



**УКТУССКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ**
район на воде

О БРЕНДЕ

УНИКАЛЬНЫЙ ПРИРОДНЫЙ КЛАСТЕР

плюсы

- Камерный исторический район.
- Привлекательная цена.
- Внутренняя инфраструктура (набережная/парк).
- Отсутствие производств.

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ

минусы

- Социальная инфраструктура.
- Неоднородная среда.
- Точечное благоустройство.
- Непригодность воды для купания.
- Уныние в зимнее время года.
- Транзитность.

ЮГ — НОВЫЙ ЦЕНТР

возможности

- Центр нового строительства.
- Набережная как центр культурного притяжения.
- Всесезонный спортивный центр.
- Центр «зеленого» сообщества.

ПРЕВРАЩЕНИЕ РАЙОНА В ГЕТТО

риски

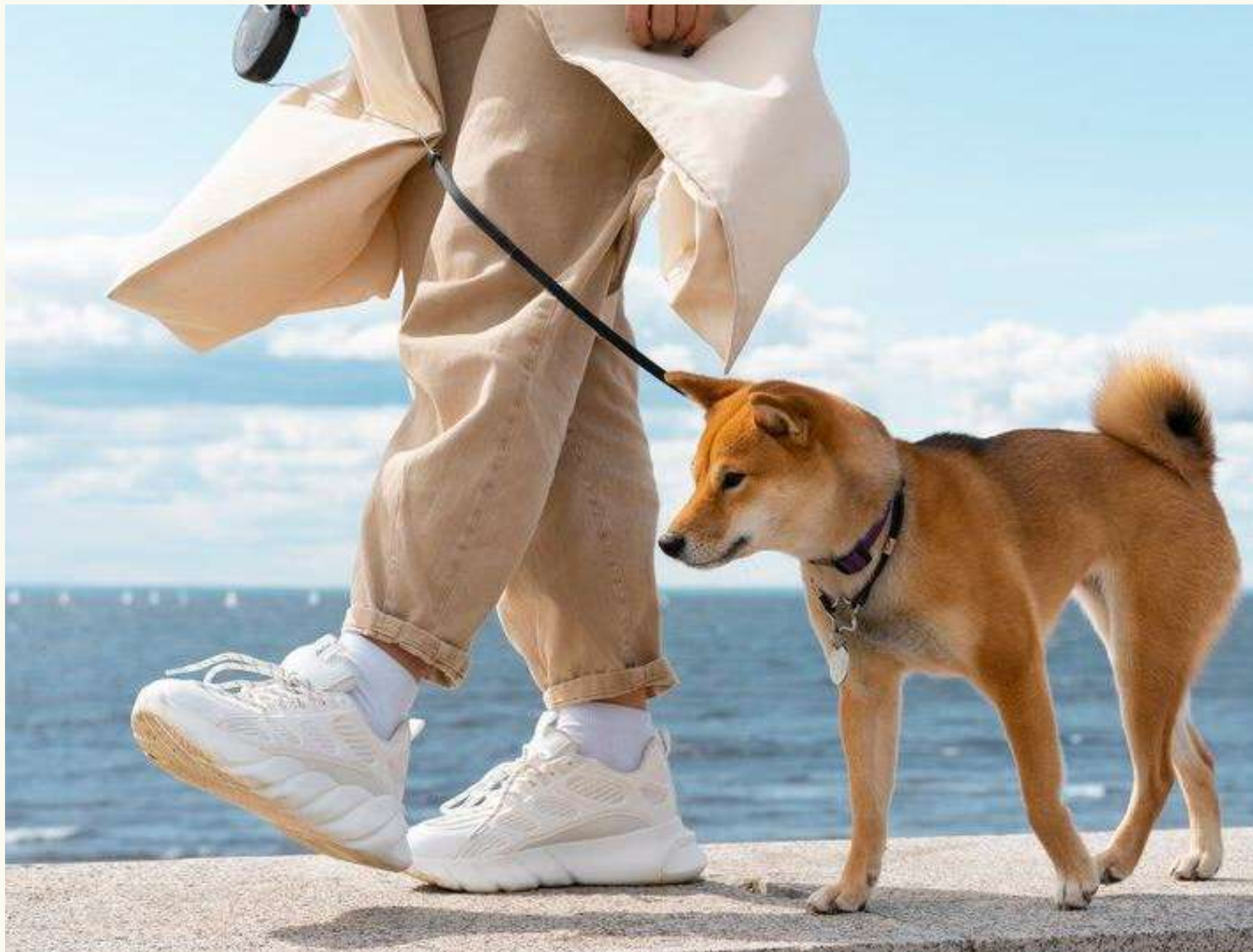
- Обмеление/дальнейшее цветение пруда.
- Некачественное обслуживание территории.
- Невозможность обеспечить безопасность.
- Вырубка леса.

**ПРИОБРЕТЕНИЕ ЖИЛЬЯ
НА УКТУССКОЙ НАБЕРЕЖНОЙ –
ВЗВЕШЕННЫЙ ВЫБОР,
И РАСПОЛОЖЕНИЕ
НА ВОДЕ МОЖЕТ СТАТЬ
РЕШАЮЩИМ АРГУМЕНТОМ
ДЛЯ ЕГО РАЦИОНАЛИЗАЦИИ**

РАСПОЛОЖЕНИЕ НА ВОДЕ ПРИЗНАЕТСЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ВЫБОРА

Стратегия позиционирования

5



Но пока либо после подсказки,
либо при наличии опыта проживания.

Позиционирование фокусируется
на атрибуте расположения
на воде, с тем чтобы актуализировать
его в сознании ЦА и переместить
его в число top of mind атрибутов в комфорт-классе.

МОЛОДЫЕ СЕМЬИ



Ищут доступную и одновременно комфортную недвижимость в экологичном районе, где можно было бы разнообразно и с удовольствием проводить время на улице.

МОЛОДЫЕ УДАЛЕНЩИКИ



Выбирают недвижимость, исходя не столько из местоположения в городе, сколько из внутренней инфраструктуры и комфортного доступа к местам активного отдыха.

АКТИВНЫЕ ПЕНСИОНЕРЫ



Переезжают в недвижимость меньшей площади, но с большой благоустроенной территорией и природным ландшафтом, чтобы комфортно поддерживать здоровый образ жизни.

ЖИЗНЕЛЮБИВЫЕ ПРАКТИКИ

Люди, практично подходящие к жизненным решениям, ценящие здоровый образ жизни и не отказывающие себе в здоровых удовольствиях.

Их цель – прямой доступ к функции, которая способна обеспечить здоровый опыт. В том числе поэтому они ценят простые радости, которые можно получать каждый день.



**БЛИЗОСТЬ К ВОДЕ –
ТАКОЙ ЖЕ ВАЖНЫЙ АТТРИБУТ
ЖИЛЬЯ КОМФОРТ-КЛАССА,**

**КАК ИНФРАСТРУКТУРА,
ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ,
МАТЕРИАЛЫ.**

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ РАЙОН НА ВОДЕ



ОБЕЩАНИЕ БРЕНДА

Жилье комфорт-класса со своей большой водой.

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Вклад в здоровый полноценный образ жизни.

РАЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Единственный доступный район комфорт-класса на берегу крупного водоема в черте города.

ПРОДУКТОВОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Комплексное развитие территории правого берега акватории Нижне-Исетского пруда.

КОМФОРТНЫЙ ДОСТУП К НИЖНЕ-ИСЕТСКОМУ ПРУДУ (А ТАКЖЕ ОСТРОВУ С ДОСУГОВОЙ ЗОНОЙ)

- Обустроенная набережная для прогулок.
- Собственный парк на берегу для досуга и удаленной работы.

РАЗВИТАЯ ДОСУГОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА – ДЛЯ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ

УНИКАЛЬНОЕ ПРИРОДНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

Уктусский лес/горы со спортивной (ГЛК Уктус)
и досуговой (термы Баден-Баден) инфраструктурой.

КРАСИВЫЕ ВИДЫ НА ВОДУ ДАЖЕ С НИЖНИХ ЭТАЖЕЙ

РАЗНООБРАЗИЕ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ КОМФОРТ-КЛАССА

От разных застройщиков (в т.ч. на первой линии).

СТРОЯЩАЯСЯ СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Школа и детские сады.

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ

Уктусская набережная – это уникальный природный район,
у которого большое будущее.

Здесь есть то, чего нет в других районах –
свой берег обширной акватории по цене
комфорт-класса.

**ТЕПЕРЬ ВЫ МОЖЕТЕ ПОЗВОЛИТЬ
СЕБЕ БОЛЬШУЮ ВОДУ.
ЗАЧЕМ СОГЛАШАТЬСЯ НА МЕНЬШЕЕ?**

**ТО, ЧТО РАНЕЕ СЧИТАЛОСЬ
ЧЕМ-ТО ЭКСКЛЮЗИВНЫМ,
ТРУДНОДОСТУПНЫМ, ПОСТЕПЕННО
СТАНОВИТСЯ НОРМОЙ ЖИЗНИ**

Например, домашний широкополосный интернет
теперь является неременным атрибутом комфортного жилья.

ВОДА — ЭТО БАЗА

для здоровой жизни (здоровая = полноценная)



АВТОМОБИЛИ



Lada нет



Haval да



Land Rover нет

ЕДА



Пакетированное молоко нет



Парное молоко да



Сложный молочный десерт нет

ИНТЕРЬЕР



ИКЕА нет



Встроенная мебель да



Инкрустированная мебель нет

ЦЕННОСТИ



Доступность/комфорт



Природность/здоровье

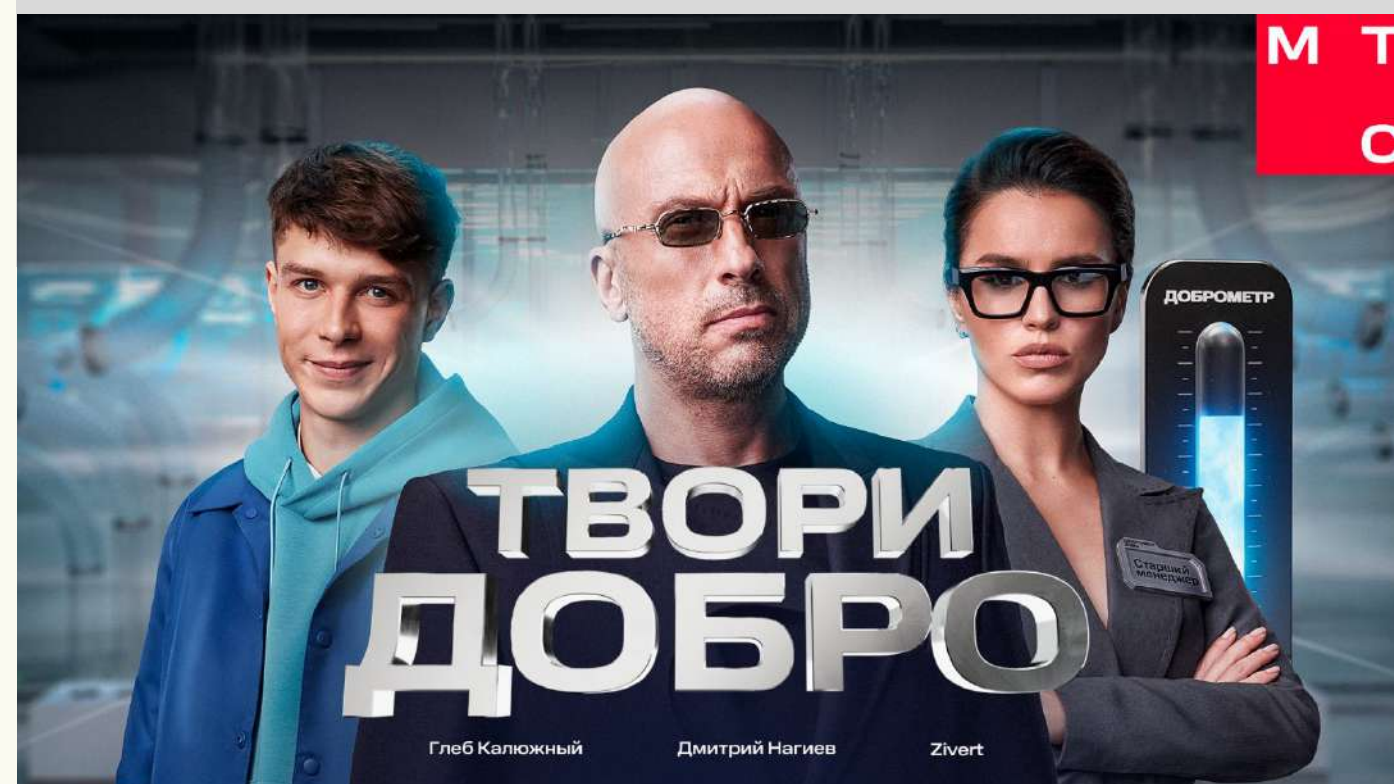
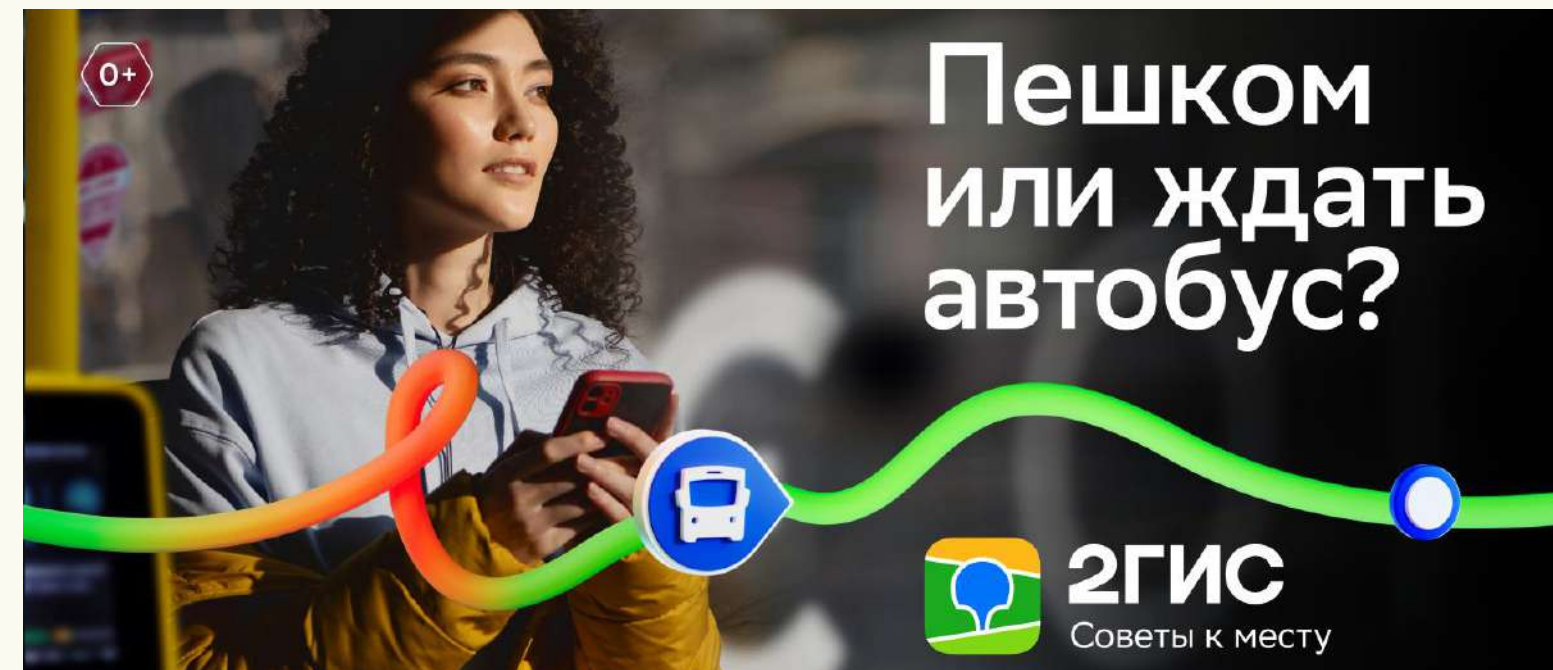
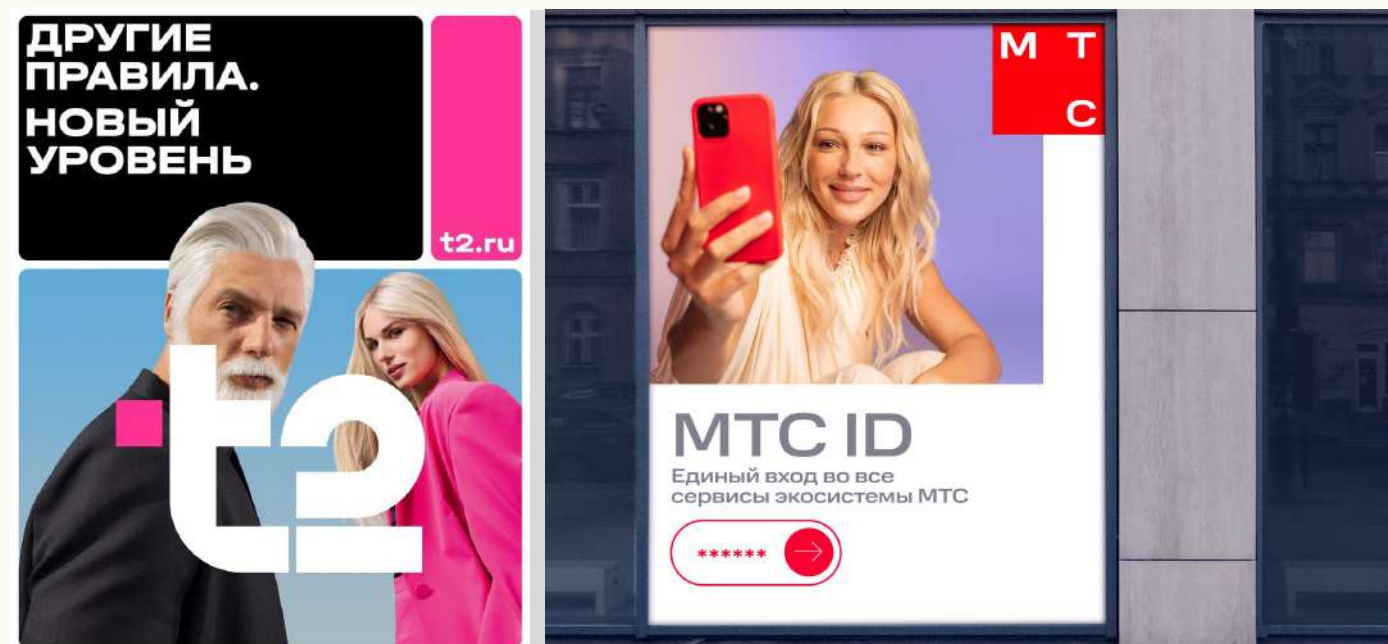


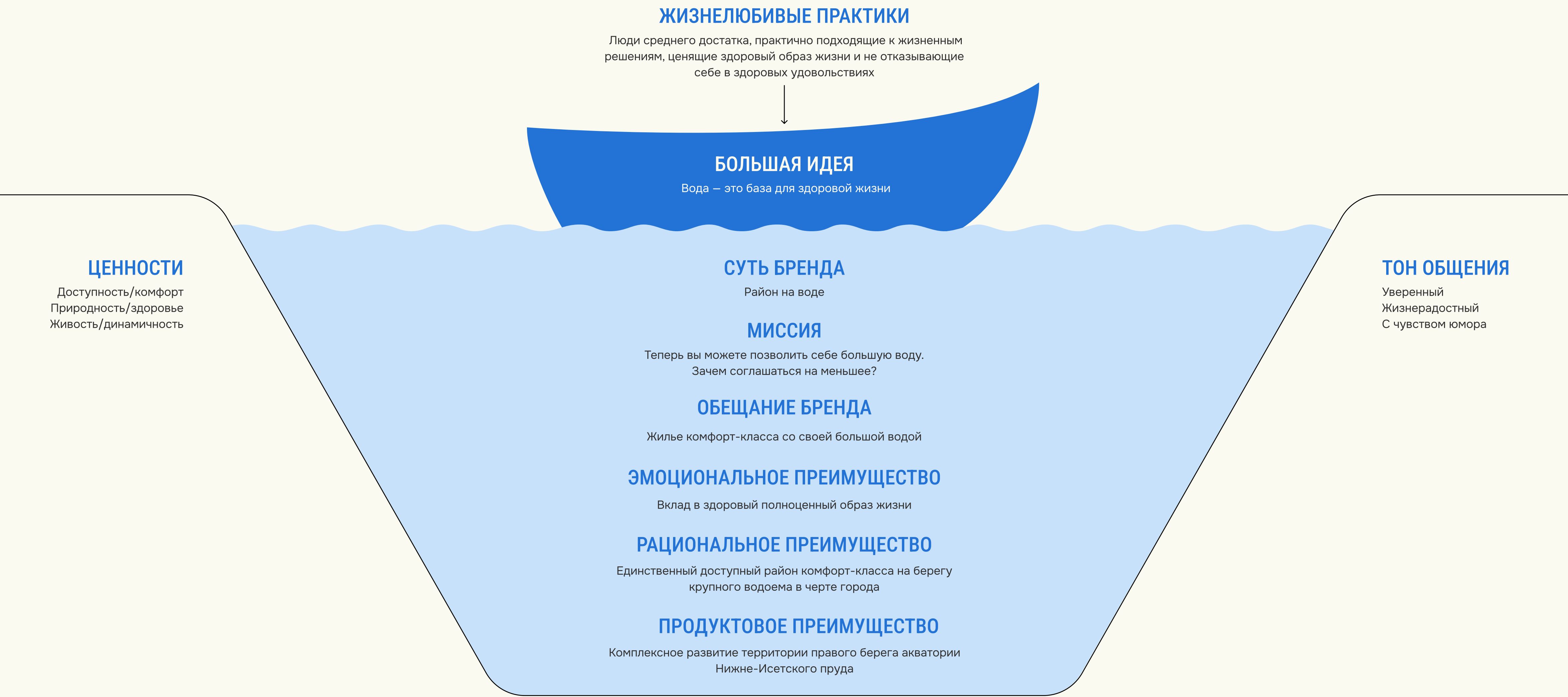
Живость/динамичность

УВЕРЕННЫЙ

ЖИЗНЕРАДОСТНЫЙ

С ЧУВСТВОМ ЮМОРА





ЖИЗНЕЛЮБИВЫЕ ПРАКТИКИ

Люди среднего достатка, практично подходящие к жизненным решениям, ценящие здоровый образ жизни и не отказывающие себе в здоровых удовольствиях



БОЛЬШАЯ ИДЕЯ

Вода — это база для здоровой жизни

ЦЕННОСТИ

Доступность/комфорт
Природность/здоровье
Живость/динамичность

ТОН ОБЩЕНИЯ

Уверенный
Жизнерадостный
С чувством юмора

СУТЬ БРЕНДА

Район на воде

МИССИЯ

Теперь вы можете позволить себе большую воду.
Зачем соглашаться на меньшее?

ОБЕЩАНИЕ БРЕНДА

Жилье комфорт-класса со своей большой водой

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Вклад в здоровый полноценный образ жизни

РАЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Единственный доступный район комфорт-класса на берегу крупного водоема в черте города

ПРОДУКТОВОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Комплексное развитие территории правого берега акватории Нижне-Исетского пруда

ЛОГОТИП

Логотип «Уктусская набережная» — состоит из двух составляющих: знака и шрифтовой версии (с дескриптором).

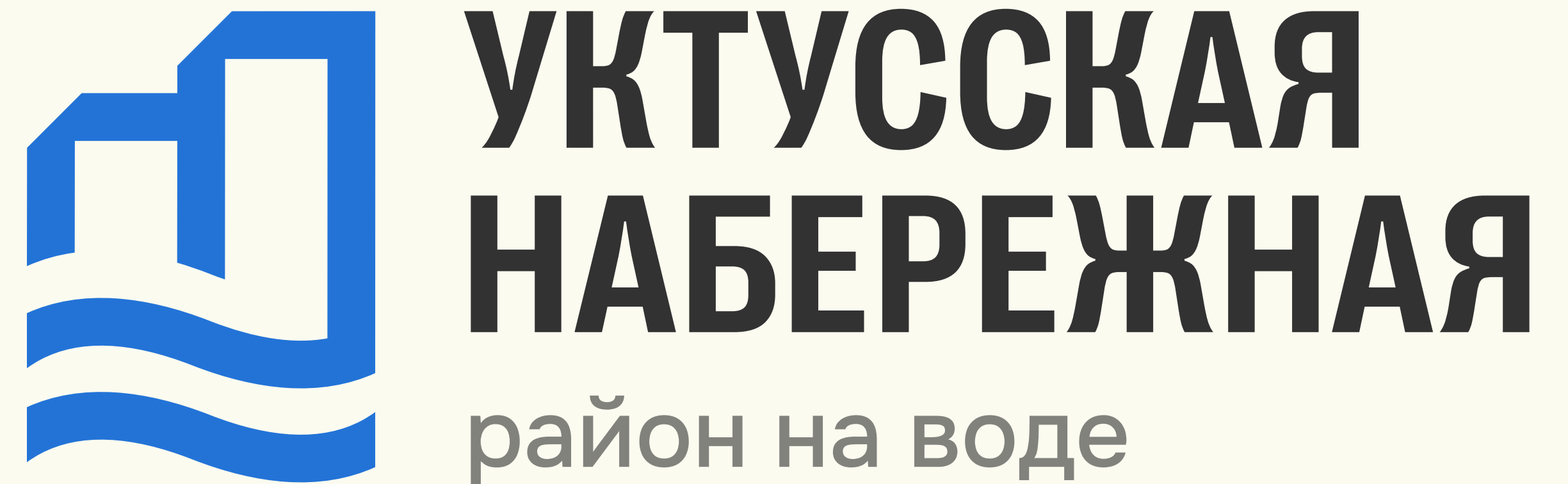
Знак проекта отражает близость к воде и транслирует большую идею проекта. Шрифтовая часть проекта состоит из наборного шрифта: «Right Grotesk Compact Bold». При этом дескриптор выполнен «Onest Medium», что придает легкость и создает баланс в композиции.

Лицензия «Right Grotesk Compact»

Лицензия «Onest»

Основная версия логотипа используется:

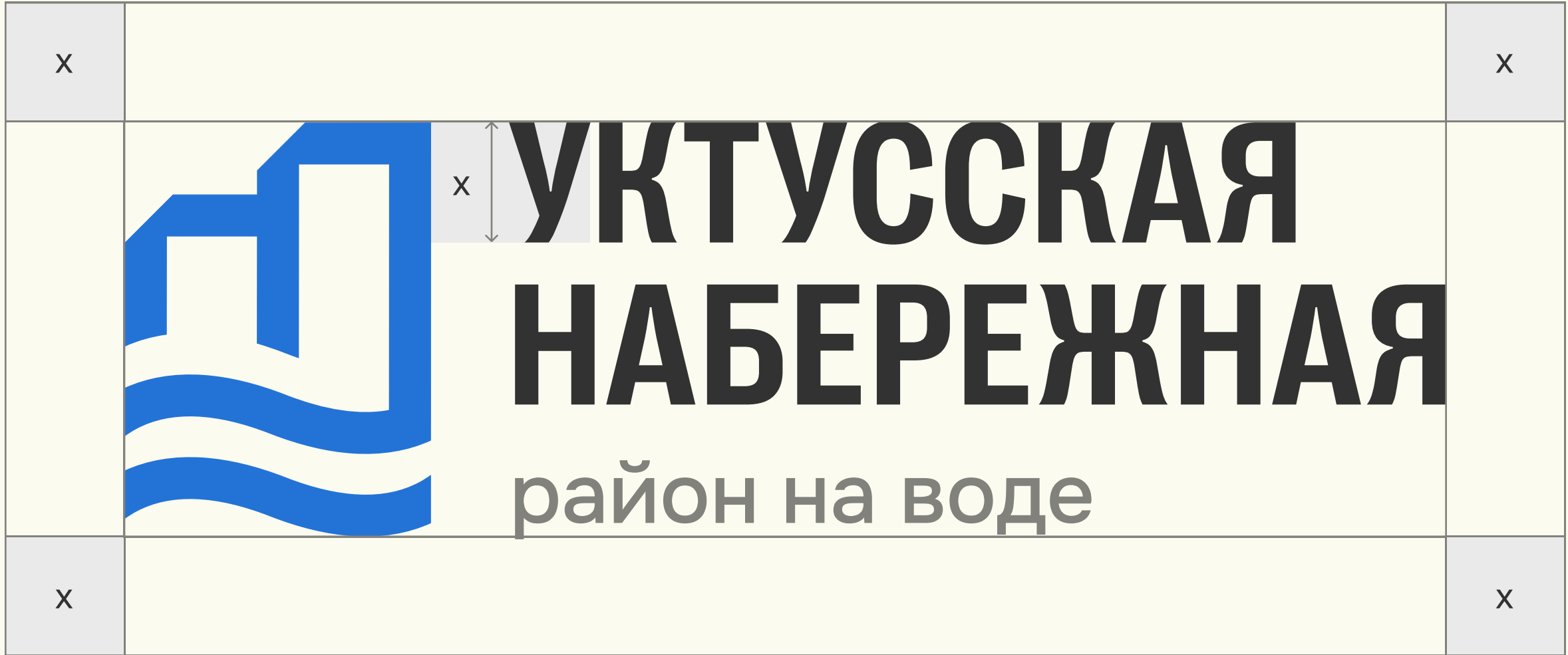
- в полиграфии;
- на интернет-баннерах;
- в социальных сетях;
- в наружной рекламе партнеров.



Охранное поле — это минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от какой-либо графики и текста, измеряемое, согласно схеме, высотой буквы «У».

В большинстве случаев воспроизведения логотипа рекомендуется предоставлять ему «воздуха» заведомо больше, чем охранное поле.

Не пренебрегайте охранным полем логотипа во избежание шума в макете.

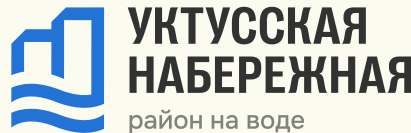


Не пренебрегайте охранным полем логотипа во избежание шума в макете.

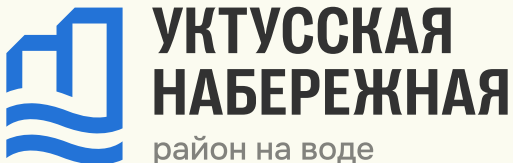
Минимальный размер логотипа зависит от технологии воспроизведения.

- 1 Для экранов – 150 рх.
 - 2 Для полиграфической печати – 50 мм.
 - 3 Выворотка – 60 мм.
 - 4 Для офисной печати – 70 мм.
- ✗ Недопустимо воспроизведение логотипа в размере/технологии с потерями в качестве – в таком случае нужно увеличить логотип и/или сменить технологию нанесения.

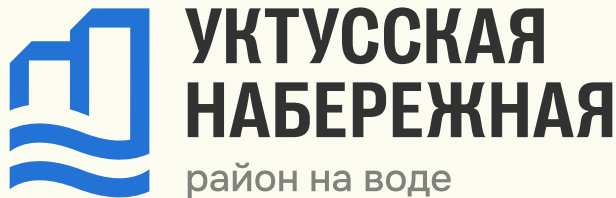
1



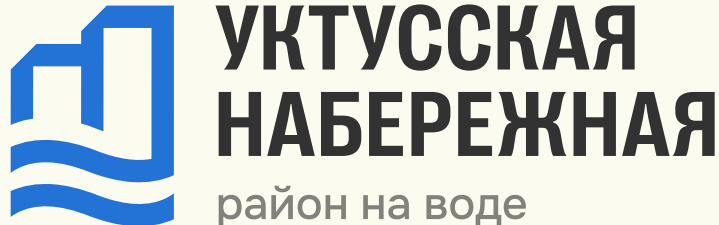
2



3



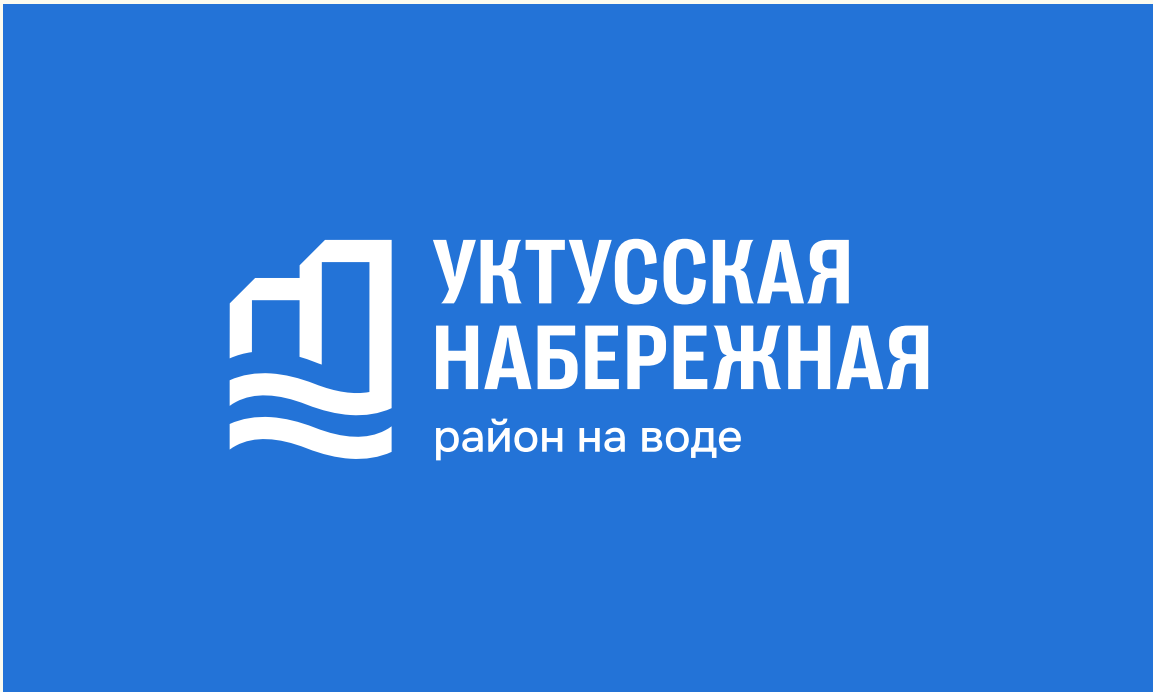
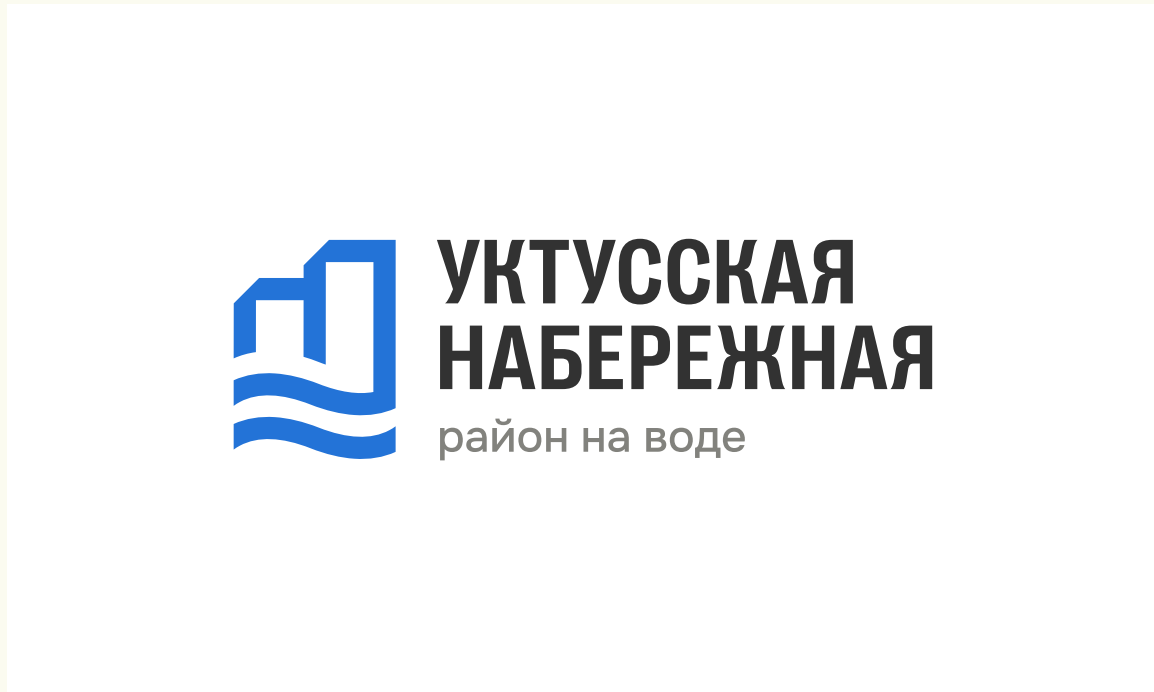
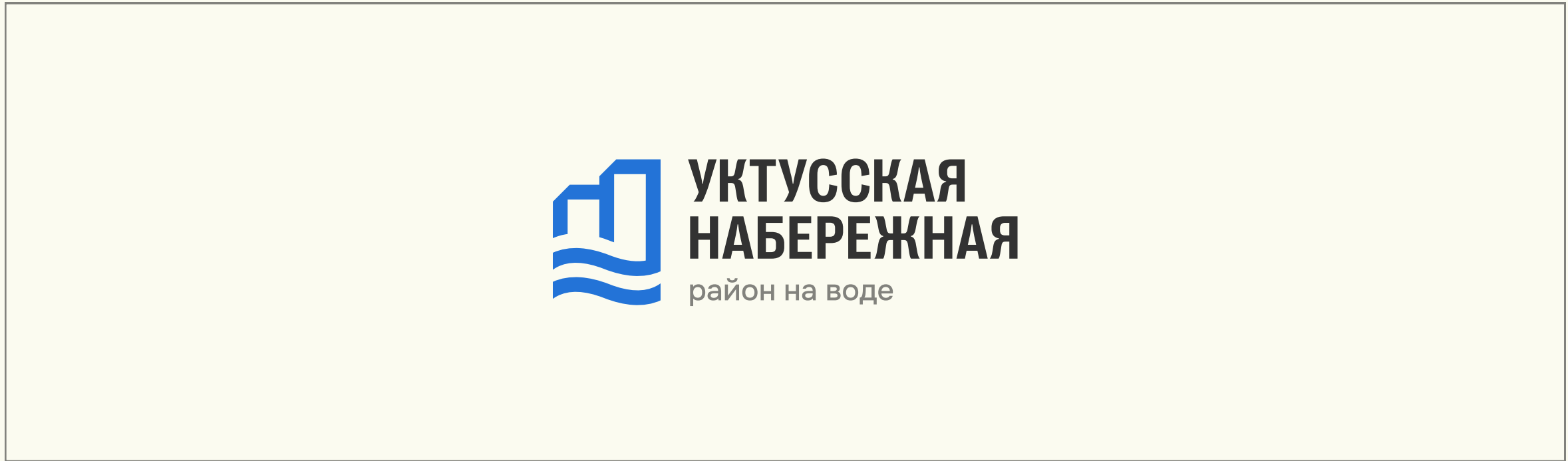
4



- Логотип используется:
- на бежевом фоне для digital, полиграфии, наружной рекламы и мерча;
 - на белом фоне для digital, полиграфии, мерча и документации;
 - на фирменном светло-синем для полиграфии, мерча и наружной рекламы;
 - на черно-сером фоне в мерче или документации.

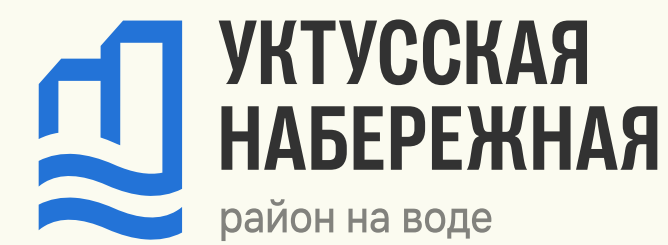
Для документов при невозможности цветной печати используется монохромная версия логотипа.

- ✔ В случае использования на нефирменном цвете логотип окрашивается только в черный или белый цвет.
- ! При необходимости логотип можно заливать фирменным бежевым оттенком.



- 1 Не допускается искажение пропорций логотипа.
- 2 Не допускается нарушение охранного поля.
- 3 Не допускается изменение местоположения элементов логотипа.
- 4 Не допускается использование других шрифтов в логотипе.
- 5 Не допускается использование эффектов.
- 6 Не допускается использование на фотографиях.

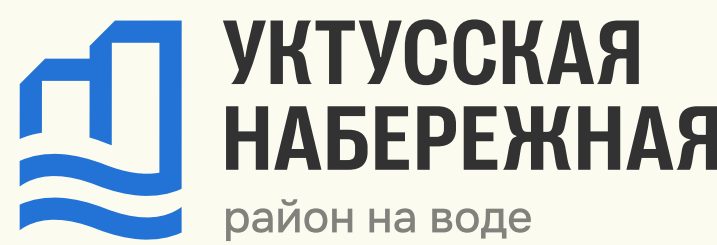
1



уктусская
набережная

район на воде

2

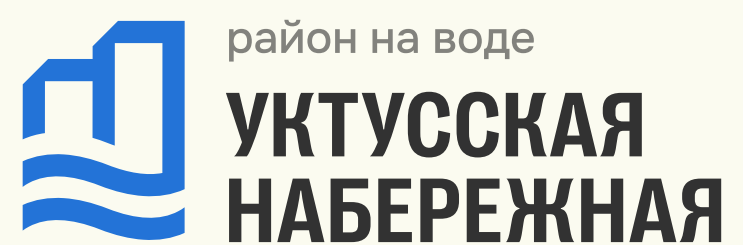


уктусская
набережная

район на воде

текст текст текст текст текст

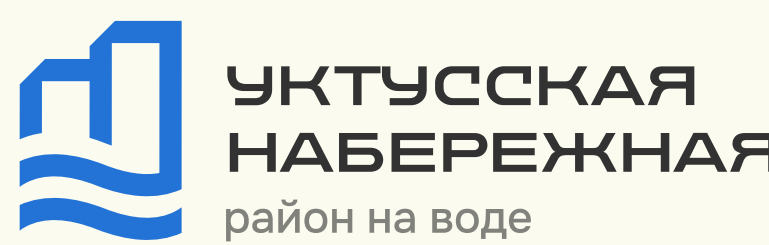
3



район на воде

уктусская
набережная

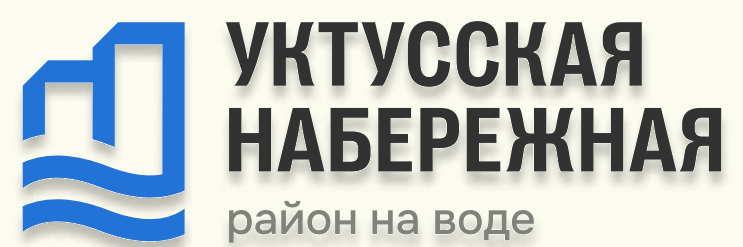
4



уктусская
набережная

район на воде

5



уктусская
набережная

район на воде

6



уктусская
набережная

район на воде

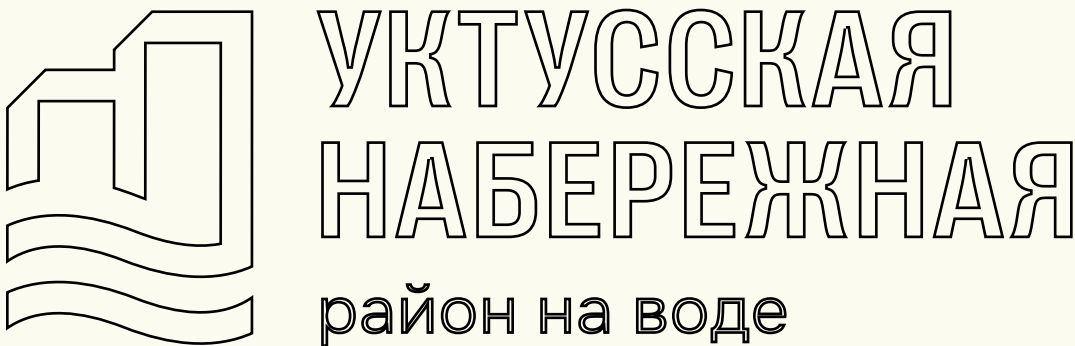
Всегда используйте только оригинальные файлы

Помимо вышеперечисленных ошибок при использовании логотипа, также стоит обратить внимание на наиболее распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа в цвете.

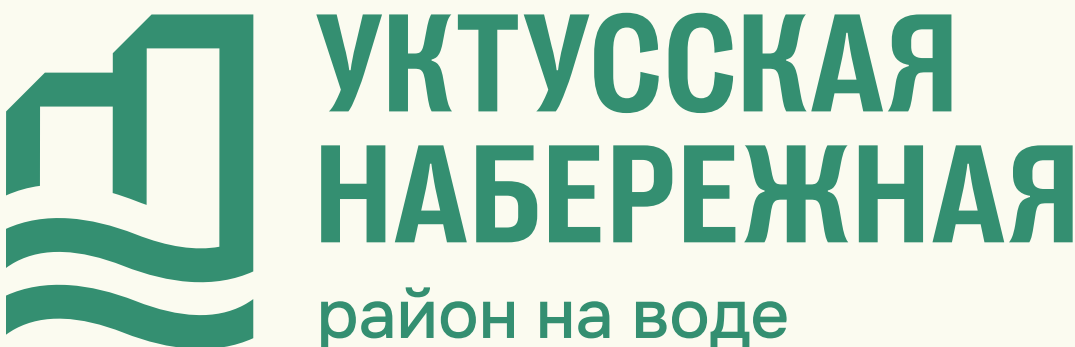
Избегайте их и следите за правильностью использования логотипа подрядчиками.

- ❶ Не допускается использование обводки.
- ❷ Не допускается окрашивание логотипа не в фирменные цвета.
- ❸ Не допускается использование градиентных заливок.

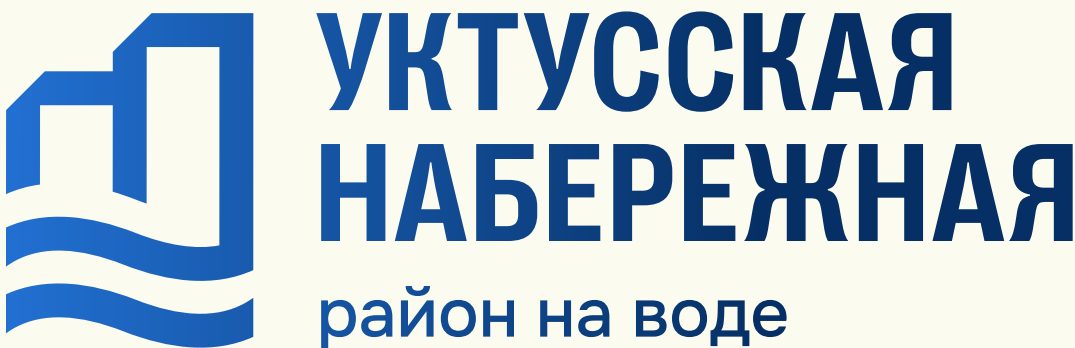
❶



❷



❸



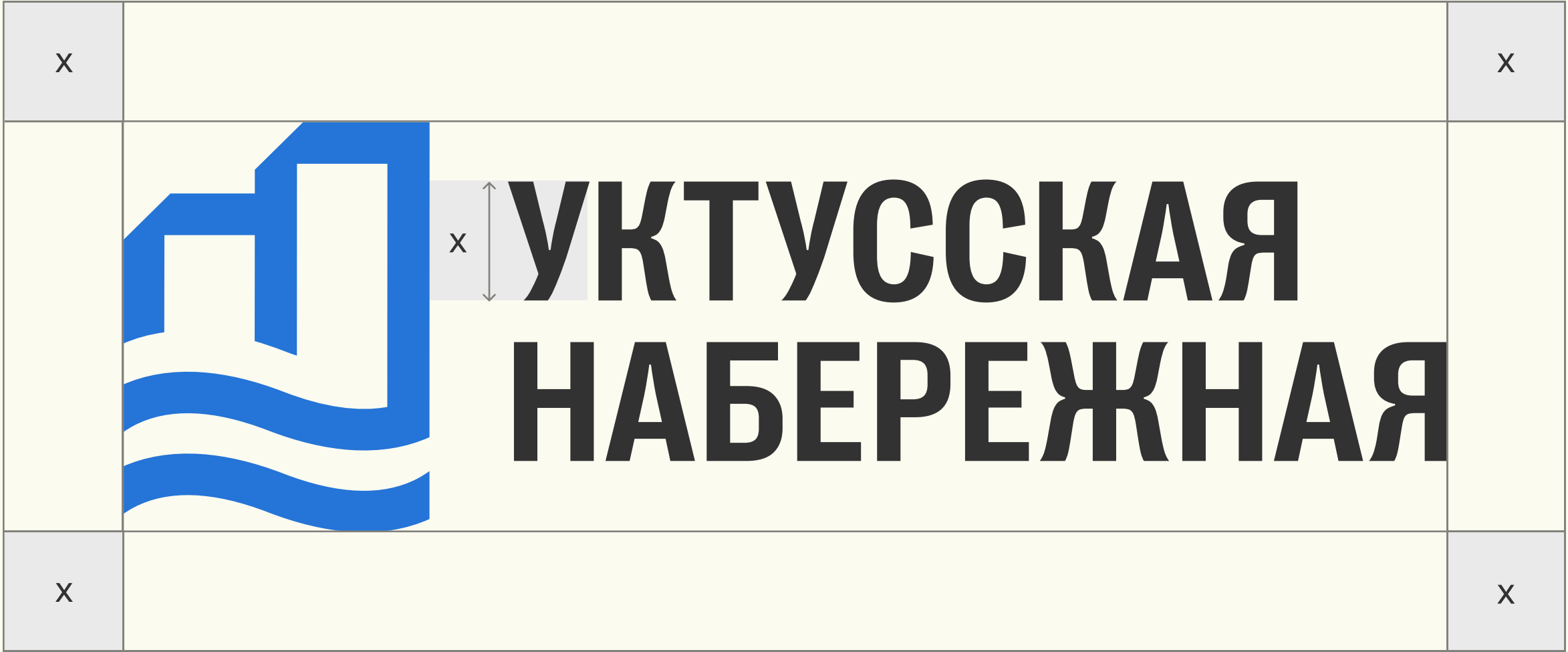
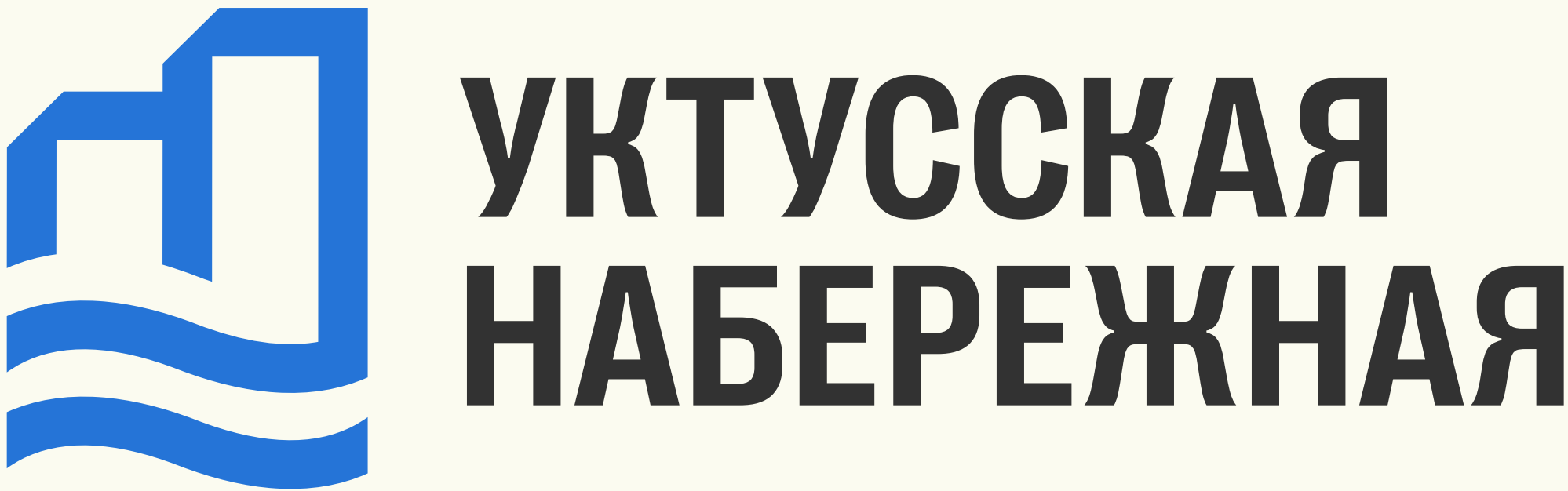
Всегда используйте только оригинальные файлы

Версия логотипа без дескриптора используется в наружной рекламе, когда дескриптор логотипа плохо считывается из-за размера.

Охранное поле — это минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от какой-либо графики и текста, измеряемое, согласно схеме, высотой буквы «У».

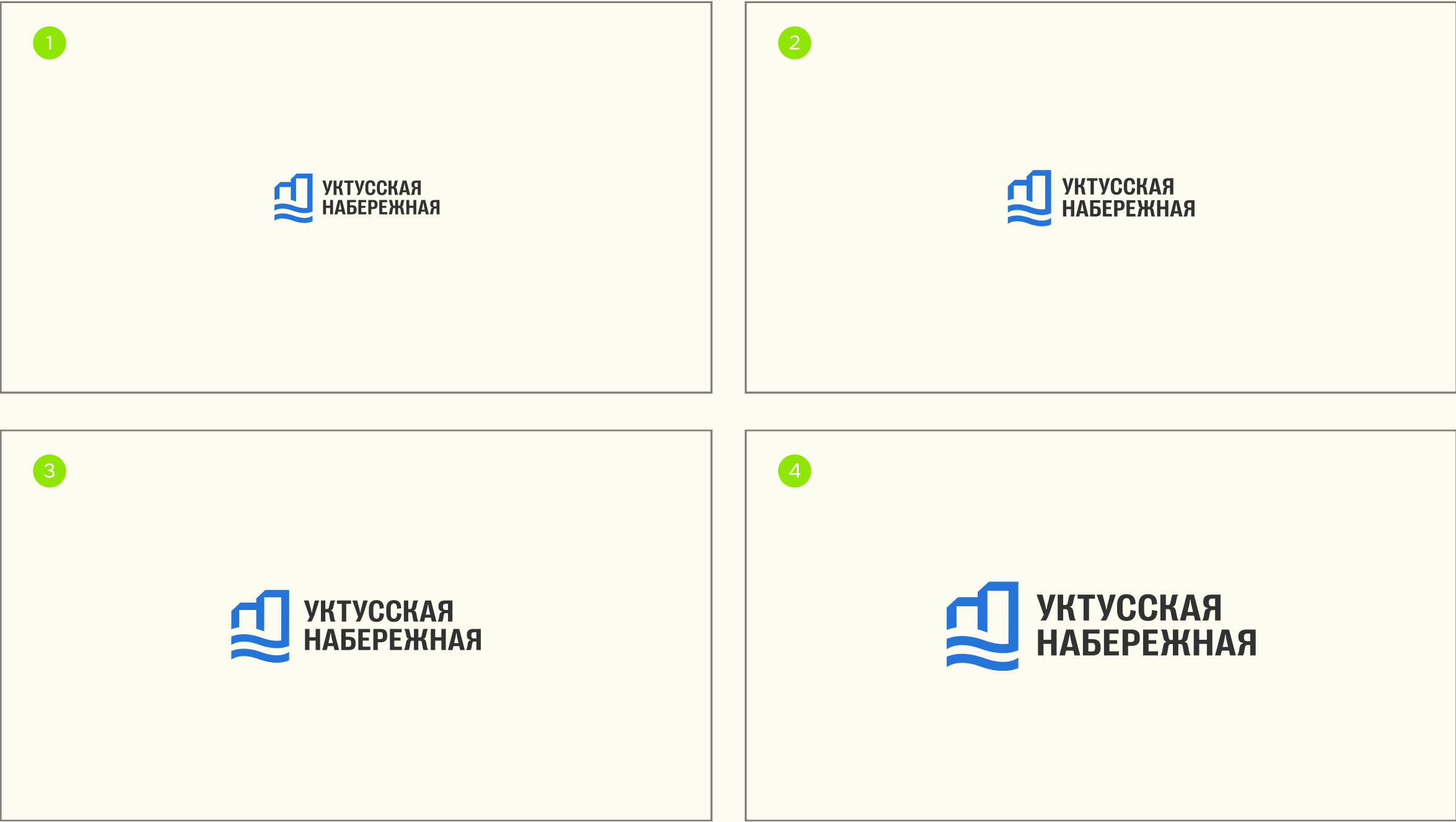
В большинстве случаев воспроизведения логотипа рекомендуется предоставлять ему «воздуха» заведомо больше, чем охранное поле.

Не пренебрегайте охранным полем логотипа во избежание шума в макете.



Минимальный размер логотипа зависит от технологии воспроизведения.

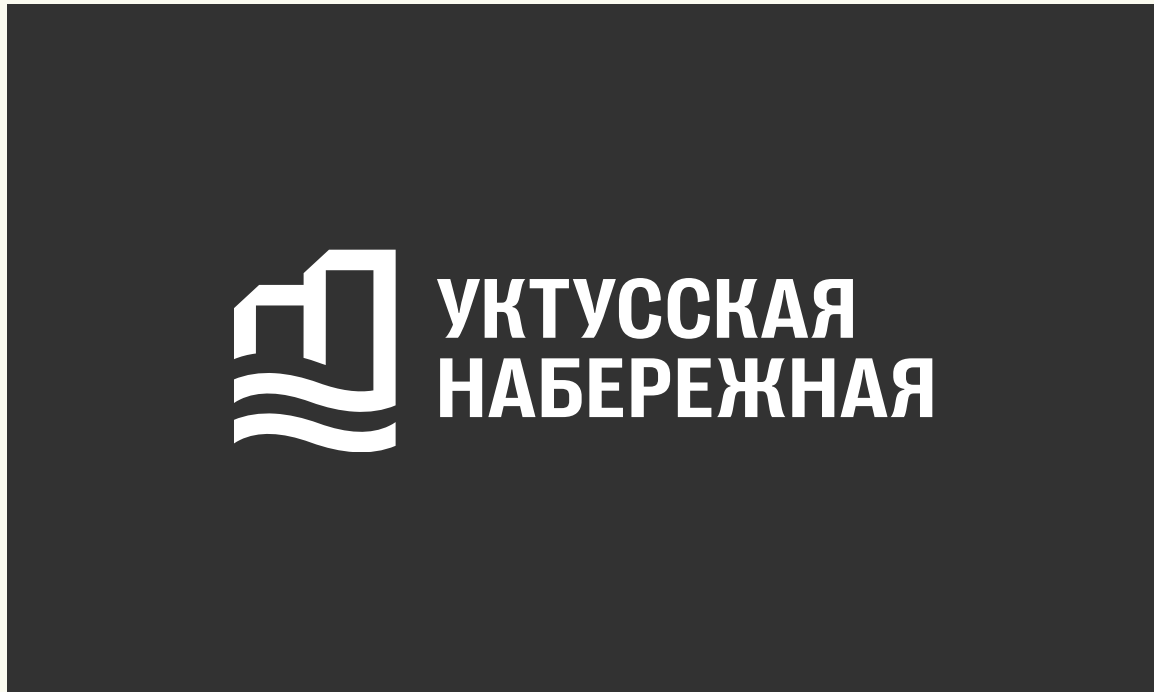
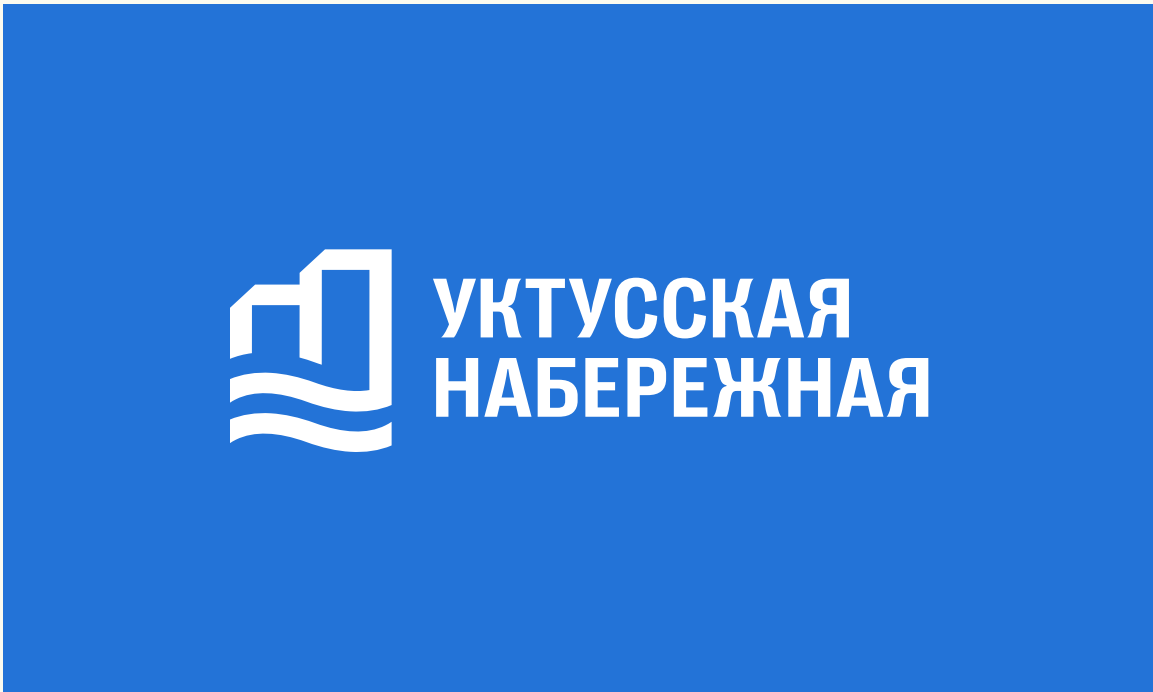
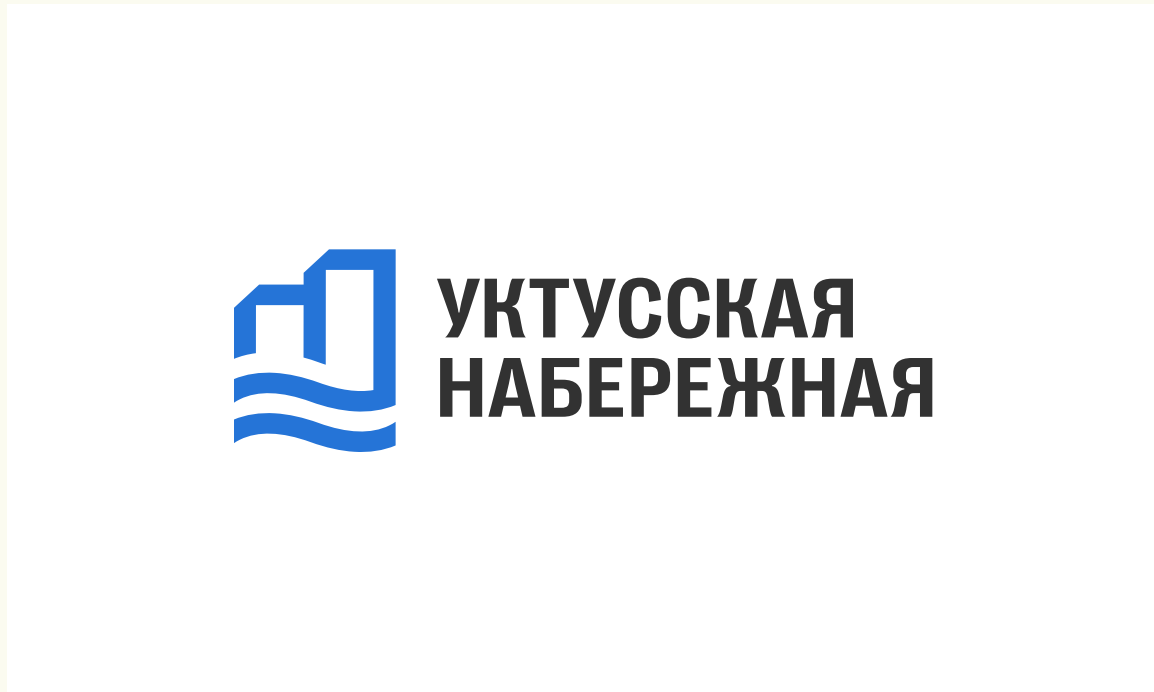
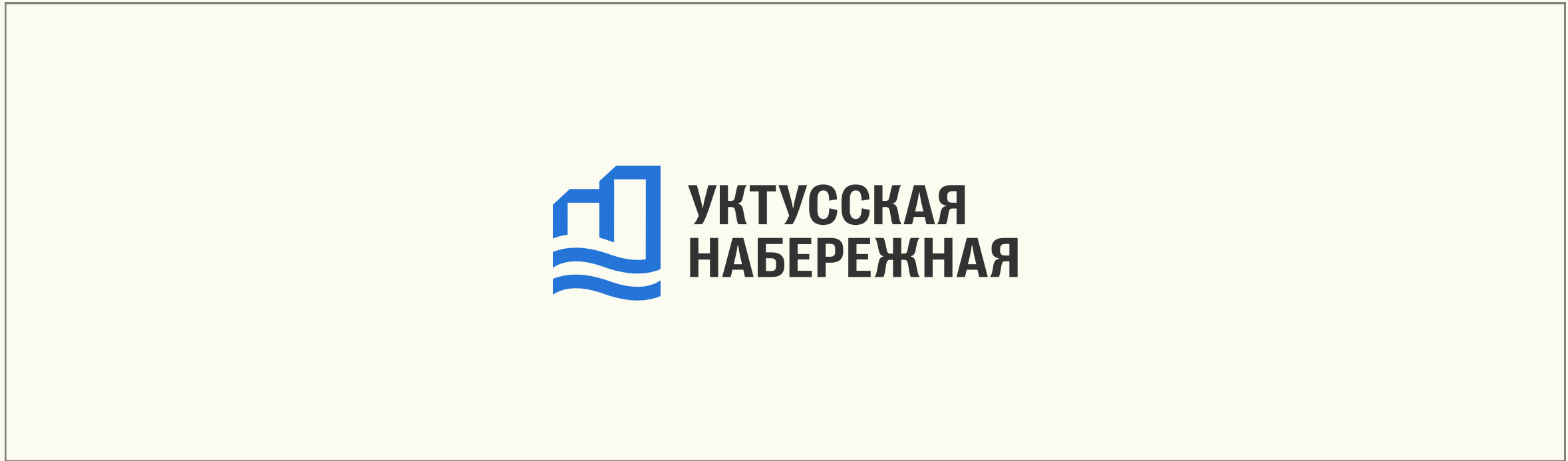
- 1 Для экранов – 100 рх.
 - 2 Для полиграфической печати – 30 мм.
 - 3 Выворотка – 40 мм.
 - 4 Для офисной печати – 50 мм.
- ✗ Недопустимо воспроизведение логотипа в размере/технологии с потерями в качестве – в таком случае нужно увеличить логотип и/или сменить технологию нанесения.



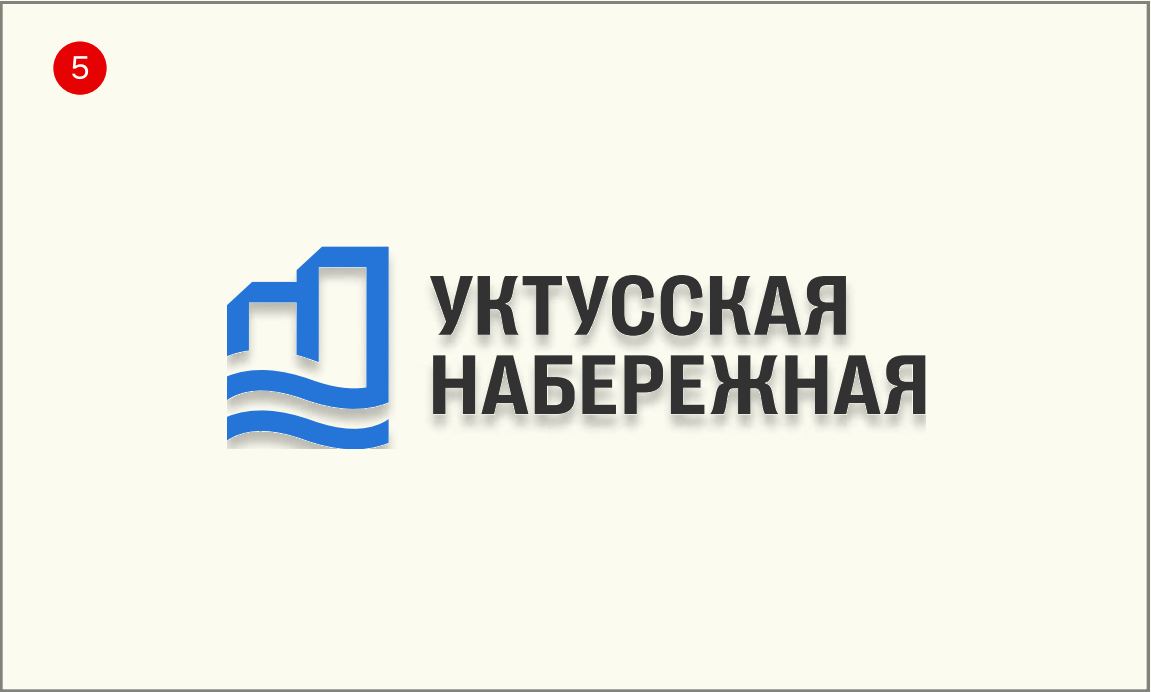
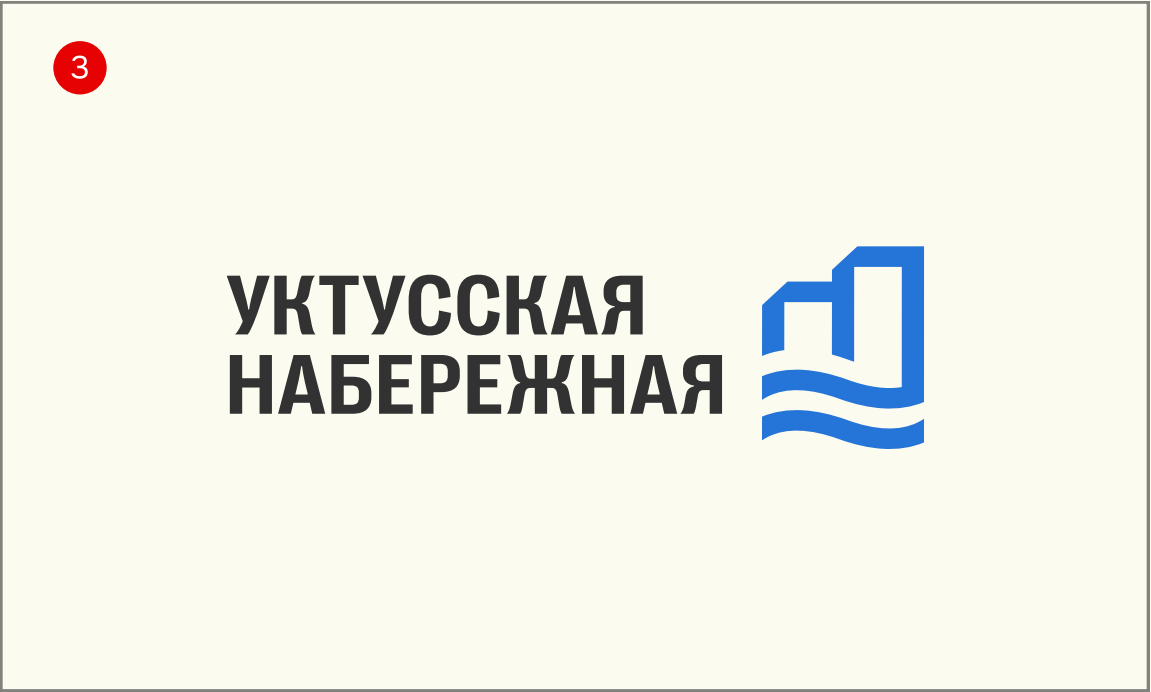
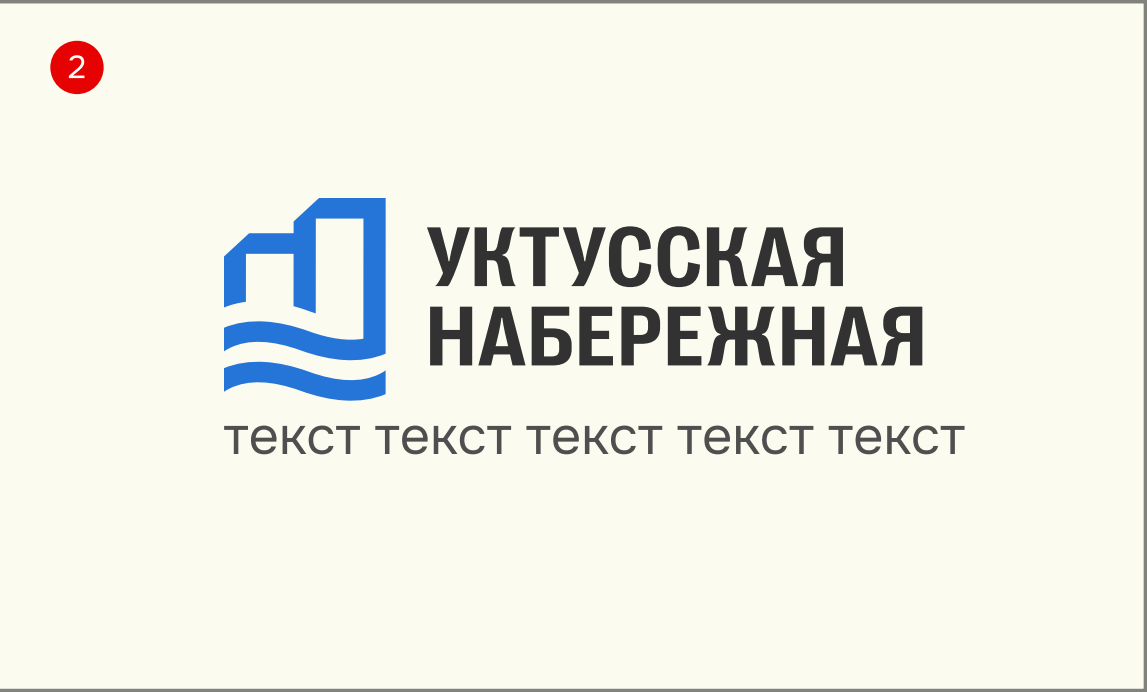
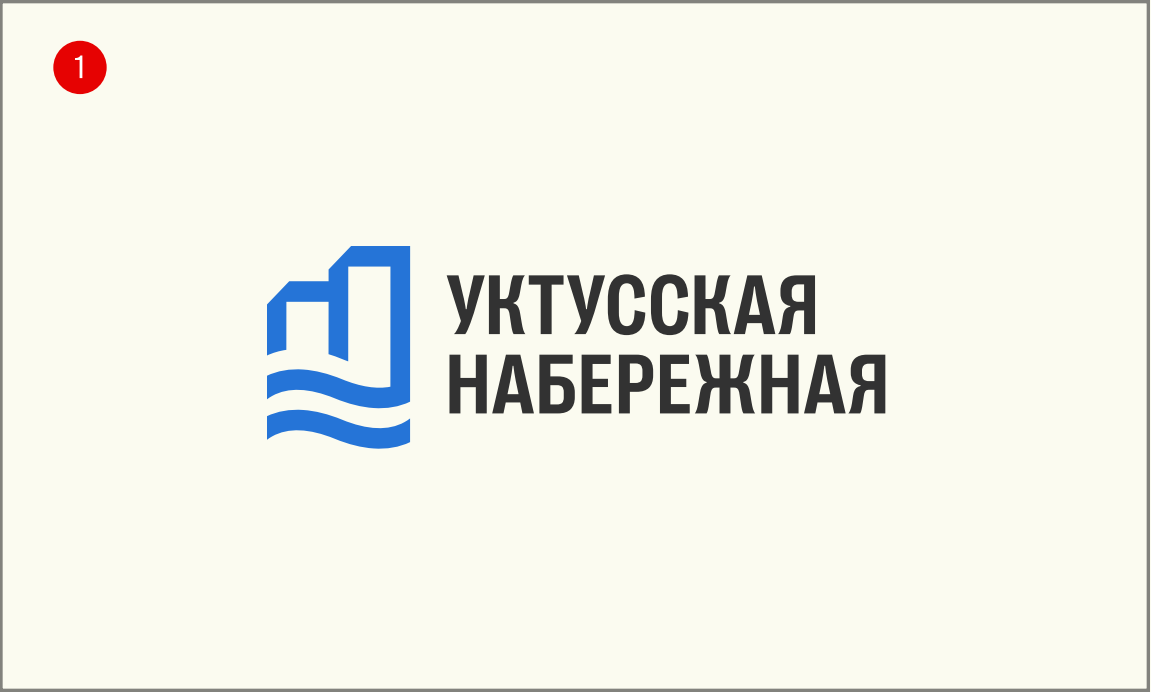
- Логотип используется:
- на бежевом фоне для digital, полиграфии, мерча, наружной рекламы;
 - на белом фоне для digital, полиграфии, мерча и документации;
 - на фирменном светло-синем для полиграфии, мерча и наружной рекламы;
 - на черно-сером фоне для мерча или документации.

Для документов при невозможности цветной печати используется монохромная версия логотипа.

- ✓ В случае использования на нефирменном цвете логотип окрашивается только в черный или белый цвет.
- ! При необходимости логотип можно заливать фирменным бежевым оттенком.



- 1 Не допускается искажение пропорций логотипа.
- 2 Не допускается нарушение охранного поля.
- 3 Не допускается изменение местоположения элементов логотипа.
- 4 Не допускается использование других шрифтов в логотипе.
- 5 Не допускается использование эффектов.
- 6 Не допускается использование на фотографиях.

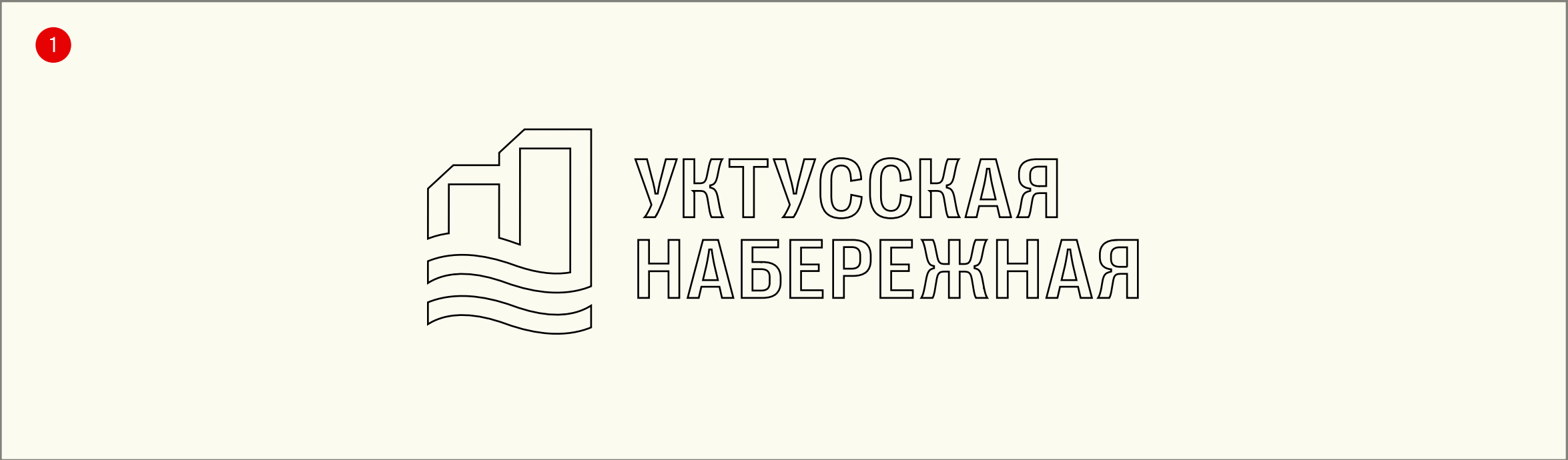


Всегда используйте только оригинальные файлы

Помимо вышеперечисленных ошибок при использовании логотипа, также стоит обратить внимание на эти наиболее распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа в цвете.

Избегайте их и следите за правильностью использования логотипа подрядчиками.

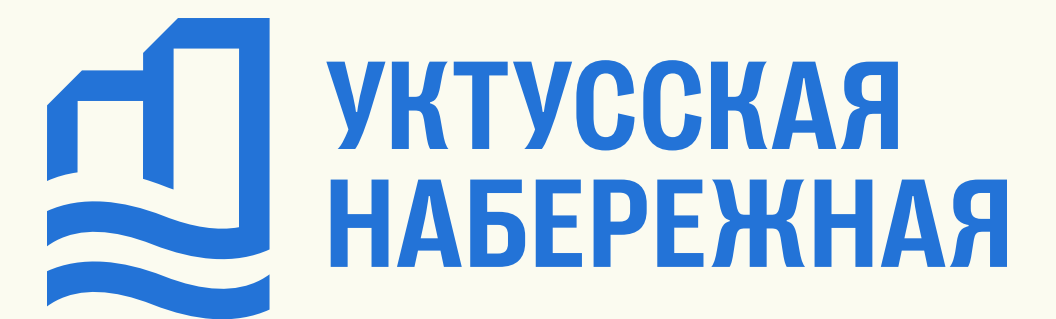
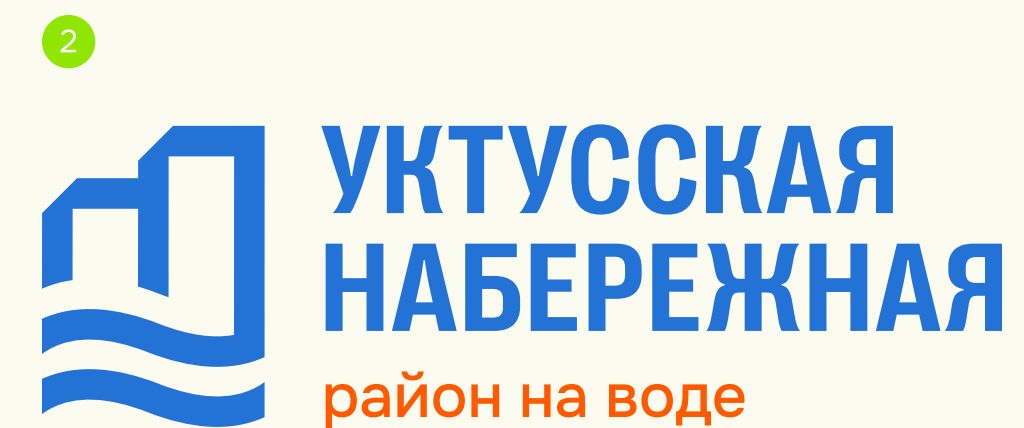
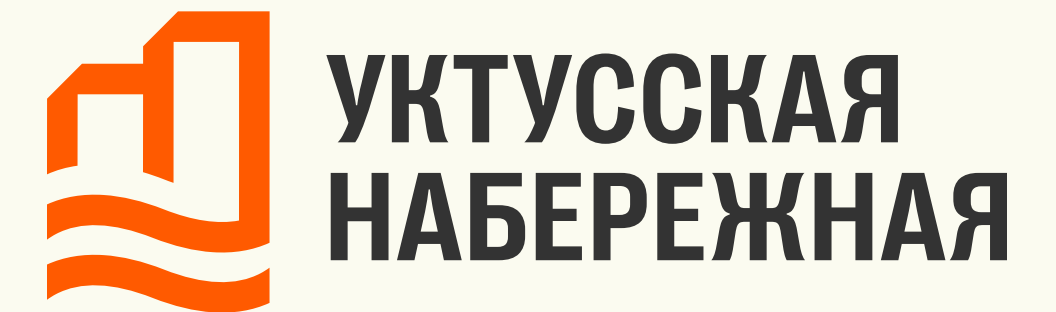
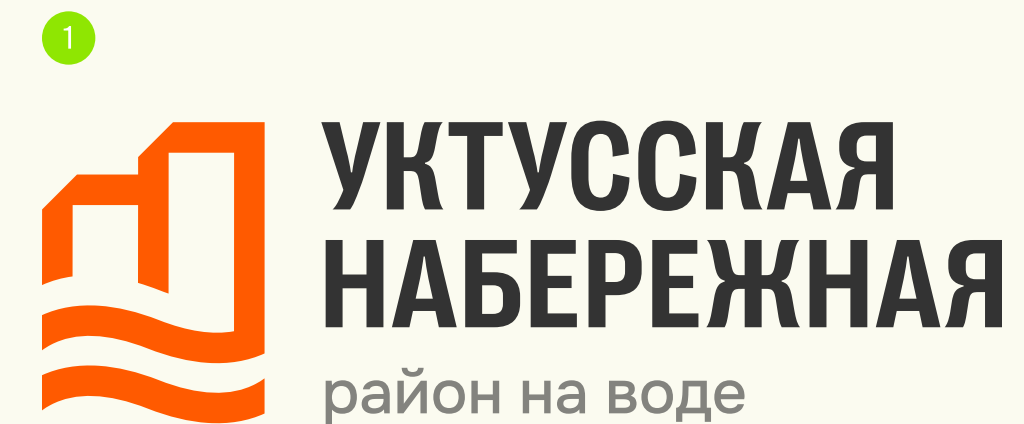
- ❶ Не допускается использование обводки.
- ❷ Не допускается окрашивание логотипа не в фирменные цвета.
- ❸ Не допускается использование градиентных заливок.



Всегда используйте только оригинальные файлы

Дополнительные версии логотипа позволяют сохранить гибкость системы. Важно использовать дополнительные версии логотипа по назначению.

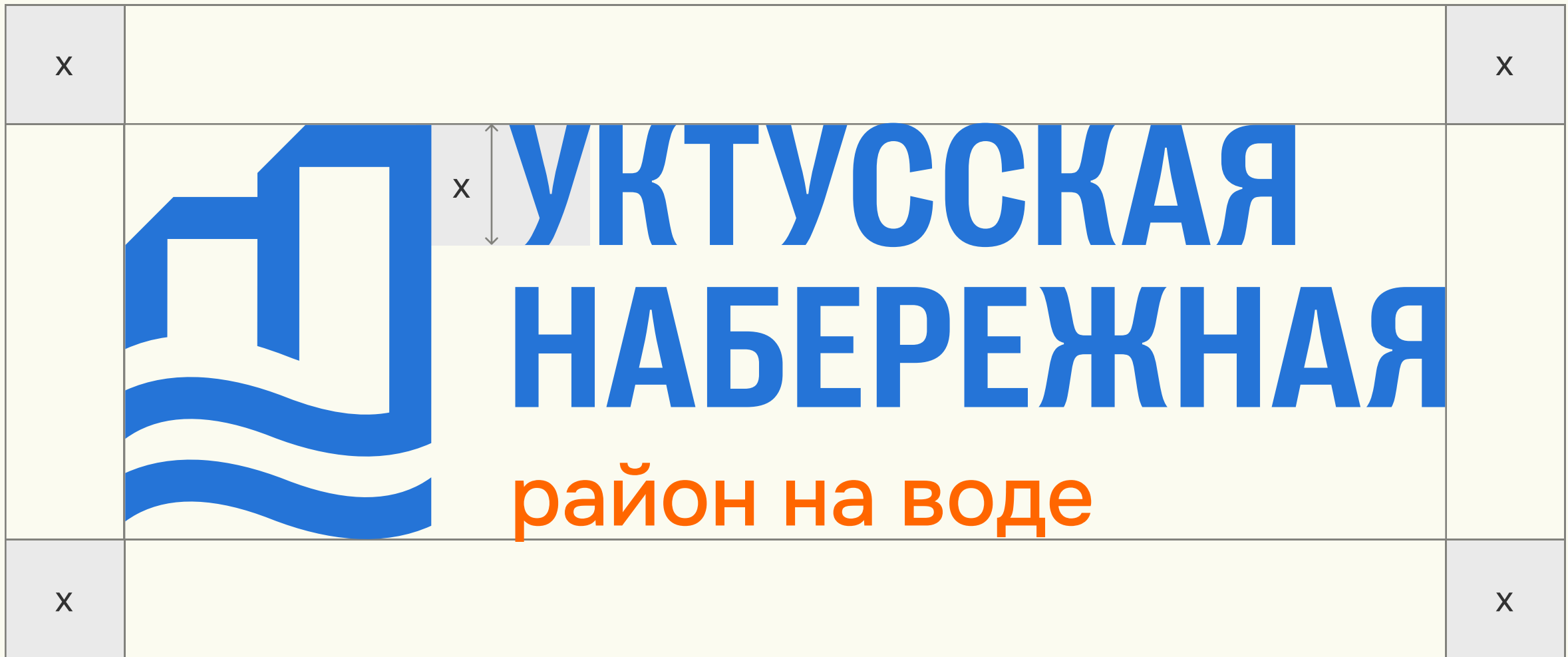
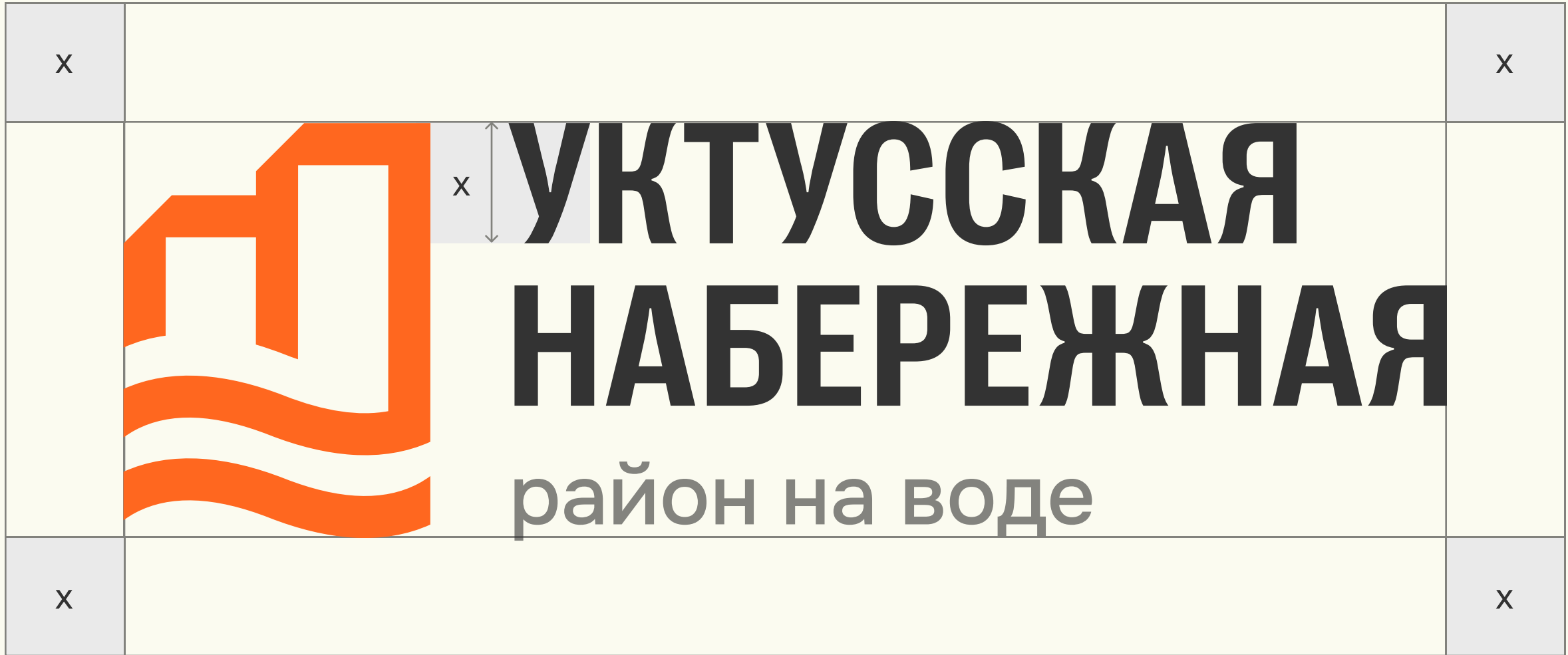
- 1 Дополнительная версия логотипа используется:
 - в наружной рекламе для привлечения внимания к бренду (когда локация продвигается самостоятельно);
 - в интернет-баннерах (когда локация продвигается самостоятельно);
 - соц.сетях.
- 2 Дополнительная версия логотипа используется:
 - на странице сайта;
 - в полиграфии;
 - в социальных сетях.
- ✗ Дополнительная версия логотипа не может быть использована партнерами проекта.



Охранное поле – это минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от какой-либо графики и текста, измеряемое, согласно схеме, высотой буквы «У».

В большинстве случаев воспроизведения логотипа рекомендуется предоставлять ему «воздуха» заведомо больше, чем охранное поле.

Не пренебрегайте охранным полем логотипа во избежание шума в макете.

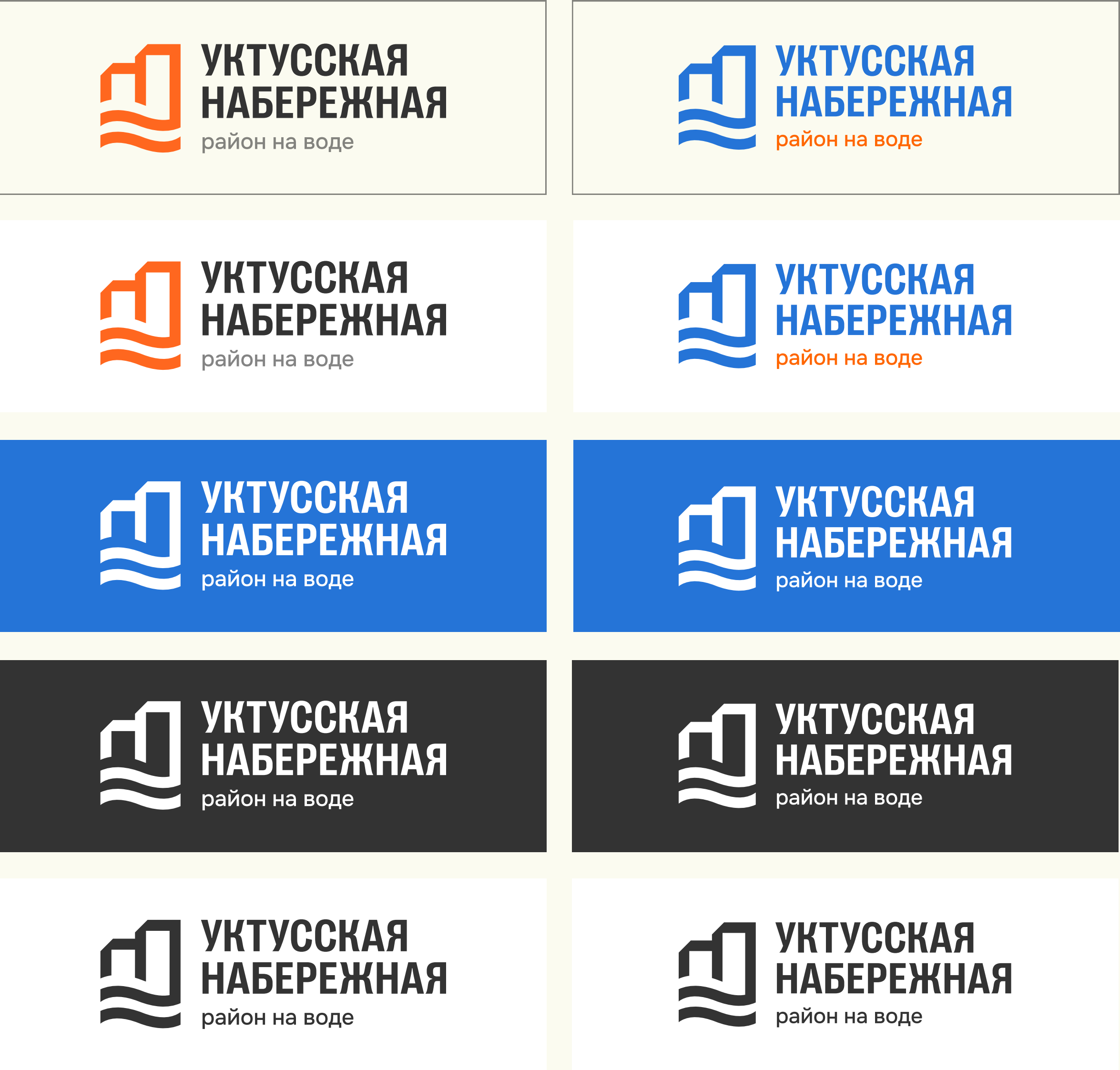


Не пренебрегайте охранным полем логотипа во избежание шума в макете.

- Логотип используется:
- на бежевом фоне для digital, полиграфии, мерча, наружной рекламы;
 - на белом фоне для digital, полиграфии, мерча и документации;
 - на фирменном светло-синем для полиграфии, мерча и наружной рекламы;
 - на черно-сером фоне для мерча или документации.

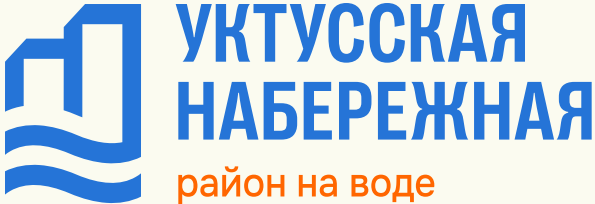
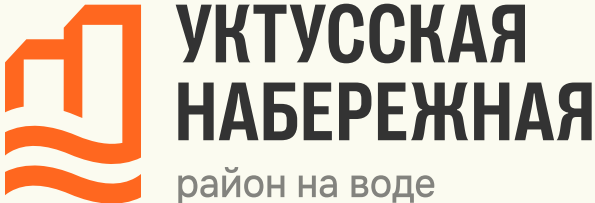
Для документов при невозможности цветной печати используется монохромная версия логотипа.

- ✓ В случае использования на нефирменном цвете логотип окрашивается только в черный или белый цвет.
- ! При необходимости логотип можно заливать фирменным бежевым оттенком.

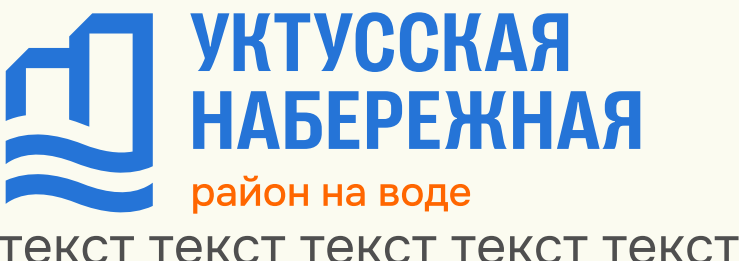
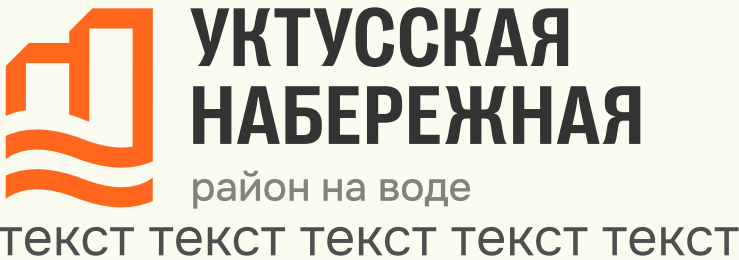


- 1 Не допускается искажение пропорций логотипа.
- 2 Не допускается нарушение охранного поля.
- 3 Не допускается изменение местоположения элементов логотипа.
- 4 Не допускается использование других шрифтов в логотипе.
- 5 Не допускается использование эффектов.
- 6 Не допускается использование на фотографиях.

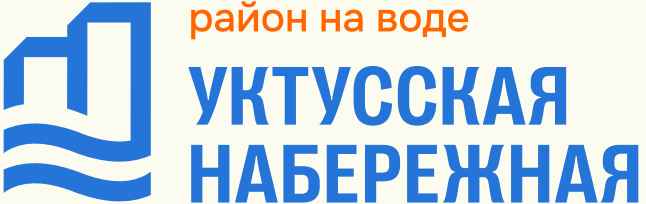
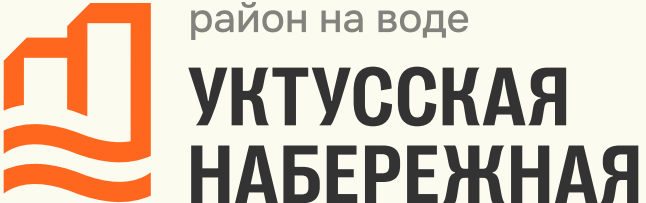
1



2



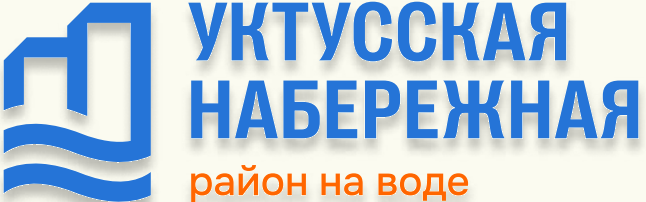
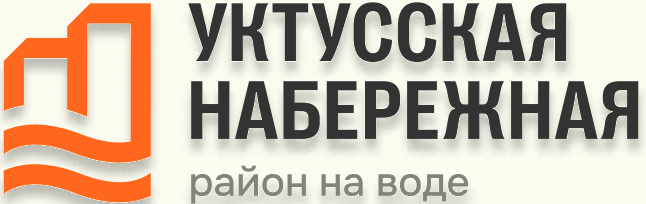
3



4



5



6

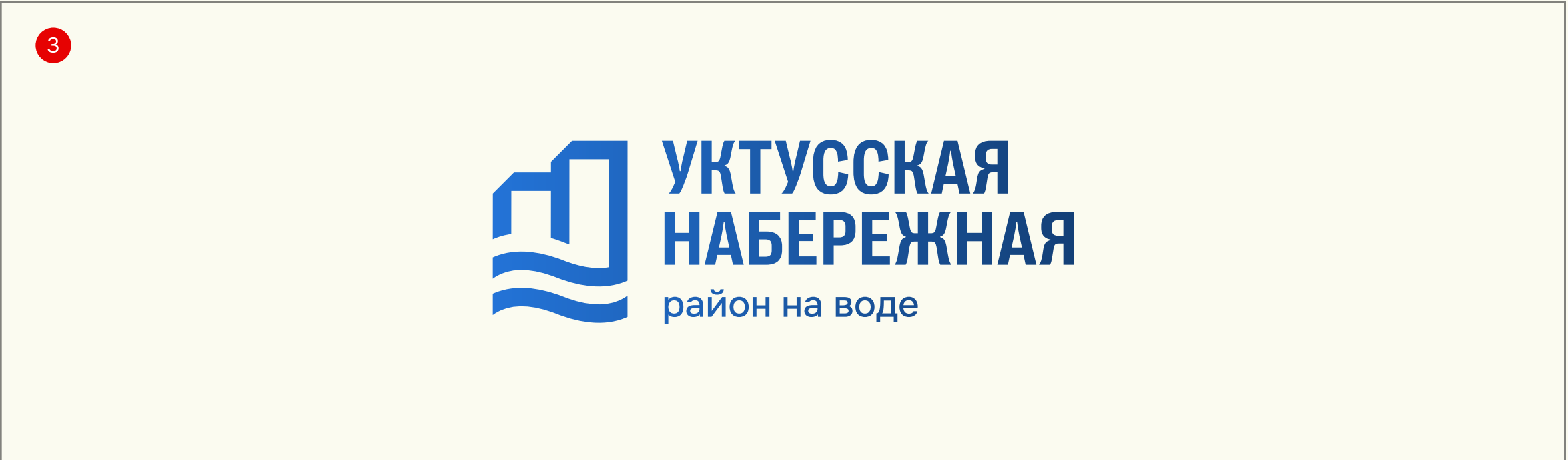
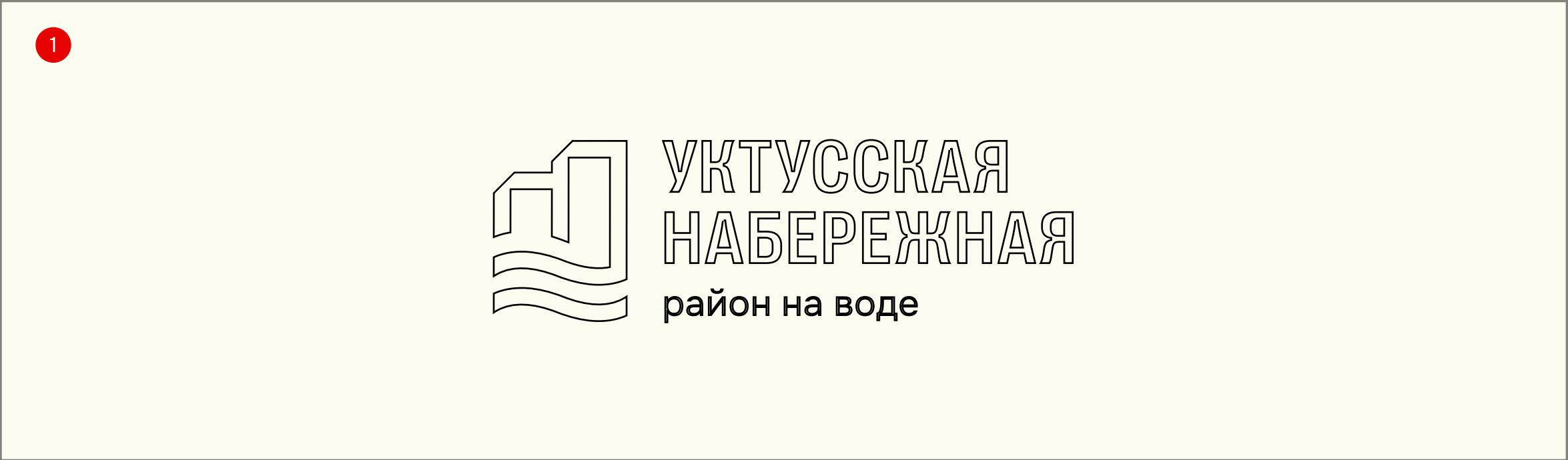


Всегда используйте только оригинальные файлы

Помимо вышеперечисленных ошибок при использовании логотипа, также стоит обратить внимание на эти наиболее распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа в цвете.

Избегайте их и следите за правильностью использования логотипа подрядчиками.

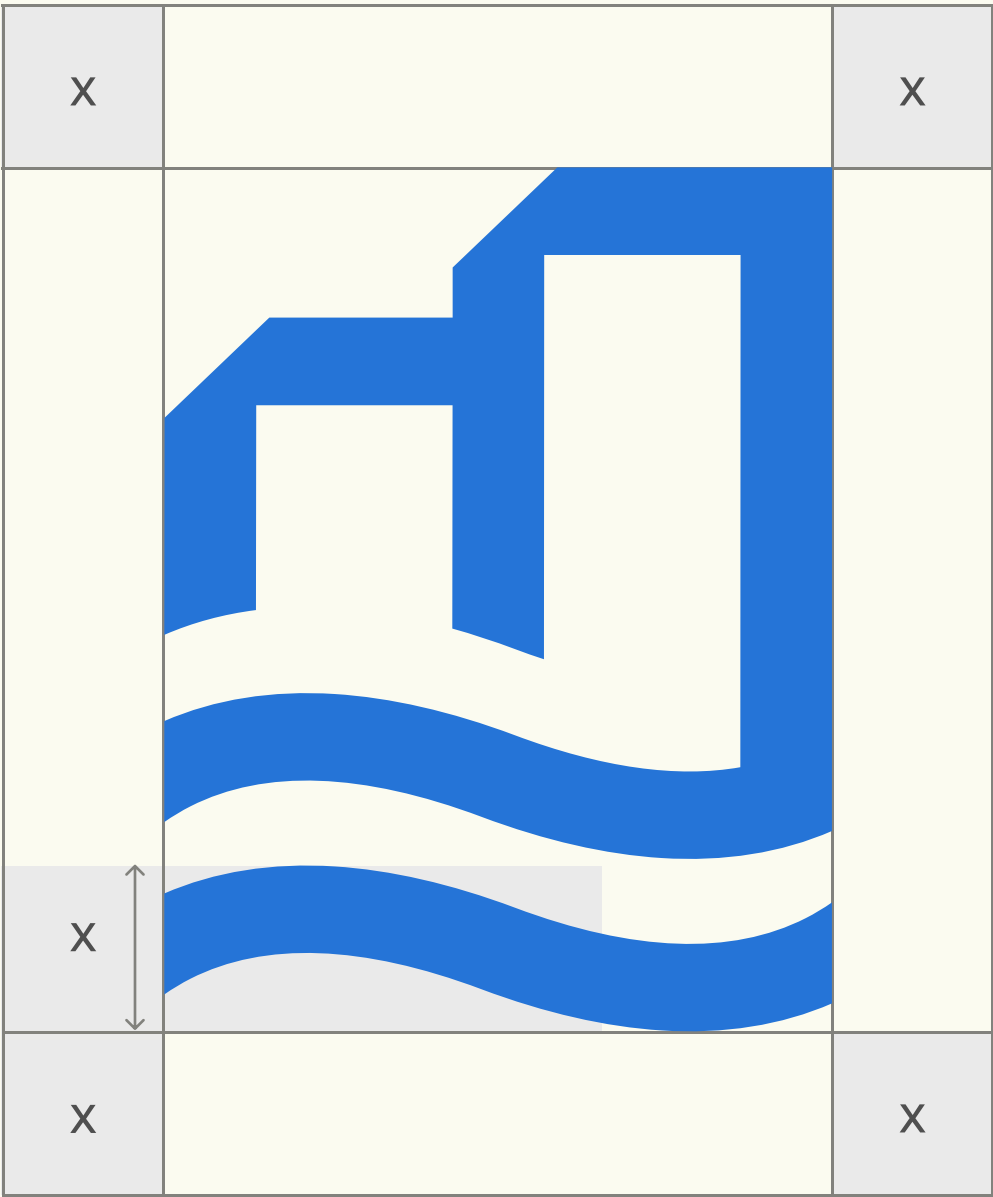
- ❶ Не допускается использование обводки.
- ❷ Не допускается окрашивание логотипа не в фирменные цвета.
- ❸ Не допускается использование градиентных заливок.



Всегда используйте только оригинальные файлы

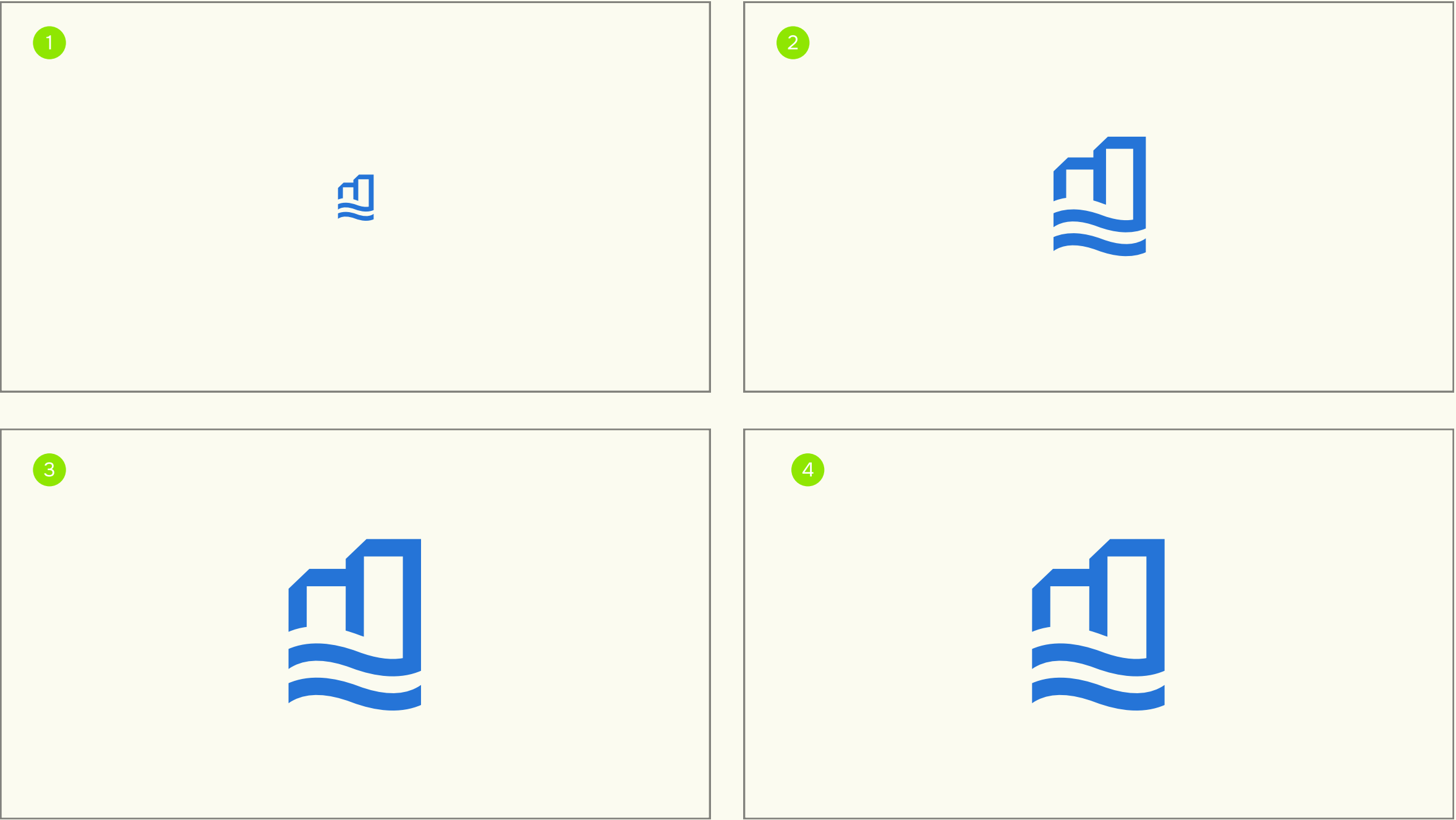
Знак проекта используется в мерче и полиграфии. Когда бренд проекта станет узнаваем, можно использовать знак в наружной рекламе. Графика знака отражает большую идею проекта: вода – это база для здоровой полноценной жизни.

Охранное поле – это минимально допустимое пространство вокруг знака, свободное от какой-либо графики и текста, измеряемое, согласно схеме, высотой «волны».



Минимальный размер логотипа зависит от технологии воспроизведения.

- 1 Для экранов – 20 px.
 - 2 Для полиграфической печати – 15 мм.
 - 3 Выворотка – 20 мм.
 - 4 Для офисной печати – 20 мм.
- ✗ Недопустимо воспроизведение логотипа в размере/технологии с потерями в качестве – в таком случае нужно увеличить логотип и/или сменить технологию нанесения.



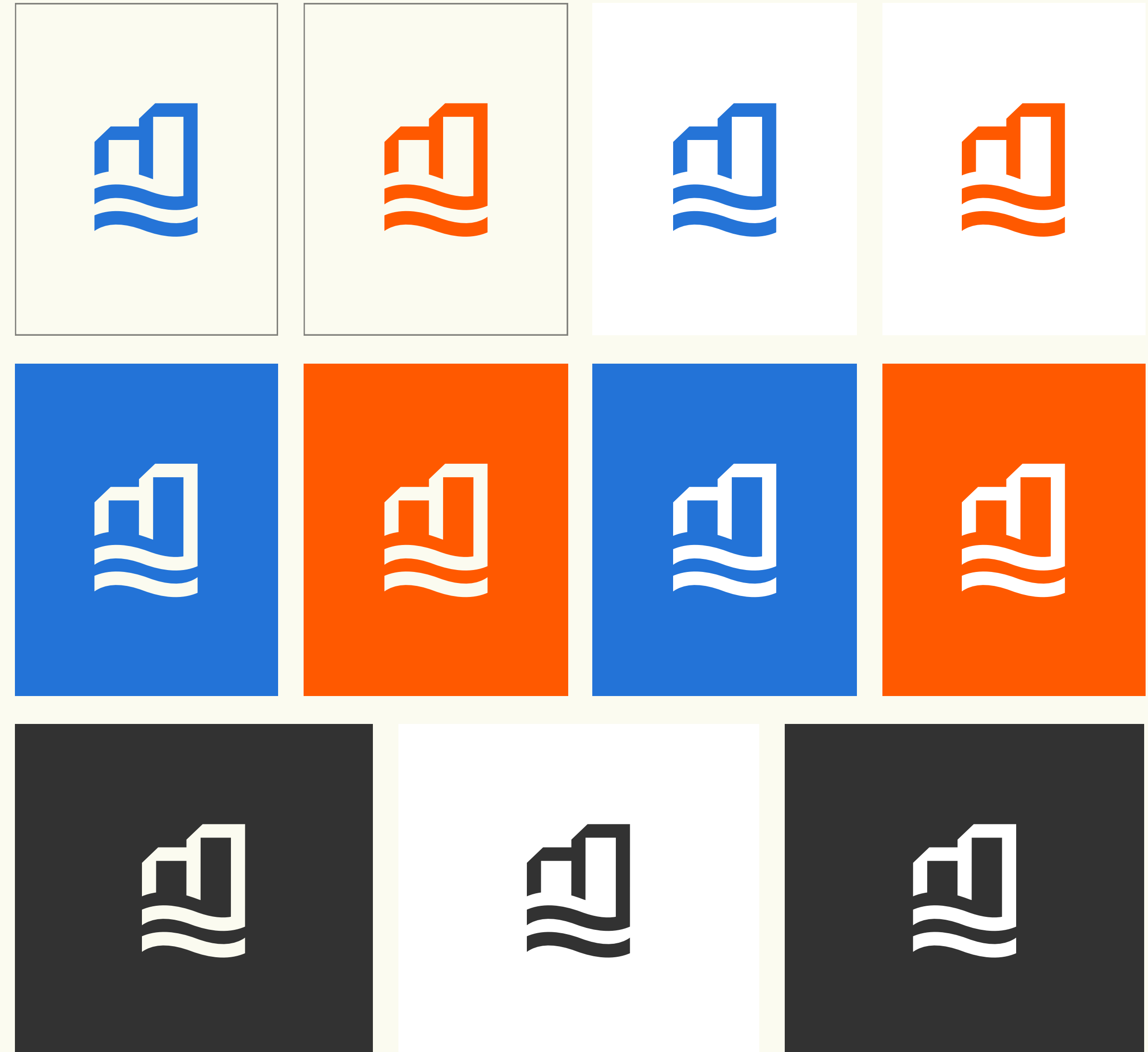
Логотип используется:

- на бежевом фоне для digital, полиграфии, мерча, наружной рекламы;
- на белом фоне для digital, полиграфии, мерча и документации;
- на оранжевом фоне для digital, полиграфии, мерча и документации;
- на фирменном светло-синем для полиграфии, мерча и наружной рекламы;
- на черно-сером фоне для мерча или документации.

Для документов при невозможности цветной печати используется монохромная версия логотипа.

✓ В случае использования на нефирменном цвете логотип окрашивается только в черный или белый цвет.

! При необходимости логотип можно заливать фирменным бежевым оттенком.



- 1 Не допускается искажение пропорций знака.
- 2 Не допускается нарушение охранного поля.
- 3 Не допускается изменение местоположения элементов знака.
- 4 Не допускается использование эффектов.
- 5 Не допускается использование на фотографиях.

Помимо вышеперечисленных ошибок при использовании знака, также стоит обратить внимание на эти наиболее распространенные ошибки, допускаемые при использовании логотипа в цвете. Избегайте их и следите за правильностью использования знака подрядчиками.

- 6 Не допускается использование обводки.
- 7 Не допускается окрашивание знака не в фирменные цвета.
- 8 Не допускается использование градиентных заливок.

1



2



3



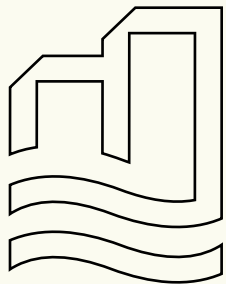
4



5



6



7



8



**ЦВЕТОВАЯ
ПАЛИТРА**

Здесь представлен набор основных фирменных цветов в нескольких цветовых пространствах.

При использовании иных цветовых пространств для подбора эквивалента фирменных цветов следует использовать образцы в материале (например, если планируется нанесение краской на стены, то выбирать цвет на экране нежелательно).

- Искажение и использование других цветов недопустимо. Необходимо следить за соблюдением точного отображения фирменных цветов во всех носителях фирменного стиля.

Основной цвет фона и текста. Может использоваться в логотипе, знаке, паттерне проекта

HEX	#FAFAF0
RGB	250 250 240
CMYK	5 0 10 0

PANTONE	400 C
---------	-------

Используется в логотипе проекта, служит цветом фона и текста.

HEX	#2373D7
RGB	35 115 215
CMYK	80 55 0 0

PANTONE	300 C
---------	-------

Используется в логотипе проекта, служит цветом фона в социальных сетях

HEX	#FF5A00
RGB	250 90 0
CMYK	0 75 95 0

PANTONE	1655 C
---------	--------

Используется для заливки логотипа при крайней необходимости. Цвет для мелкого текста

HEX	#323232
RGB	50 50 50
CMYK	70 60 55 65

PANTONE	419 C
---------	-------

Используется для заливки логотипа и текста при крайней необходимости

HEX	#FFFFFF
RGB	255 255 255
CMYK	0 0 0 0

PANTONE	000 C
---------	-------

Дополнительные цвета используются только вместе с основными, когда необходимо создать низкий контраст элементов (например, в паттерне).

- ❌ Искажение и использование других цветов недопустимо. Необходимо следить за соблюдением точного отображения фирменных цветов во всех носителях фирменного стиля.

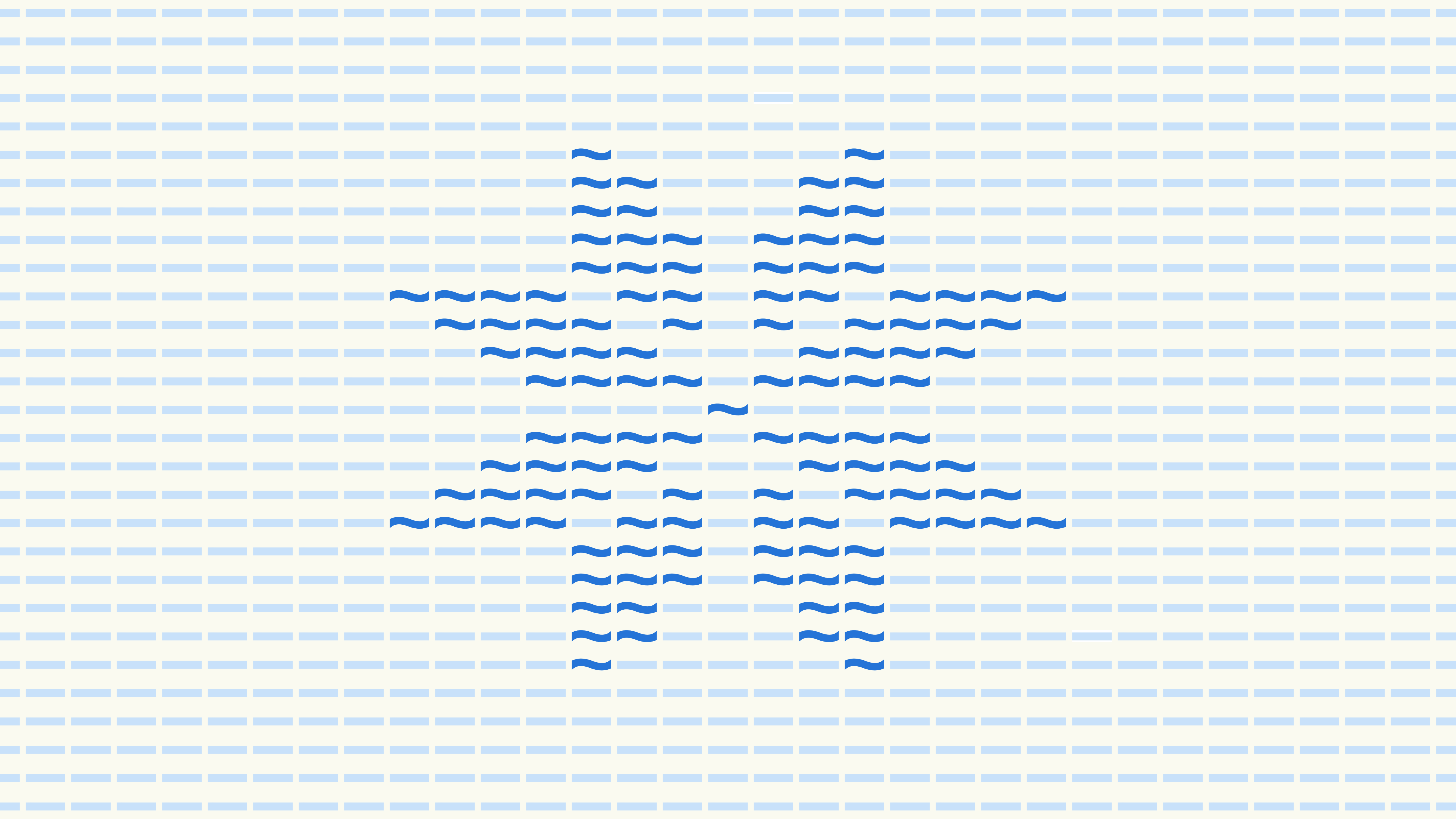
Цвет фона, самого узора и «волны» в узоре		Цвет линий в узоре на белом фоне		Цвет линий в узоре на белом фоне	
HEX	#FAFAF0	HEX	#C8E1FA	HEX	#5091E1
RGB	250 250 240	RGB	200 225 250	RGB	80 145 225
CMYK	5 0 10 0	CMYK	25 5 0 0	CMYK	65 35 0 0
PANTONE	454 C	PANTONE	2707 C	PANTONE	284 C

Цвет фона, самого паттерна и «волны» в узоре		Цвет линий в узоре на белом фоне	
HEX	#FF5A00	HEX	#FF8241
RGB	250 90 0	RGB	255 130 65
CMYK	0 75 95 0	CMYK	0 60 70 0
PANTONE	1655 C	PANTONE	1575 C

Цвет фона и «волны» в узоре Для наружной рекламы	
HEX	#FAFAF0
RGB	250 250 240
CMYK	5 0 10 0
PANTONE	400 C

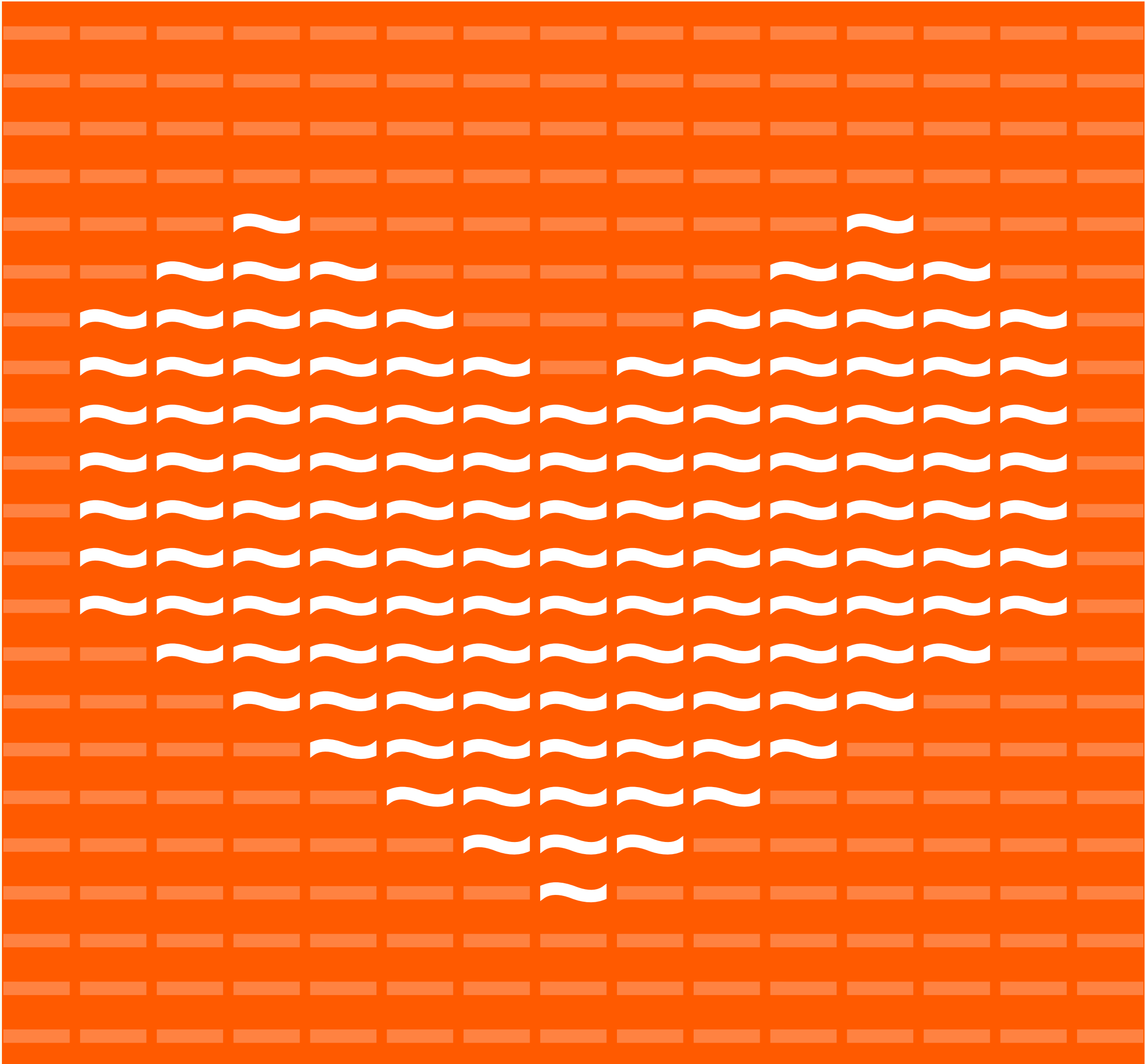
Цвет фона и «волны» в узоре	
HEX	#FFFFFF
RGB	255 255 255
CMYK	0 0 0 0
PANTONE	000 C

ФИРМЕННЫЙ УЗОР



Такой паттерн может быть использовать в социальных сетях
наружной рекламе, ситуативном мерче
к праздникам.

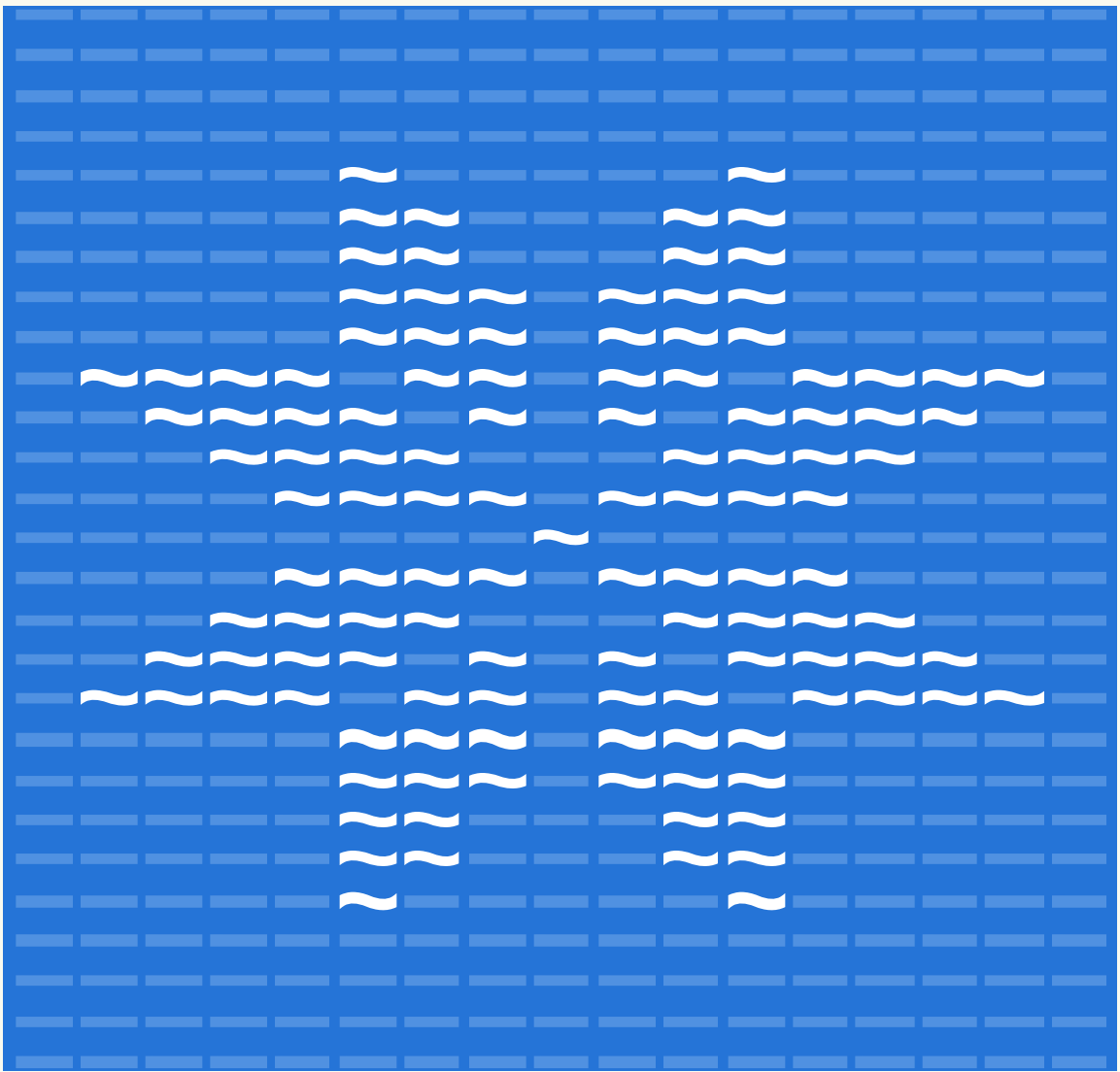
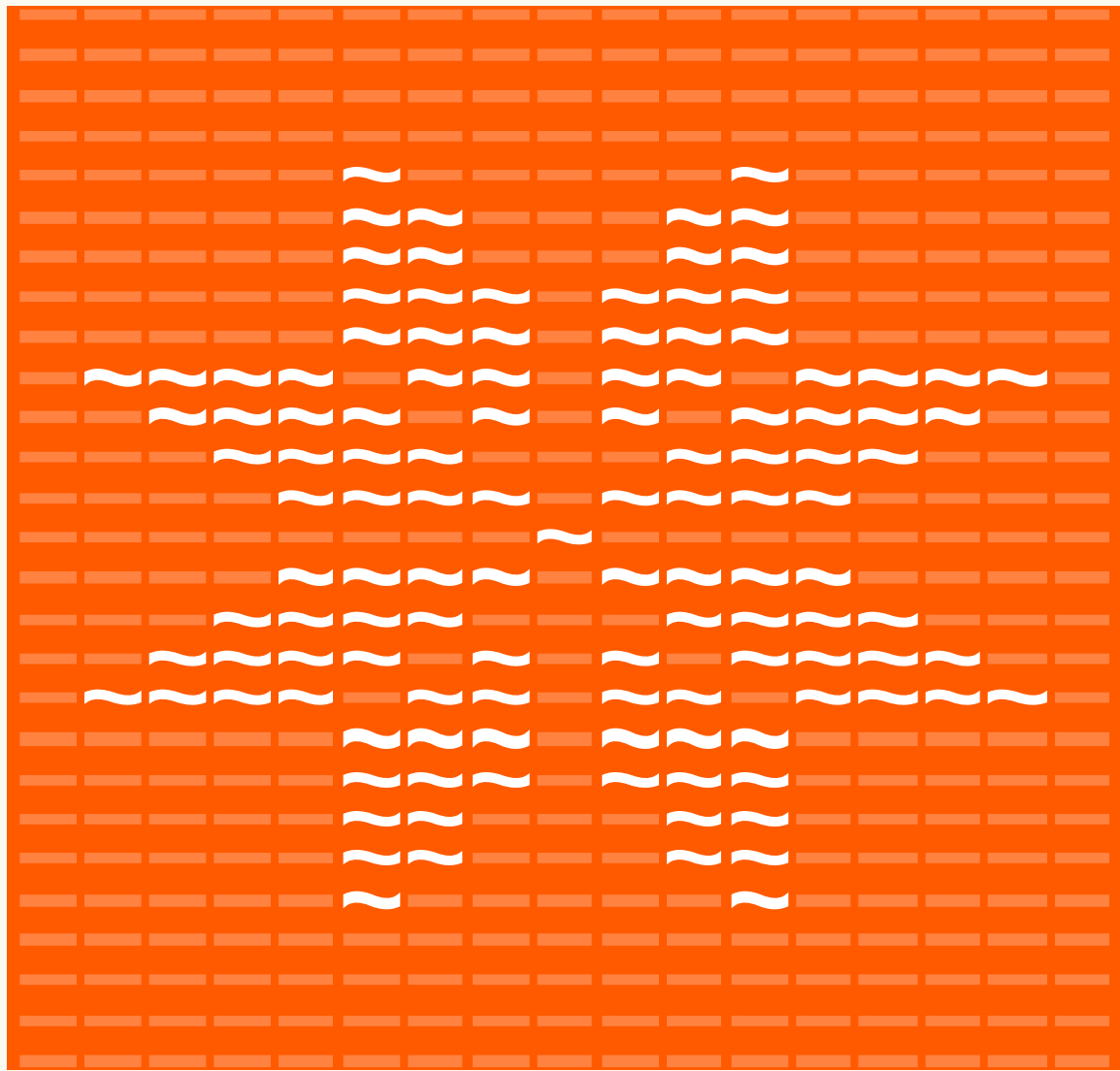
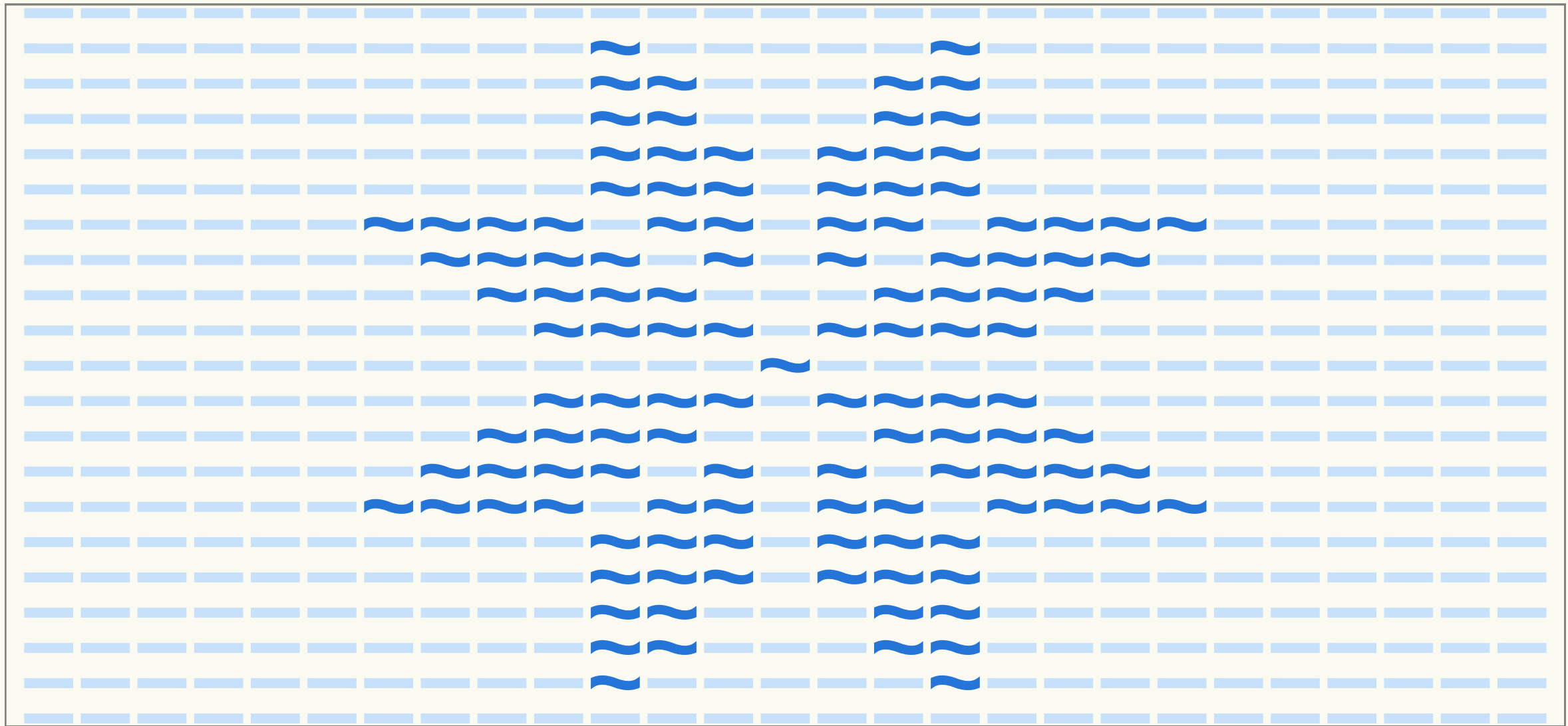
 [Видео создания паттерна](#)



Пример использования паттерна с текстом
и цветовой палитрой:

- на бежевом;
- на оранжевом;
- на светло-синем.

! При необходимости узор можно заливать фирменным
бежевым оттенком.



ШРИФТЫ

В качестве фирменного шрифта проекта был подобран Roboto Condensed в начертании Medium. Ключевые посылы прописываются в верхнем регистре. Он используется для написания посылов в рекламе и заголовков полиграфии.

Лицензия на шрифт [Roboto Condensed](#)

Для написания большого блока информации был подобран шрифт Onest в начертании Regular и Medium.

Лицензия на шрифт [Onest](#).

Также были подобраны альтернативные шрифты, доступные на всех платформах – Arial и Verdana (для использования в фирменных бланках).

Roboto Condensed —
Medium

Ключевая информация выделяется цветом

Onest Regular

Roboto Condensed —
Medium

Onest Regular

Onest Medium

РАЙОН
НА ВОДЕ

Уктусская набережная – современный рекреационный кластер на 8,9ГА, расположенный в микрорайоне Уктус вдоль берега Нижне-Исетского пруда.

Проект включает в себя разнообразие жилых кварталов комфорт-класса.

Объединенных прогулочной набережной протяженностью 2 км со своим парком, пляжем, пристанью и островом.

grinvich.ru

ФОТОСТИЛЬ

В визуальных коммуникациях выдержан единый фотостиль, поддерживающий цветовую гамму проекта. В фотоматериалах должны быть яркие эмоции, на фоне неба или воды.

Показываем увлечения, активности.
В фотоконтенте преобладает большое количество воздуха.

Фотоматериалы подобраны на бесплатном стоке Freerik. Рекомендуем провести собственную фотосессию для создания уникальных и узнаваемых фотоматериалов.



Яркие эмоции, фотоконтент на фоне неба или воды.

Показываем увлечения, активности.

В фотоконтенте преобладает большое количество воздуха.

Как альтернативу используем фотографии
в холодных серых оттенках.



Фотоконтентом разрушаем стереотипы о старости.

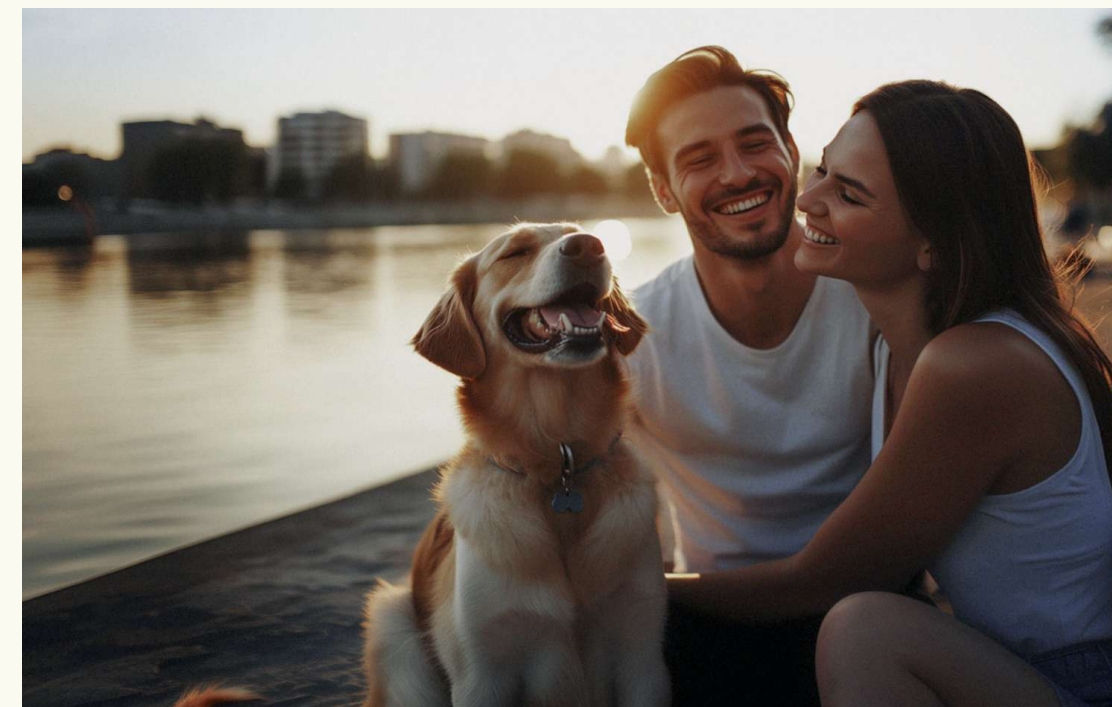
Активные прогулки, сапы.

Используем атмосферные фотографии крупным планом.



Дополнительное визуальное направление для рекламы в соцсетях, наружной рекламы и во всех коммуникациях, сгенерированное в нейросетях. На кадрах ощущение теплоты, счастья, любви, наслаждения жизнью и много эмоций. Теплое закатное / рассветное солнце. Освещение мягкое. Умеренно темные кадры, желательно наличие водных источников в кадре.

Сюжеты: счастливые семьи с разными поколениями внутри кадра (кроме слишком европейских взрослых пар), дружба, кадры с домашними животными, различные спортивные активности, интегрированные внутри территории.



ПИКТОГРАММЫ

Фирменные иконки могут быть использованы во всех имиджевых материалах бренда. Набор фирменных иконок может быть расширен по усмотрению дизайнера.

При разработке новых иконок следует опираться на основные образующие элементы: срез верхних углов и прямой угол внизу иконок.

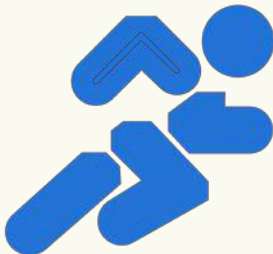
Основная толщина линий 6-9pt, при этом следует смотреть на общую композицию. Иногда толщина линий может быть меньше.



Пляж с шезлонгами



Велодорожки



Беговые дорожки



Пляжный волейбол



Зона барбекю



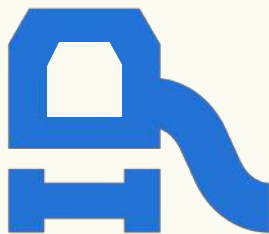
Мини-гольф



Кафе у воды



Пирс



Детские площадки



Собственный остров



Лодочная пристань



Локация

ПОСТРОЕНИЕ
НОСИТЕЛЕЙ

ЛОКАЦИЯ, ВСТРОЕННАЯ
В ПРОДВИЖЕНИЕ
КОНКРЕТНОГО ЖК

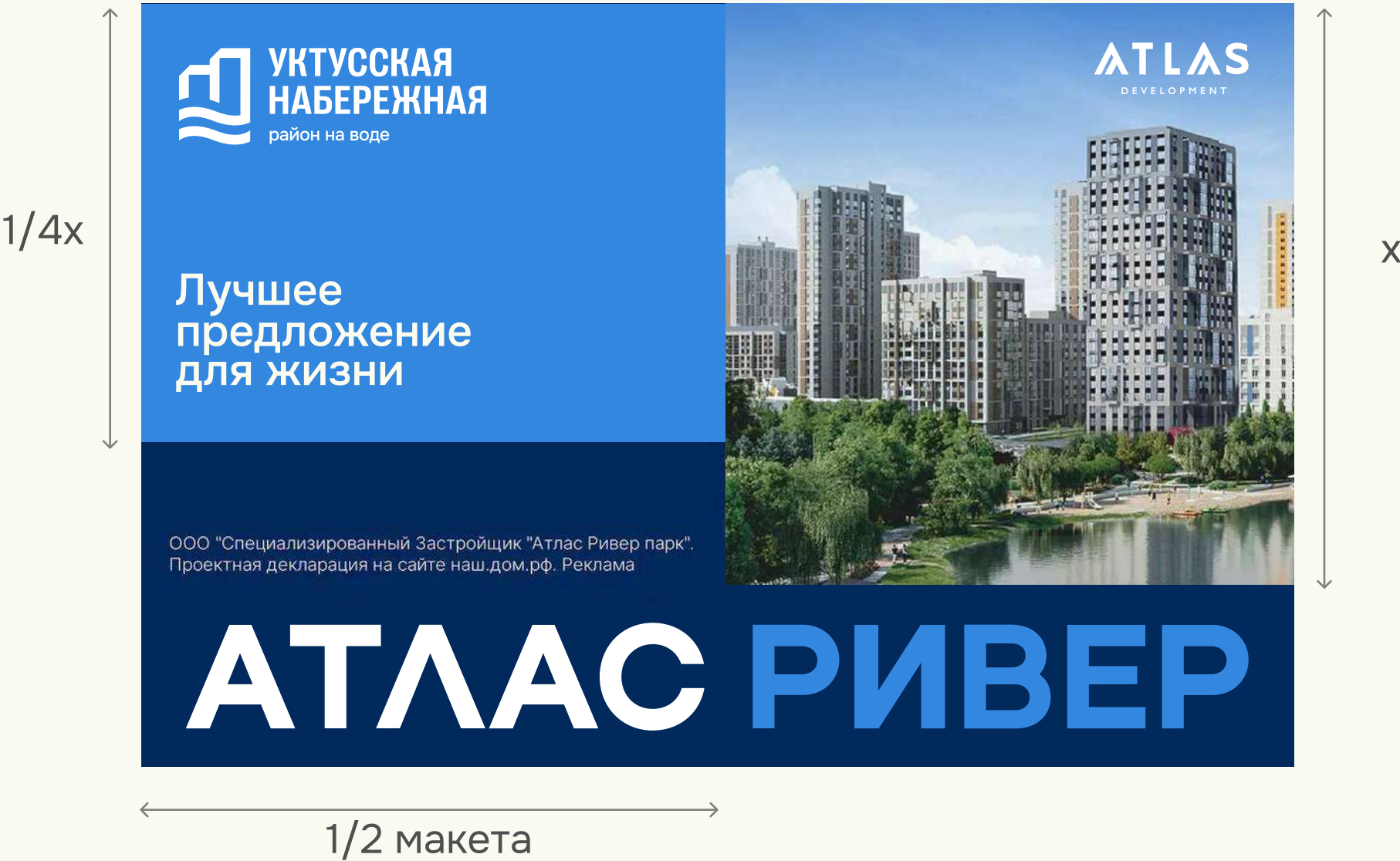
Когда локацию необходимо встроить в бренд ЖК, можно использовать 2 стратегии: легкую интеграцию или более явную.

- 1 Легкая интеграция: в фирменную айдентику ЖК встраивается только логотип проекта в белом или черном цвете. Все остальные элементы графики остаются от ЖК.
- 2 Явная интеграция: помимо логотипа, в графику интегрируется фирменная верстка локации. При этом используются цвета ЖК.
- ! Логотип локации используется в белом/(бежевом) или фирменном черном цвете. Если логотип используется на светлой заливке, можно использовать основную версию логотипа, с фирменным синим знаком.

1



2





УКТУССКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ
район на воде

Лучшее
предложение
для жизни

ООО "Специализированный Застройщик "Атлас Ривер парк".
Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Реклама

ATLAS
DEVELOPMENT

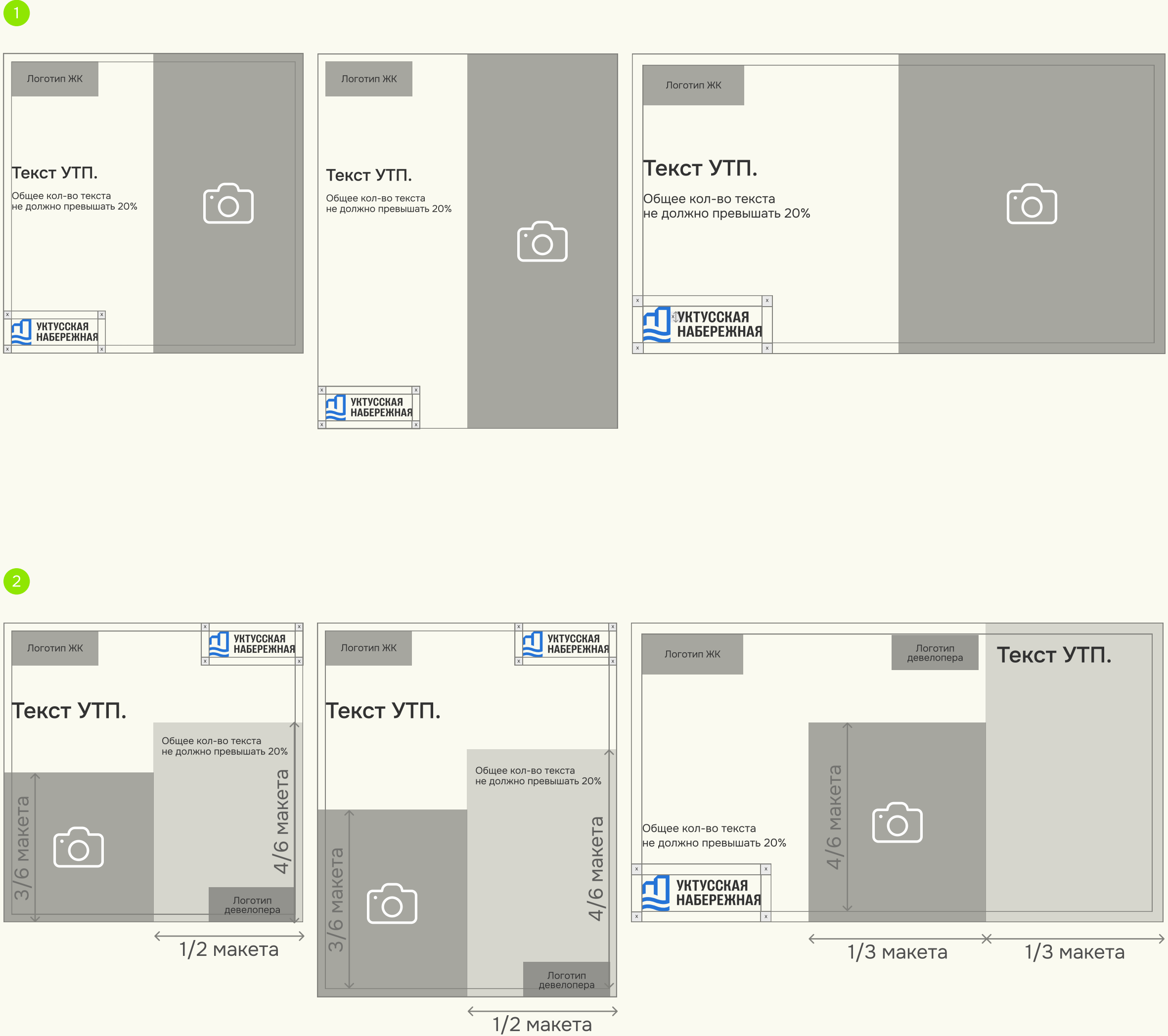
АТЛАС РИВЕР

- Когда локацию необходимо встроить в бренд ЖК, можно использовать 2 стратегии: легкую интеграцию или более явную.
- 1

Легкая интеграция: в фирменную айдентику ЖК встраивается только логотип локации. Все остальные элементы графики остаются от ЖК. Константой является только расположение логотипа локации. Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики ЖК.
- 2

Явная интеграция: помимо логотипа, в графику интегрируется фирменная верстка локации. При этом используются цвета ЖК. Константой является только расположение логотипа локации и верстка. Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики ЖК.
- !

В РСЯ важно учитывать процентное соотношения текста в макетах. Оно не должно превышать 20%. Проверить это можно на сайте [«Робби»](#).



Когда локацию необходимо встроить в бренд ЖК или девелопера, можно использовать 2 стратегии: легкую интеграцию или более явную.

- 1 Легкая интеграция: в фирменную айдентику ЖК встраивается только логотип локации. Все остальные элементы графики остаются от ЖК. Константой является только расположение логотипа локации (снизу справа или снизу слева). Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики ЖК.
- 2 Явная интеграция: помимо логотипа, в графику интегрируется фирменная верстка локации. При этом используются цвета ЖК. Константой является только расположение логотипа локации и верстка. Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики ЖК.

1

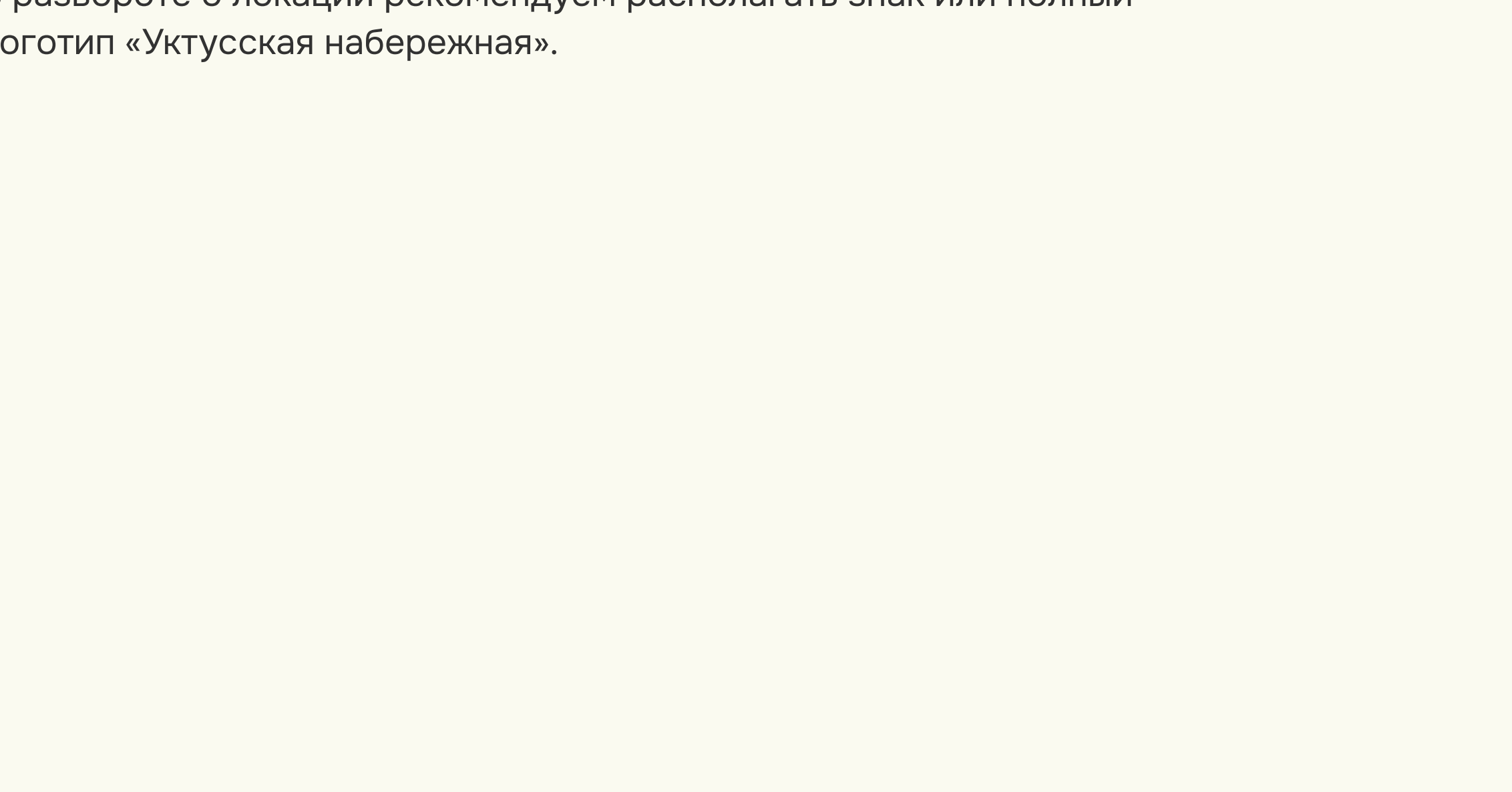


2



В полиграфию ЖК встраивается только логотип локации, место размещения определяется фирменной версткой ЖК. Рекомендуем размещать логотип локации в нижней части.

В развороте о локации рекомендуем располагать знак или полный логотип «Уктусская набережная».



ATLAS
DEVELOPMENT

АТЛАС РИВЕР

жилой комплекс
на Щербакова

УКТУССКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ

ЛОКАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ПРОЕКТОВ ДЕВЕЛОПЕРА

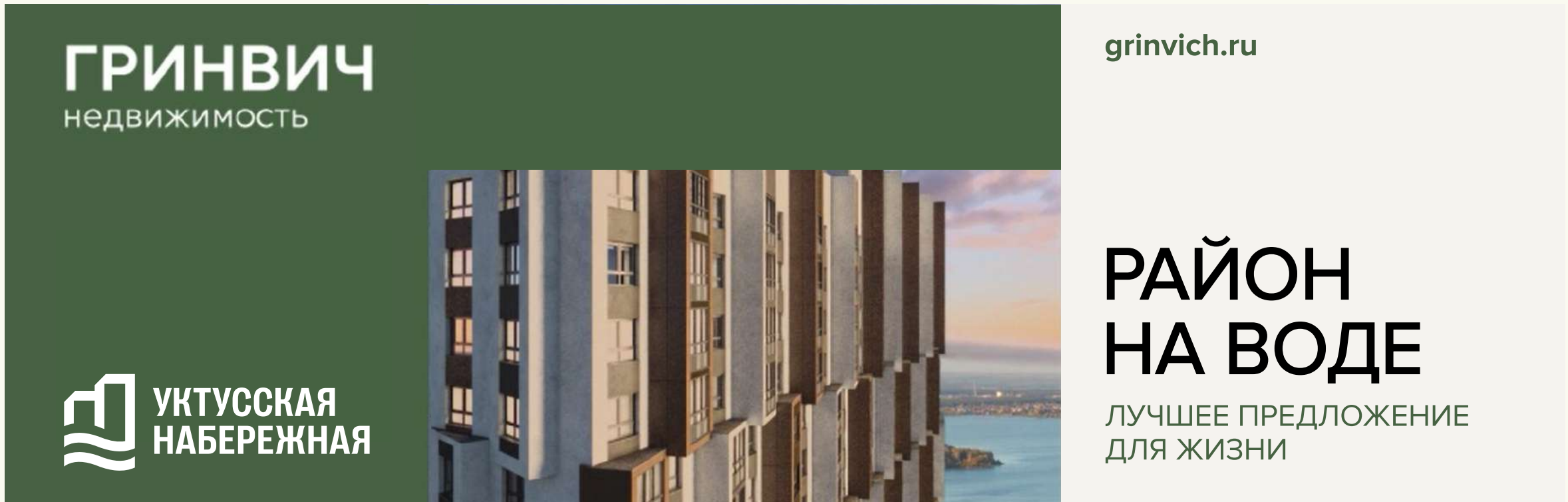
Когда локацию необходимо встроить в бренд девелопера, можно использовать 2 стратегии: легкую интеграцию или более явную.

- 1 Легкая интеграция: в фирменную айдентику девелопера встраивается только логотип проекта в белом или черном цвете. Все остальные элементы графики остаются от ЖК.
- 2 Явная интеграция: помимо логотипа, в графику интегрируется фирменная верстка локации. При этом используются цвета «Гринвич недвижимость».
- ! Логотип локации используется в белом/(бежевом) или фирменном черном цвете. Если логотип используется на светлой заливке, можно использовать основную версию логотипа, с фирменным синим знаком.

1



2

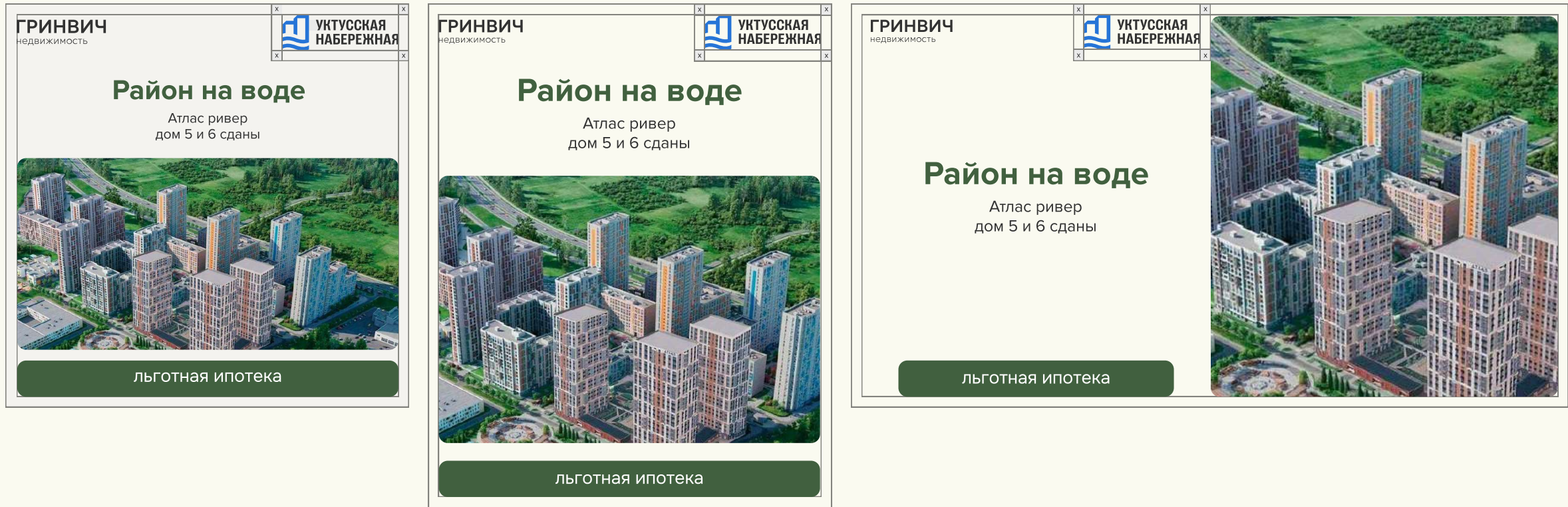


Когда локацию необходимо встроить в бренд ЖК, можно использовать 2 стратегии: легкую интеграцию или более явную.

- 1 Легкая интеграция: в фирменную айдентику девелопера встраивается только логотип локации. Все остальные элементы графики остаются от девелопера. Константой является только расположение логотипа локации. Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики «Гринвич недвижимость».
- 2 Явная интеграция: помимо логотипа, в графику интегрируется фирменная верстка локации. При этом используются цвета девелопера. Константой является только расположение логотипа локации и верстка. Фон, размер текста, заливка и фирменные элементы идут из айдентики девелопера.

! В РСЯ важно учитывать процентное соотношения текста в макетах. Оно не должно превышать 20%. Проверить это можно на сайте «Робби».

1



2



Когда локацию необходимо встроить в бренд девелопера, можно легко интегрировать знак проекта, например в рубрику о ходе строительства.

Если макет связан с локацией, но должен быть выполнен в фирменном стиле «Гринвич недвижимость», стоит легко интегрировать логотип в макет. Расположение логотипа зависит от сетки макета.

АТЛАС РИВЕР



Ход строительства

1 очередь

Гринвич недвижимость



УКТУССКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ

ПОСТАВЬ ЁЛКУ
В НОВОМ ДОМЕ

дома сданы

• скидка до 371 000 ₽

• ключи в день сделки

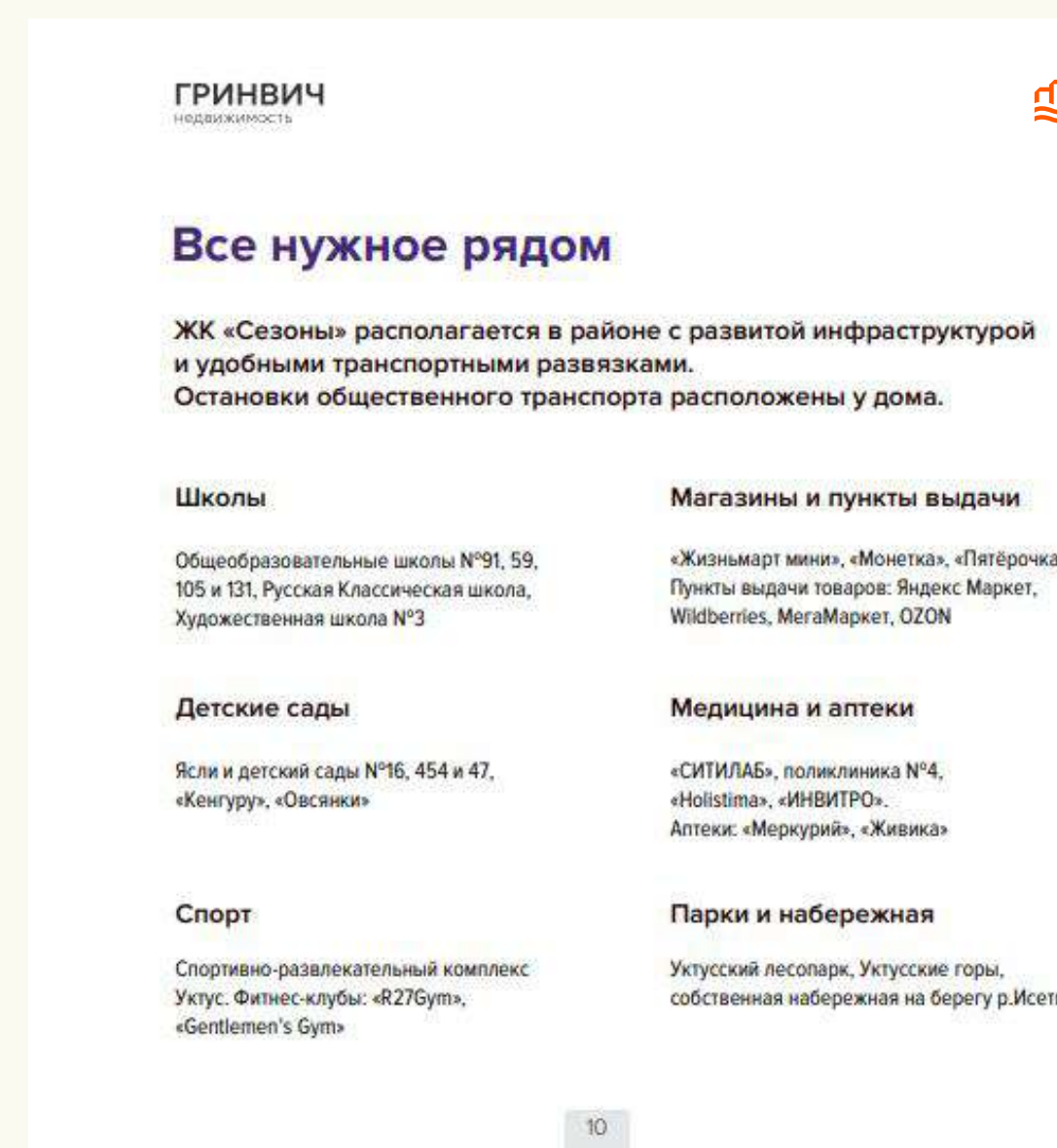
• чистовая отделка

СЕЗОНЫ



В полиграфию девелопера встраивается только логотип локации. Место размещения определяется фирменной версткой ЖК или девелопера.

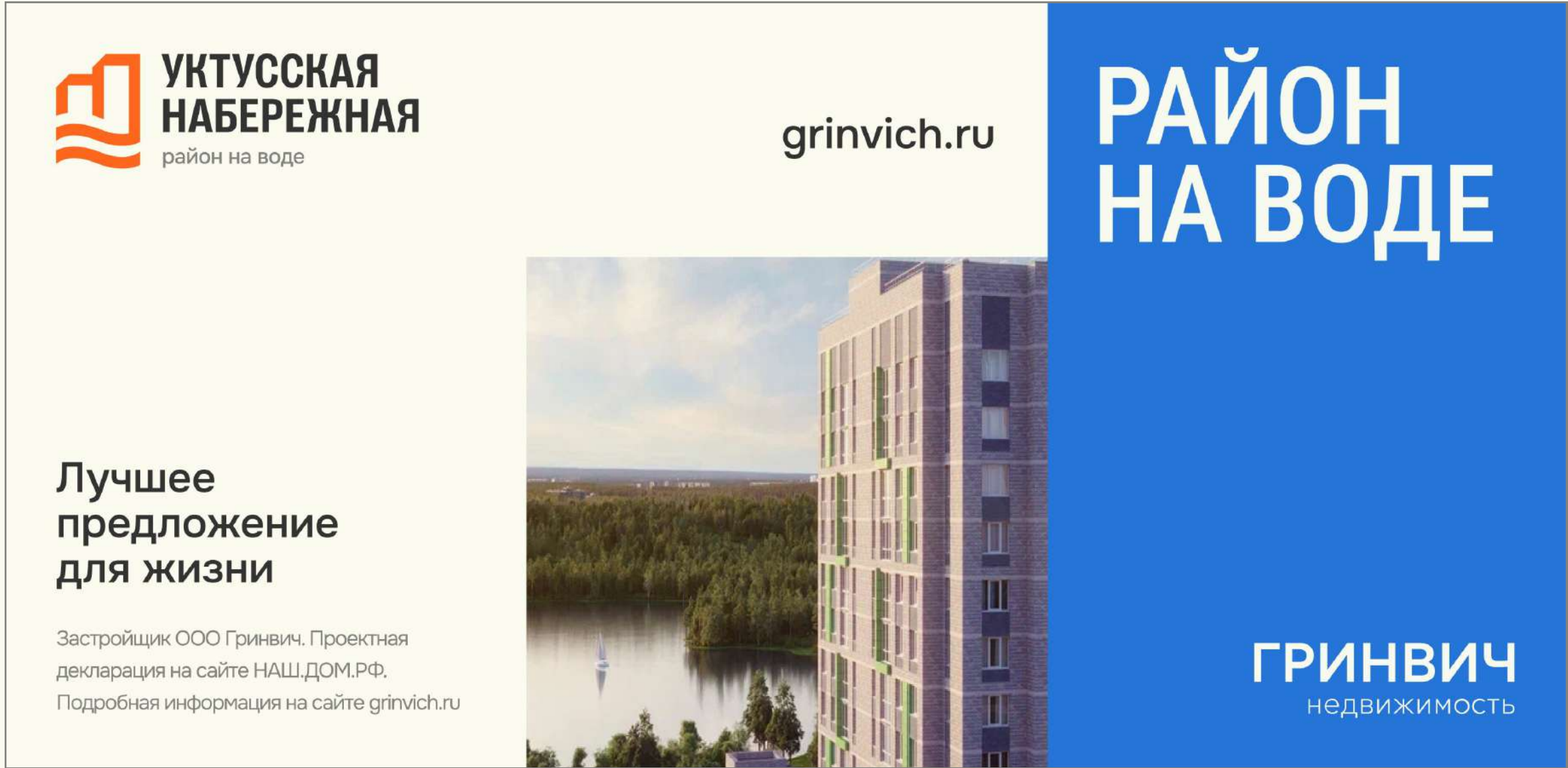
В развороте о локации рекомендуем располагать знак или полный логотип «Уктусская набережная».



**ПРОДВИЖЕНИЕ
ЛОКАЦИИ КАК ПРОЕКТА**

При самостоятельном продвижении локации лучше использовать логотип с оранжевым знаком.

- 1 Графика строится на горизонтальном и вертикальном делении макета на 2 части. Фотоконтент располагается на 3/4 от синей заливки. В горизонтальном макете на 4/6 от синей части. При этом макет горизонтально делится на 3 части.
- 2 Вариант дополнительной верстки вертикальных макетов. Макет делится горизонтально и вертикально на 2 части.





grinvich.ru

РАЙОН НА ВОДЕ

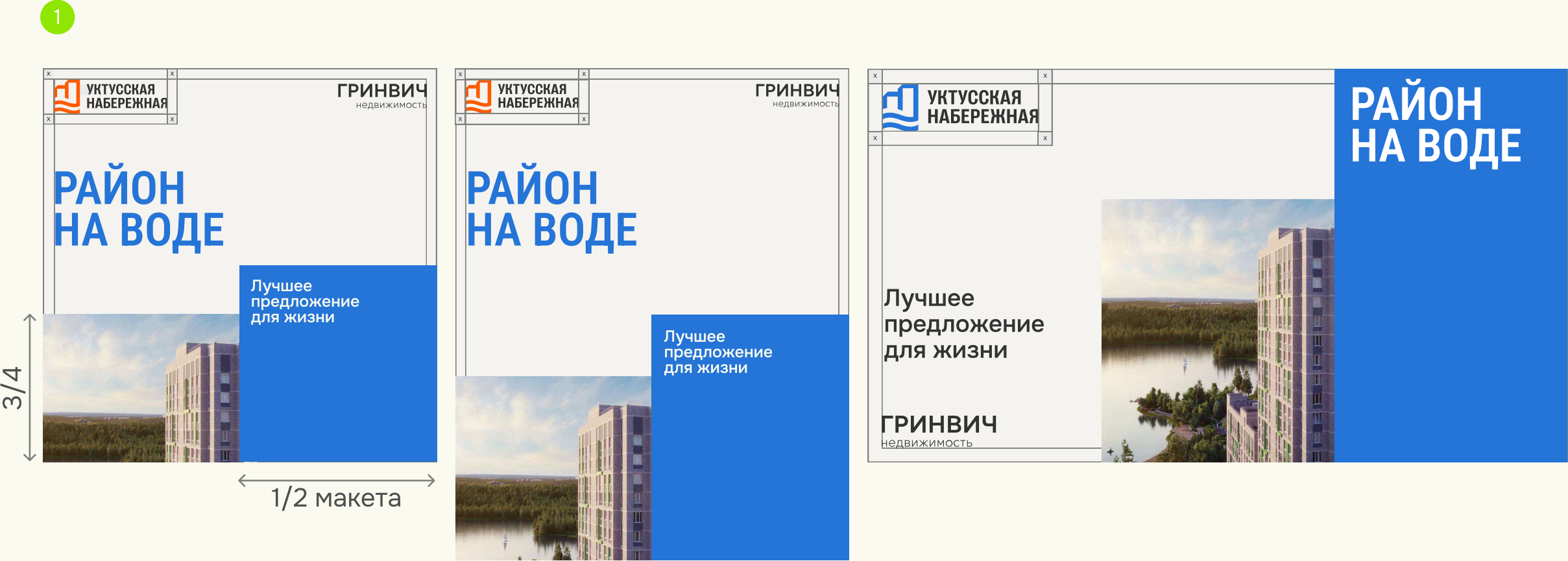
**Лучшее
предложение
для жизни**

Застройщик ООО Гринвич. Проектная
декларация на сайте НАШ.ДОМ.РФ.
Подробная информация на сайте grinvich.ru



ГРИНВИЧ
недвижимость

- При самостоятельном продвижении локации лучше использовать логотип с оранжевым знаком.
- 1 Графика строится на горизонтальном и вертикальном делении макета на 2 части. Фотоконтент располагается на 3/4 от синей заливки. В горизонтальном макете на 4/6 от синей части. При этом макет горизонтально делится на 3 части.
 - 2 Вариант дополнительной верстки вертикальных макетов. Макет делится горизонтально и вертикально на 2 части.
- ! В РСЯ важно учитывать процентное соотношения текста в макетах. Оно не должно превышать 20%. Проверить это можно на сайте [«Робби»](#).



При самостоятельном продвижении локации используется фирменная графика исключительно «Уктусской набережной».

- 1 Примеры постов для социальных сетей с разной версткой, что позволяет системе оставаться гибкой и использовать макеты под любые случаи.
- 2 При интеграции локации в ЖК или бренд девелопера используется система, описанная на странице 58. Интегрируется только логотип или знак локации.

1



При самостоятельном продвижении локации используется фирменная графика исключительно «Уктусской набережной».

- 1 Логотип локации, главный акцент на проект.
- 2 Логотип «Гринвич недвижимость» второстепенный акцент.
- 3 Обложка с элементами фирменного стиля локации, узор выполнен тиснением, возможно выполнение слепым тиснением.
- 4 Обложка с рендером локации.

Размер заголовка на обложке от 25pt до 45pt.
Размер сайта на обложке от 20pt до 25pt.

1



2



3



4





ГРИНВИЧ
недвижимость

НОВАЯ СРЕДА
ДЛЯ КОМФОРТНОЙ
ЖИЗНИ

от 10pt

от 40-70pt

от 14-20pt

Уктусская набережная

Мастер-девелопер «Гринвич недвижимость»

53

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ. РАЙОН НА ВОДЕ

Проект «Гринвич недвижимость»,
в котором компания выступает
в качестве мастер-девелопера

Гринвич недвижимость — один
из крупнейших мастер-девелоперов
Екатеринбурга, входит
в диверсифицированный холдинг
«Общество Малышева 73».

Масштабный рекреационный
кластер площадью 8,9 Га,
которые включают в себя
парки, пляжи, спортивные
и игровые площадки и 2 км
прогулочной набережной

ГРИНВИЧ
недвижимость



от 14-16pt

Место для логотипа,
цифр или доп.
информации

от 10-14pt

от 10pt

Уктусская набережная

Мастер-девелопер «Гринвич недвижимость»

53

от 14-16pt

от 120-200pt

ЛОКАЦИЯ



Масштабный рекреационный кластер площадью 8,9Га, которые включают в себя парки, пляжи, спортивные и игровые площадки и 2км прогулочной набережной

от 10-14pt



Скачать

от 10pt

Уктусская набережная

Мастер-девелопер «Гринвич недвижимость»

53



ЛОКАЦИЯ

Вы сможете наслаждаться солнечными закатами, звуком волн, пением птиц и другими звуками.



ПЛЯЖ С ШЕЗЛОНГАМИ

Вы сможете наслаждаться солнечными закатами, звуком волн, пением птиц и другими звуками.



КАФЕ У ВОДЫ

Вы сможете наслаждаться солнечными закатами, звуком волн, пением птиц и другими звуками.



МИНИ-ГОЛЬФ

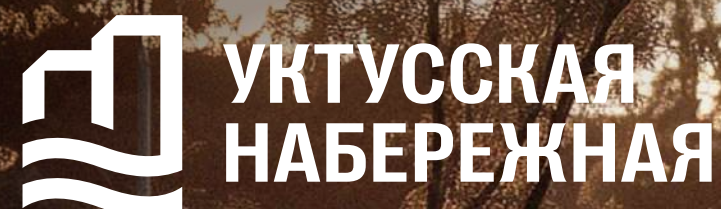
Вы сможете наслаждаться солнечными закатами, звуком волн, пением птиц и другими звуками.

от 25pt

от 10-14pt

от 14-16pt

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
СТИЛЬ



УКТУССКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ

ГРИНВИЧ
недвижимость

РАЙОН НА ВОДЕ

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЯВЛЯЕТСЯ КОНЦЕПЦИЕЙ. НЕ ОФЕРТА.
ПОДРОБНО О РАЙОНЕ НА САЙТЕ GRINVICH.RU

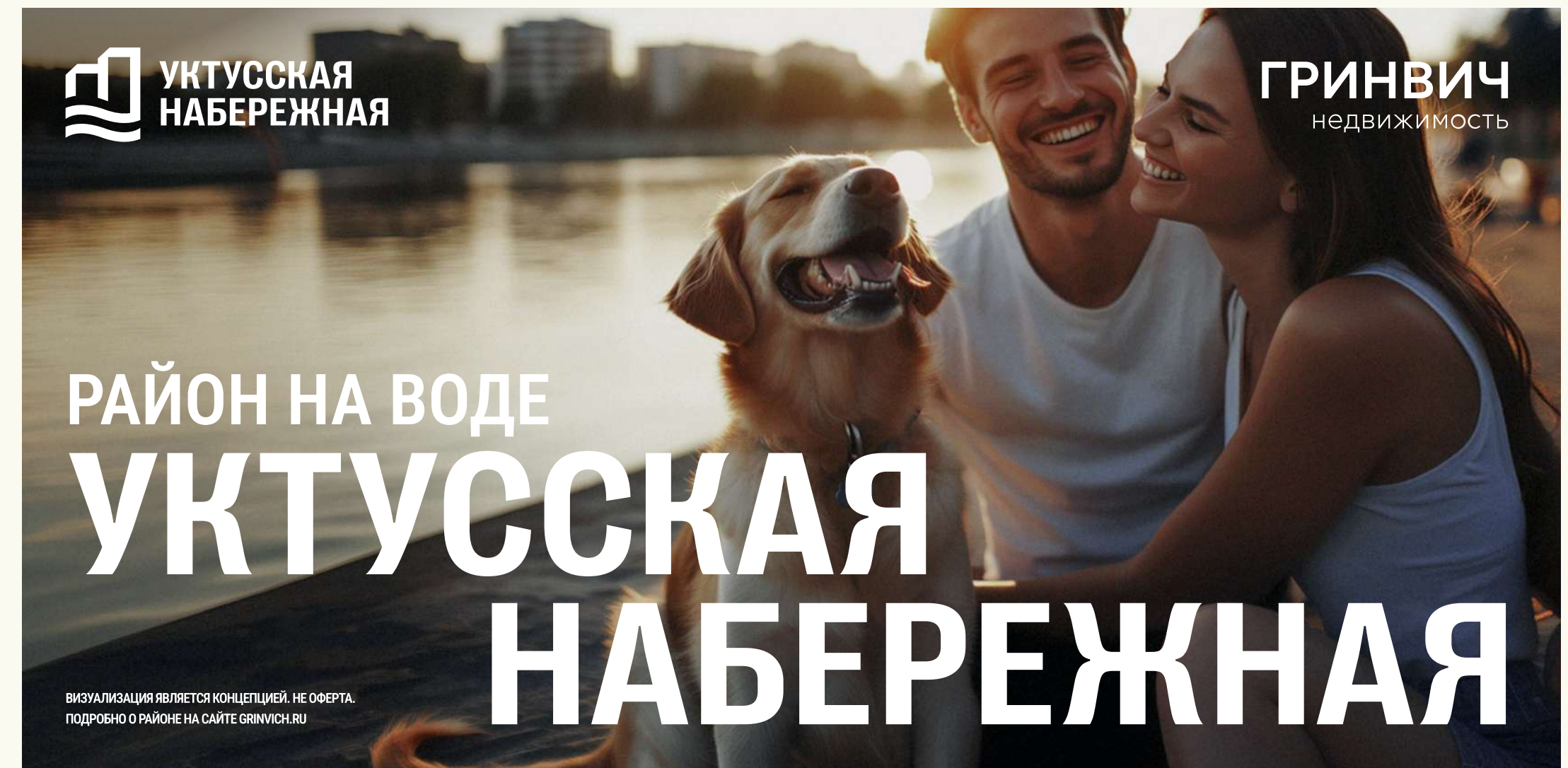
Рекламная кампания с изображениями, созданными в нейросетях либо найденными на стоках в заданном фотостиле.

Логотипы располагаются по разым сторонам и соразмерны по весу друг другу.

Юридическая информация располагается мелко внизу в 1 или 2 строчки.

Рекламное сообщение располагается крупно с небольшим сдвигом.
Допускается подпись над заголовком.

- ❗ Обращайте внимание, чтобы фотографии не были слишком темными, либо излишне пересвеченными.
- ❗ Логотип локации используется в белом цвете. Если логотип используется на светлой заливке, на фоне неба, можно на фон положить легкий градиент, который не мешает общему тону фото. Лучше не использовать чисто черные градиенты, а использовать что-то в цвет фона (выбирать подходящий оттенок).



- 1 2/3 макета занимает крупное сообщение
- 2 Композиционно самая эмоциональная и главная часть изображения находится в зоне серого прямоугольника.

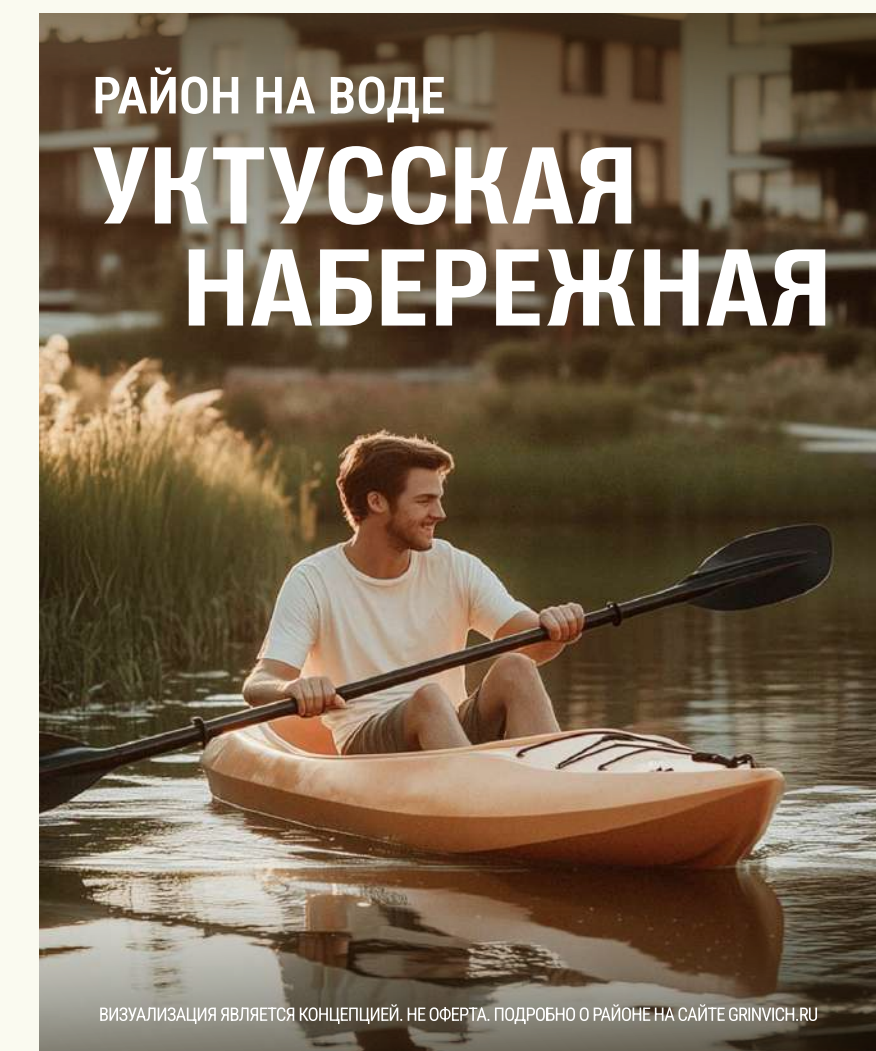
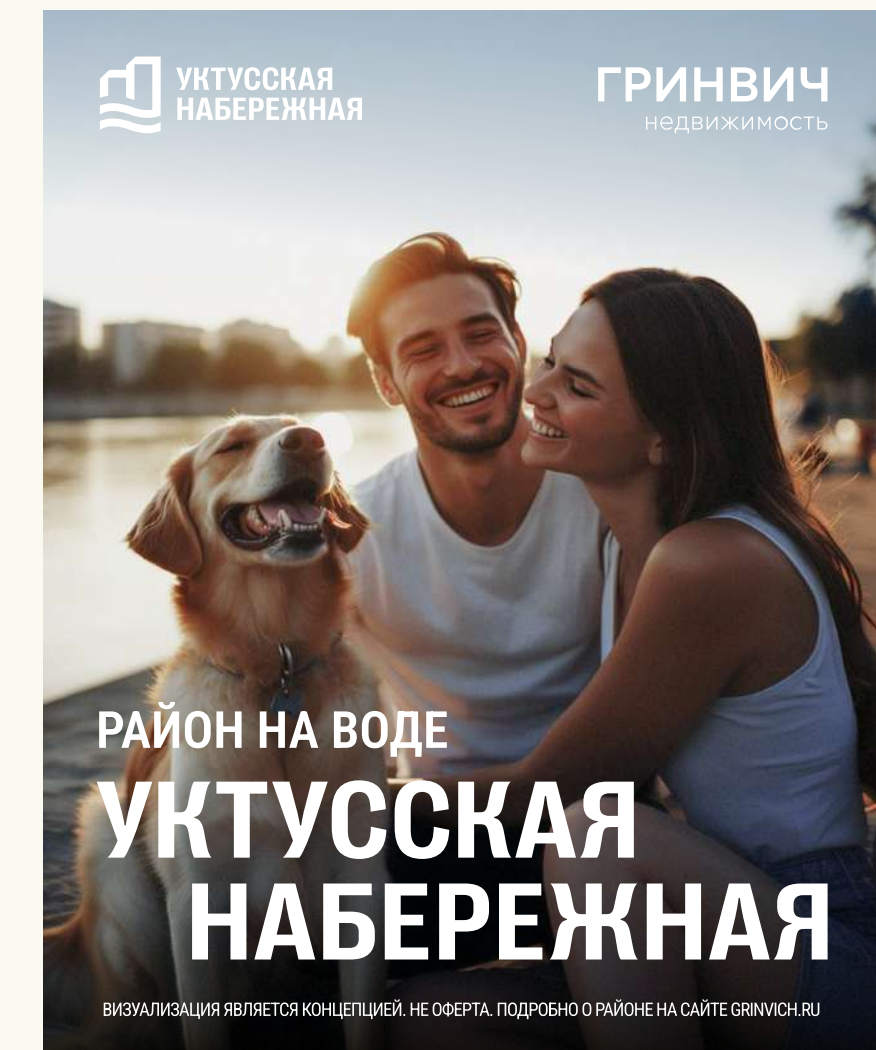
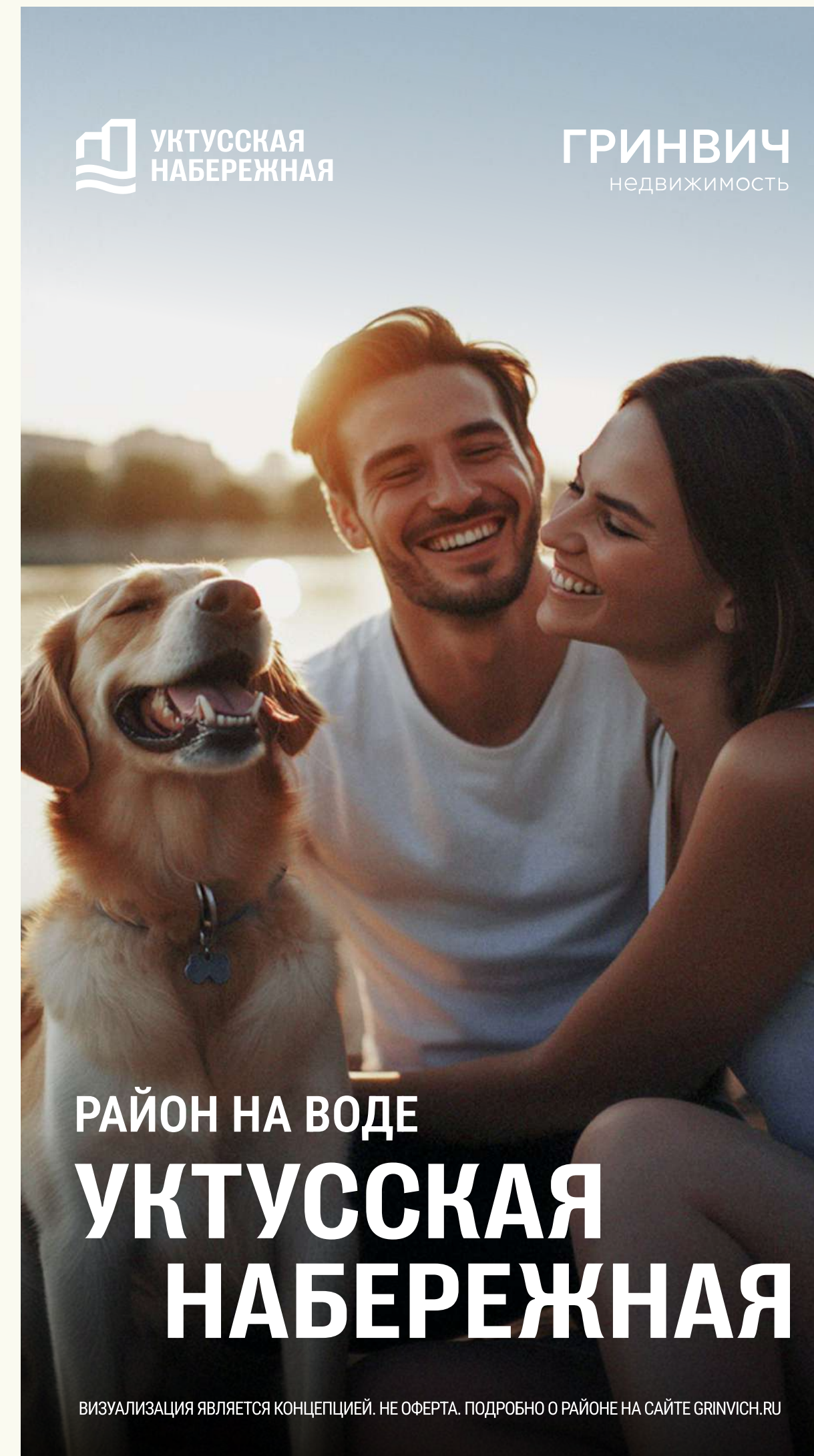


Адаптация под социальные сети: логотипы также располагаются по такому же принципу (по разным сторонам), рекламное сообщение может находиться в нижней части или в верхней.

В зависимости от композиции фонового изображения.

Обязательно важно учитывать интерфейсные зоны безопасности в зависимости от выбранной платформы.

- ❗ Обращайте внимание, чтобы фотографии не были слишком темными, либо излишне пересвеченными.
- ❗ Логотип локации используется в белом цвете. Если логотип используется на светлой заливке, на фоне неба, можно на фон положить легкий градиент, который не мешает общему тону фото. Лучше не использовать чисто черные градиенты, а использовать что-то в цвет фона (выбирать подходящий оттенок).



Такие же принципы используются и в полиграфии.

- 1 Крупное рекламное сообщение снизу или сверху.
- 2 Композиционно самая эмоциональная и главная часть изображения находится в зоне серого прямоугольника.



