, заряжаем новой энергией</p>	
<h2>Жизнь на своей волне</h2>		
<small>Проектная декларация на сайте www.aquatoria.com</small>		



 **AQUATORIA** дом у воды

8 (495) 925 5550
www.aquatoria.com

Чтобы достичь успеха в мегаполисе, люди идут на компромисс со своими чувствами и желаниями, своим здоровьем.

Мы избирательны и делаем только то, что приносит пользу человеку: помогаем достичь душевного равновесия, заботимся о физическом состоянии, помогаем сконцентрироваться на важных вещах, заряжаем новой энергией

Жизнь на своей волне




Проектная декларация на сайте www.aquatoria.com

Шаблон презентации

Шаблон для создания презентаций в формате PPT.

Заголовок презентации

Подзаголовок презентации, состоящий из нескольких строк


 AQUATORIA дом у воды

www.aquatoria.com

Заголовок титула раздела

Подзаголовок титула раздела, состоящий из нескольких строк

1

 www.aquatoria.com

Заголовок слайда

Комплекс находится в непосредственной близости от крупнейших транспортных магистралей, но на достаточном удалении от шумных улиц. Близость Кузьковского проспекта и Третьего Транспортного кольца позволит без труда добраться в любую точку города.

В 4 минутах езды расположен международный деловой центр «Москва-Сити», а за 10 минут можно добраться до Нового Арбата. Станция метро «Фили» — всего в 2 минутах ходьбы.



Заголовок слайда

Комплекс находится в непосредственной близости от крупнейших транспортных магистралей, но на достаточном удалении от шумных улиц. Близость Кузьковского проспекта и Третьего Транспортного кольца позволит без труда добраться в любую точку города.

В 4 минутах езды расположен международный деловой центр «Москва-Сити», а за 10 минут можно добраться до Нового Арбата. Станция метро «Фили» — всего в 2 минутах ходьбы.




Заголовок слайда со списком и таблицей

Подзаголовок таблицы


Системная глубина	60 мм
Количество камер стандартной коробки	2/4
Максимальная толщина заполнения	33
Поверхность	Гладкая и легкая в уходе
Взломобезопасность	До 3 класса

Подзаголовок списка

- Общая площадь коммерческих помещений — 1 640 кв. м;
- Отдельные входы;
- Высота этажа — 7 м;
- Гостевая автостоянка;
- 2 независимых источника энергоснабжения;
- Высокий пешеходный трафик;
- Место под размещение вывесок;
- Помещения в состоянии **turnkey**.

 5

Спасибо за внимание!

 AQUATORIA дом у воды

Отдел продаж

Ленинградское ш. 69
8 (495) 925 5550

sales@aquatoria.com
www.aquatoria.com

Сувенирная продукция

Стеклоанная бутылка для воды в удобном силиконовом чехле. Пластмассовая отвинчивающаяся крышка. Диаметр 6,5 см, высота 21 см.

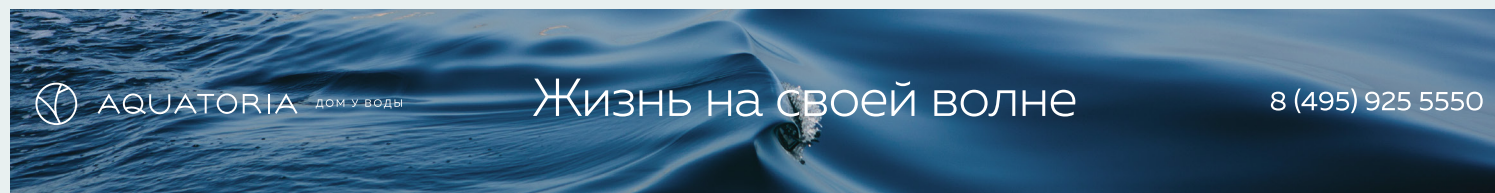
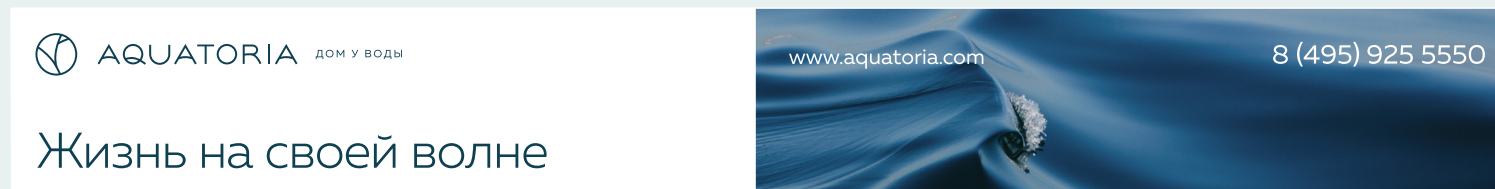
Домашняя метеостанция с выносным датчиком

Беспроводная колонка на 3 Вт с меняющим цвет световым индикатором



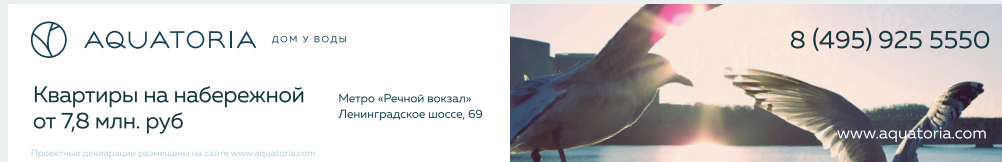
Web форматы

Горизонтальный формат 800x100 px
Вертикальный формат 320x480 px



Стикер

Стикер в вагон метро
Горизонтальный формат 75X12 см
Вертикальный формат 38x80 см

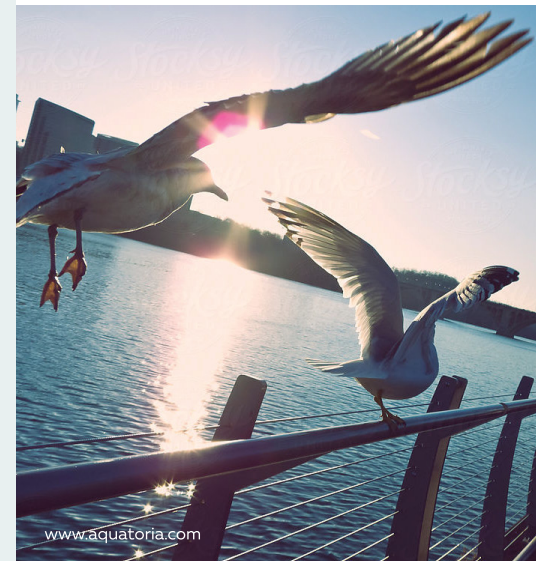


AQUATORIA дом у воды 8 (495) 925 5550

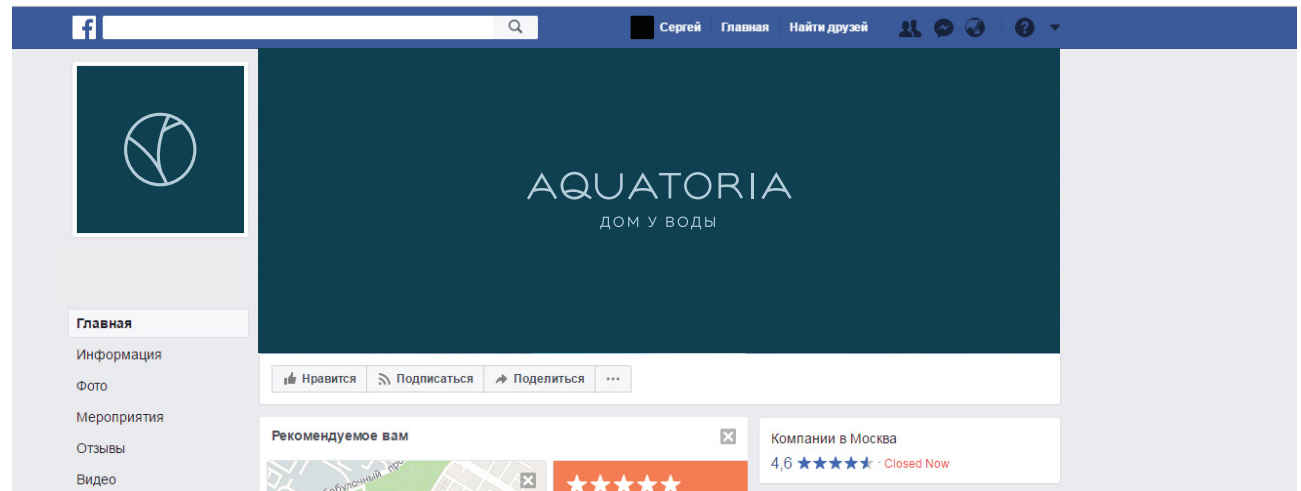
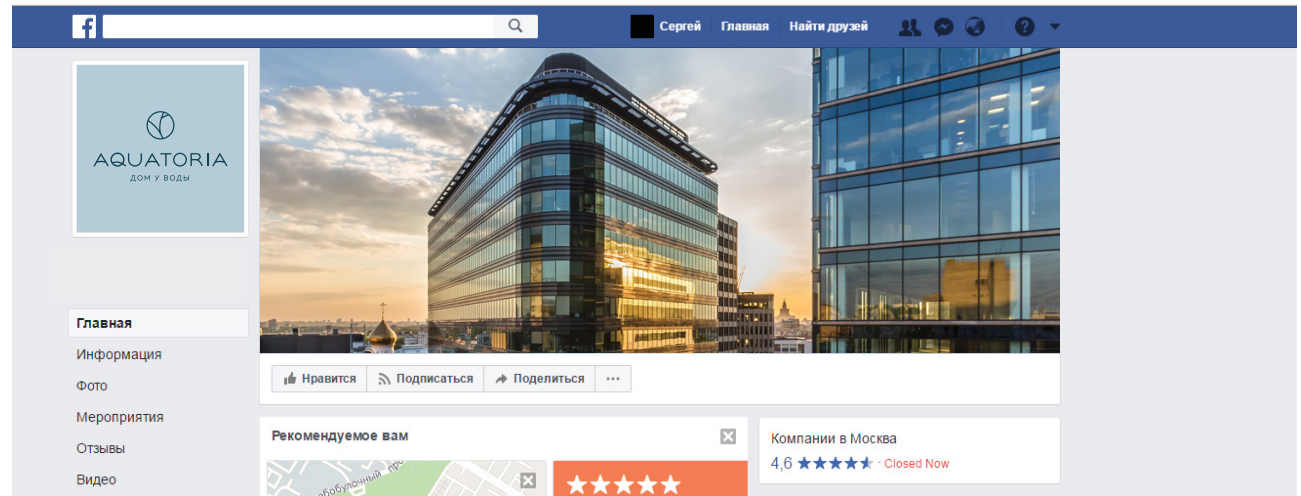
Квартиры на набережной от 7,8 млн. руб

Метро «Речной вокзал»
Ленинградское шоссе, 69

Проектные декларации размещены на сайте www.aquatoria.com



Социальные сети



Контакты



123112, Москва, Пресненская наб., 6/2,
БЦ Imperia Tower, эт. 44, оф. 4412

+7 495 933 50 55

