

vitamin

БРЕНДБУК



Содержание

О компании	3	Фирменный шрифт	40	Печатная реклама	81
Background	4	Фирменная графика	43	Электронное письмо	82
Легенда	5	Фирменные иконки	47	Типовой забор	83
Видение	7	Фотостиль	48	Паспорт объекта	86
Нейминг	8	Наружная реклама	56	Вертикальные флаги	87
Миссия	9	Интернет-баннеры	63	Основная вывеска	88
Архитектура брендов	10	Стиль планировок	67	Табличка «Режим работы»	89
Сценарий нейминга проектов	11	Карточка квартиры	70	Навигационные стелы	90
Примеры нейминга проектов	12	Социальные сети	71	Навигационные таблички	91
Принципы внешней коммуникации	14	Визитки	75	Навигация в демоквартирах	92
Философия внутренней коммуникации	19	Пакет бумажный	76	Таблички для кабинета	93
Принципы внутренней коммуникации	20	Конверт	77	Оформление строительной техники	94
Правила использования логотипа	24	Бейдж на ленте	78	Каска	97
Фирменный знак	36	Папка	79	Бренд-модуль на крышу здания	98
Цветовая палитра	37	Стойка для POS-материалов	80		



О компании

vitamin

Год основания

2017

Город

Курган

Вид деятельности

Девелопмент





Background

Импульс ПОЗИТИВНОГО ОПЫТА

ЖК «Солнце Парк» – первый жилой комплекс компании и успешный опыт комплексного освоения территории (КОТ).

Свежая для рынка Кургана концепция и качественная реализация проекта, современный дизайн и яркая реклама predeterminedелили вектор будущего развития компании: создавать качественный и уникальный продукт, который формирует сильный и узнаваемый бренд





Легенда

При создании «Солнце Парка» в Кургане мы изучали лучшие практики в отрасли, применяли актуальные решения и регулярно пробовали что-то новое.

Результатом стал не только знаковый для города квартал. Но и подход к строительству, который позволяет предложить клиентам больше их ожиданий. Мы назвали его +1 development.

Идея позитивных изменений в жизни людей стала ключевой в нашей трансформации и отразилась в новом названии — Vitamin.

Подход к строительству и название найдут отражение в новых проектах. Как и в первом проекте, мы будем менять жизнь людей к лучшему, будем строить для их счастья и пользы.



**Для кого
мы работаем?**

**Мы строим
и обслуживаем
дома для тех, кто
хочет, чтобы они
и их семьи жили
в лучших условиях**

**+1
к качеству
ЖИЗНИ**



Видение компании

Стать активно развивающейся компанией в сфере девелопмента, которая будет нести свежий подход к строительству жилья и созданию комфортного окружения, станет неотъемлемой частью развития облика современных городов.



Нейминг

Для обозначения
девелопера

vitamin
+1 девелопмент

Название используется с дескриптором «девелопмент» или «+1 девелопмент», когда однозначно **не складывается понимание вида деятельности** компании.

Для обозначения
девелопера и адреса
сайта

vitamin.city

Название используется в версии без дескриптора в написании, соответствующем адресу сайта, для размещения **в бытовых рекламных макетах, содержащих обозначение товарной категории** («квартиры», «квартал», «живите», «переезжайте» и пр.; см. пример ниже).



Миссия компании

Строить комфортные дома и создавать благоприятное окружение, делая жизнь людей, выбравших Vitamin, лучше и счастливее, а города красивее.



Архитектура брендов

В основе концепции девелопера и проектов лежат единые ценности.

	Девелопер	Проект
Ценности	Единая миссия, видение, эмоции	
Нейминг	Уникальное название	Название на основе концепции девелопера
Дизайн	Уникальный логотип	Логотип и стиль, связанные с дизайном девелопера



Сценарий нейминга проектов

		1 вариант Типовое название для зонтичного бренда	2 вариант Особенное название на основе ключевой особенности проекта
Варианты дескриптора	Название проекта	Vitamin	Речной/Яркий/Летний и пр.
	Топоним	На Климова	—
	Описательный	Речной квартал	—
	Стандарт-строительства	—	vitamin-квартал vitamin-дом



Примеры нейминга проектов

VITAMIN

на Климова

VITAMIN

солнечные двory

Названия жилых комплексов
могут писаться фирменным
шрифтом Formular

VITAMIN

квартал на Красина

ЛЕТНИЙ

vitamin-квартал



Названия для стандартов строительства

VITAMIN D

(солнечные)
дома и кварталы

VITAMIN K

комплексные проекты (КОТы)

VITAMIN C

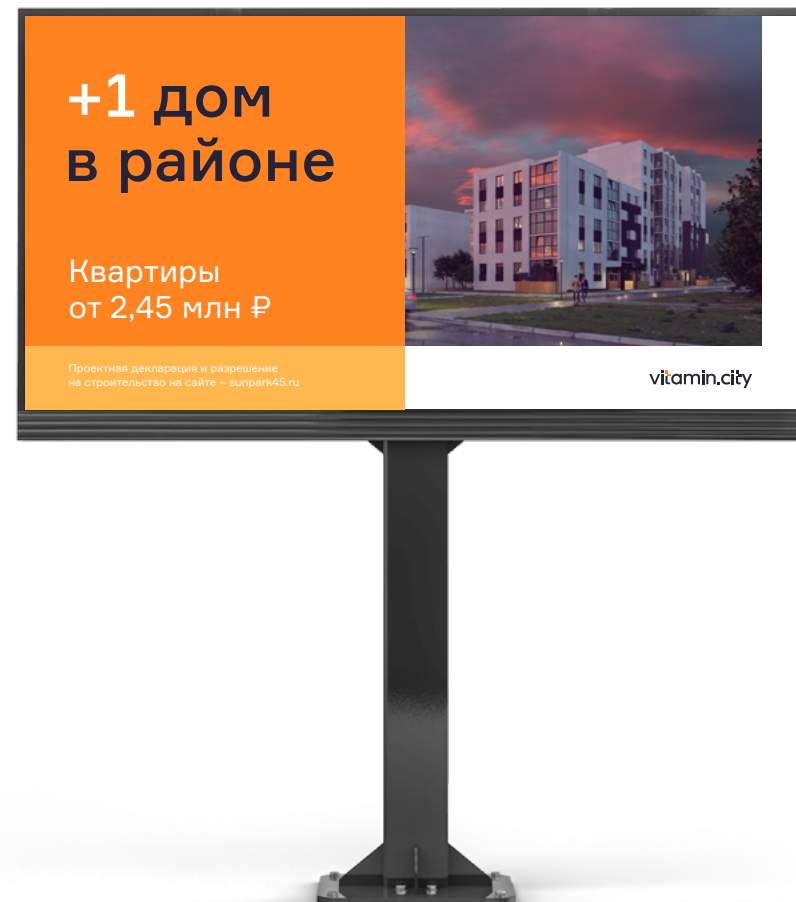
спорт, здоровье, эко



Принципы внешней коммуникации

+1

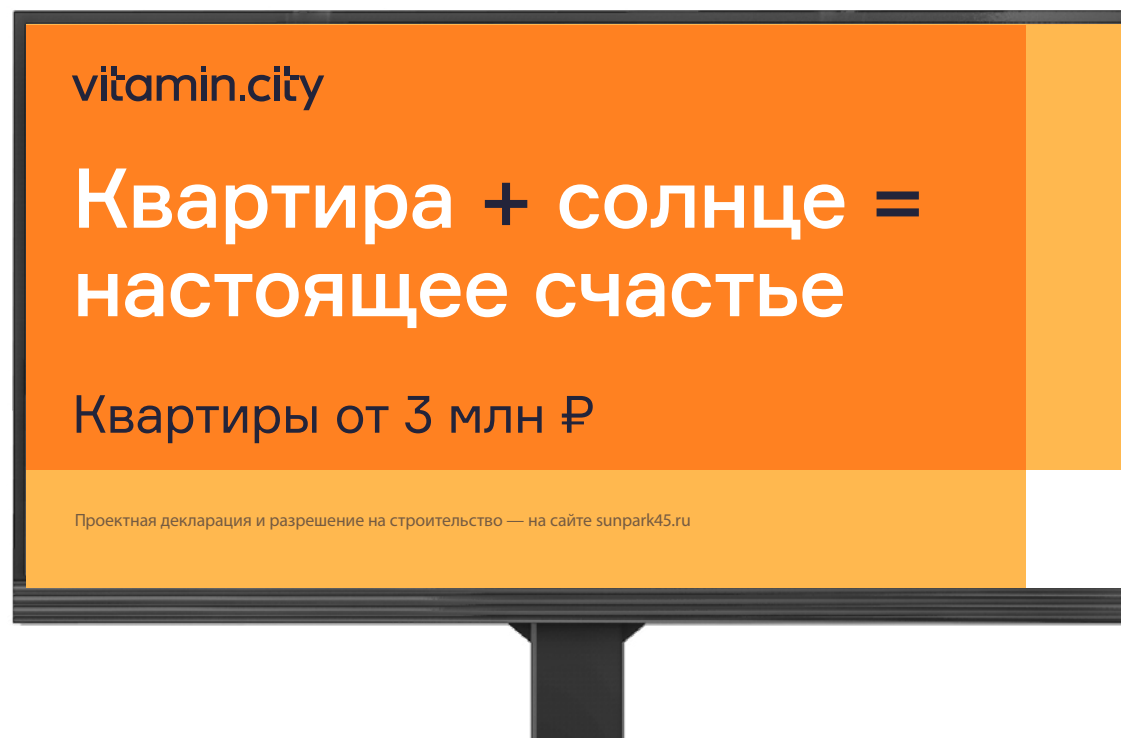
Раскрываем позиционирование «+1» и миссию компании в продуктовых дескрипторах и рекламных посылках (слоганах).





Формулы счастья

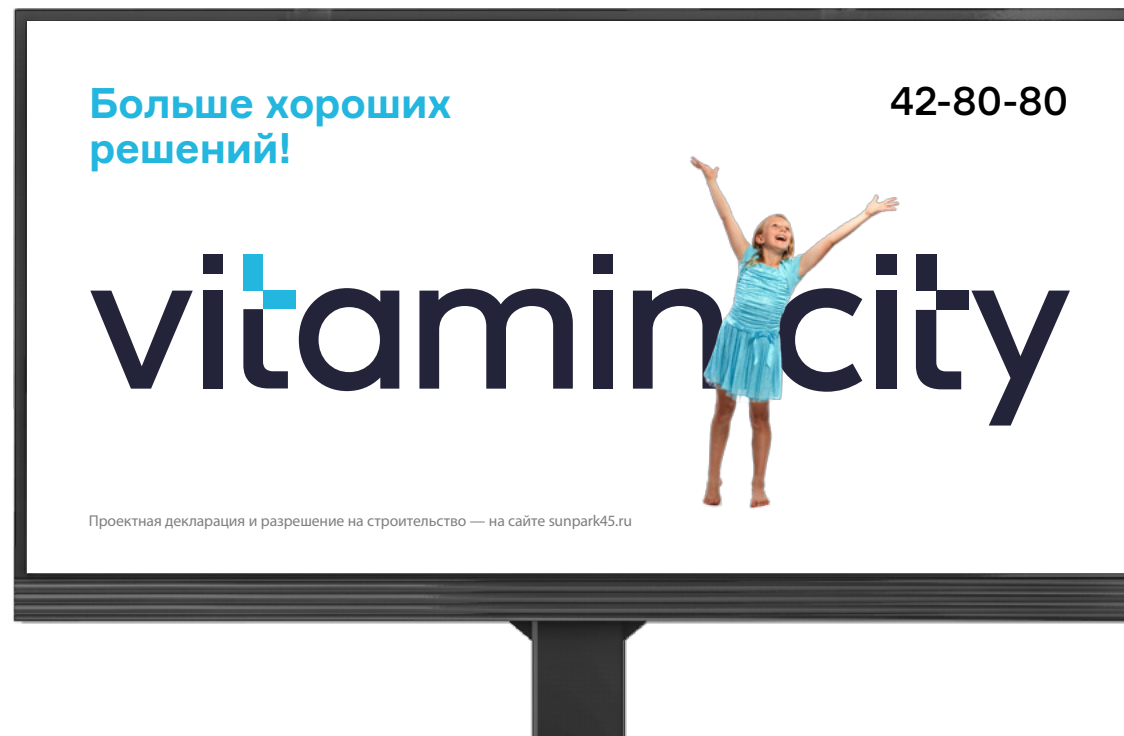
Перечисляем преимущества проектов через знаки «+» и «=», показывая формулу счастливой жизни.





«+1» — значит «больше»

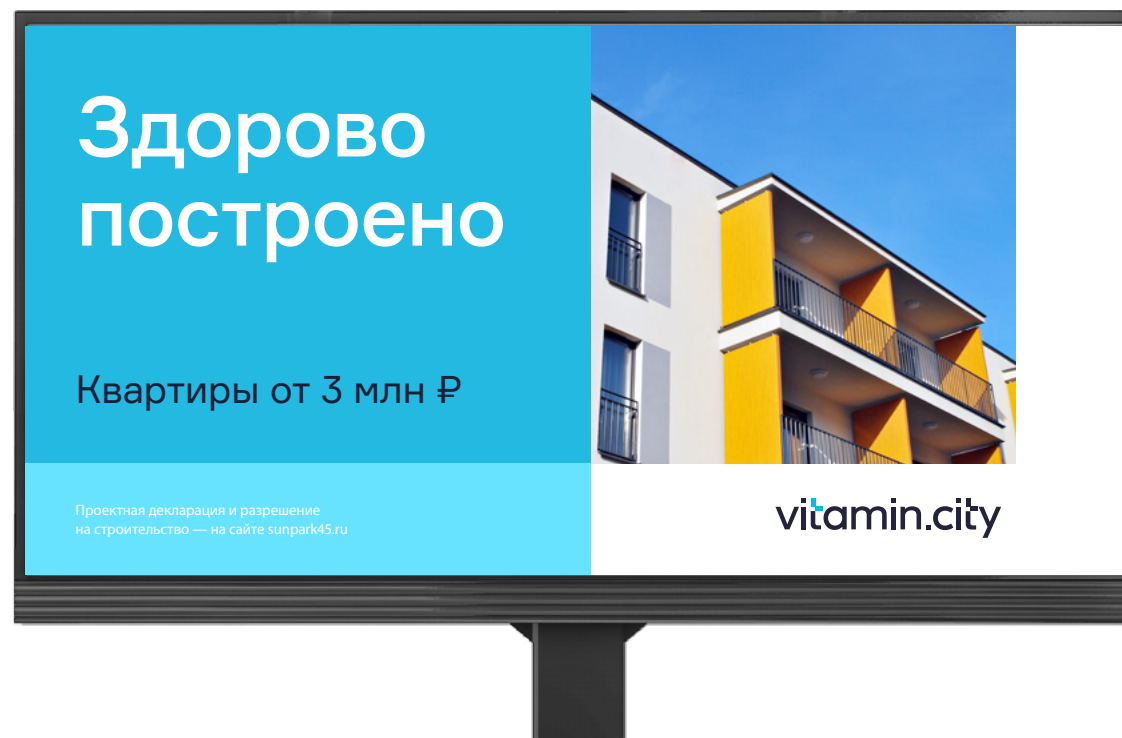
Плюс — знак увеличения, прибавления.
Поэтому в слоганах можно использовать
и обыгрывать слово «больше».





Отсылка к счастью и пользе

Отсылки к счастью в слоганах переключаются с миссией девелопера. К пользе — с неймингом девелопера.





«+» и дизайн

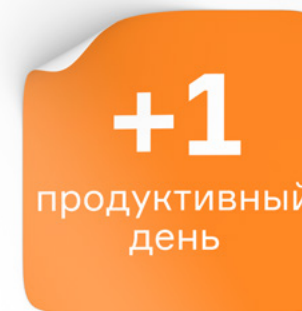
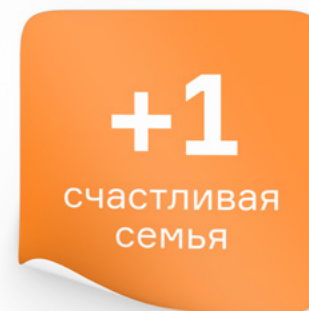
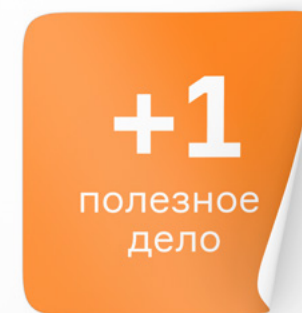
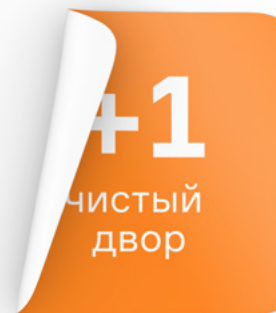
В некоторых макетах «+» можно использовать как самостоятельный графический элемент, вокруг которого строится композиция.





Философия внутренней коммуникации

+1 DEVELOPMENT — философия малых дел для больших достижений





Принципы внутренней коммуникации

Поощрение сотрудников

Мотивация сотрудников и геймификация опыта. За достижение планов/целей сотрудники получают бонусные баллы. Формируется общий рейтинг сотрудников для поощрения и премирования.

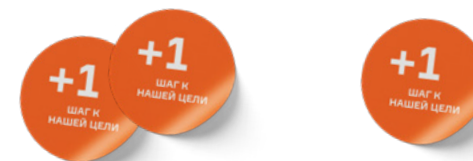
Иван



Александр



Екатерина





Формулы успеха

Тезисы о работе компании. Доносят принципы сотрудников. Используются в интерьерах/полиграфии компании, внутреннем SMM.

Примеры: «Внимание» + «забота»,
«креативность» + «исполнительность» и пр.





+1 шаг к нашей цели

Стикерпак для неформальной коммуникации. Физический (наклейки) и цифровой (стикеры для TG и WA). Говорит о результатах нашей работы.





«+» в дизайне

Использование темы плюсов в оформлении пространства: неоновые светильники, подушки, кресла в офисах продаж, пуфики, мягкие игрушки, часы и пр.





1

Логотип — основополагающий элемент фирменного стиля, отвечающий за узнавание и запоминание бренда потребителем.

Он представляет собой уникальное текстовое начертание, которое сочетает в себе графический знак.

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

ЛОГОТИП



1.1

Правила использования логотипа

основная версия с дескриптором

Оригинальный логотип

vitamin
+1 девелопмент

Одноцветная версия логотипа используется только в случае, когда нет возможности использования другой версии логотипа.

Логотип на светлом фоне

vitamin
+1 девелопмент

vitamin
+1 девелопмент

Логотип на темном фоне

vitamin
+1 девелопмент

vitamin
+1 девелопмент



1.2

Поле безопасности логотипа

основная 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 высоте буквы А.

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

Рекомендуемое поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



a = x



1.3

Минимальный размер основная версия с дескриптором

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.

Данное поле безопасности применяется для всех версий логотипа

Минимальная ширина логотипа с дескриптором



Минимальная ширина логотипа с дескриптором для цифровой среды





1.4

Правила использования логотипа

основная версия без дескриптора

Рекомендуется использовать версию логотипа в случаях, когда однозначно понятен контекст и товарная категория в макете. Например, когда в посыле присутствуют слова «Квартиры», «Квартал», «Дом» и т. п. Либо когда логотип размещается на поверхности или объекте, относящемся к строительству, продажам недвижимости: офис продаж, забор, вывеска, навигация и пр.



vitamin



1.5

Правила использования логотипа

основная версия без дескриптора

Оригинальный логотип

Логотип на светлом фоне

Одноцветная версия логотипа используется только в случае, когда нет возможности использования другой версии логотипа.

Логотип на темном фоне



1.6

Правила использования логотипа

основная версия без дескриптора

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 высоте буквы А.

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

Рекомендуемое поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



a = x



1.7

Минимальный размер основная версия без дескриптора

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.

Данное поле безопасности
применяется для всех
версий логотипа

Минимальная
ширина логотипа



Минимальная
ширина логотипа
для цифровой среды





1.8

Правила использования логотипа дополнительная версия

Рекомендуется использовать версию логотипа в случаях, когда особенно важно направить аудиторию на сайт. Например, в листовках, буклетах, отдельных носителях наружной рекламы.

vitamin.city



1.9

Правила использования логотипа дополнительная версия

Оригинальный
логотип

vitamin.city

Логотип
на светлом фоне

vitamin.city

vitamin.city

Одноцветная версия логотипа
используется только в случае,
когда нет возможности
использования другой
версии логотипа.

Логотип
на темном фоне

vitamin.city

vitamin.city



1.10

Поле безопасности логотипа

дополнительная 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 высоте буквы А.

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

Рекомендуемое поле безопасности



Ситуационное поле безопасности



a = x



1.11

Минимальный размер дополнительная версия

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.

Данное поле безопасности
применяется для всех
версий логотипа

Минимальная
ширина логотипа

vitamin.city



28 мм

Минимальная
ширина логотипа
для цифровой среды

vitamin.city



150 px

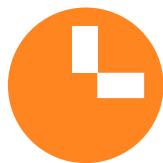


1.12

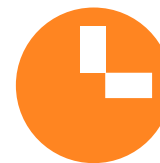
Фирменный знак

Фирменный знак может использоваться без текстовой части для оформления сувенирной продукции, в цифровой среде и прочих случаях, когда указание названия является необязательным. Одновременное использование знака и логотипа на одном носителе не допускается.

Фирменный знак



Пример анимации фирменного знака





2

Основной цвет бренда — ярко-оранжевый. Он используется в качестве фона и как главный цвет фирменного знака.

Второй основной цвет — кобальтово-синий. Используется как главный цвет логотипа, а также для набора текстовых сообщений и цвета дополнительных элементов.

В полиграфии приоритетной является палитра красок Pantone.

цветовая палитра



2.1

Основные цвета

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

RGB 35 36 58
Web #23243A
Pantone 276

RGB 255 132 33
Web #FF8421
Pantone 716



2.2

Дополнительные цвета

Дополнительные цвета используются для оформления элементов фирменной графики и дополнительных элементов дизайна (фон, плашки и пр.).

RGB 0 217 81
Web #00D951
Pantone 2421

RGB 153 240 185
Web #99F0B9
Pantone 353

RGB 255 184 79
Web #FFB27A
Pantone 136

RGB 35 185 225
Web #23B9E1
Pantone 2995

RGB 103 227 255
Web #67E3FF
Pantone 2975



3

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

Для всех видов коммуникаций используется шрифт Formular.

Formular — современный геометричный гротеск. Шрифт поддерживает большое количество языков, имеет дроби, табличные числа и прочее.

фирменный шрифт



3.1

Фирменный шрифт Formular

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.

В случае если по техническим причинам использование корпоративного шрифта невозможно, допускается его замена на системный предустановленный шрифт Verdana

AaBbCc



3.2

Фирменный шрифт

Шрифт для заголовков

Formular Bold

Скачать шрифт

<https://www.myfonts.com/fonts/brownfox/formular?tab=individualStyles>

Шрифт для наборного текста

Formular Regular

Скачать шрифт

<https://www.myfonts.com/fonts/brownfox/formular?tab=individualStyles>

Web-шрифт

Шрифт для заголовков

Montserrat Bold

Шрифт для наборного текста

Montserrat Regular

Стандартный шрифт на ПК

Шрифт для заголовков

Verdana Bold

Шрифт для наборного текста

Verdana Regular

Здорово построено

Здорово построено

Здорово построено

Здорово построено

Здорово построено

Здорово построено



4

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

Основной принцип в графическом мотиве — это стилизованный вид плюса, который акцентирует внимание на главном.

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

фирменная графика



4.1

Внимание на главном

Допустимо свободное использование знака, как дополнительного элемента в фотографии.

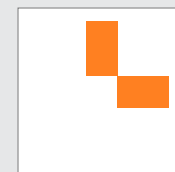
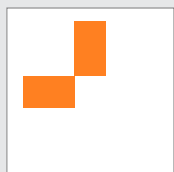




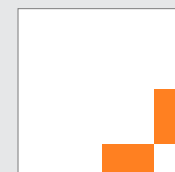
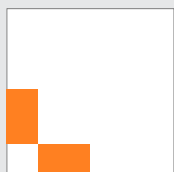
4.2

Принцип компоновки фирменного знака

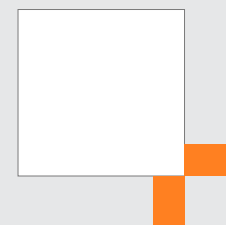
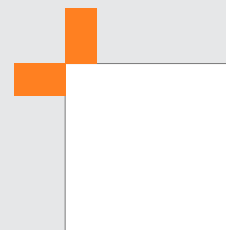
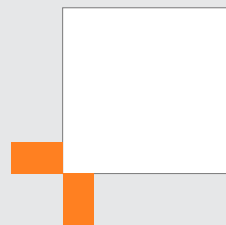
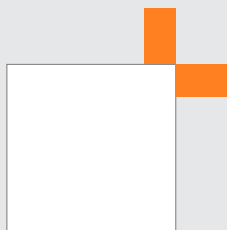
По центру



По углам



За плоскостью

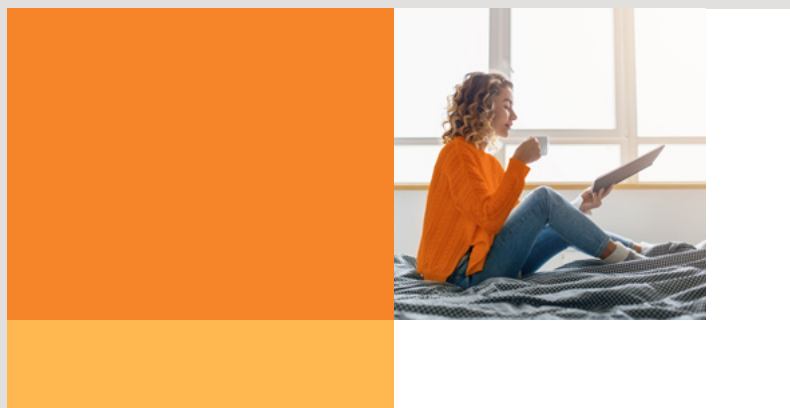




4.3

Геометричный принцип

Принцип образуется из фирменного знака и развивает его концепцию. Допускается использование в различных вариациях.





4.4

Фирменные иконки

Используются для оформления любых коммуникаций и элементов навигации.

Иконки должны быть построены по общему принципу детализации и соответствовать общему графическому стилю.





5

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).

ФОТОСТИЛЬ



Легкое размытие
фона

Естественные
позы и эмоции

Фотографии должны соответствовать правилам:

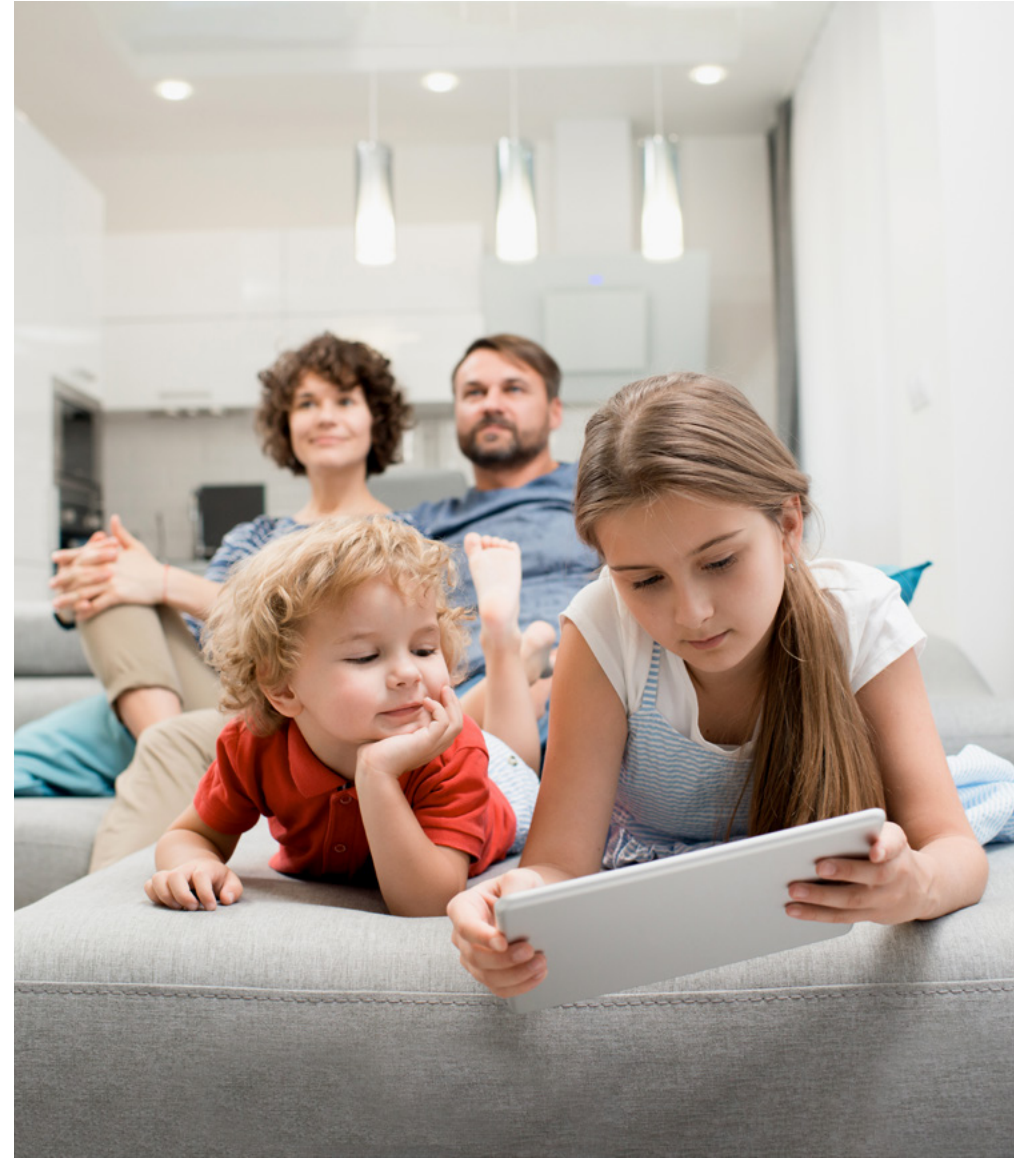
- фотографии без сильных засветов и бликов от солнечных лучей
- допускается легкое размытие фона для увеличения акцента на людях
- естественные позы
- естественное выражение лица (естественные эмоции)
- одежда моделей фирменных (или близких к ним) цветов
- модели стоят на естественном фоне, естественная одежда, поза, дневной свет

Фотографии, созданные в соответствии с фотостилем, кадрируются для использования на носителях разного формата, а также для акцента на человеке (или объекте).



Одежда моделей
фирменных цветов







5.1

Рекомендации по фотокоррекции изображений

Рекомендуем использовать фотографии данного типа только для публикаций в социальных сетях

БЫЛО

Ретушь лишних элементов на фасаде



Ретушь несовершенства окружения

СТАЛО



Цветокоррекция. Цвета свежие и натуральные. Освещение и цвет неба приятны глазу.

Важно сохранить естественный цвет зданий, неба, растений.



БЫЛО



СТАЛО



Кадрирование
изображения

Цветокоррекция. Цвета свежие и натуральные.
Освещение и цвет неба приятны глазу.

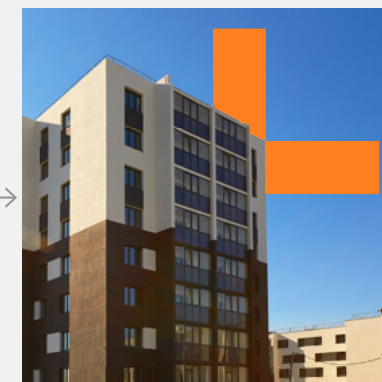
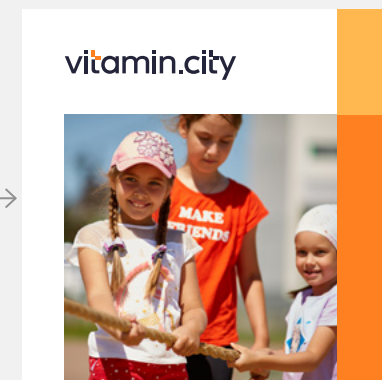


5.2

Пример использования фотографий в социальных сетях

Рекомендуется использовать фотографии, в которых присутствуют фирменные цвета (компании или проекта).

В фотосюжете должна быть поддержка геометричности фирменного стиля.





6

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

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

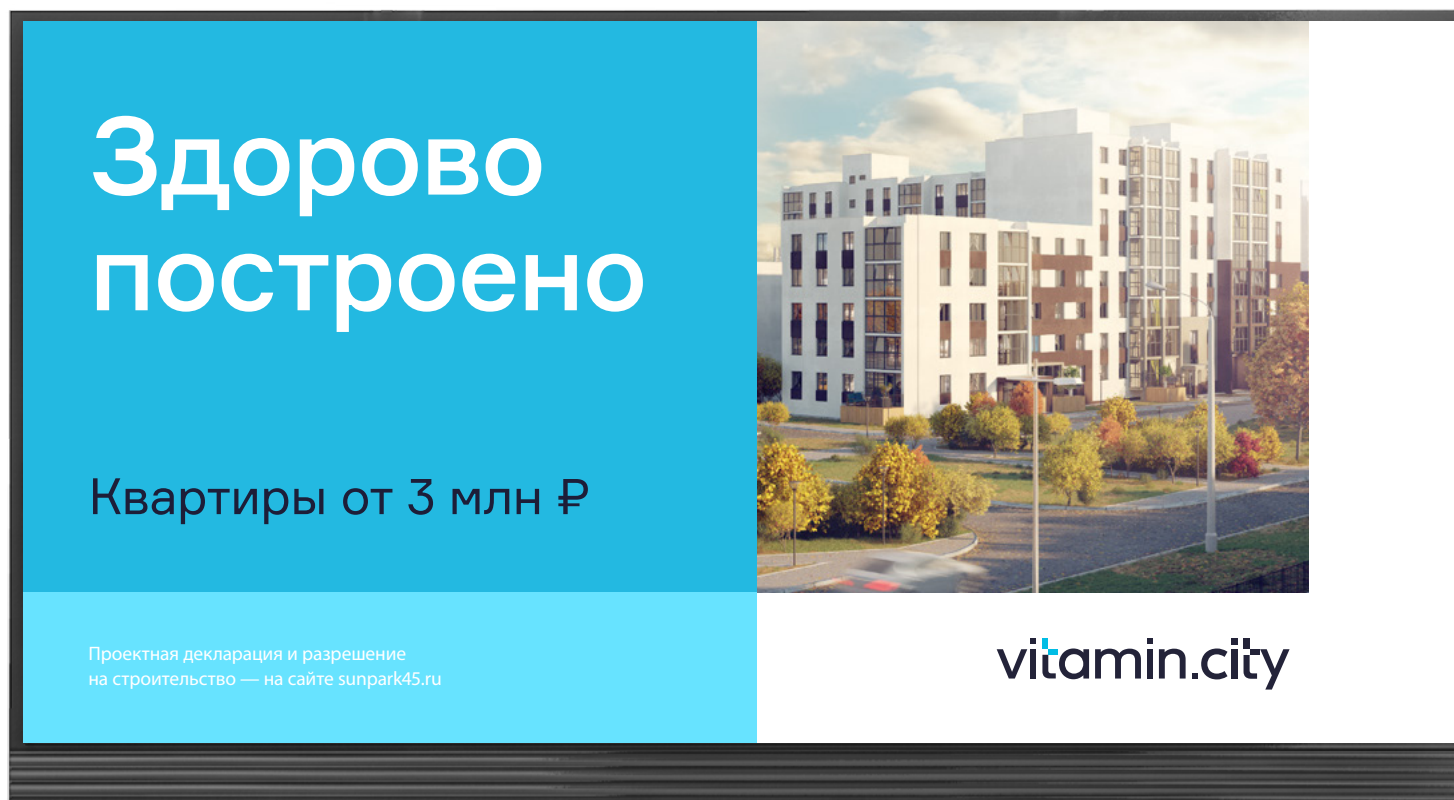
фирменные носители



Типовые макеты наружной рекламы

Ключевое
изображение

Ключевой
заголовок



Лигал

Графический
мотив

Логотип
проекта



Типовые макеты наружной рекламы

Ключевое
изображение

Логотип проекта —

Ключевой заголовок —

vitamin
+1 девелопмент

**Здорово
построено**

Квартиры от 3 млн ₽

42-80-80 vtmn.ru

Проектная декларация и разрешение
на строительство — на сайте sunpark45.ru

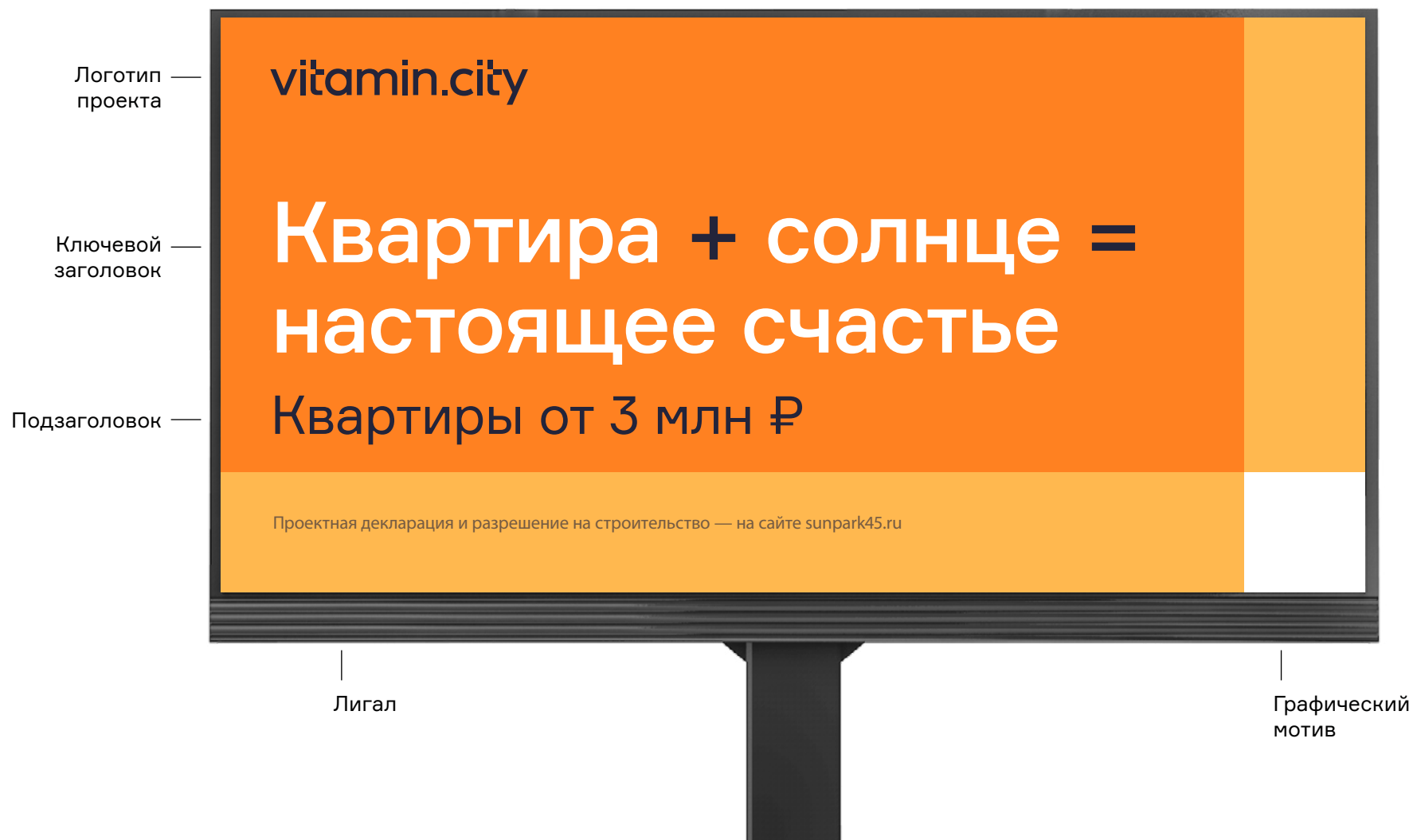
Телефон

Сайт

Лигал



Типовые макеты наружной рекламы





Типовые макеты наружной рекламы

Логотип проекта — **vitamin**
+1 девелопмент

Ключевой заголовок — **Квартира + солнце =
настоящее счастье**

Подзаголовок — **Квартиры от 3 млн ₽**

42-80-80 vtmn.ru Проектная декларация и разрешение
на строительство — на сайте sunpark45.ru

Телефон | Сайт | Лигал



Макет наружной рекламы (тизер)

Ключевое
изображение

Телефон

Ключевой
заголовок

Больше хороших
решений!

42-80-80

Логотип
проекта

vitaminicity

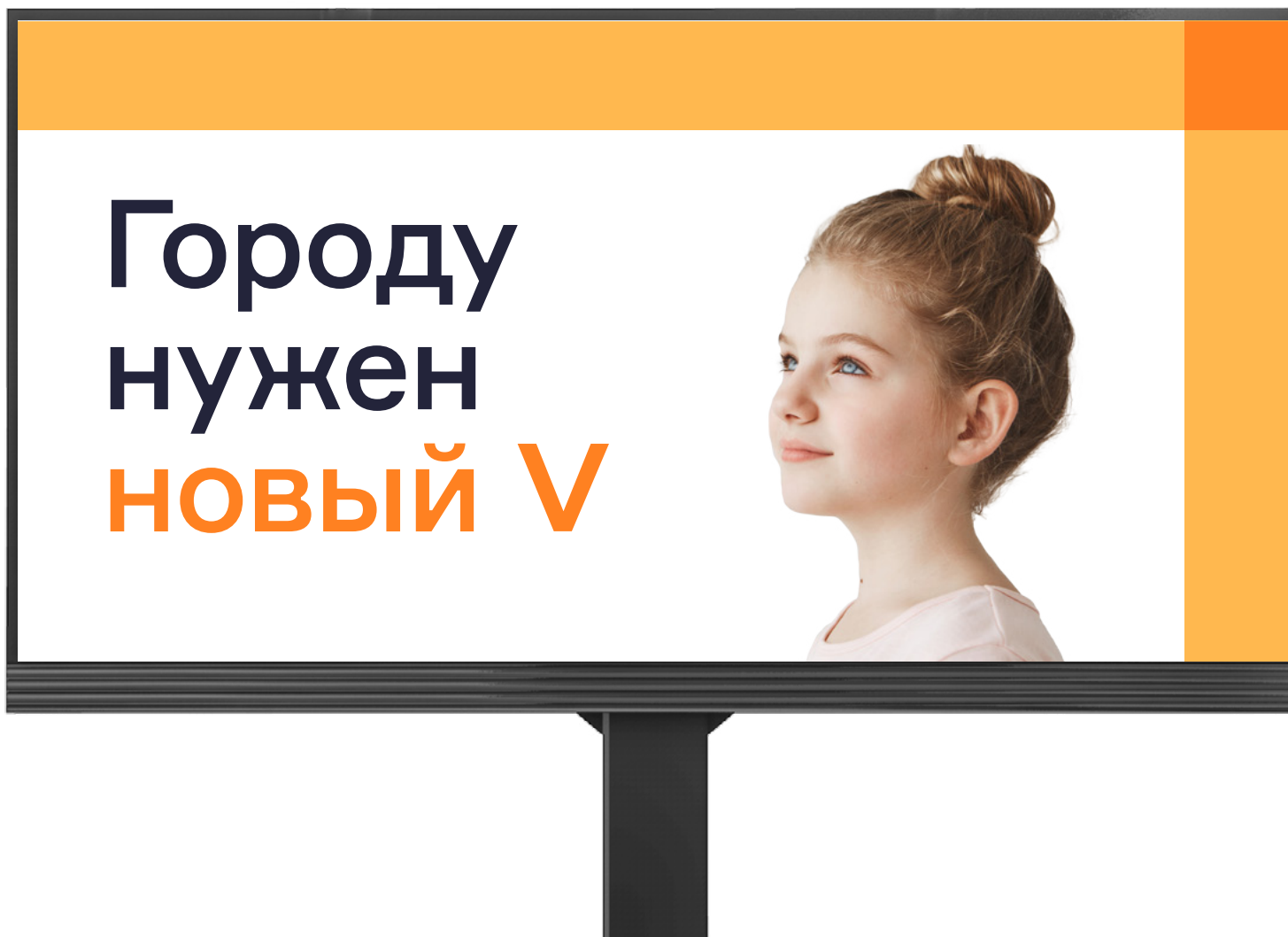


Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте sunpark45.ru

Лигал



Макет наружной рекламы (тизер)





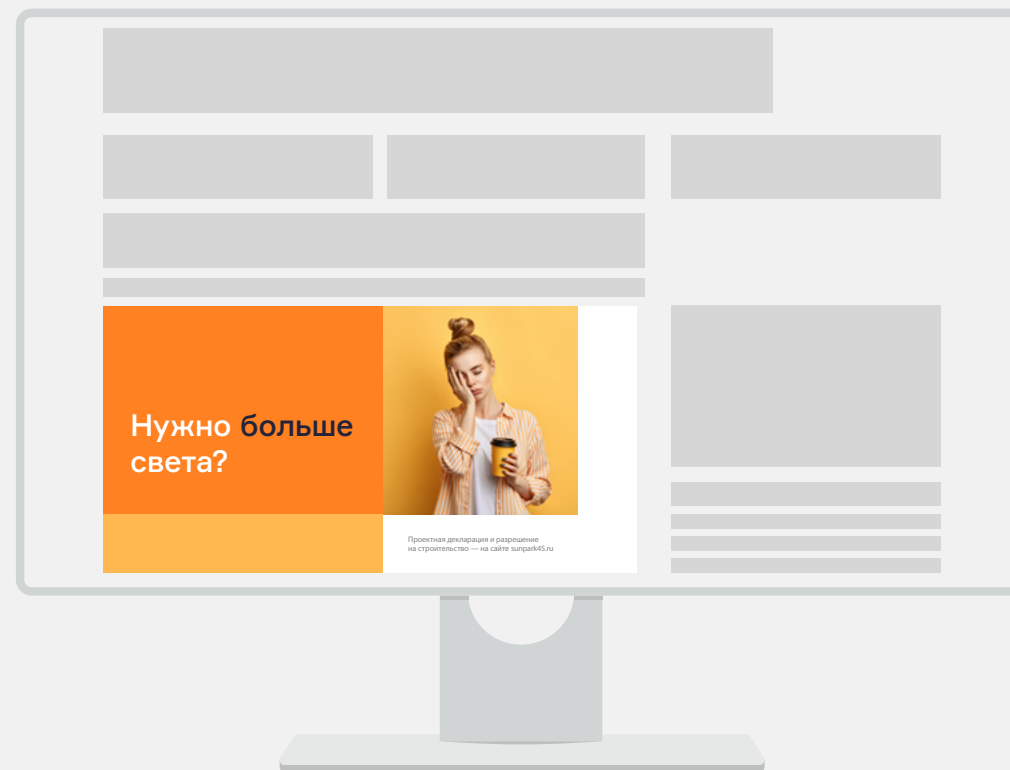
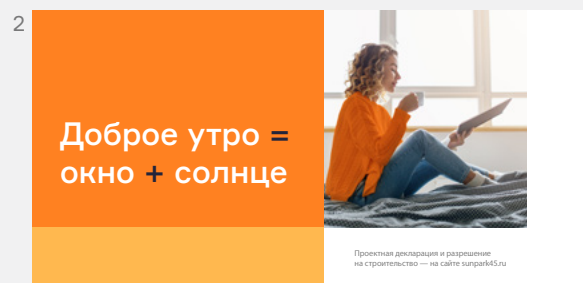
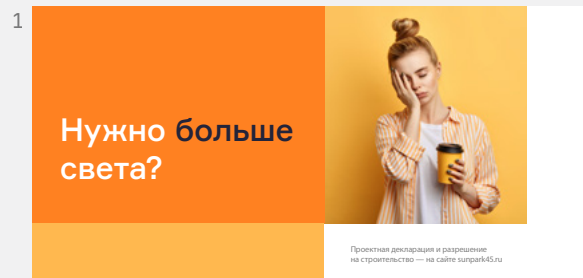
Сити-формат

Ключевой заголовок	<p>Солнце — в каждом!</p> <p>Квартиры от 2,45 млн ₽</p> <p><small>Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте vitamin45.ru</small></p> <p>vitamin.city</p>	Ключевой заголовок
Лигал	<p>vitamin +1 девелопмент</p> <p>Уютные квартиры в Кургане от 2,45 млн ₽</p> <p><small>Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте vitamin45.ru</small></p> <p>vtmn.ru 42-80-80</p> <p><small>Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте vitamin45.ru</small></p>	Лигал
Ключевое изображение	<p>Солнце — в каждом!</p> <p>Квартиры от 2,45 млн ₽</p> <p><small>Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте vitamin45.ru</small></p> <p>vtmn.ru 42-80-80</p> <p>vitamin +1 девелопмент</p>	Ключевое изображение
Логотип	Телефон, сайт. Логотип	



Пример макетов интернет-баннеров

Веб-баннер, горизонтальный прямоугольный (раскадровка)

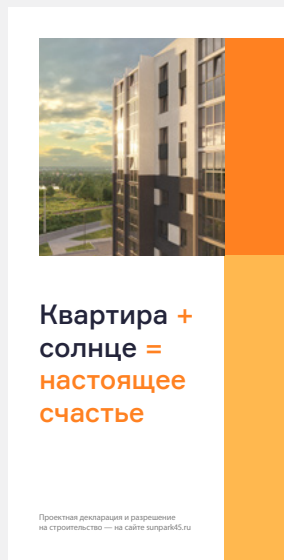




Пример макетов интернет-баннеров

Веб-баннер вертикальный, прямоугольный (раскадровка)

1



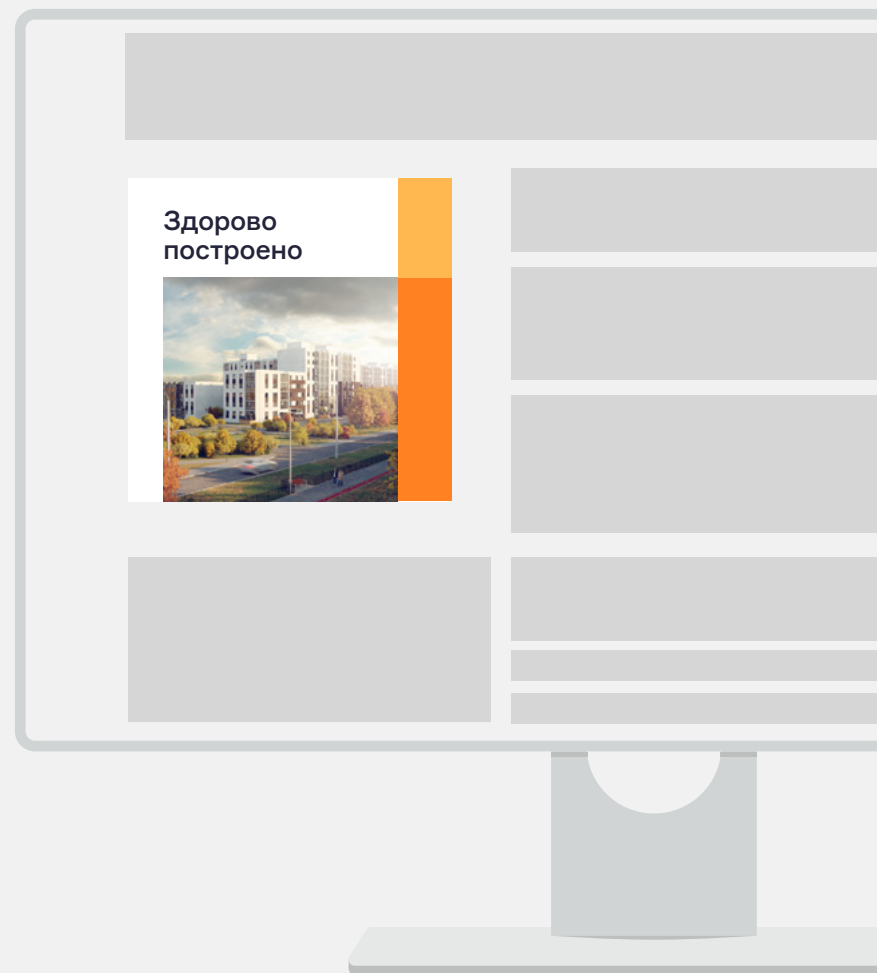
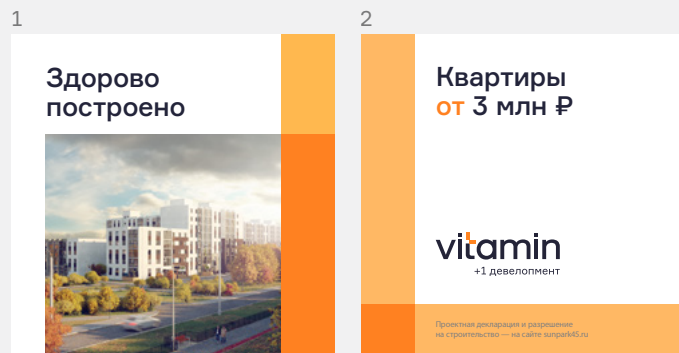
2





Пример макетов интернет-баннеров

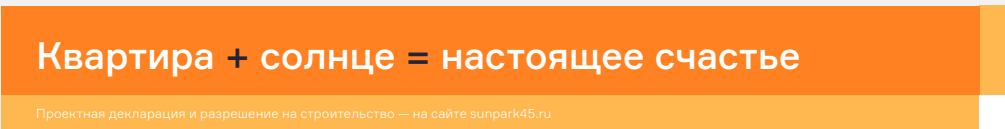
Веб-баннер квадратный (раскадровка)



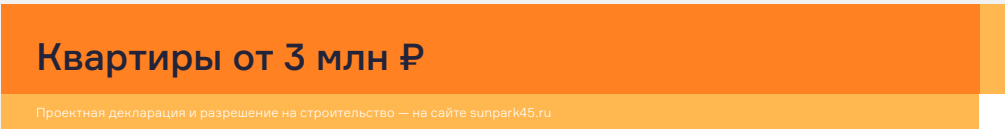


Пример макетов интернет-баннеров

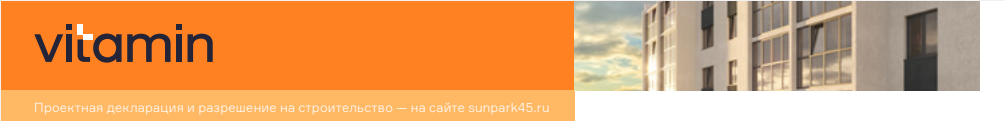
Веб-баннер горизонтальный, удлиненный (раскадровка)

- 1 

Квартира + солнце = настоящее счастье

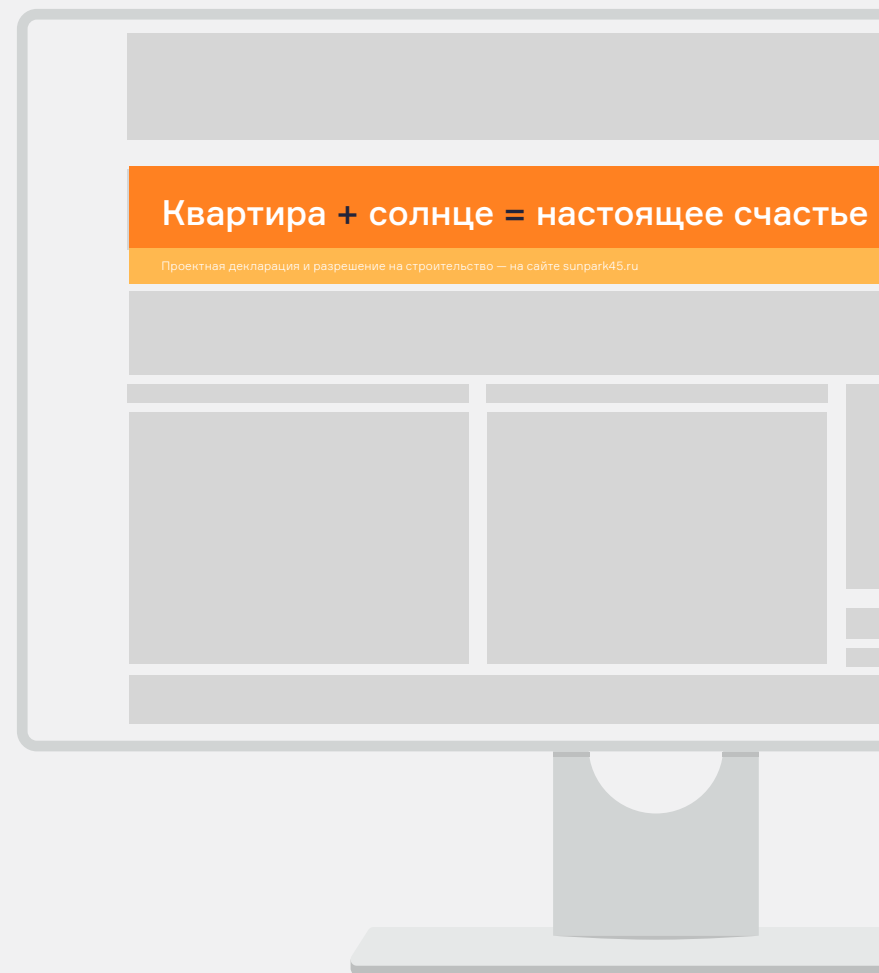
Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте sunpark45.ru
- 2 

Квартиры от 3 млн ₽

Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте sunpark45.ru
- 3 

vitamin

Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте sunpark45.ru



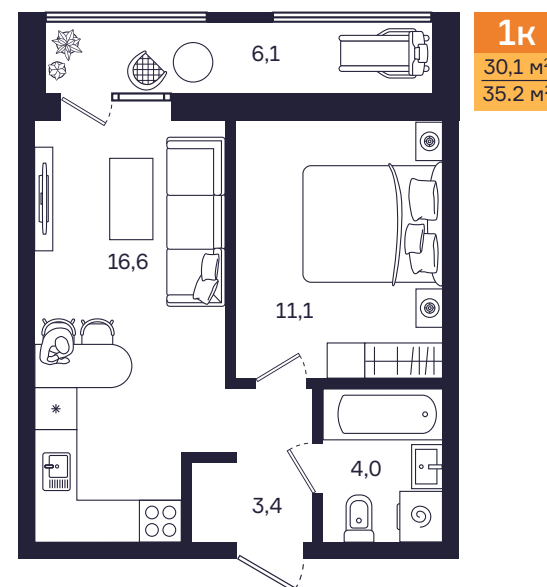
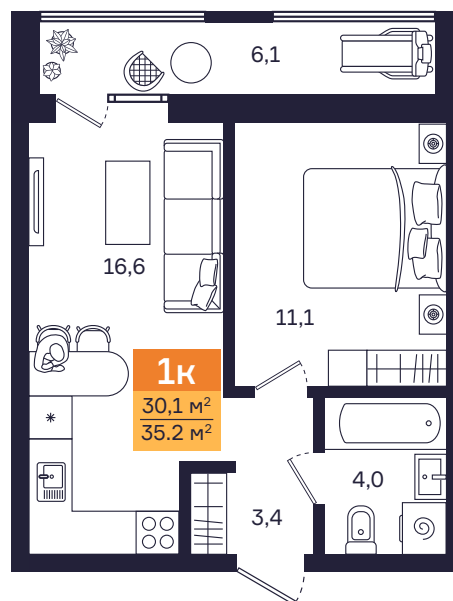


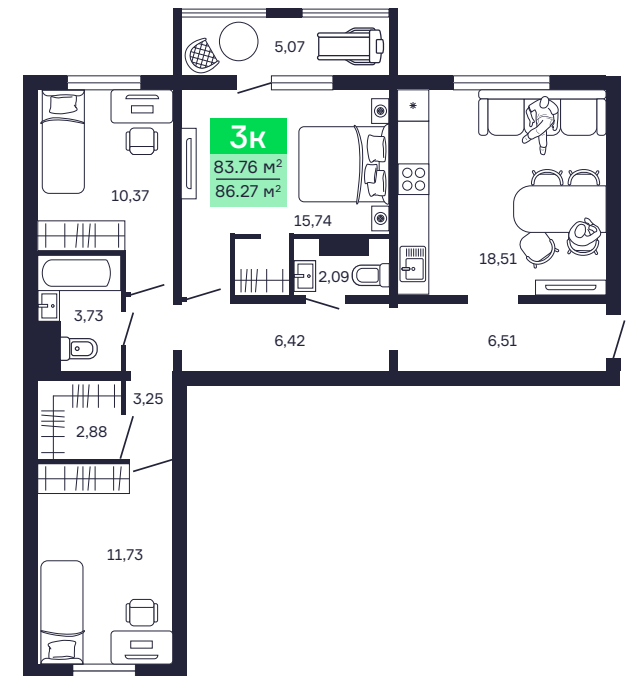
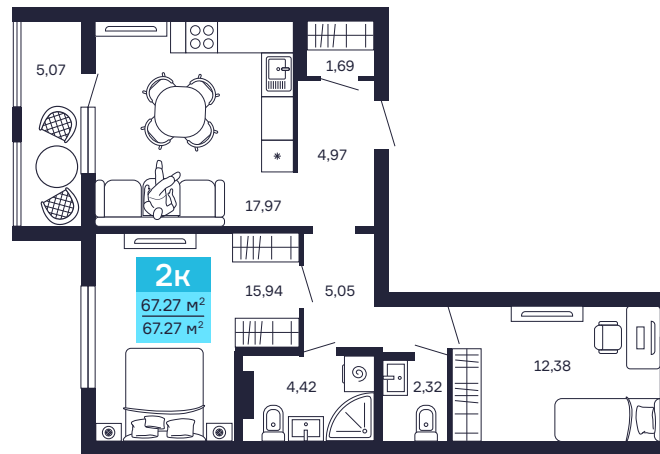
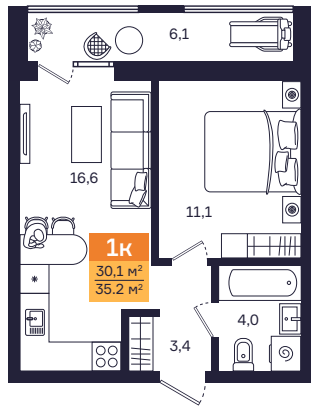
Стиль планировок

При оформлении планировок необходимо использовать фирменные сочетания цветов.

Подписи с типом комнаты и площадью размещаются в середине максимально крупного свободного пространства помещения.

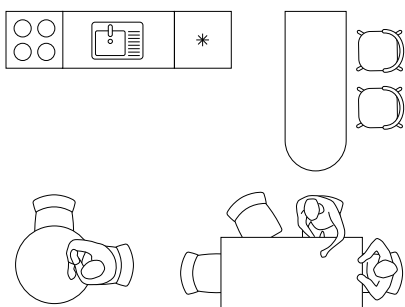
Рекомендуется использовать элементы графического мотива в оформлении планировок



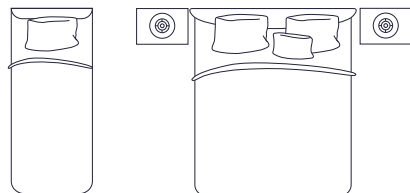




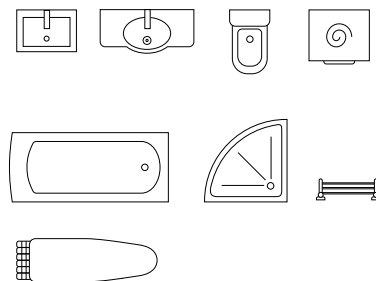
Кухня



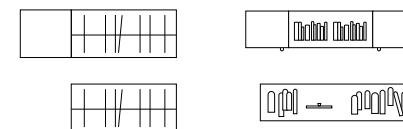
Спальня



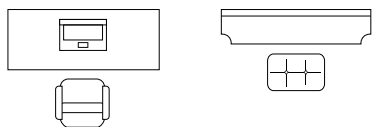
Санузел



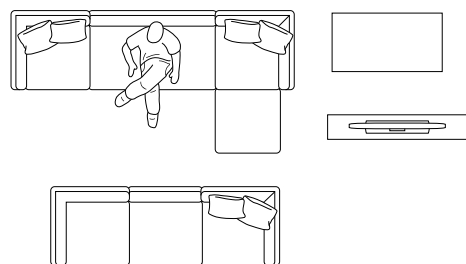
Шафы



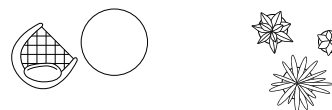
Хобби



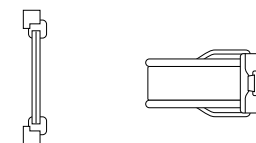
Гостиная



Лоджия



Тренажеры



Питомцы





Карточка квартиры

Генерируется в CRM-системе
или на сайте, может быть распечатана
на цветном принтере.

Место для логотипа ЖК

Квартира со спальней + кухней-гостиной

Площадь, м²	Цена, ₽
35,2	4 450 000

Дом	Этаж	Квартира
10	25	290

Преимущества:

- высокие потолки 3,2 м
- возможность заказа интерьера с расчетом стоимости материалов

Просторная квартира с панорамными окнами и видом на набережную.

Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте vitamin.city

Место для логотипа ЖК

Адрес объекта
г. Курган, ул. Константинопольская, 220а

Срок сдачи
4 квартал 2024

Контакты отдела продаж
г. Курган, ул. Константинопольская, 220а

Режим работы
Пн-Пт 09:00-19:00
Суббота 10:00-16:00

Телефон
(343) 330-09-09

Электронная почта
sales@vitamin.city

Для перехода на страницу квартиры на сайте

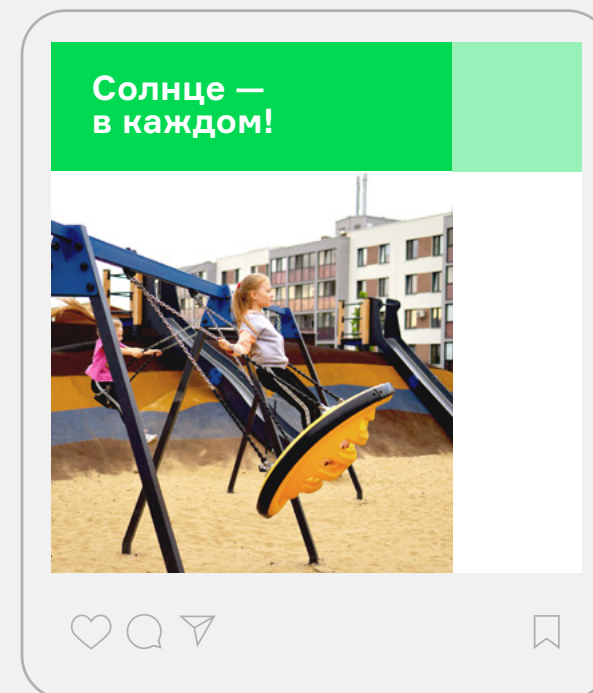
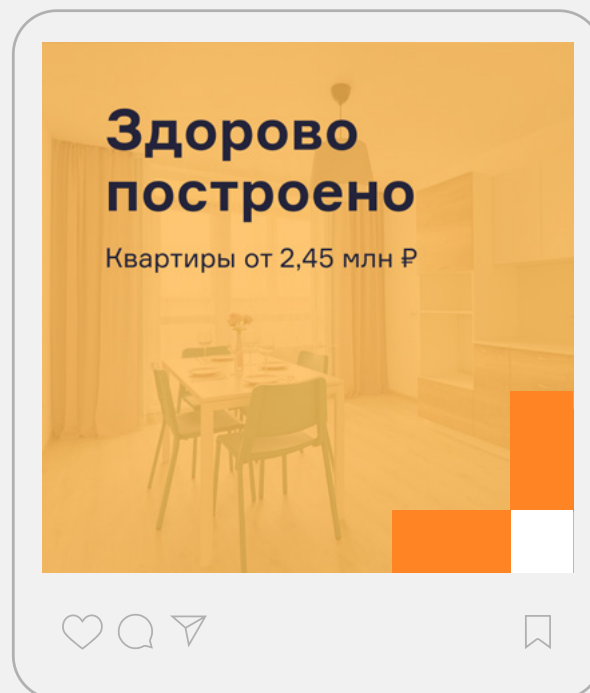
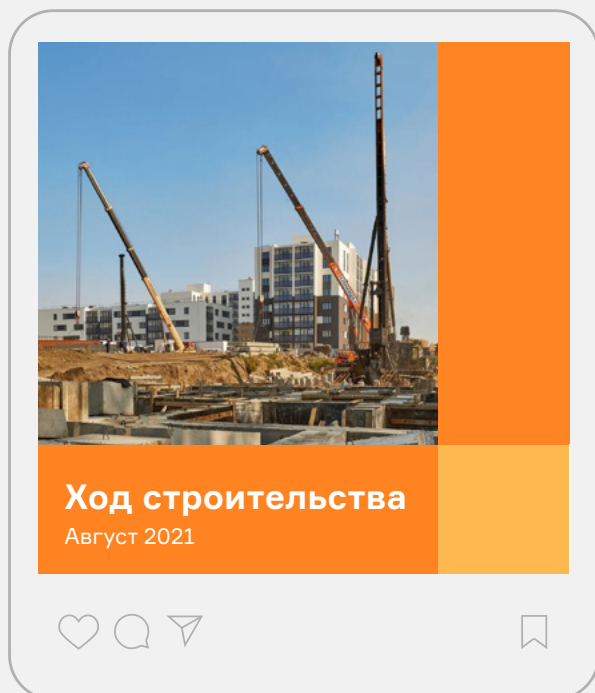
Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте vitamin.city



Шаблоны оформления социальных сетей

Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- ход строительства объекта
- текст + однотонный / затемненный фон
- текст + фото





Макеты оформления instagram

Userpic



Highlights



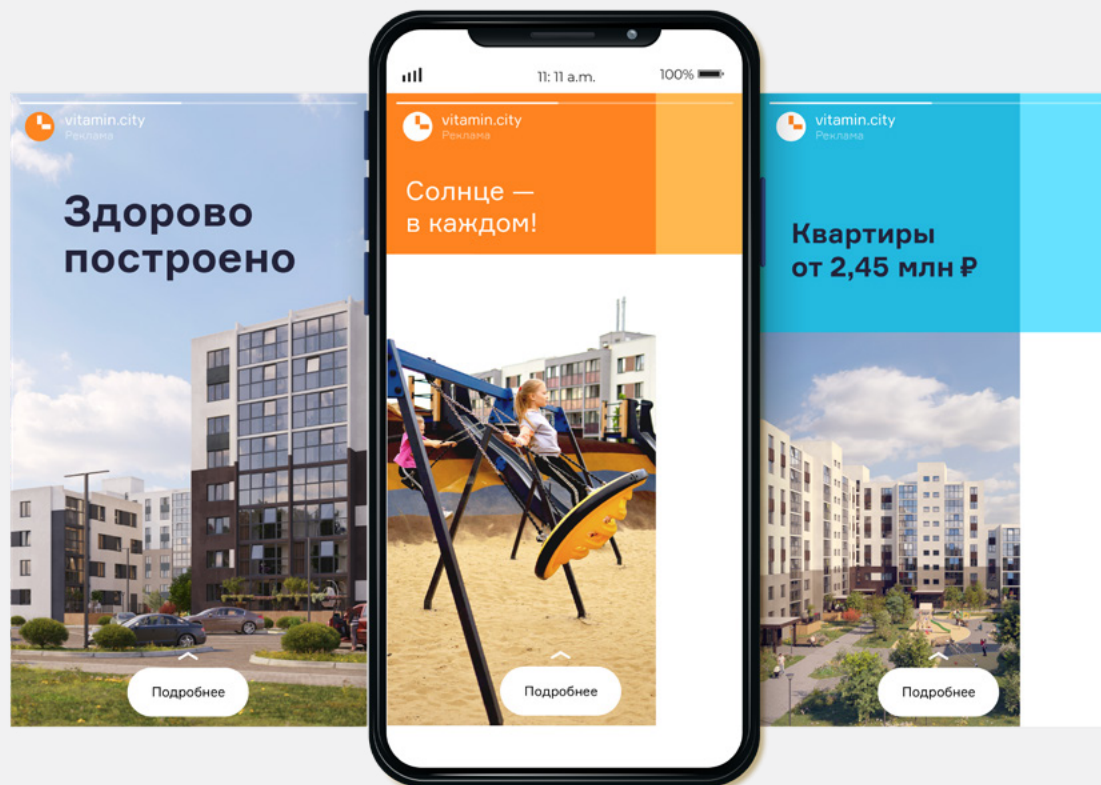
Отзывы



Объекты



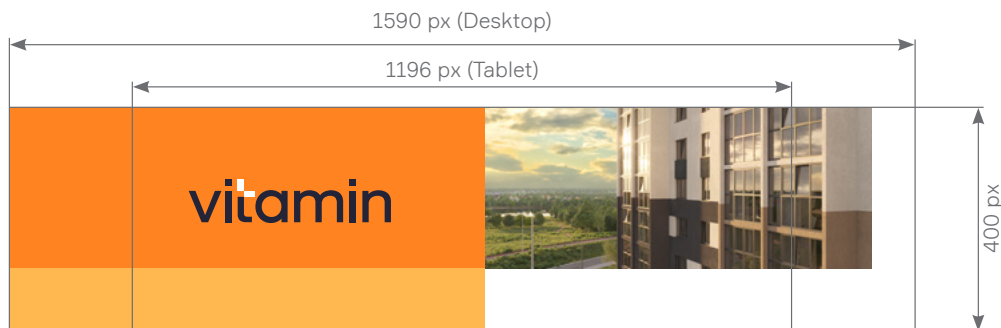
Планировки





Макеты оформления «ВКонтакте»

Размер обложки для сообщества или группы «ВКонтакте»



Если в обложке используется изображение, не содержащее объект недвижимости, используется версия логотипа с дескриптором «девелопмент».

Полный/развернутый вид обложки для мобильной версии



Userpic





Макеты оформления Facebook

Размер обложки для сообщества или группы Facebook



Userpic



Если в обложке используется изображение, не содержащее объект недвижимости, используется версия логотипа с дескриптором «девелопмент».



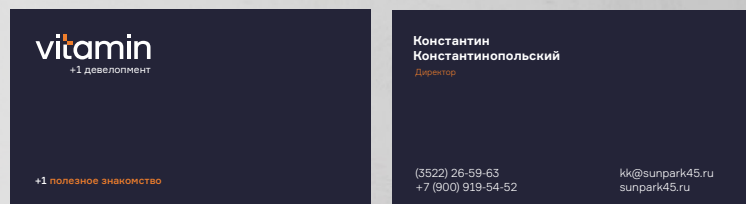
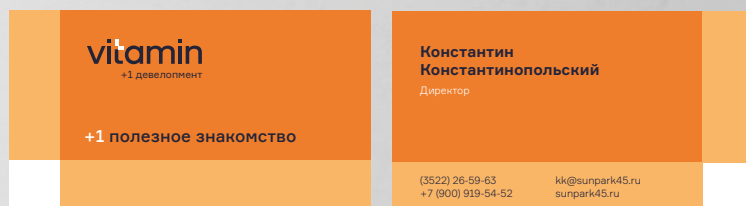
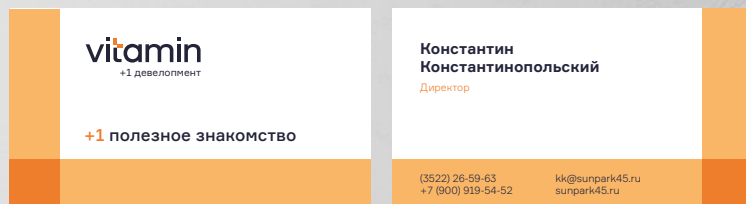
Визитки

Визитные карточки изготавливаются из плотной матовой бумаги 300 г/м².

Размер визиток: 90 x 50 мм.

Шрифт: Formular Regular.

Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 8 pt.

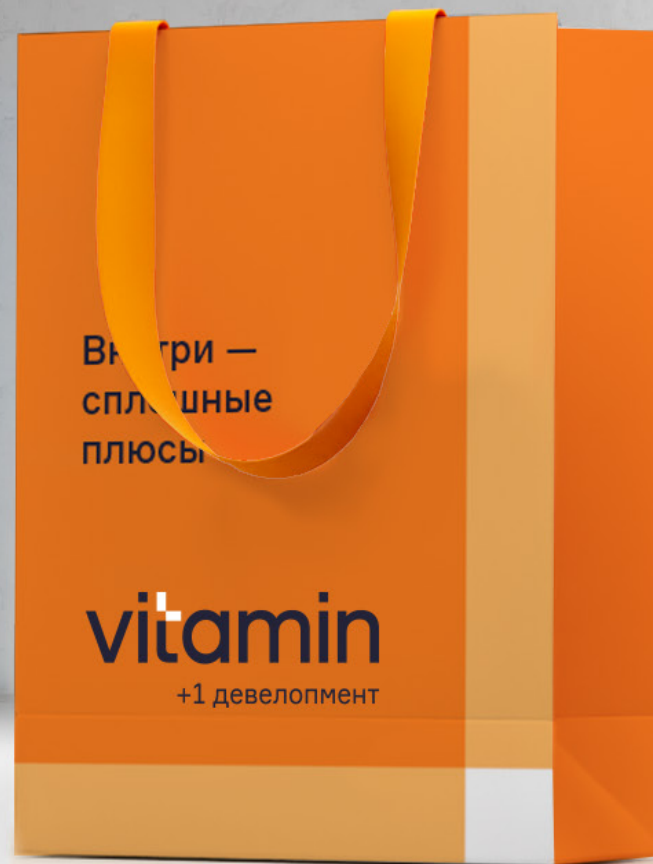
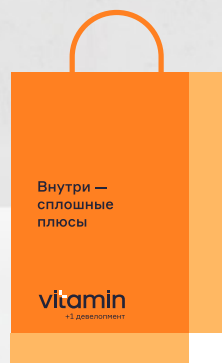




Пакет бумажный вертикальный

Формат: 250 x 350 x 70 мм

Мелованная бумага 130–170 г/м²,
офсетная печать 4 + 0,
матовая ламинация 32 мкм.



Внутри —
сплошные
плюсы

vitamin
+1 девелопмент

vitamin
+1 девелопмент



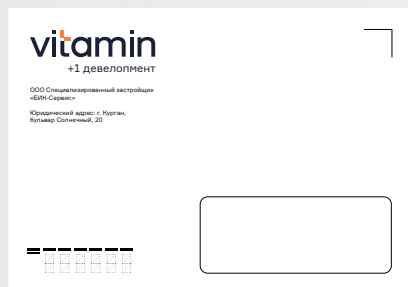
Конверт

Конверты представлены двух видов.

Типовые конверты могут использоваться для отправки корреспонденции клиентам и партнерам.



Евро
220 x 110 мм



C5
162 x 229



Бейдж на ленте

Бейдж на текстильной ленте используется для размещения именных карточек, пропусков, пластиковых карт.

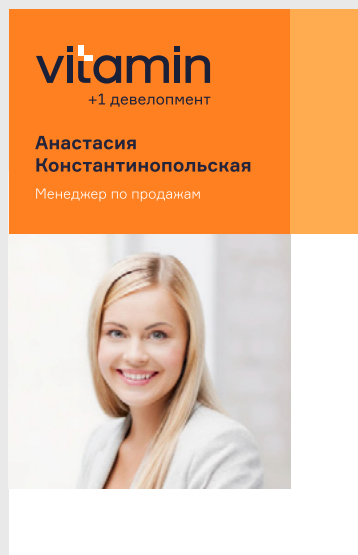
Тип бейджа: классический.

Тип крепления: лента.

Положение: вертикальное.

Длина вкладыша: 90 мм.

Ширина вкладыша: 60 мм.





Папка для документов

Папка изготавливается из плотного картона.

Формат: А4 (297 x 210 мм).

Нанесение: шелкография.

Вариант 1



Вариант 2



Стойка для POS-материалов

Стойка используется для распространения промоматериалов. При разработке дизайна обязательным является использование крупного логотипа, графического мотива, контактной и юридической информации.

Размер: 45 x 155 см.

Стойки в стиле компании используются для распространения информации о всех проектах вне зависимости от класса и типа проекта. Число и формат держателей для POS-материалов может меняться.





Печатная реклама

vitamin
+1 девелопмент

42-80-80
vitamin.city

Здорово построено
Квартиры от 2,45 млн ₽

1к	Квартира со спальней + кухней-гостиной	2к	Квартира со спальней + кухней-гостиной
Площадь, м² 35,2	Цена, ₽ 2 450 000	Площадь, м² 65,2	Цена, ₽ 4 450 000

Проектная декларация и подробнейше на сайте — supran45.ru

A4



vitamin
+1 девелопмент

Здорово построено

Квартиры от 2,45 млн ₽

1к Квартира со спальней
+ кухней-гостиной

Площадь, м²
35,2

Цена, ₽
2 450 000

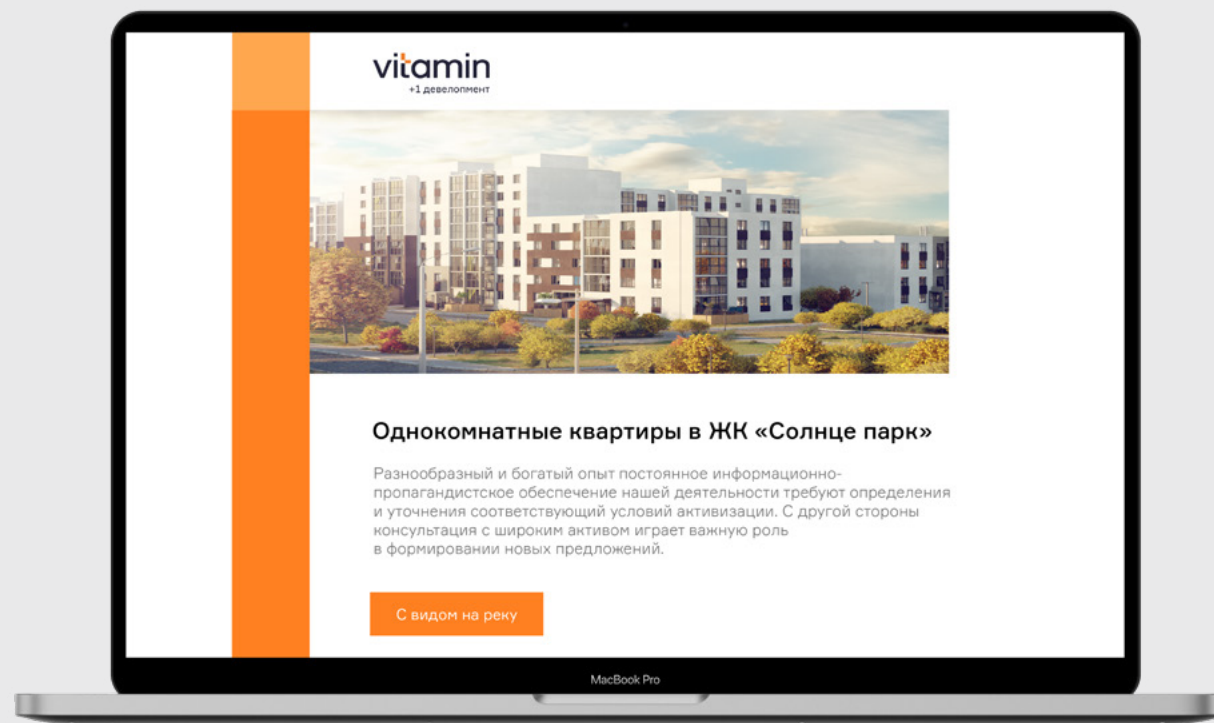
Проектная декларация и подробнейше на сайте — supran45.ru

42-80-80 vitamin.city

A5



Графический шаблон электронного письма





Типовой забор

Забор на строительной площадке оформляется с использованием модулей в стиле девелопера и жилого комплекса.

Стиль девелопера используется с целью формирования устойчивого образа компании среди широкой аудитории.

При оформлении модулей забора с текстами о преимуществах проекта используются фирменные элементы и цвета проектов.

Секции забора в фирменном стиле жилого комплекса:

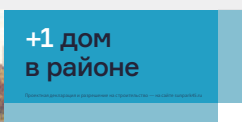
- Логотип девелопера
- Контактный блок
- Рендеры проекта
- Рекламный посыл
- Ключевое изображение

Секции забора крепятся на рамную конструкцию, которая дает возможность быстрой смены секции

Ключевое изображение



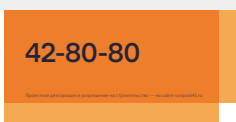
Рекламный посыл



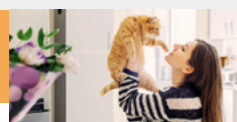
Логотип девелопера



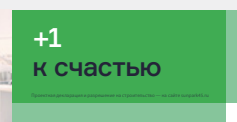
Контактный блок



Ключевое изображение



Рекламный посыл



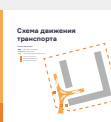
Рендер проекта



Паспорт объекта



Схема движения транспорта





minicity



42-80-80

Проектная декларация и разрешение на строительство — на сайте sunpark45.ru



vitamin

+1 девелопмент

Паспорт объекта

Жилой комплекс на Климова

Начало строительства: II кв. 2022 г.

Конец строительства: III кв. 2024 г.

Жилые дома с помещениями торгово-офисного назначения и наземной автостоянкой, расположенные по адресу: г. Мурманск, пр. Октябрь Мира, 35

Разрешение на строительство № 005-88-84-006-4534

Застройщик: ООО СЗ «В+1 Сервис»

Генеральный директор: Исаева А.П.

Телефон: +7 (907) 766 56 21

Технический заказчик: ООО «+1 Девелопмент»

Генеральный директор: Исаева А.П.

Телефон: +7 (907) 766 56 21



Каждое наполн

Проектная декларация и разрешение на ст



Паспорт объекта

Паспорт объекта содержит
обязательную по закону информацию.

Оформляется в соответствии
с фирменным стилем проекта.

Паспорт объекта размещается
у въезда на строительную площадку
и может быть как одной из секций
забора, так и отдельным элементом.

Паспорт объекта

Жилой комплекс на Климова

Жилые дома с помещениями торгово-офисного назначения
и наземной автостоянкой, расположенные по адресу
г. Курган, проспект Мира, 19.

Разрешение на строительство № 000548484300843574

Застройщик: ООО СЗ «БИК-Сервис»
Генеральный директор: Иванова А.П.
Телефон: +7 (907) 756 56 21

Технический заказчик: ООО «+1 Девелопмент»
Генеральный директор: Иванова А.П.

Начало строительства: II кв. 2022 г.
Конец строительства: III кв. 2024 г.



vitamin.city



Вертикальные флаги

Флаги изготавливаются из плотной ткани, устойчивой к влаге и порывам ветра. Флаги размещаются у офиса продаж, а также по периметру места строительства комплекса.

Рекомендуем использовать флаги с коленом сверху. Так флаги будут читабельны даже в безветренную погоду.





Основная вывеска

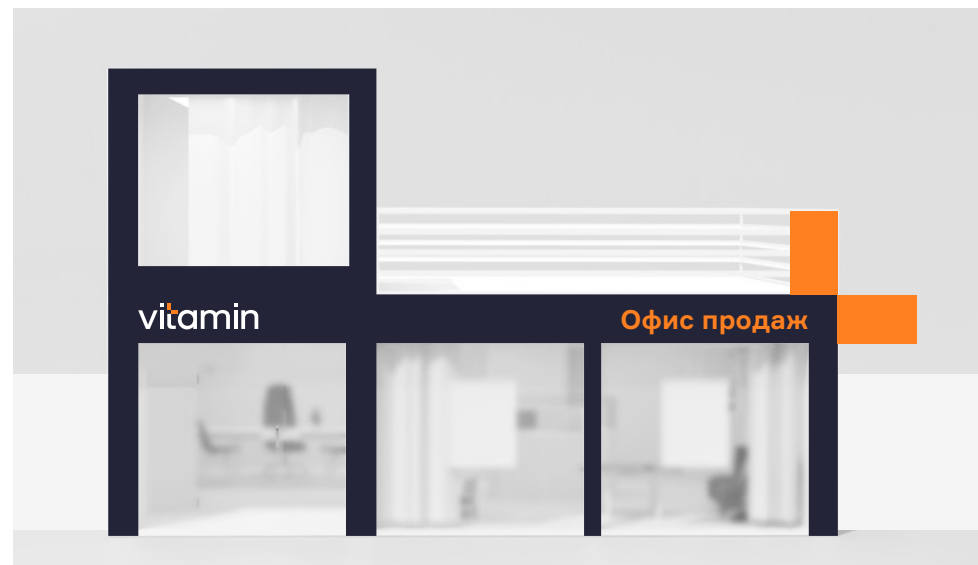
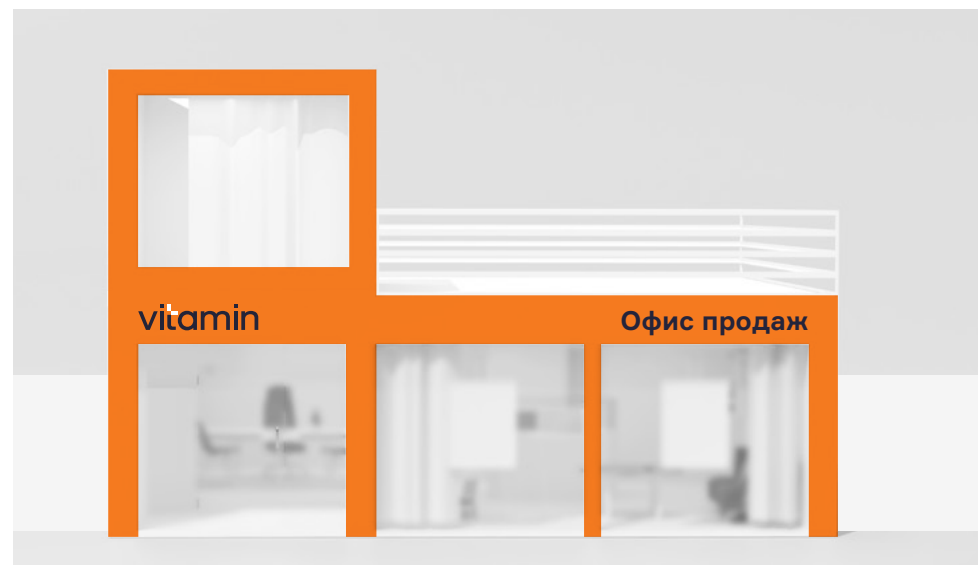
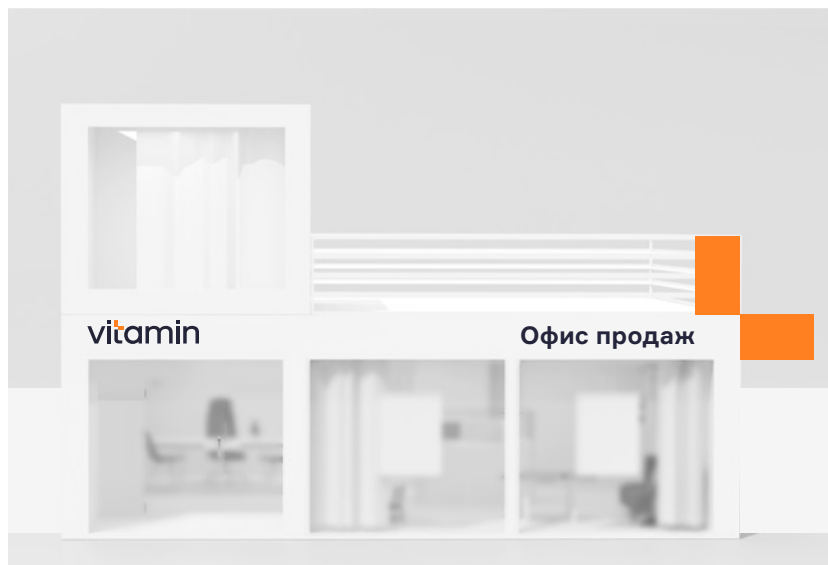
Отдельные объемные буквы
с подсветкой внутри.

Расстояние от стены — до 10 см.

Толщина букв — до 5 см.

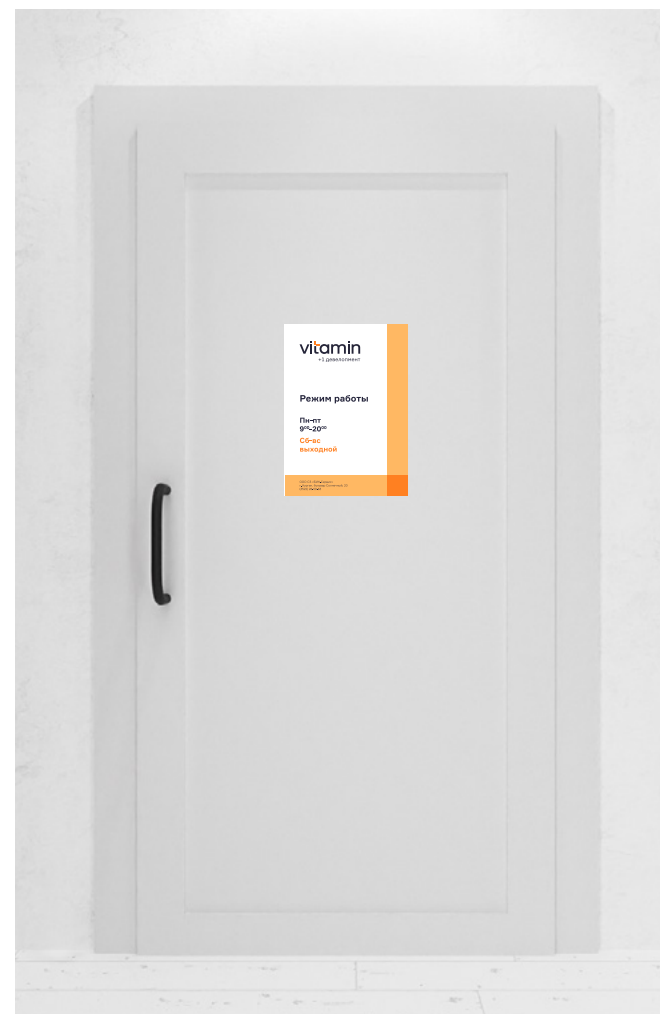
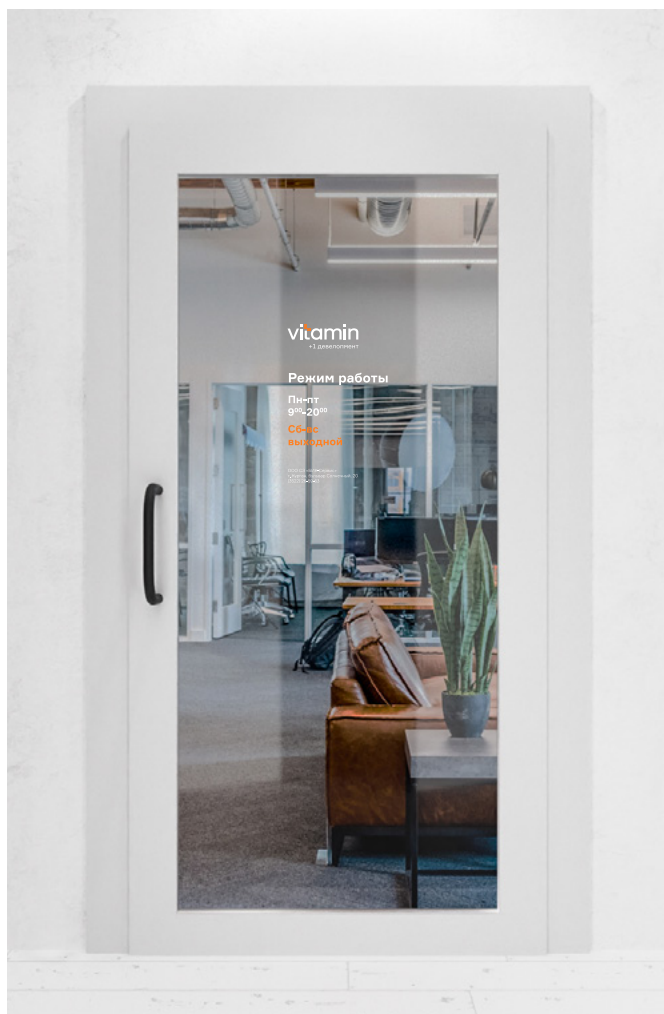
Материалы: металл, стекло, пластик.

За буквами виден фасад, количество цветов
и элементов конструкции вывески, мешающих
восприятию архитектурного облика здания,
отсутствуют или сведены к минимуму.





Табличка «Режим работы»





Навигационные стелы

Могут быть установлены на перекрестке.

Основная задача — создать понимание, где расположен офис продаж.





Навигационные таблички

Материал: плотный пластик
или металл с накатанной пленкой.

Желательно изготавливать и оборудовать
указатели с подсветкой.





Навигация в демоквартирах

Для лучшего ориентирования в демоквартирах и наглядной демонстрации преимуществ рекомендуется использовать навигационные таблички.

Таблички изготавливаются из плотного пластика. Поверхность — матовая.

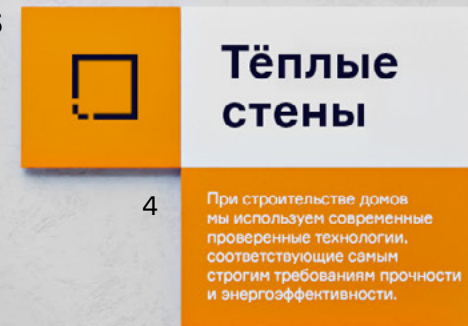
Типы табличек

1. Таблички с указателем: используются в случаях, когда крепление на сам объект невозможно (видеодомофон, выключатель и пр.).
2. Таблички с описанием планировок: размещаются на дверь при входе или напротив нее непосредственно внутри квартиры.
3. Таблички с указанием места: используются для обозначения отделки и материалов, когда возможно крепление непосредственно на саму поверхность или объект.
4. Таблички с дополнительным пояснением: крепятся рядом с основной табличкой.
5. Таблички с дополнительным изображением: крепятся рядом с основной табличкой.

1



3



2



5

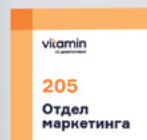




Таблички для кабинета

Возможно использование
отдельно от номера кабинета.

Материал: пластик и прозрачный
пластик с накатанной пленкой.

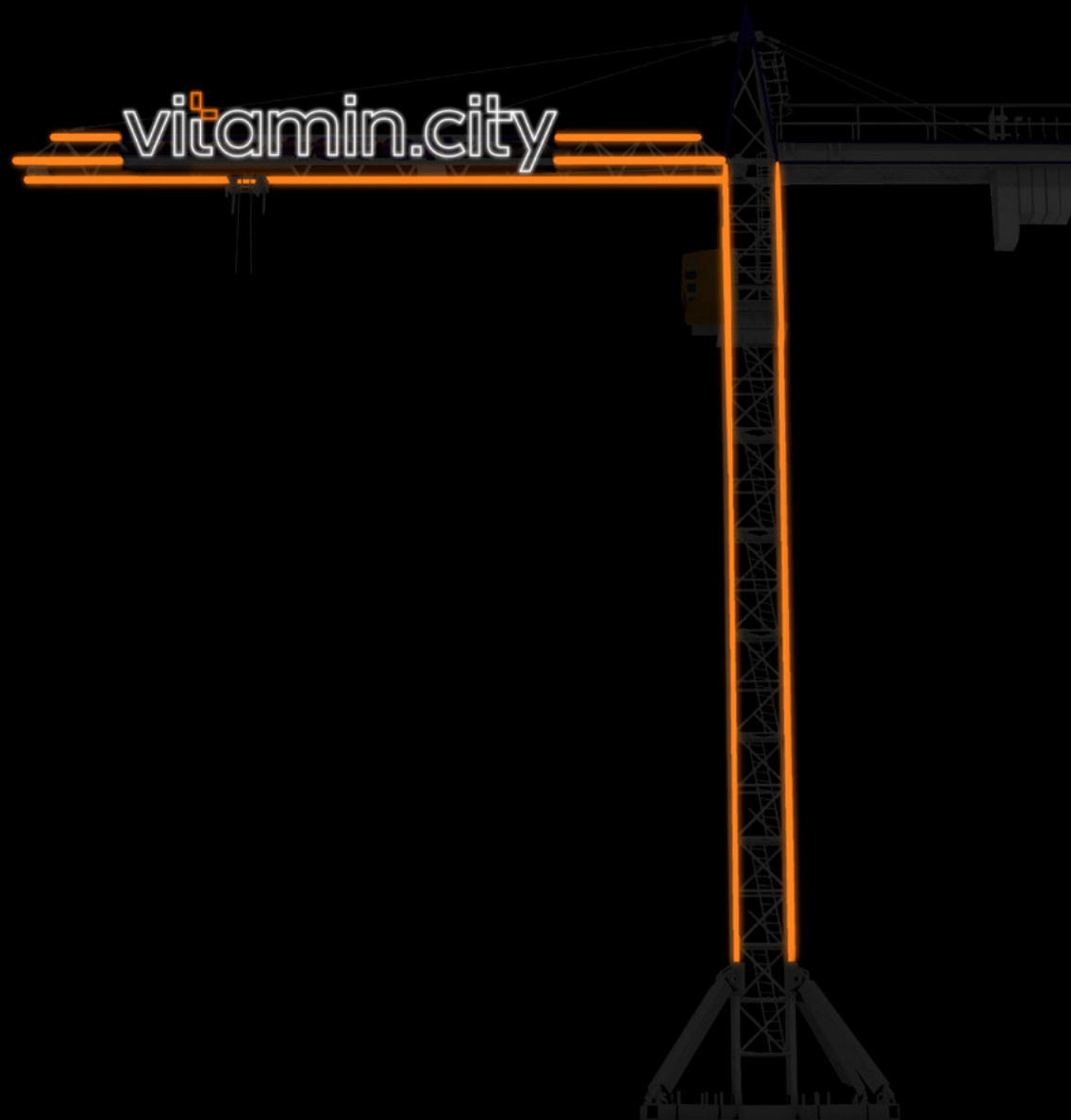




Оформление строительной техники

На башенных кранах размещаются световые буквы.

Рекомендуется контурная подсветка стрелы башенного крана.



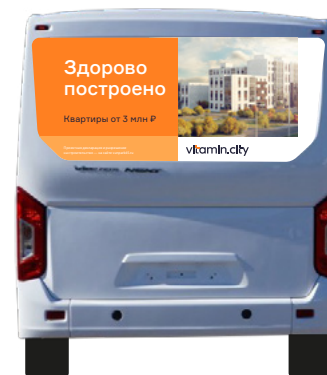
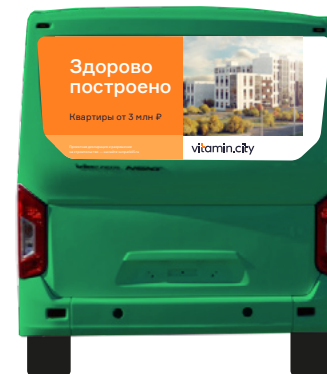


Оформление строительной техники

Рекомендуем выбирать строительную технику белого цвета, кабина красится в фирменный цвет с нанесением логотипа или фирменного знака.

Плоттерная резка.







Каска

Тип нанесения:
шелкотрафаретная печать.



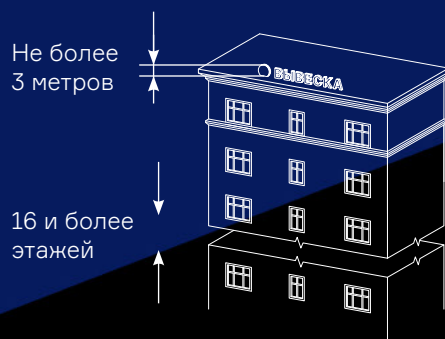


Бренд-модуль на крышу здания

Максимальная высота буквы — 3 метра при максимальной ширине 2 метра.

Основные материалы: светорассеивающий акрил, вспененный листовый ПВХ, внутренняя светодиодная подсветка, внутренний металлический каркас. Основой рекламной конструкции служит металлический каркас.

Размер крышной рекламы определяется числом этажей здания. Что касается максимальной длины (ширины) крышной рекламной конструкции, то она не должна превышать 80 % ширины фасада здания, на котором она установлена. А в случае если фасад здания длиной более 35 метров, то длина крышной конструкции не может превышать 50 % общей длины такого фасада.



DE Architecture
& branding

VISION