

# YUNIKA

Концепция  
визуальной  
идентификации

# Видение компании

Yunika, международная компания из Токио, существует с 1952г., имеет многолетний опыт в сфере недвижимости. В своей деятельности делает акцент на внедрение философии японского девелопмента не только в строительстве, но и в жизни.

## Наша миссия

Наша миссия строится на принципе Kyosei (共生) — жить и работать во имя общего блага. Это означает, что каждый сотрудник компании: от бухгалтера до проектировщика, от маркетолога до строителя — выстраивает свою работу ради удовлетворения потребностей жителей и локальных сообществ, стремясь улучшить не только себя, но и мир вокруг.

## Видение руководителя

Моя цель — изменяя города к лучшему, стать настолько успешным, чтобы легко делиться своим успехом с другими. Большая часть того, что я делаю — для людей. Видя результаты труда, я получаю настоящее удовольствие.

Мне важно быть эффективным и уметь достигать большего меньшими средствами. Для меня важно мнение моей команды, это помогает мне сформировать объективное видение происходящего для принятия правильных решений. Мне прежде всего важно жить в гармонии с собой. Чтобы достичь этого, я фокусируюсь на том, что имеет значение в будущем, твердо придерживаюсь своих убеждений - поэтому решения становятся очевидными и, люди меня поддерживают.

Ценю честность, креативность, умение работать в команде, желание быть лучшим.

## 伝統

### Мы чтим японские традиции

Уважая японские традиции, мы стараемся переносить их на российский рынок. Наши принципы сформированы на основе философии Кайдзен.

## 改善

### Мы постоянно совершенствуемся

Мы придерживаемся в работе принципов постоянного развития: каждый наш объект лучше предыдущего и учитывает накопленный опыт. Мы предпочитаем не резкие революционные изменения, а поступательное движение вперед небольшими верными шагами.

## 長期性

### Мы ориентируемся на долгосрочный результат

Мы верим, что инвестиции в будущее всегда окупаются. Мы не стремимся к сиюминутной выгоде, а потому неукоснительно следуем принципам честности, законности, всегда играем вдолгую.

## 合理性

### Мы подходим ко всему рационально и системно

Руководствуясь принципами бережливого производства, мы стремимся добиваться большего меньшими средствами. Этот рациональный подход находит отражение в каждом нашем проекте: мы отчетливо отделяем необходимое и достаточное от избыточного и ненужного. Эта же логика прослеживается и в наших бизнес-процессах: мы решаем проблему только один раз и системно.

## 成功

### Мы помним о прибыльности

Чтобы оставаться успешным, бизнес должен получать честную прибыль — только это позволяет ему быть независимым, чтобы реализовывать свои задачи и миссию.

## 調和

### Мы думаем о людях

Гармония внутри и снаружи — то, что важно для каждого японца. И мы привносим этот принцип во все, что делаем. Мы проектируем наши дома с учетом уважения к личности и личному пространству. В каждый наш проект мы закладываем идею психологической и физической безопасности.

## 共同

### Мыслим вместе, мыслим масштабно

Мы стремимся принимать решения совместно — это значит в команде и вместе с жителями наших объектов. Влияя на жизнь локальных сообществ, мы делаем небольшой шаг к построению гармонии во всём мире.

# Креативная концепция

В разработке фирменного стиля YUNIKA акцент поставлен на ценности и миссию компании.

Лаконичная типографика и использование иероглифов позволяют подчеркивать японскую историю компании и доносить её принципы.

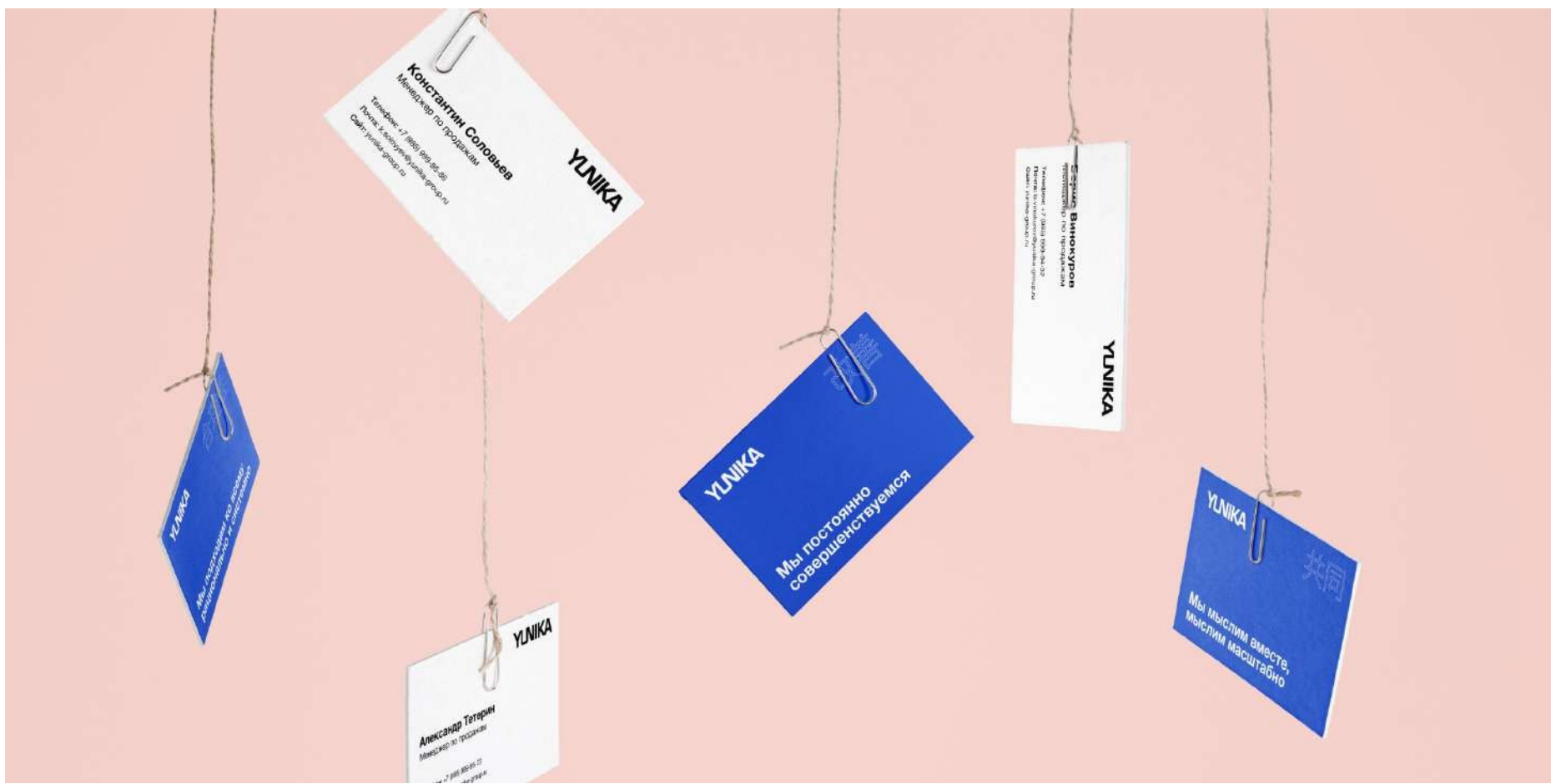
Минималистичное оформление не отвлекает от самого важного — философии компании.



# Визуальная стратегия

Образ бренда строится на принципе Kanso (Простота) и характеризуется лаконичностью выразительных средств, точностью, простотой и ясностью композиций. Графические элементы фирменного стиля YUNIKA объединены в единый организм, где каждый индивидуален. Каждый фирменный носитель содержит не только логотип, но и ключевое послание — одну из ценностей компании на русском и японском языках.

Главной особенностью визуальной стратегии является не дизайн ради дизайна и не предметы ради предметов — всё имеет глубокий смысл.



# Основные элементы идентификации бренда

# Структура и специфика логотипа

Логотип — важнейший элемент фирменного стиля компании YUNIKA. Он представляет собой индивидуализированную надпись и отличается лаконичностью выразительных средств, точностью, простотой и ясностью композиции — самой важной чертой японской архитектуры и дизайна.

Логотип может использоваться в фирменном цвете, а также в белом и черном. Выбор черной или белой версии логотипа зависит от взаимной яркостной и цветовой контрастности логотипа и фона. На белом фоне необходимо использовать логотип в фирменном цвете, но если он дополнен иероглифами, то он должен быть исполнен в черном цвете, а иероглиф — в фирменном.

Минимальный  
размер: 25x5,5 мм

The image shows the word "YUNIKA" in a blue, sans-serif font. The letters are bold and have a consistent thickness. The "Y" and "N" have a unique, slightly stylized structure with a small gap or notch at the top.

Основная версия  
логотипа

The image shows the word "YUNIKA" in a larger, blue, sans-serif font. The letters are bold and have a consistent thickness. The "Y" and "N" have a unique, slightly stylized structure with a small gap or notch at the top.

Монохромные  
версии логотипа

The image shows the word "YUNIKA" in white, bold, sans-serif font, centered on a solid black rectangular background. The letters are bold and have a consistent thickness. The "Y" and "N" have a unique, slightly stylized structure with a small gap or notch at the top.The image shows the word "YUNIKA" in black, bold, sans-serif font, centered on a solid light gray rectangular background. The letters are bold and have a consistent thickness. The "Y" and "N" have a unique, slightly stylized structure with a small gap or notch at the top.

# Фирменные цвета

Цвет — один из важных составляющих цельного образа компании YUNIKA.  
Естественность в основных цветах бренда напрямую связана с принципом Shizen (Естественность). Данные цвета гармонируют с природой, без вычурности и приукрашенности.

Дополнительный цвет, черный, служит для набора текста на белом фоне.

## Основные цвета



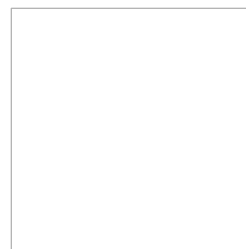
**Accent Blue**

CMYK 86 64 0 0  
RGB 63 96 202  
HEX #3F60CA



**Warm Peach**

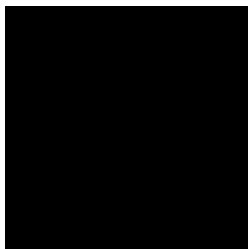
CMYK 0 19 13 0  
RGB 248 218 209  
HEX #F8DAD1



**Arctic White**

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

## Дополнительный цвет



**Classic Black**

CMYK 50 50 50 100  
RGB 0 0 0  
HEX #000000



# Фирменный шрифт

Фирменный шрифт, Helvetica Neue, используется для набора любых текстов, заголовков, слоганов.

Допустимо использование трех начертаний гарнитуры Helvetica Neue:

- Bold используется для набора заголовков
- Regular применяется для основного текста

Для японских иероглифов используется шрифт Microsoft YaHei UI в начертании Regular.

## Helvetica Neue Regular

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«»,,“:;!@#%&\*()

## Helvetica Neue Bold

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«»,,“:;!@#%&\*()

## Microsoft YaHei UI Regular

伝統 (dento:)

改善 (kaidzen)

長期性 (cho:kisei)

合理性 (go:risei)

調和 (cho:wa)

# Логотип для офисов продаж

При размещении на вывесках офисов продаж логотип «YUNIKA» дополняется дескриптором «Японский девелопер. Офис продаж.». Использование этого дескриптора в любых других случаях недопустимо.

Логотип может использоваться только в фирменном цвете, а также в белом и черном. Выбор черной или белой версии логотипа зависит от взаимной яркостной и цветовой контрастности логотипа и фона. Дескриптор исполняется только в белом или черном исполнении, зависимости от фона.

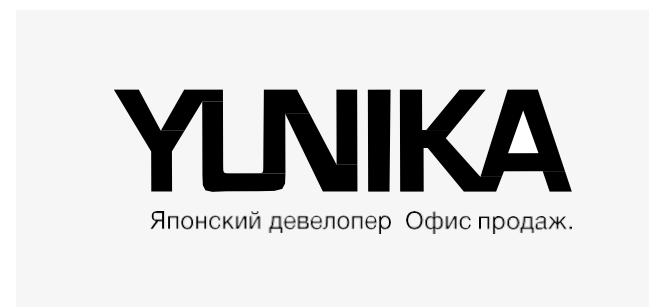
Минимальный  
размер: 51x16 мм



Основная версия  
логотипа



Монохромные  
версии логотипа



# Описание фотографического стиля

Стиль образа «YUNIKA» призван приблизить бренд к клиентам, видению и народу. YUNIKA должна «присутствовать» и показывать, что клиенты и их потребности поняты.

Образ бренда «YUNIKA» всегда должен быть основан на реальности: нашей собственной, и на образах наших клиентов. Изображения могут быть впечатляющими, неожиданными, но никогда не выглядеть постановочными или чрезмерно ретушированными.

Для изображения общей картины, а также точного внимания к деталям рекомендуется использовать два вида планов:

- Общий план
- Крупный план (детали)

Рекомендации:

- Все образы должны соответствовать и следовать основным ценностям компании;
- По возможности используйте реалистичные ситуации и условия. Не делайте фотографии слишком очевидными или постановочными (исключение: студийные фотографии);
- Постарайтесь сделать так, чтобы свет выглядел естественным и, по возможности, избегайте вспышки или искусственного освещения;
- Не применяйте 3D эффекты, тень, ретушь и другие эффекты к снимкам, которые могут выглядеть неестественно.

# Люди и ситуации

Изображения людей, используемые в материалах бренда «YUNIKA» должны передавать позитивные, естественные, «живые» эмоции.

Желательно, чтобы в кадре присутствовали фирменные цвета бренда.

Рекомендуется использование репортажных снимков, отражающих истории реальных людей:

- Естественные позы
- Ситуации взаимодействия людей
- Отсутствие наигранности, искусственности, нарочитой постановочности



# Предметы и интерьеры

Предметы, демонстрируемые в материалах бренда «YUNIKA» должны располагаться на однородном по цвету фоне или на фоне современного и минималистичного окружения.

Фотографии должны быть в спокойных естественных цветах, создающих ощущение уединенности и безопасности. Акцент на натуральных текстурах и материалах. Желательно, чтобы в интерьерах присутствовали фирменные цвета «YUNIKA».

Одиночные предметы представляются крупным планом. Интерьеры могут быть показаны как общим планом, так и с акцентом на какую-либо деталь или небольшую часть комнаты.





# Архитектура и благоустройство

Для демонстрации архитектуры и благоустройства объектов следует выбирать фотографии или рендеры с понятными ракурсами, чистыми цветами.

Желательно, чтобы в кадре присутствовали фирменные цвета «YUNIKA».

На общих планах здания следует изображать с ровным горизонтом, не допуская «заваливания» или сильного отклонения линий от вертикали.

Съемку деталей зданий, отдельных архитектурных элементов, крупных планов и т. п. следует производить с высоты роста обычного человека.



# Требования к рендерам

Для визуализации ЖК возможно использование ракурсов с высоты птичьего полета — это дает представление о масштабе, расположении и окружении проекта. Также может быть представлен план двора, чтобы семейные покупатели сразу оценили инфраструктуру для детей и потенциальную безопасность.

Рендеры должны быть эмоциональными — вызывать ассоциации с теплом, уютом и романтикой: уютный зеленый двор, прогуливающиеся семейные пары, малыши на детских площадках. Части из них не будет в готовом проекте, но сама архитектура, форма и окружение не претерпевают изменений.

Самое главное — рендеры должны выглядеть натуралистично, не обманывая покупателя. Желательно, чтобы в кадре присутствовали фирменные цвета «YUNIKA».



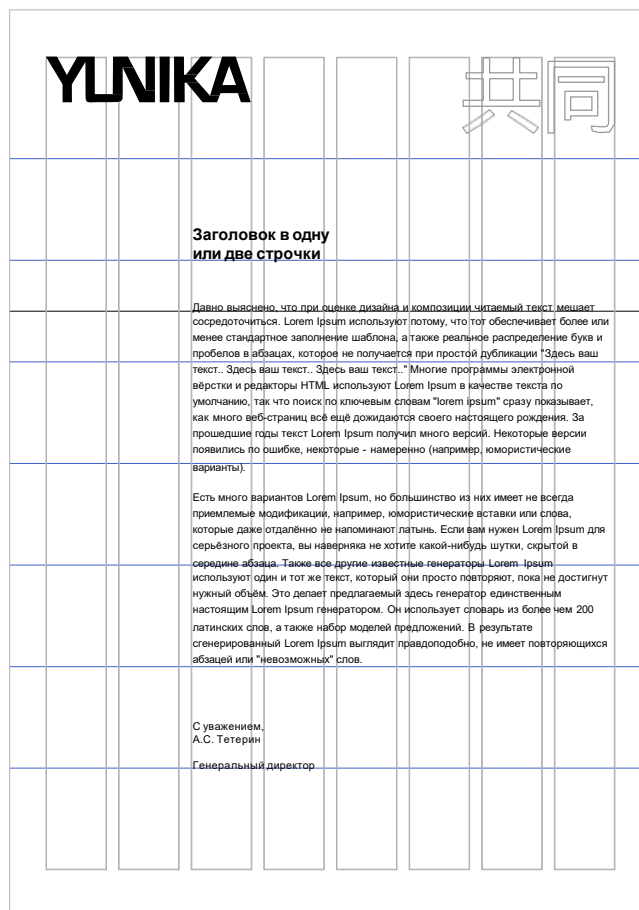
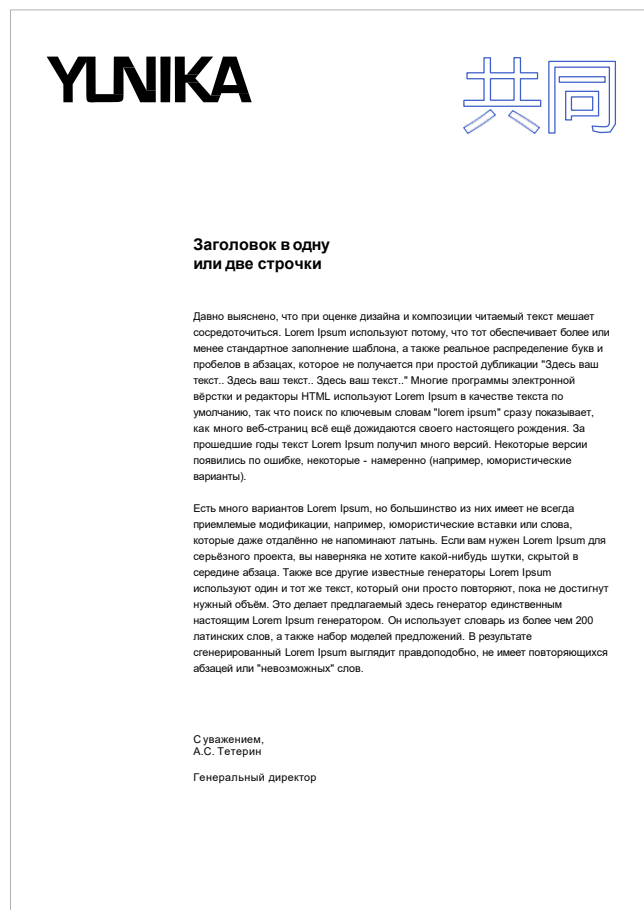
# Деловая документация



# Фирменный бланк

Фирменный бланк печатается на белой матовой бумаге формата А4 (210×297 мм) плотностью 80—120 г/м<sup>2</sup>.

Все элементы дизайна выравниваются по линиям модульной сетки вертикального формата. При наборе текста документа необходимо пользоваться фирменным или дополнительным системным шрифтом с величиной кегля 10–11 pt и с выключкой по формату или влево.



# Визитная карточка

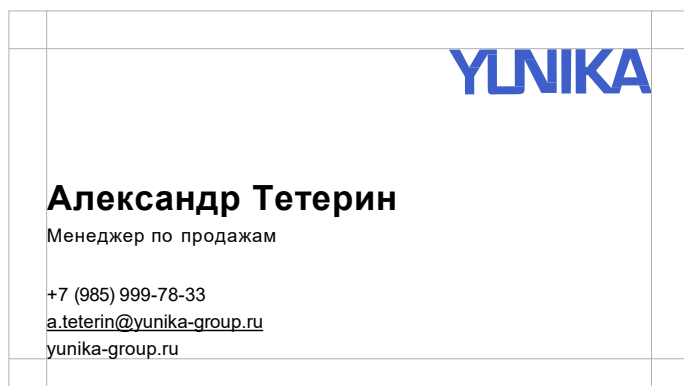
С лицевой стороны на визитках находится контактная информация. С обратной стороны демонстрируется одна из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).

Таким образом визитки являются динамически изменяющимся графическим носителем, отражающим ценности компании.

Формат визитных карточек — 90×55 мм.

Бумага — плотная (270—320 г/м<sup>2</sup>), матовая, белая или тонированная фиолетовая.

Все тексты на визитных карточках следует набирать только фирменными шрифтами.

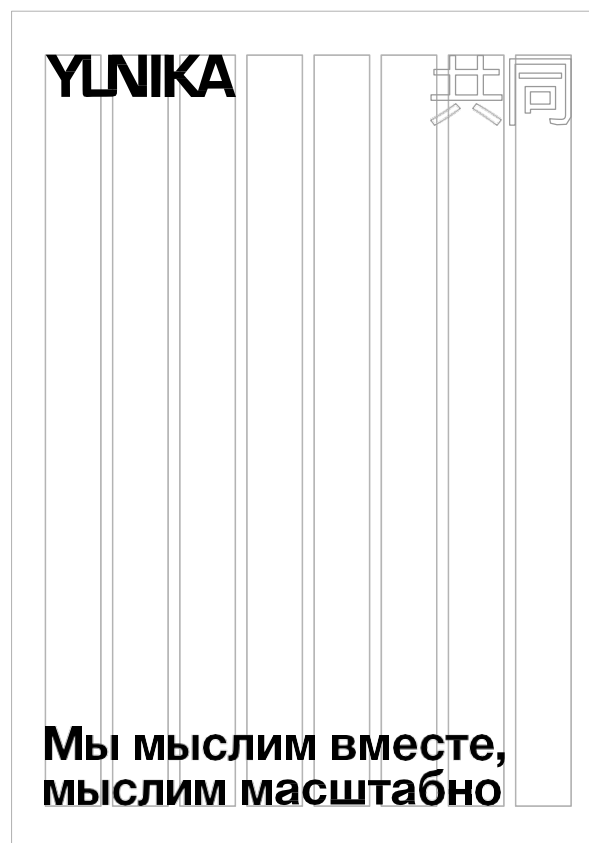
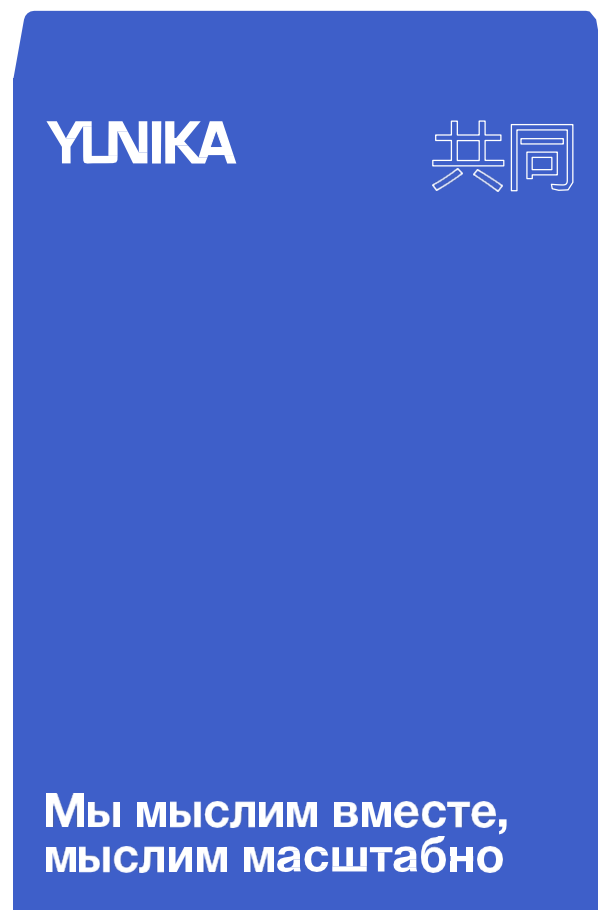


# Почтовый конверт А4

Почтовые конверты формата А4 (210×297 мм) печатаются на белой или тонированной фиолетовой матовой бумаге плотностью 100—120 г/м<sup>2</sup>.

Все элементы дизайна выравниваются по линиям модульной сетки.

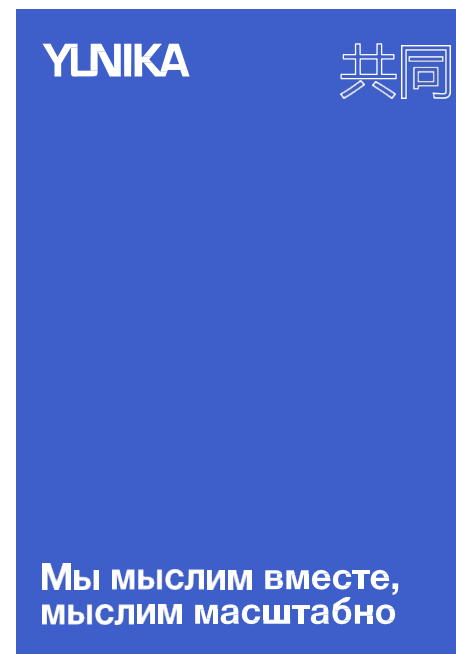
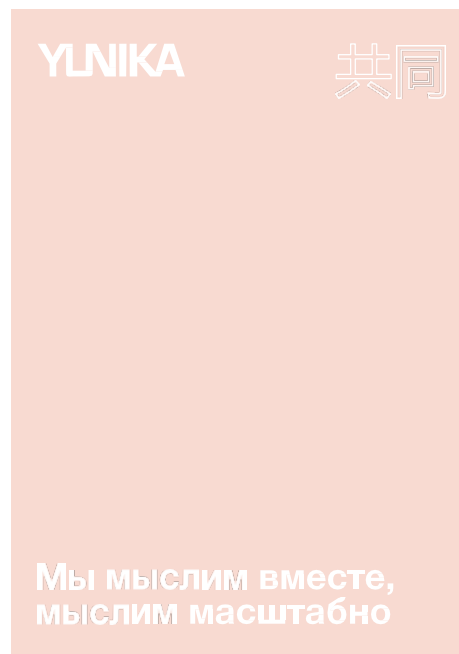
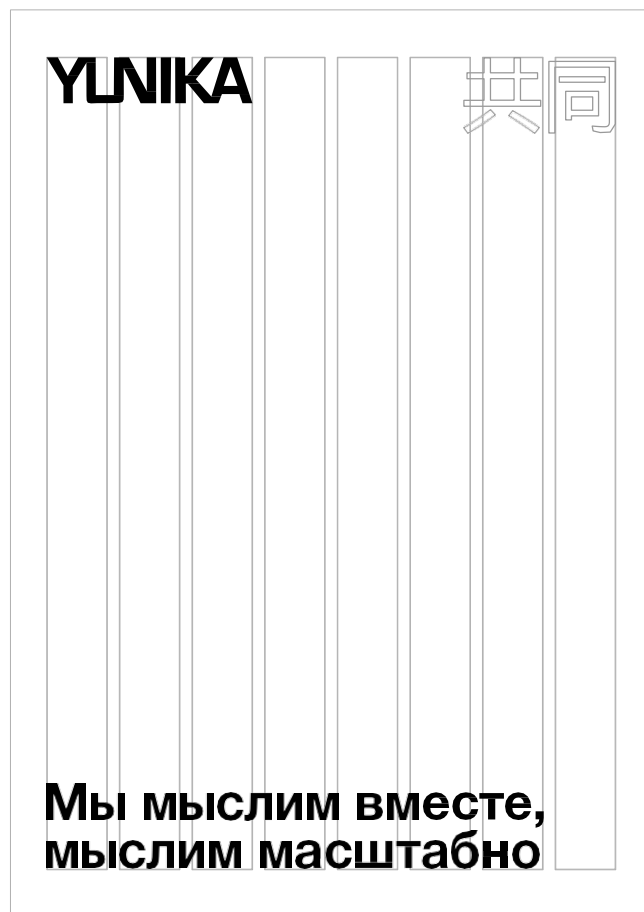
На конверте демонстрируется одна из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).



# Фирменная папка

Все элементы дизайна фирменных папок располагаются по линиям, заданным общей модульной сеткой вертикального формата.

Основной цвет папок может быть любым из фирменной палитры цветов. На лицевой стороне папки размещается логотип «YUNIKA» и одна из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).



# Фирменная печать

Для размещения на печати в качестве исключения используется символ «Y» в отрыве от общей конструкции логотипа «YUNIKA».

Все тексты на печати следует набирать исключительно фирменными шрифтами.



# Шаблон электронного письма

В электронных письмах используется два варианта оформления подписи:

- блок, состоящий из логотипа компании и контактной информации;
- блок контактной информации с фотографией отправителя, дополненный логотипом.

Вся текстовая информация в подписи набирается с использованием фирменных цветов и шрифтов. Английская версия письма аналогична по структуре основному макету.

Уважаемый Леонид Григорьевич,

Нам было очень неприятно узнать, что ключ, который мы Вам доставили 24 апреля, оказался потерянным. У нас нет никаких предположений, как это могло получиться, и поэтому мы приносим свои глубочайшие извинения за этот неприятный инцидент и готовы обменять Ваш ключ на другой.

С Уважением,  
Валерия Лебедева  
Менеджер по работе с клиентами

---


**YLNKA**

+7 (985) 999-78-33  
a.teterin@yunika-group.ru  
yunika-group.ru

Уважаемый Леонид Григорьевич,

Нам было очень неприятно узнать, что ключ, который мы Вам доставили 24 апреля, оказался потерянным. У нас нет никаких предположений, как это могло получиться, и поэтому мы приносим свои глубочайшие извинения за этот неприятный инцидент и готовы обменять Ваш ключ на другой.

С Уважением,



Анна Ковалева  
Менеджер по работе с клиентами  
+7 (985) 999-78-33  
a.teterin@yunika-group.ru  
yunika-group.ru

---

**YLNKA**

Dear Mrs Linnet,

It was distressing to learn that the key set that we delivered to you on April 24 was lost. We do not have any idea how it may have happened that is why we are very sorry that this unfortunate incident occurred and ready to exchange your key for another one.

Yours sincerely,  
Valery Lebedeva  
Account Manager

---


**YLNKA**

+7 (985) 999-78-33  
a.teterin@yunika-group.ru  
yunika-group.ru

Dear Mrs Linnet,

It was distressing to learn that the key set that we delivered to you on April 24 was lost. We do not have any idea how it may have happened that is why we are very sorry that this unfortunate incident occurred and ready to exchange your key for another one.

Yours sincerely,



Anna Kovaleva  
Account Manager  
+7 (985) 999-78-33  
a.teterin@yunika-group.ru  
yunika-group.ru

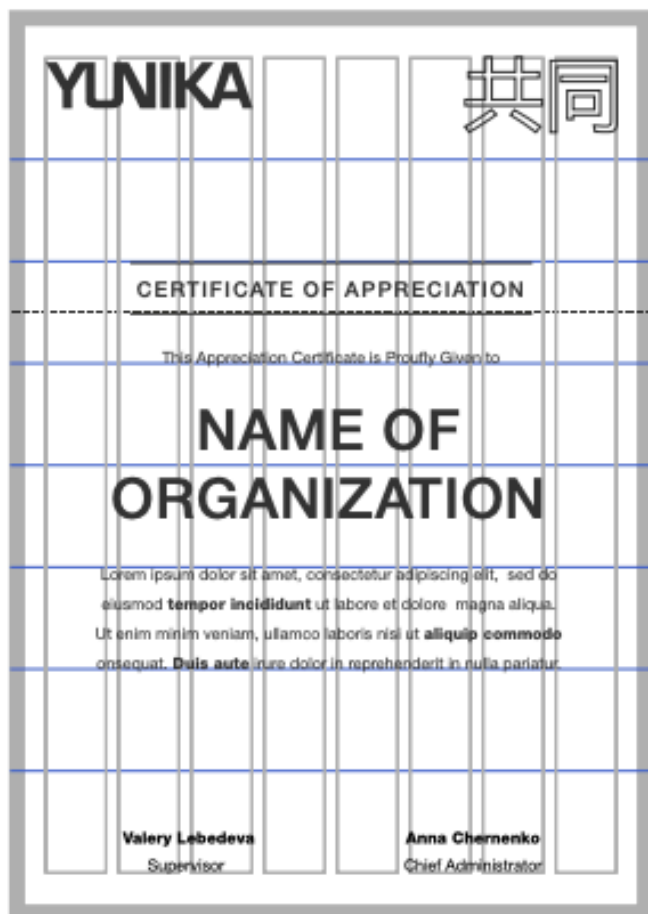
---

**YLNKA**

# Почетная грамота

Почетная грамота печатается на фиолетовой мелованной бумаге формата А4 (210×297 мм) плотностью 250—300 г/м<sup>2</sup>.

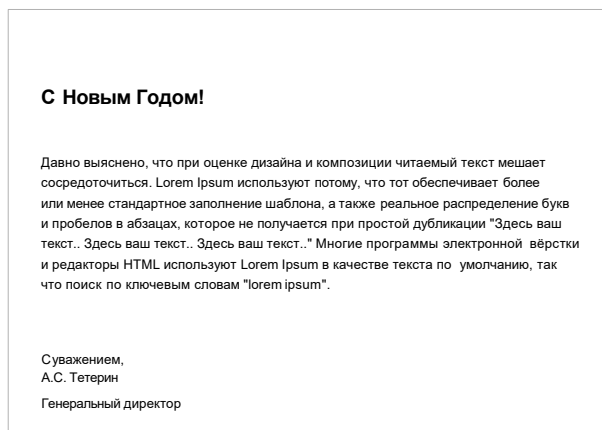
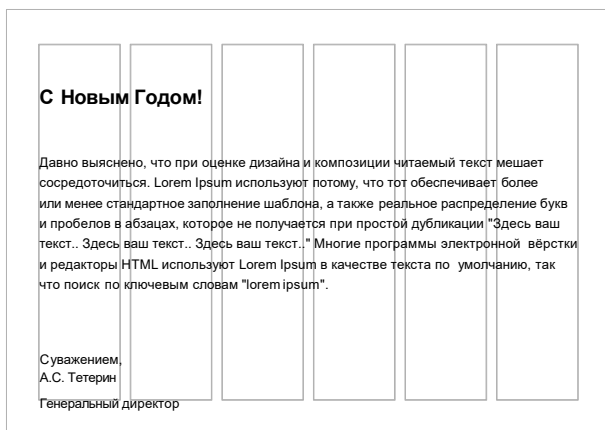
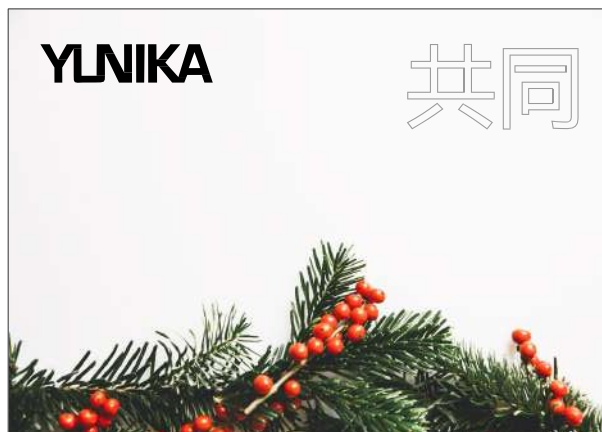
Все элементы дизайна выровнены по линиям модульной сетки вертикального формата. При наборе текста документа необходимо пользоваться фирменным шрифтом.



# Открытка

Открытка печатается на белой или фиолетовой мелованной бумаге формата А5 (210×148 мм) плотностью 250—300 г/м<sup>2</sup>.

Возможно использование двух вариантов фонов обложки открытки: фотографии или любого из фирменной палитры цветов. Обложка должна обязательно содержать логотипа и одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).





# Рекламные материалы

# Вертикальный рекламный макет

Вертикальный рекламный макет разрабатывается с использованием вертикальной модульной сетки. Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

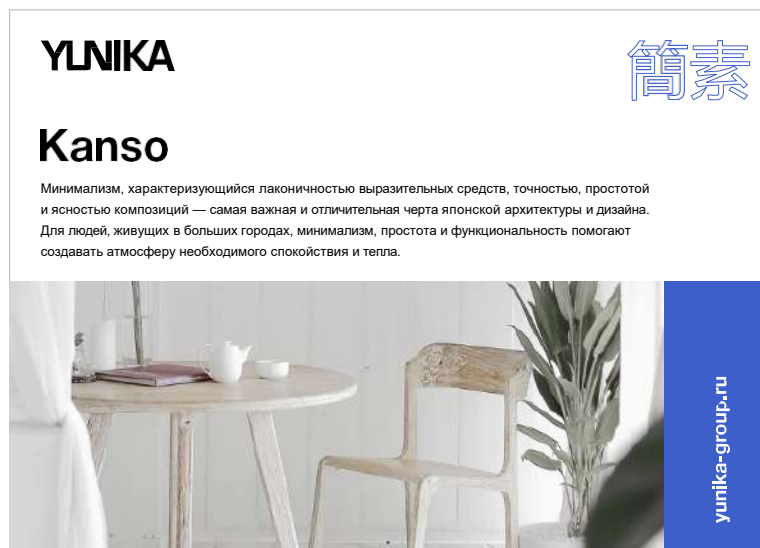
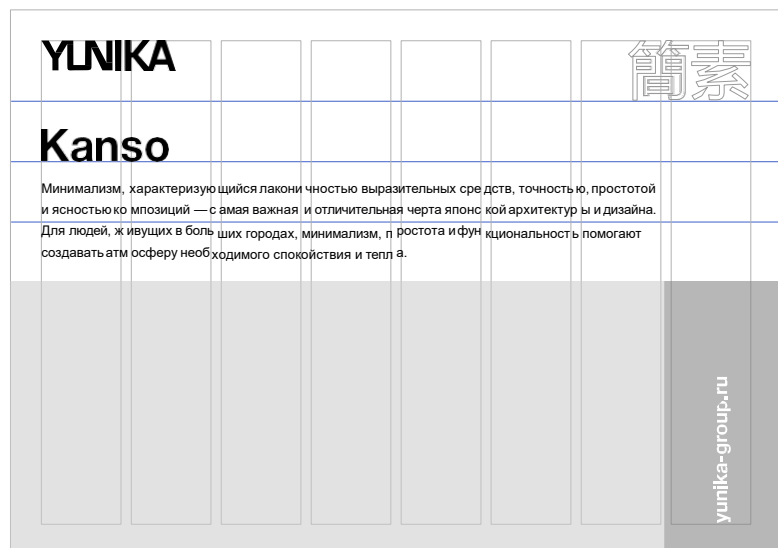
Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более двух строчек, текст ниже - не более шести. Справа находится плашка в фирменном цвете любой из двух, где располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).



# Горизонтальный рекламный макет

Горизонтальный рекламный макет разрабатывается с использованием горизонтальной модульной сетки. Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

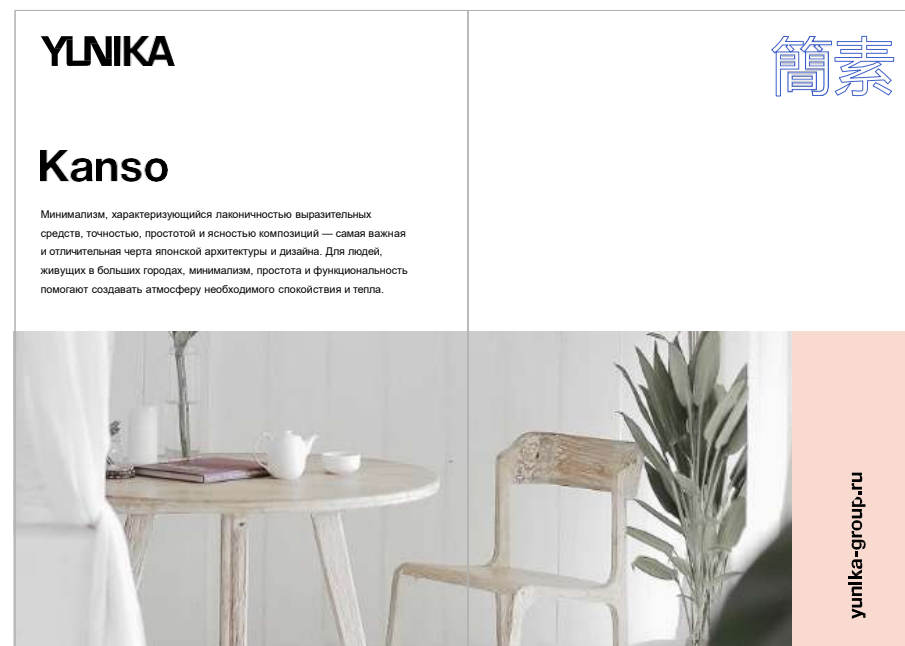
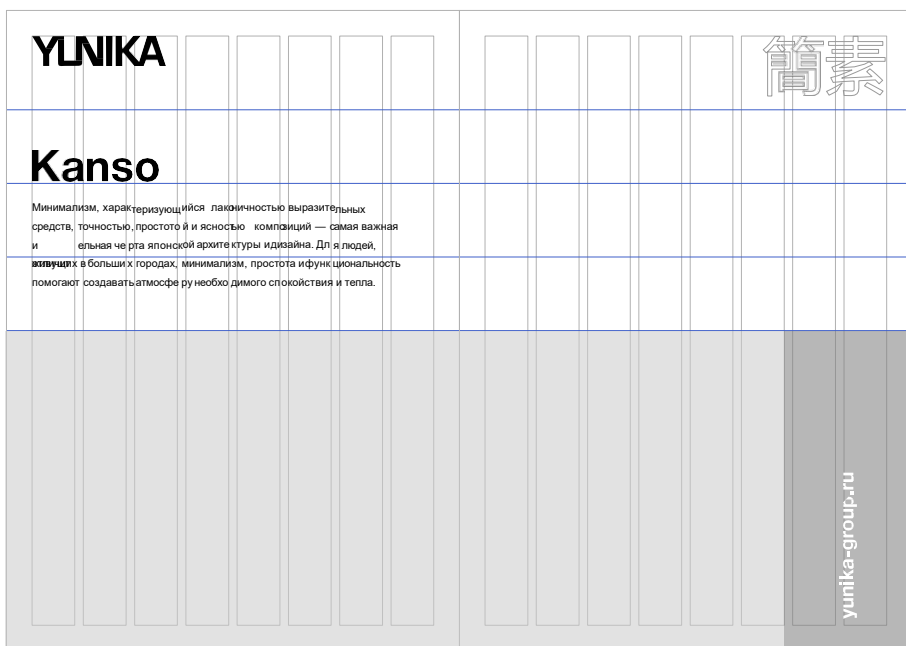
Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более одной строчки, текст ниже - не более четырех. Справа находится плашка в фирменном цвете любой из двух, где располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).



# Рекламный разворот

Рекламный разворот разрабатывается по принципам, схожим с принципами построения макетов горизонтального формата.

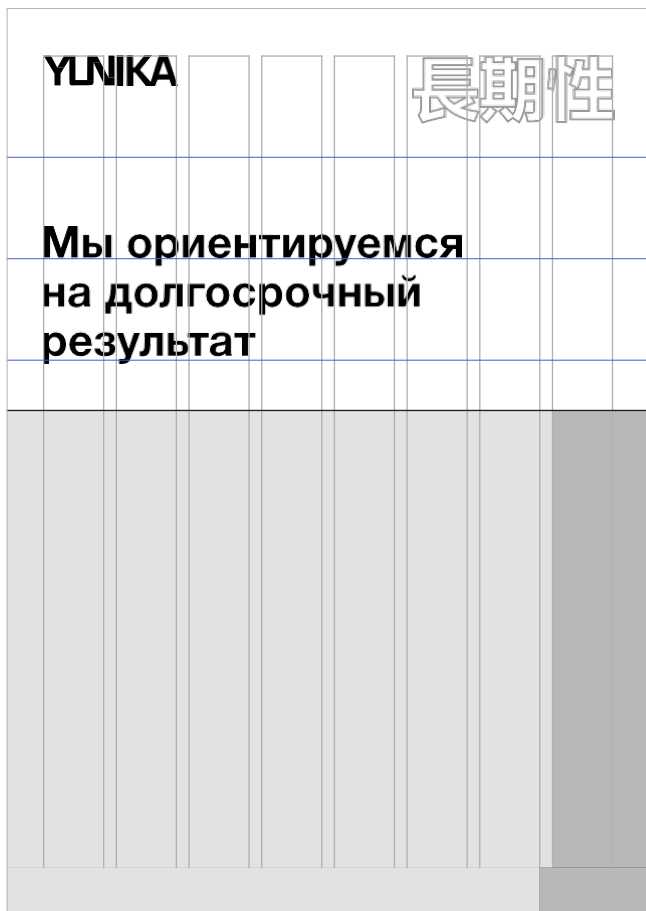
При этом модульная сетка строится для каждой полосы по отдельности и по правилам построения модульных сеток вертикального формата.



# Черно-белые публикации

Макеты черно-белых публикаций абсолютно аналогичны полноцветным макетам соответствующих форматов.

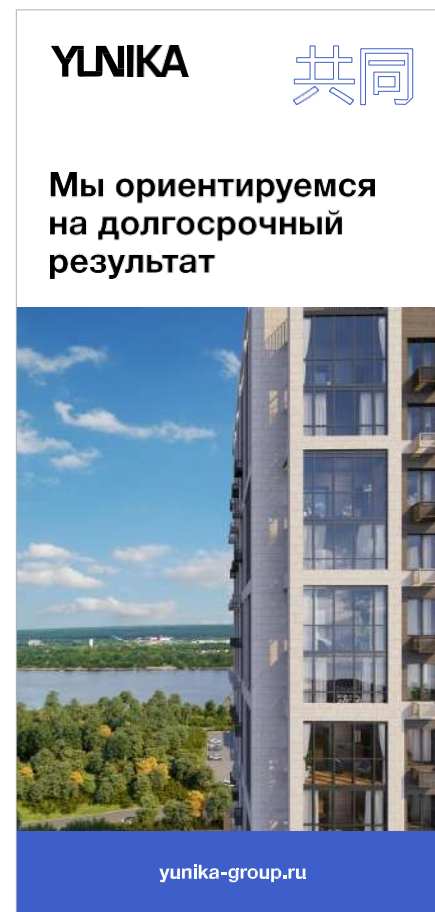
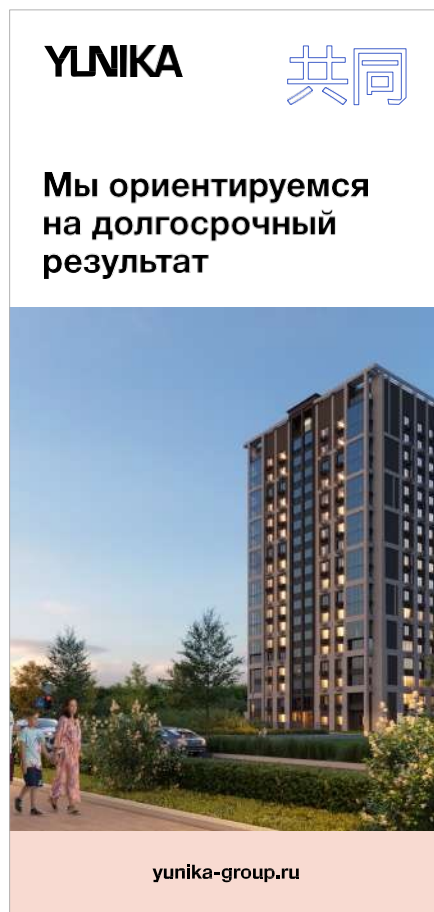
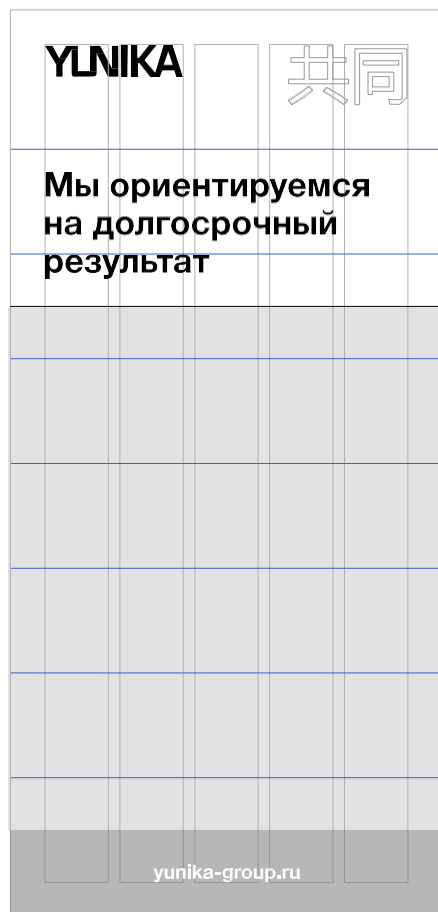
В зависимости от качества печати в макетах, предназначенных для черно-белого воспроизведения, можно использовать либо только черные тексты и специально подготовленные контрастные изображения, либо набирать тексты и размещать изображения в оттенках серого.



# Обложка буклета

Обложка буклета в два сгиба формата А4 разрабатывается с использованием вертикальной модульной сетки. Формат обложки 100×210 мм. Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более трех строчек. Внизу находится плашка в фирменном цвете (любой из двух), где располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).

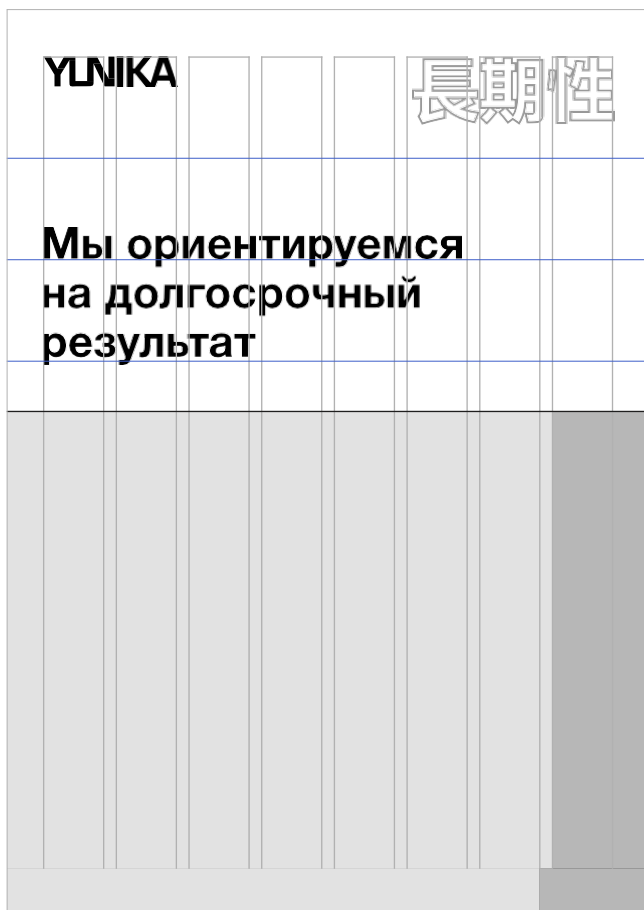




# Постер

Интерьерные постеры разрабатываются с использованием вертикальной модульной сетки. Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более трех строчек. Справа находится плашка в фирменном цвете (любой из двух), где располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).

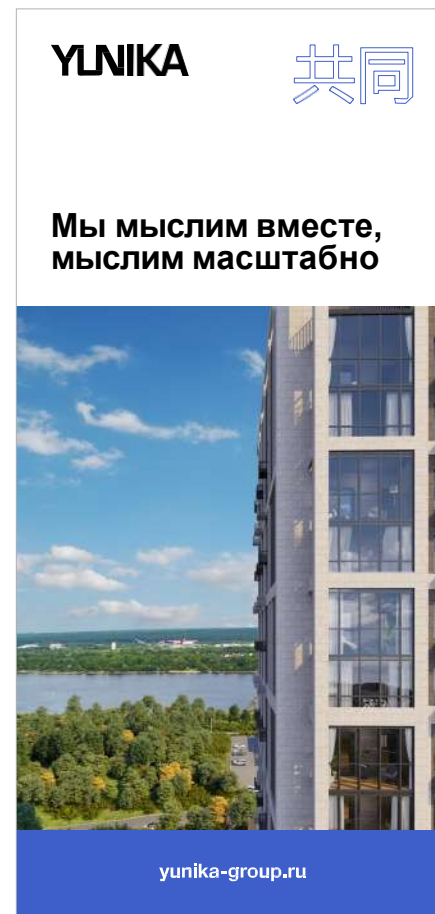
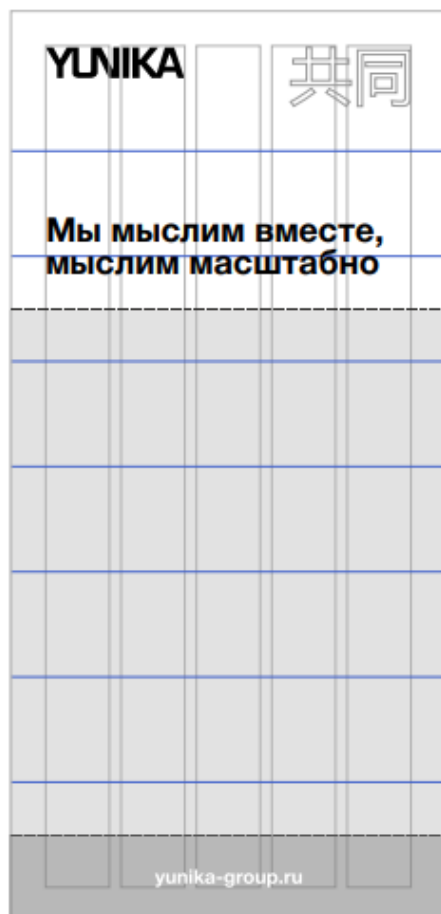




# Ролл ап

Ролл ап разрабатывается с использованием вертикальной модульной сетки.  
Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

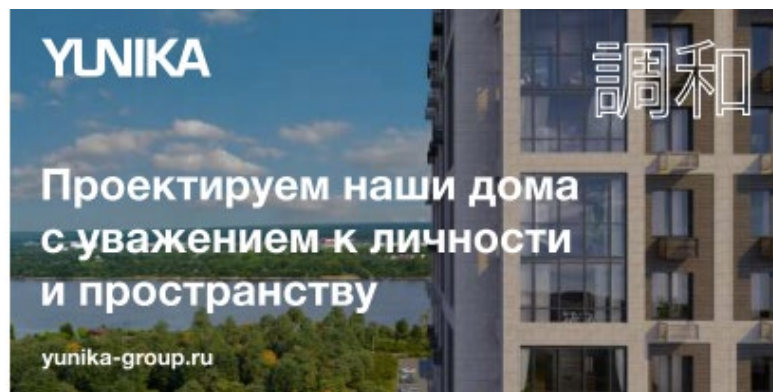
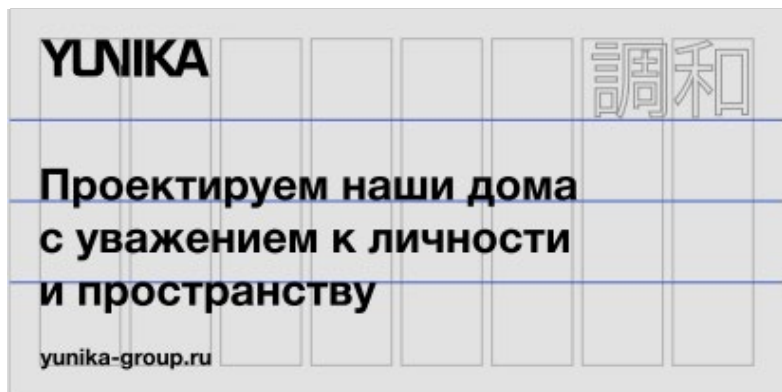
Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более трех строчек. Внизу находится плашка в фирменном цвете (любой из двух), где располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).



# Билборд

Билборды (6×3 м) разрабатываются с использованием горизонтальной модульной сетки. Все тексты в макете следует набирать исключительно фирменными шрифтами.

Макет обязательно должен содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор) или любой другой заголовок. Заголовок не должен содержать более трех строчек. Снизу располагается дополнительная информация (например, адрес сайта).



# Флаг

Выбирая флаг необходимо придерживаться рекомендованных размеров и пропорций:

- в длину горизонтальный флаг должен быть  $1/6 - 1/7$  от высоты флагштока;
- длина вертикального флага должна быть  $1/2 - 1/3$  высоты флагштока;
- длина настенных флагов составляет  $3/4 - 1/2$  длины фасадного флагштока.

Флаг исполняется в основном фирменном цвете. Логотип размещается строго по центру свободной области флага, не задействованной в креплении его к чему-либо. В горизонтальном формате высота логотипа равна  $1/4$  высоте флага; в вертикальном формате - ширина логотипа равна  $1/2$  ширине флага.

Для исполнения рекомендуются такие ткани как блэкаут ( $274 \text{ г/м}^2$ ) или флок ( $242 \text{ г/м}^2$ ).



# Униформа персонала

# Униформа персонала

Униформу персонала следует подбирать с акцентом на фирменные цвета бренда «YUNIKA», сочетая их с белым и черными цветами. Стиль одежды должен быть деловой, но не строгий, располагающий людей к сотрудникам. Например, пиджак может быть черным, а рубашка/блузка одного из фирменных цветов, или наоборот. Не следует использовать только один фирменный цвет в униформе сотрудников.

Рекомендуется использование фирменных значков (стр. 55) в униформе сотрудников.



# Фирменные аксессуары

При разработке фирменных аксессуаров необходимо использовать фирменные цвета и логотип бренда «YUNIKA».

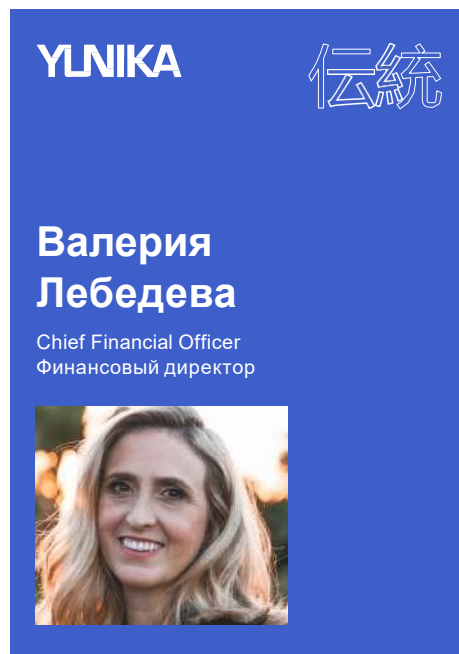
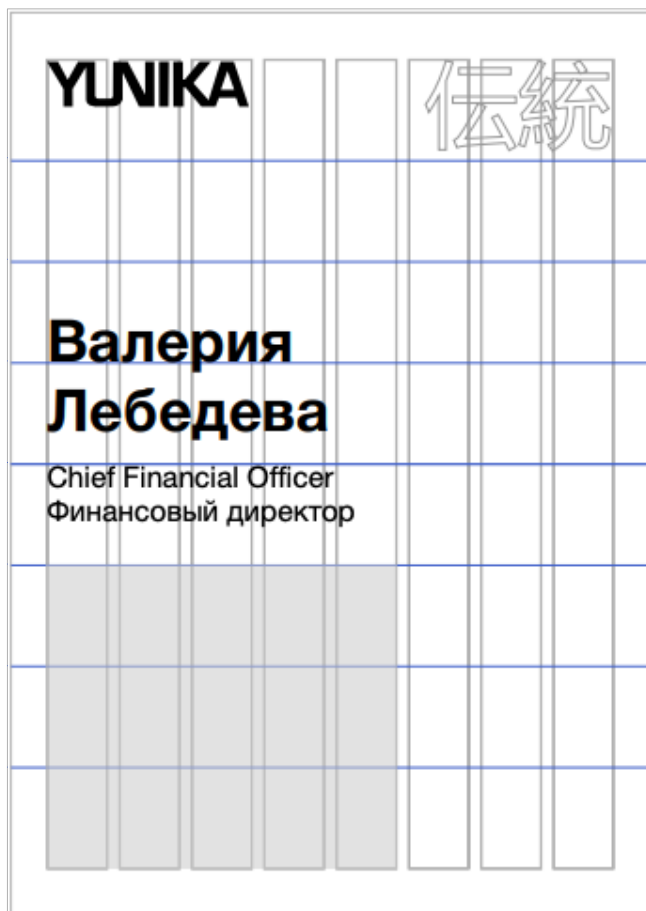
В отдельных случаях, когда невозможно размещение основного логотипа в полном размере, возможно использование его сокращенной версии, знака «Y».



# Бейдж

Макет бейджей создается с использованием модульной сетки вертикального формата. Рекомендуемый размер — 70×100 мм.

Все тексты в макете следует набирать только фирменными шрифтами. Макет обязательно должен содержать логотип в левом верхнем углу. Тканевая лента должна быть фирменного цвета, а также содержать логотип.



# Сувенирная продукция



## Значок и брелок для ключей

Для изготовления значков следует выбирать именно эмаль, так как она имеет более презентабельный вид, чем пластик. Цвет фона и знака «У» может быть как белый, так и фирменный фиолетовый. Диаметр - 25 мм.

Брелок для ключей изготавливается из металла, знак «У» прорезается сквозь основу. Его диаметр - 25 мм.

Кроме представленных примеров, возможно изготовление брелоков любой другой формы и дизайна. Важным является соблюдение требований настоящего руководства в части цветового и шрифтового решения, а также правил размещения логотипа.



# Блокнот

Обложка блокнота может быть выполнена в одном из фирменных цветов и содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).

Все элементы наносятся на обложку с помощью технологии тиснения.



# Ручка

Для изготовления ручек и другой канцелярии необходимо использовать фирменный фиолетовый цвет или белый. Логотип на ручках размещается только с одной стороны.

Подарочная коробка для ручки должна быть выполнена в фирменном цвете и содержать логотип, а также одну из ценностей компании на русском и японском языках (любая на выбор).



# Бумажный стакан

Фирменные бумажные стаканы должны быть выполнены в фирменных цветах, цвет крышки и самого стакана взаимозаменяемы.

На крышке и стакане (только с одной стороны) изображается логотип, выровненный посередине.



# Бумажный пакет

Основной фон пакета, либо - один из фирменных цветов, либо - белый. Цвет ручек пакета должен отличаться от цвета фона. Внутренняя поверхность пакета должна совпадать с цветом фона.

Все элементы наносятся на пакет с помощью технологии тиснения.



YUNIKA

共同