

КАНТРИ
ОСН. | 2022

Рекомендации
по использованию фирменного стиля



Инсайт

..бежать босиком по мокрой траве, мчаться по кустам на скрипучем велосипеде, нарвать ягод с грядки и умять их тут же, не помыв!

А потом проснуться от соловьев в воскресенье, полной грудью вдохнуть прохладу. Исккупаться на речке, тайком пробраться на кухню и стащить кусок бабушкиного пирога...

И не думать о том, что завтра – работа, встреча, дедлайны... Чувствовать каждый миг ярче, чем обычно. Радоваться простому.

Быть свободным!

**— Я хочу жить за городом,
но для меня это «свой дом»,
куча хлопот и скука
изо дня в день.**

**Хочется просто отдохнуть
на природе...**



Позиционирование

Загородный квартал
для свободной жизни
и отдыха

Концепция

Каждый день мы уходим сюда от тесных костюмов, городской пыли и горящих задач по работе. Место, в котором царят тишина и спокойствие, а природа таится прямо под окнами.

Здесь мы вольны поступать, как хочется, радоваться свободе, улыбаться соседям по дому и не думать о тревогах большого города.

Дача – *третье* *место*





ЛОГОТИП

Логотип – основополагающий элемент фирменного стиля, отвечающий за узнавание и запоминание бренда потребителем. Он представляет собой уникальное текстовое начертание и графический знак.

Логотип имеет 3 возможных вариации. Допустимо использовать любую из них.





Правила использования ЛОГОТИПА

основная версия

Цветная версия логотипа



Черно-белая версия логотипа





Поле безопасности логотипа

основная версия

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.).

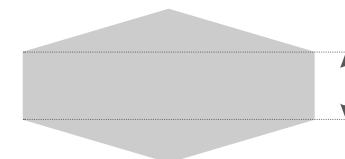
Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным длине меньшего ребра фигуры в логотипе. В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Данное поле безопасности применяется для всех версий логотипа

Ситуативное поле безопасности логотипа



Рекомендуемое поле безопасности логотипа





Правила использования ЛОГОТИПА

версия с дескриптором

Вариант 1

КАНТРИ
ОСН. | 2022

КАНТРИ
ОСН. | 2022

КАНТРИ
ОСН. | 2022

Вариант 2

КАНТРИ
КВАРТАЛ
В ЗАГОРОДНОМ
СТИЛЕ

КАНТРИ
КВАРТАЛ
В ЗАГОРОДНОМ
СТИЛЕ

КАНТРИ
КВАРТАЛ
В ЗАГОРОДНОМ
СТИЛЕ



Поле безопасности логотипа

версия с дескриптором

У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов (других логотипов, графических элементов и т. п.).

Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным длине меньшего ребра фигуры в логотипе. В случае необходимости возможно сокращение охранного поля по одной из 4 сторон, с сохранением пропорций остальных 3 сторон.

Данное поле безопасности применяется для всех версий логотипа

Ситуативное поле безопасности логотипа



Рекомендуемое поле безопасности логотипа





Минимальный размер

Рекомендациями предусмотрен минимальный размер логотипа для печатных носителей и цифровой среды. Размеры указаны без учёта охранного поля. Не рекомендуется использовать логотипы меньших

размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

Основная версия



Минимальная ширина логотипа для печати

Версия с дескриптором



Минимальная ширина логотипа для печати



Минимальная ширина логотипа для диджитал-среды



Минимальная ширина логотипа для диджитал-среды



Цветовая *палитра*

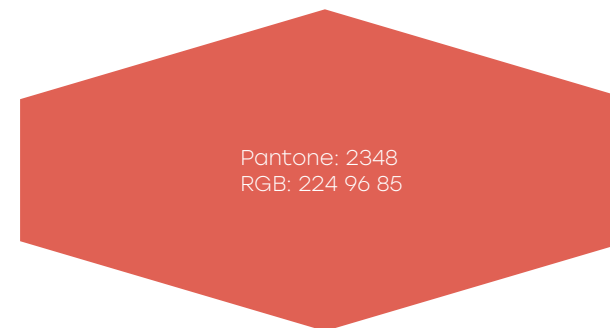
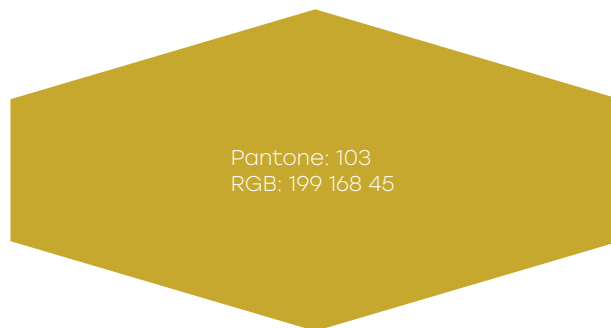
Основные цвета бренда – приглушённый изумрудный и оливковый. Используются как главные цвета логотипа, а также для набора текстовых сообщений и цвета дополнительных элементов.

В полиграфии приоритетным является палитра красок Pantone.



ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Рекомендуется последовательно использовать фирменные цвета. Значения в RGB используются для экранного дизайна, Pantone – для печати.





Фирменный шрифт

Фирменный шрифт – важная составляющая визуальной узнаваемости бренда. Его систематическое и верное использование помогает составить целостное восприятие бренда.

Для всех видов коммуникаций используются шрифты Stolzl и Officina Serif Bold ITC.

Стиль заголовков и подзаголовков должен отличаться от наборного текста для достижения акцента. Для оформления текстов и в прочих случаях рекомендуется использовать предложенное далее сочетание шрифтов и их стилей.

Стандартный шрифт для ПК используется во внутреннем документообороте.

Web-шрифт используется на фирменном сайте, для переписки в электронной почте.



Фирменный шрифт

Шрифт для заголовков
Stolz Medium
Купить шрифт: paratype.ru/fonts/tnb/stolz/medium

Акцентный шрифт для заголовков
Officina Serif Bold ITC
Купить шрифт: paratype.ru/fonts/pt/itc-officina-serif/bold-italic

Шрифт для наборного текста
Stolz Book
Купить шрифт: paratype.ru/fonts/tnb/stolz/book

Стандартный шрифт на ПК

Шрифт для заголовков
Century Gothic Bold

Шрифт для наборного текста
Century Gothic Regular

Квартал в загородном стиле

Квартал в загородном стиле

Каждый день мы уходим сюда от тесных костюмов, городской пыли и горящих задач по работе. Место, в котором царят тишина и спокойствие.

Квартал в загородном стиле

Каждый день мы уходим сюда от тесных костюмов, городской пыли и горящих задач по работе. Место, в котором царят тишина и спокойствие.



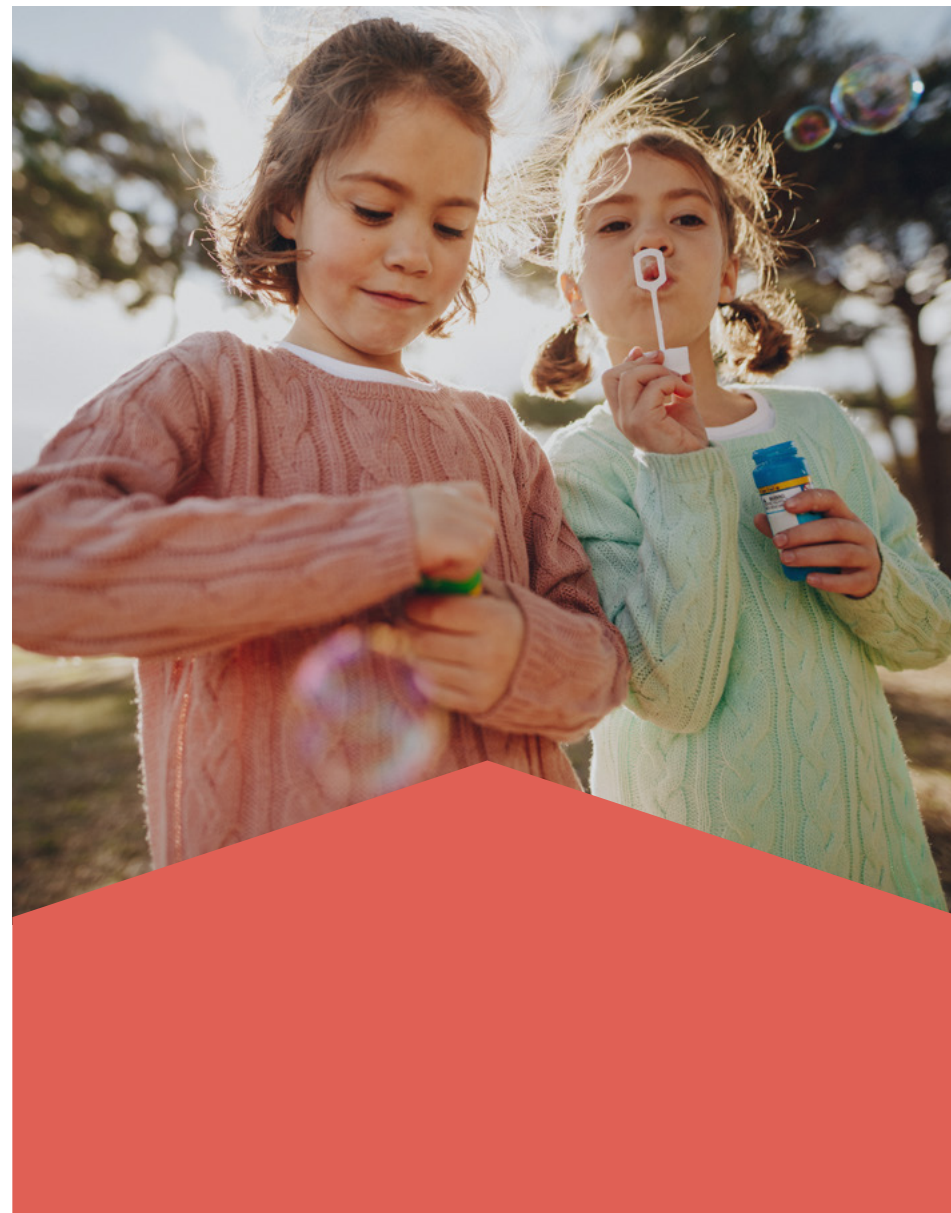
Фирменная *графика*

Графический мотив – это основной элемент дизайна, используемый при создании и оформлении носителей фирменного стиля компании, рекламных материалов её проектов.

Основной принцип в графическом мотиве – использование шестигранной фигуры из логотипа, её масштабирование и кадрирование, взаимодействие с другими объектами.

Рекомендуется последовательно и повсеместно использовать графический мотив для развития устойчивого образа бренда и его проектов среди целевой аудитории.



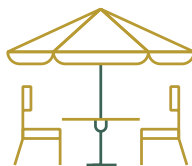




Фирменные пиктограммы

Используются для оформления любых коммуникаций и элементов навигации.

Иконки должны быть построены при помощи линейной графики, иметь одинаковую толщину линии.



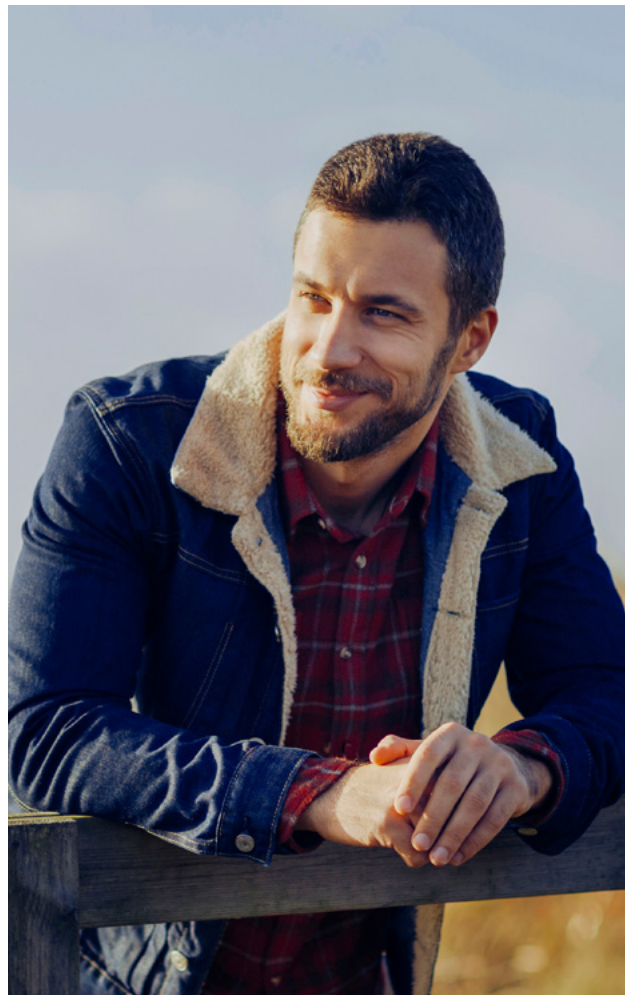


ФОТОСТИЛЬ

Рекомендуется использовать фотографии с людьми в естественных позах и с естественным выражением лица (естественные положительные эмоции).

Возможно использование фотографий с людьми на однородном цветном фоне или в окружении, связанном с недвижимостью: двор, квартира. Рекомендуется использовать фотографии, в которых присутствуют фирменные цвета (компании или проекта).

В фотографиях не должно быть засветов, солнечных бликов и каких-либо неестественных эффектов. Возможно добавлять на фотографии объекты и элементы, напоминающие элементы графического мотива.





Фирменные *носители*

Носители фирменного стиля – объекты, на которых размещены фирменные графические элементы.

Причём эти объекты могут быть как материальными, так и нематериальными (диджитальными).



Типовые макеты наружной рекламы

Далее представлены типовые макеты наружной рекламы, которые могут использоваться для продвижения компании.

В основном все рекламные макеты содержат ограниченный набор блоков, показанных на примере справа.

Часть макета отводится под фотографию. Логотипы и все надписи располагаются на макете с одинаковыми отступами от краев (но не меньше охранного поля логотипа).

Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст. Весь текст набран фирменным шрифтом.





Контейнер для фото
в форме знака

Логотип

Ключевой
посыл

КАНТРИ
осн. | 2022

**Кварталы
для свежего
отдыха**



Проектная декларация и разрешение
на строительство застройщика на сайте – risan-country.ru

risan-country.ru

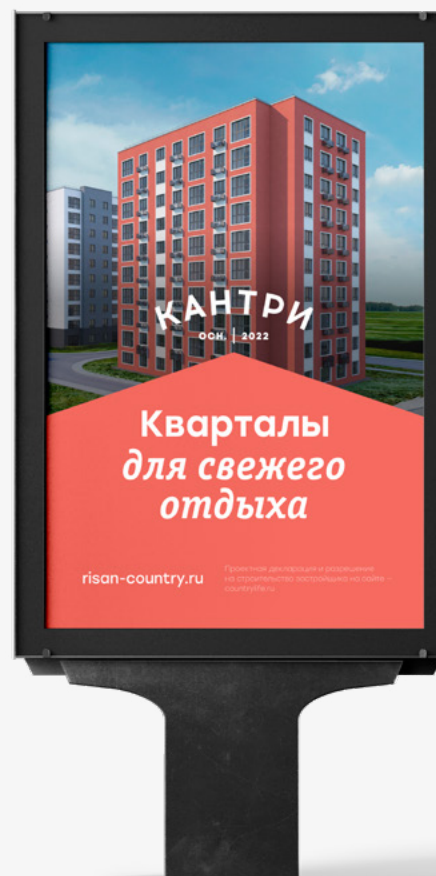
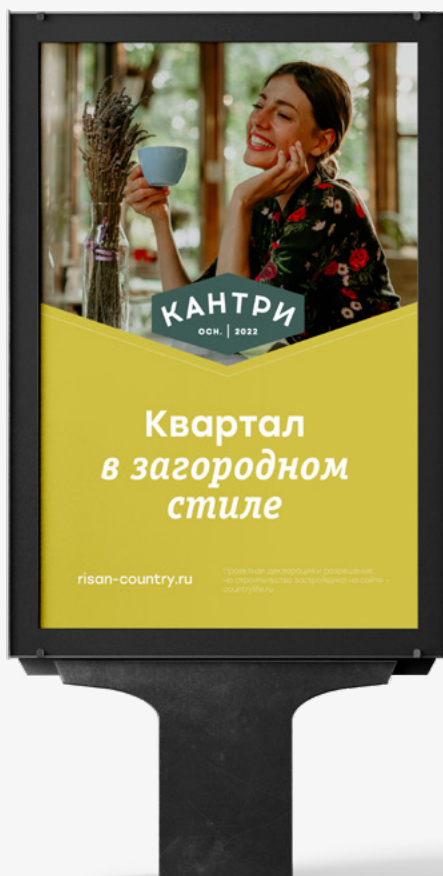
Юридический блок

Сайт



Сити-формат

Принцип построения типового макета сити-формата.
Данный принцип построения актуален
для постеров, афиш, рекламных листовок.



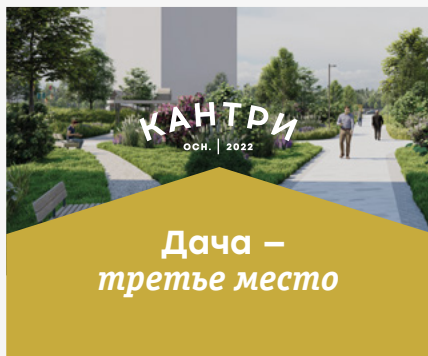




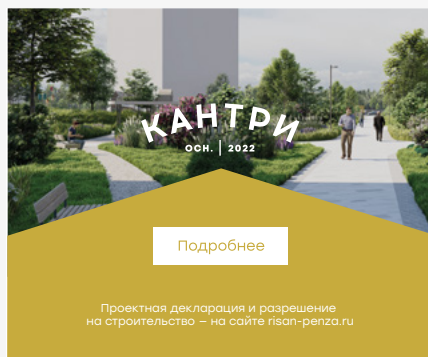
Шаблоны веб-баннеров

Веб-баннер горизонтальный, прямоугольный
(раскадровка)

1



2





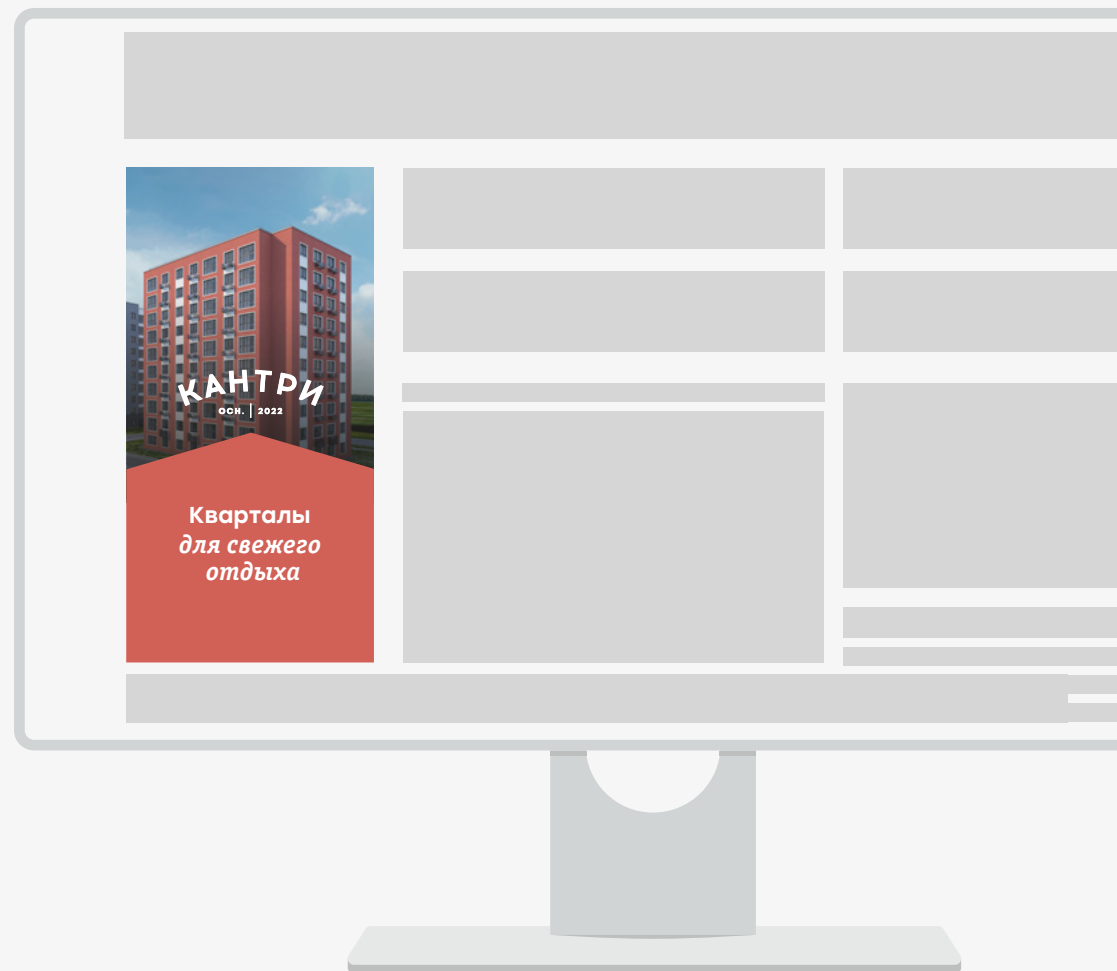
Шаблоны веб-баннеров

Веб-баннер вертикальный, прямоугольный
(раскадровка)

1



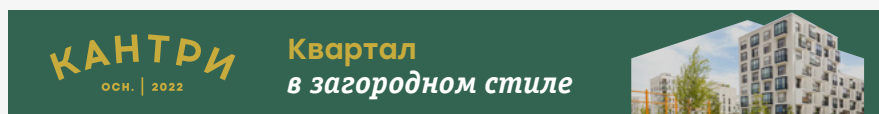
2



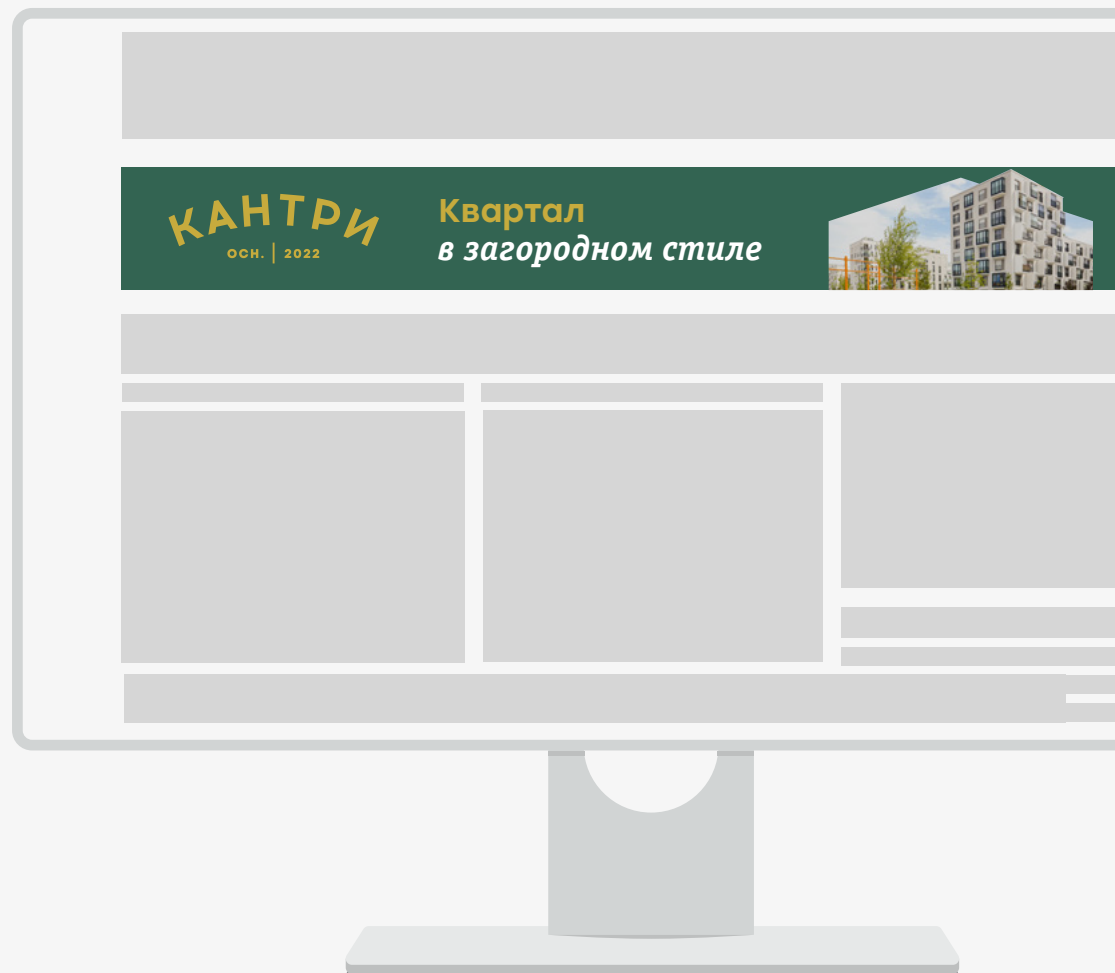
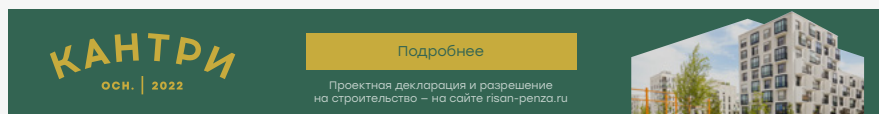
Шаблоны веб-баннеров

Веб-баннер горизонтальный, удлинненный
(раскадровка)

1



2



Буклет

При оформлении буклета рекомендуется повсеместно использовать графический мотив. Общий стиль верстки: простой и функциональный.

Размер: 210 x 297 мм.

Обложка: матовая мелованная бумага 200 г/м² с ламинацией.

Блок: матовая мелованная бумага 120-130 г/м².



Продуманно

Каждый день мы уходим сюда
от тесных костюмов, городской
пыли и горящих задач по работе.
Место, в котором **царят тишина**
и спокойствие.

Общая
1-комн

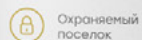
Гостиная 2
Кухня 12,8 м
Ванная 4,8

4

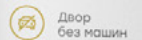
Квартал в городском стиле

Квартал создан для современных людей, чья жизнь включает в себя активность в городе и счастье от пребывания близко к природе с возможностью вести здоровый образ жизни, занимаясь детьми и спортом. Это европейский образ жизни и современная голландская архитектура.

Всего 10 минут от делового центра города, а за окнами — лес и река, буйная зелень и свежий воздух. Говорят, если человек долго не видит горизонта, он впадает в депрессию.



Охраняемый поселок



Двор без машин



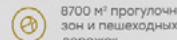
Лес и озеро



Пляж



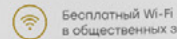
Малая этажность



8700 м² прогулочных зон и пешеходных дорожек



440 машиномест



Бесплатный Wi-Fi в общественных зонах



На **33%**

ниже, чем в городе
диоксид азота



На **19%**

меньше, чем в городской
среде содержание
диоксида серы



в **2 раза**

ниже установленных
норм содержание
оксида углерода

3



Продуманные планировочные решения










Планировочные решения имеют несколько вариантов даже в рамках одного типа квартиры, что позволит каждому найти себе жилье, которое будет соответствовать их желаниям и стилю жизни.



**Общая площадь
1-комнатной квартиры 48,11 м²**

Гостиная 20,47 м²
Кухня 12,8 м²
Ванная 4,55 м²

Коридор 6,43 м²
Прихожая 2,80 м²
Лоджия 3,36 м²

-  количество квартир на этаже 
-  Благоустройство 
-  Локация 
-  Архитектур
-  Ипотека
-  Ипотека без поручителя

1К



Здесь мы вольны поступать,
как хочется, радоваться
свободе, улыбаться соседям
*и не думать о тревогах
большого города.*



Гирлянда из флажков

Флажки изготавливаются из плотной ткани,
устойчивой к влаге и порывам ветра.





КАНТРИ
ОСН. | 2022

Держатели для фото

Материал – магнитный винил, толщина – 1 мм.



Этикетка для варенья

Прямая УФ-печать на стекле.





КВАРТАЛ

добрых соседей



Варенье из малины
250 ml

Стикеры

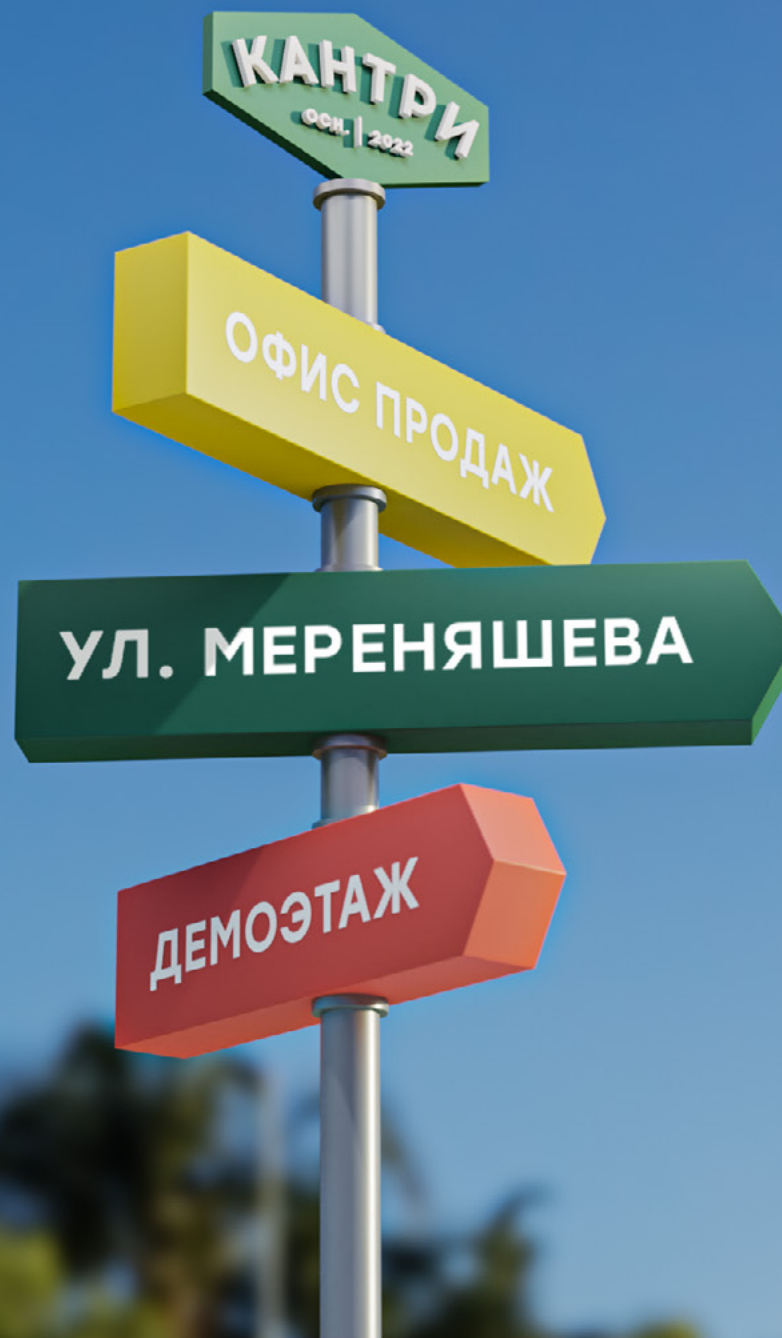
Стикеры – это изображения, нанесенные на материал (бумагу, пленку) с самоклеящейся основой. Служат такие наклейки в декоративных целях.



Навигация в квартале

Стелы и таблички могут быть установлены на въезде в квартал или на перекрестке.

Основная задача – создать понимание расположения объектов инфраструктуры.



DE Architecture
& branding

VISION