

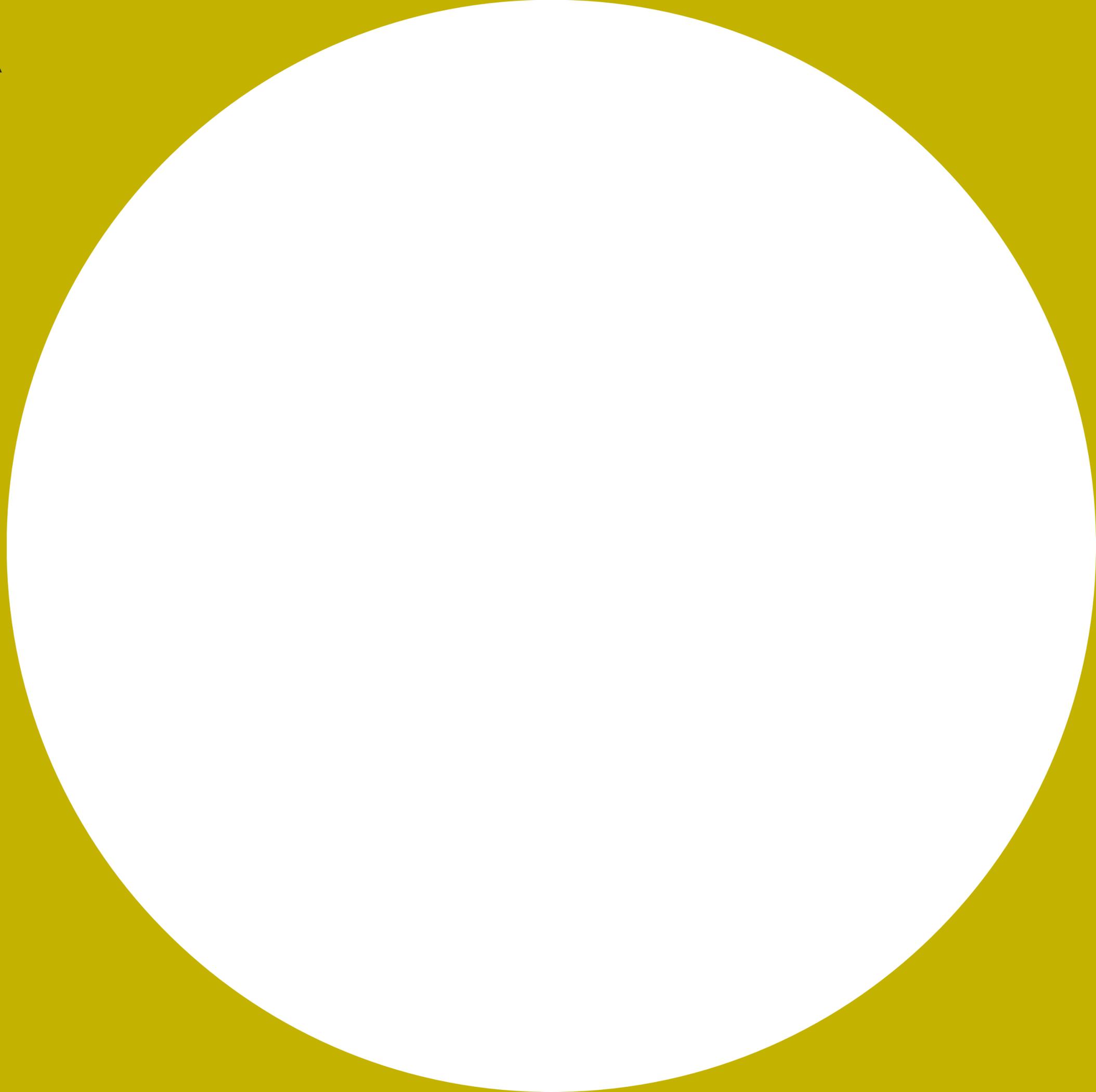
# VOS'HO D

# СОДЕРЖАНИЕ

Используемые в оформлении брендбука иллюстрации не являются фирменными материалами бренда VOS'HOD, и их нельзя использовать во внешних коммуникациях. Иллюстрации в брендбуке используются для создания нужного настроения и являются референсом для возможной последующей отрисовки.

ПЛАТФОРМА БРЕНДА	03	ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ	18	НОСИТЕЛИ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА	33
О компании	04	Константы	19	Визитка	34
Продуктовые атрибуты	06	Логотип и охранные поля	20	Бланк	37
Целевая аудитория и инсайт	07	Логотип и охранные поля (версия в круге)	21	Конверт	39
Видение бренда	08	Цветовые решения логотипа	22	Папка	40
Позиционирование	09	Использование логотипа на различных фонах	23	Ежегодник	41
Организирующая идея	10	Правила расположения логотипа на макетах	24	Пакет	43
Рациональные и эмоциональные преимущества	11	Недопустимое использование логотипа	25	Зонт	44
Персона бренда	12	Цветовая гамма	26	Каска	45
Ценности	13	Фирменные шрифты	27	Ручка	46
Характер	14	Принципы типографики	28	Ремешок часов	47
Модель бренда	15	Стиль пиктограмм	29	Чехол для наушников	48
Слоганы	17	Фирменная графика	30	Лента для упаковки	49
		Фотостиль	31	Этикетка для воды	50
		Интерьер	32	СММ	51

ПЛАТФОРМА БРЕНДА



## О КОМПАНИИ

VOS'NOD – ПЕРВЫЙ ДЕВЕЛОПЕР,  
СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИЙСЯ  
НА КОЛЛЕКЦИОННОЙ,  
ТРОФЕЙНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ,  
КОТОРАЯ ПОЗВОЛЯЕТ СОХРАНЯТЬ  
И ПРИУМНОЖАТЬ ЦЕННОСТЬ  
ОБЪЕКТОВ В ДОЛГОСРОЧНОЙ  
ПЕРСПЕКТИВЕ.



# ПРОДУКТОВЫЕ АТТРИБУТЫ

## ПРОДУКТЫ

1. Аналитические исследования перед запуском продуктов
2. Исследование предпочтений аудитории
3. Тестирование продуктовых решений, изучение пользовательского опыта
4. Обоснование инвестиционной привлекательности продуктов
5. Коллекционная недвижимость
6. Знаковые локации
7. Продуманность и выверенность проектных решений
8. Разработанный дизайн – баланс функций и эстетики

## СЕРВИСЫ И УСЛУГИ

1. Погружение клиента в детали выбора локации, производство материалов, особенности инженерной инфраструктуры
2. Консьерж-сервис – управление проектами после сдачи в эксплуатацию
3. Инвестиционные предложения – расчёт индивидуального плана инвестирования
4. Доступ к закрытым продажам для VIP-клиентов

## КОЛЛАБОРАЦИИ

1. Аудиторские и консалтинговые агентства (McKinsey, Boston, «Большая четвёрка»)
2. Галереи искусств, музеи (Garage Museum, MoMA, ГЭС-2)
3. Ведущие бренды, являющиеся создателями культурного фона (Armani, Loro Piana)
4. Новые медиа, современные технологии, Land Art и Public Art
5. Дизайнеры и компании, формирующие облик будущего
6. Сервисные и инфраструктурные компании
7. Работа с организациями сферы культуры, такими как Политех (передача музейных экспонатов Телеграфа), МУАР (книгоиздание), музей Москвы
8. Поддержка ГМИИ им. А. С. Пушкина

## КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ

1. Устойчивое развитие – член Национального ESG-Альянса
2. Человекоориентированный девелопмент
3. Сохранение и приспособление к современному использованию объектов культурного наследия, новая жизнь объектов
4. Фестивали, событийная программа для экспертов и вовлечённых пользователей
5. Образовательные программы для повышения уровня осведомлённости о современных трендах

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Знакомьтесь – Дмитрий.

Дмитрию 47 лет. Он владелец крупного бизнеса, который занимает основную часть его времени.

У него уже есть приобретенная для себя городская квартира, загородная недвижимость и дом в Европе, где он проводит время редких отпусков, но чаще – в командировках.

У него нет необходимости в расширении круга знакомых. Наоборот, он старается впускать людей в свое окружение только через собственный фильтр ценностей, так как много времени проводит в вынужденном общении и бизнес-встречах.

Он выстраивает свою жизнь так, чтобы быт не мешал его распорядку. Всегда ищет самое лучшее решение любых вопросов. Не приемлет компромиссов.

Роскошь для него – это естественный фон качественной и продуманной жизни, к которой он привык. Ценит своё место в жизни и уникальность своего круга, но не нуждается в демонстрации статуса. Статус и чувство собственного достоинства ощущаются без лишних доказательств.

Он азартен и готов к риску, но всегда просчитывает шаги далеко вперед. Не бросается в омут с головой, так как привык рационализировать все свои шаги.

Он привык обращаться к профессионалам, которые знают толк в своем деле, чтобы делегировать задачи, решение которых требует определённых компетенций.



# ИНСАЙТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

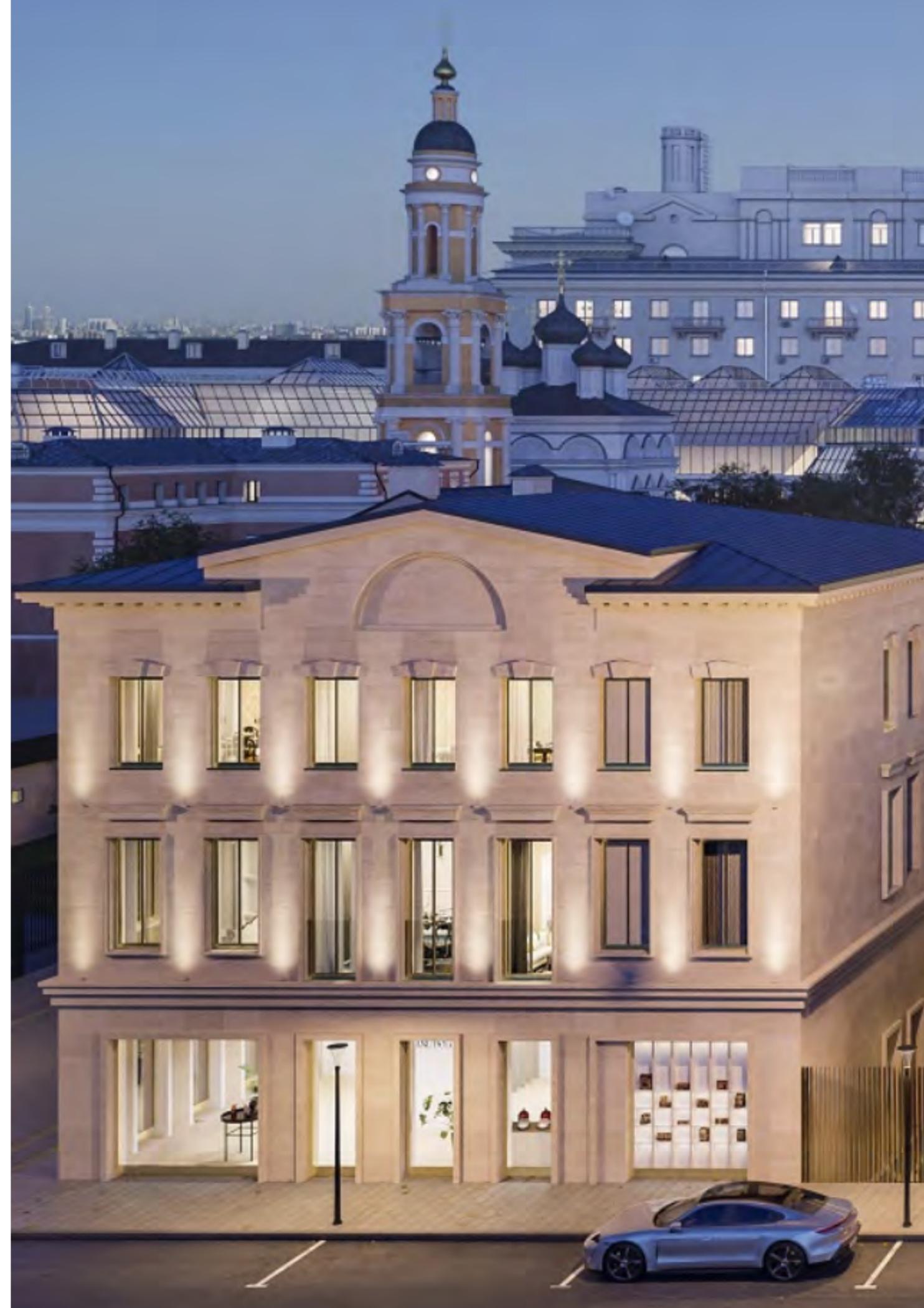
Я должен знать, к чему ведут мои решения, и не готов платить за «шилдик». Для меня роскошь - это качество и уровень жизни, которые позволяют мне быть максимально эффективным.

Мне нужен девелопер, за громкими обещаниями которого стоит реальный проверенный опыт и стратегический расчет. Тот, кто может предложить действительно редкие возможности, а не типовой продукт.



# ВИДЕНИЕ БРЕНДА

СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНЫХ  
ОБЪЕКТОВ, КОТОРЫЕ НЕ ТЕРЯЮТ  
СВОЕЙ АКТУАЛЬНОСТИ  
И СОХРАНЯЮТ СВОЙ КЛАСС  
И ИНВЕСТИЦИОННУЮ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ  
НА ПРОТЯЖЕНИИ ДЕСЯТИЛЕТИЙ.



ДЕВЕЛОПЕР  
ТРОФЕЙНОЙ  
НЕДВИЖИМОСТИ

ИДЕЯ БРЕНДА

ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Продуманный шаг и ваше финальное решение в поиске идеального выбора.

ДЛЯ КОМПАНИИ

Обоснованные решения, направленные на достижение целей в долгосрочной перспективе.

НА ШАГ ВПЕРЕДИ

## РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Просчитанные и выверенные на основании исследований проектные решения.

Актуальные предложения, чья инвестиционная привлекательность с годами только возрастает.

Создатели проекта – люди моего круга, они действительно понимают мои потребности.

Лучшие предложения рынка, гарантированный уровень исполнения за счёт коллабораций с ведущими партнёрами.

## ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Оправданные ожидания, предвосхищение желаний.

Азарт, вызываемый появлением новых проектов и возможностью приобретения редких лотов.

Соответствие образу жизни, социальная принадлежность к кругу своих людей.

Возможность быть на несколько шагов впереди и думать стратегически.

# ПЕРСОНА БРЕНДА ВИЗИОНЕР

- Мы говорим от лица визионера, который вдохновляет и ведёт за собой единомышленников.
- Он разбирается в архитектуре и искусстве. Глубиной своих знаний и вовлечённостью он может удивить даже эксперта.
- Он интересуется социальными инициативами относительно природы и экологии и активно вовлекает окружающих.
- Он не любит лишних слов, говорит ярко и интересно, но всегда по делу.
- Это лидер, который создаёт тренды, формирует культуру и сообщество вокруг себя. Он может позволить себе выбирать лучшее.
- В его комьюнити входят только те, кто разделяет его взгляды и амбиции. Люди его круга.
- Он уважительно относится к культурному наследию, но всегда находит баланс исторической составляющей и современных прогрессивных решений.

# ПЕРСОНА БРЕНДА ВИКТОРИЯ

Виктории 52 года. Её работу в девелопменте можно сравнить с работой куратора арт-проектов самых востребованных и признанных художников современности. Виктория прошла долгий путь становления в своей профессии, в которой добилась успехов, и по праву считается экспертом высшего уровня.

Она имеет репутацию благородного аристократичного и изысканного ценителя искусства и архитектуры.

В ее круг общения входят как люди творческих профессий, так и представители бизнеса. Поэтому она знает, как общаться, и умеет одинаково хорошо найти подход к творческой личности или к инвестору крупного бизнеса.

Она не любит долгих речей и выражается лаконично и метко. Каждое её высказывание – это законченная мысль, которая несёт смысл, а не просто заполняет тишину.

Виктория не просто интересуется культурной повесткой – она участвует в её формировании. Но взгляд в будущее – не единственный интерес. Она не забывает о культурном наследии, которое позволяет наполнить историю и дополнительной ценностью каждый проект, который она реализует.

Она создаёт проекты, которые соответствуют ее ценностям, ее высоким требованиям. Её цель – актуализация исторического наследия, которое становится трендом для следующих поколений и не теряет ценности по прошествии времени.



# ЦЕННОСТИ БРЕНДА

## ВИЗИОНЕРСТВО

Vos'nod обладает таким уровнем насмотренности, опыта и экспертизы, подкреплённых исследованиями, что точно знает, что будет актуально / ценно и через один год, и через пять.

Благодаря этому мы отчётливо представляем себе сферу возможностей, которые появятся в ближайшем будущем.

## БЕСКОМПРОМИССНОСТЬ (избирательность)

Мы скорее откажемся от проекта, чем сделаем его не идеально. В наших решениях, дизайне, материалах, коммуникации нет компромиссов. Каждая деталь – это лучший выбор из возможных.

От выбора партнёров для реализации до выключателя – для нас нет неважных нюансов. Мы делаем всё, чтобы проекты отвечали самым взыскательным запросам.

## ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ ВКУС

Vos'nod обладает исключительным вкусом в архитектуре и искусстве.

Это внутреннее чутьё позволяет нам выбирать свой путь в спектре возможностей, которые мы видим как визионеры, и создавать решения вне времени, которые сохраняют свою ценность сегодня и завтра.

## ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Мы верим, что форма следует за содержанием, а содержание решает ту или иную задачу.

Поэтому мы подбираем дизайн, материалы и решения так, чтобы каждая деталь была эргономична и выполняла свою практическую функцию.

## ИНТЕЛЛЕКТ

Визионерство и внутреннее чутьё уточняются мощной рациональной базой.

На первое место мы ставим информацию, как основополагающую единицу для принятия взвешенных решений. Для этого мы сотрудничаем с лучшими исследовательскими компаниями и проводим собственные исследования.

Результат – умные решения в проектировании, продажах и в отношениях с клиентами.

# ХАРАКТЕР БРЕНДА

## НЕЗАВИСИМЫЙ

Мы уникальны в своем роде, имеем независимое мышление и не подстраиваемся под модные течения. Наш образ – вне категории классического девелопмента.

## ЭКСПЕРТНЫЙ

Любое высказывание – это проверенный и неопровержимый факт, которому можно верить и к которому прислушиваются.

## ЛАКОНИЧНЫЙ

Исключает излишнюю декоративность, многословие или аляповатость.

## ДОСТОЙНЫЙ

Не позволяет себе лишних эмоций и неосторожных высказываний. Соответствует уровню своей аудитории.

## СТИЛЬНЫЙ

Рациональное ядро бренда дополняется узнаваемым стилем и эстетикой решений и образа.

---

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ  
Девелопер трофейной недвижимости

---

МИССИЯ

Создание уникальных объектов, которые не теряют своей актуальности и сохраняют свой класс и инвестиционную привлекательность на протяжении десятилетий.

---

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- Просчитанные и выверенные на основании исследований проектные решения.
- Актуальные предложения, чья инвестиционная привлекательность с годами только возрастает.
- Создатели проекта – люди моего круга, они действительно понимают мои потребности.
- Лучшие предложения рынка, гарантированный уровень исполнения за счёт коллабораций с ведущими партнёрами.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- Оправданные ожидания, предвосхищение желаний.
- Азарт, вызываемый появлением новых проектов и возможностью приобретения редких лотов.
- Соответствие образу жизни, социальная принадлежность к кругу своих людей.
- Возможность быть на несколько шагов впереди и думать стратегически.

---

ХАРАКТЕР

- Независимый
- Стильный
- Достойный
- Лаконичный
- Экспертный

ЦЕННОСТИ

- Визионерство
- Исключительный вкус
- Интеллект
- Бескомпромиссность (избирательность)
- Функциональность

ИНСАЙТ

Я должен знать, к чему ведут мои решения, и не готов платить за «шильдик». Для меня роскошь – это уверенность в качестве и уровне жизни, который позволяет мне быть максимально эффективным. Мне нужен девелопер, за громкими обещаниями которого стоит реальный проверенный опыт и стратегический расчёт. Тот, кто может предложить действительно редкие возможности, а не типовой продукт.

---

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОДУКТОВЫЕ АТТРИБУТЫ

- Аналитические исследования перед запуском продуктов.
- Исследование предпочтений аудитории.
- Тестирование продуктовых решений и изучение пользовательского опыта.
- Обоснование инвестиционной привлекательности продуктов
- Погружение клиента в детали проекта.
- Консьерж-сервис – управление проектами после сдачи в эксплуатацию.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Рационалисты, прагматики, важно рациональное потребление, готовы к риску, чтобы получить лучшее, 40–45 лет, высокий доход.

PERFECT LIFESTYLE

DEVELOPMENT

ДЕВЕЛОПЕР

БЕЗУПРЕЧНОГО

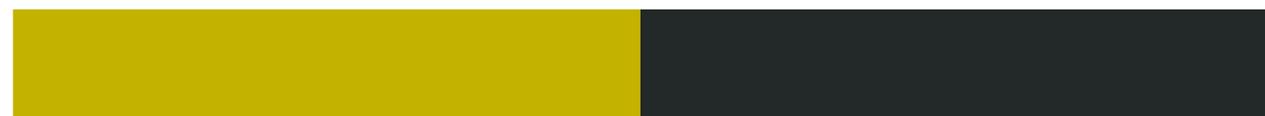
ОБРАЗА ЖИЗНИ

ВИЗУАЛЬНЫЙ  
ОБРАЗ

# КОНСТАНТЫ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА

# VOS'NOD

ЛОГОТИП



ЦВЕТА

## Euclid Circular B Medium

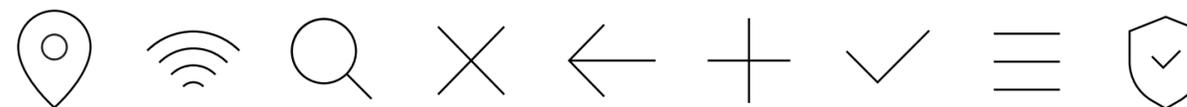
## Euclid Circular B Light

ШРИФТ

К документу прилагаются изображения и макеты фирменного стиля. Всегда пользуйтесь готовыми файлами и не переделывайте ничего заново. Ссылки с названием указывают на файл соответствующего макета.

## PERFECT LIFESTYLE DEVELOPMENT

СЛОГАН



ИКОНКИ



ФОТОСТИЛЬ

# ЛОГОТИП

Бренд стильный и лаконичный – это отражается в минималистичной легко-читаемой типографике.



Минимальный размер логотипа для печати 15 мм.

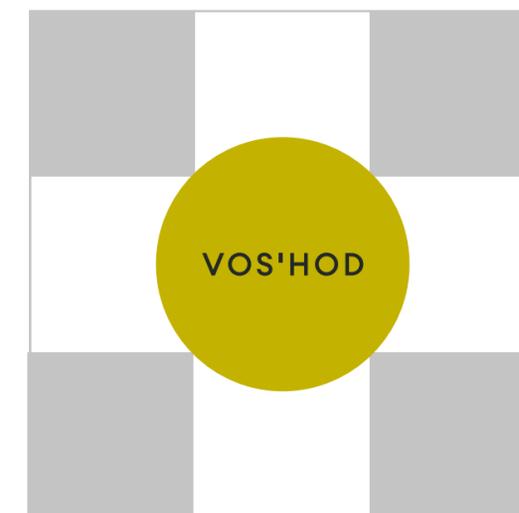
**VOS'NOD**

## ЛОГОТИП (ВЕРСИЯ В КРУГЕ)

Вторая версия логотипа. Надпись VOS'HOD располагается в центре круга. Текст написан фирменным чёрным цветом.



Версия логотипа размером больше 25 мм.



Минимальный размер логотипа в круге 25 мм.

## ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ЛОГОТИПА

VOS'HOD

Цветовая комбинация логотипа на белом фоне – логотип фирменного чёрного цвета.



Цветовая комбинация логотипа на фоне фирменного цвета – чёрный логотип.



Цветовая комбинация логотипа на фоне фирменного чёрного цвета – белый логотип.



Цветовая комбинация логотипа на белом фоне – логотип в круге фирменного цвета джон.



Цветовая комбинация логотипа на белом фоне – логотип фирменного изумрудного цвета на белом фоне.



Допустимо также использовать чёрно-белую версию и инверсию (выворотку логотипа), если это обусловлено техническими требованиями.

## РАЗМЕЩЕНИЕ ЛОГОТИПА НА ФОНАХ



Чёрный логотип на белом фоне – в случае чёрно-белой печати. На светло-сером фоне тоже следует использовать тёмно-серый логотип.



Чёрный логотип на цветном фоне: фирменном цвете, сером или на любом другом (например, в партнёрских проектах).



На белом фоне нельзя использовать желтый логотип.



Не перекрашивайте текстовую часть логотипа

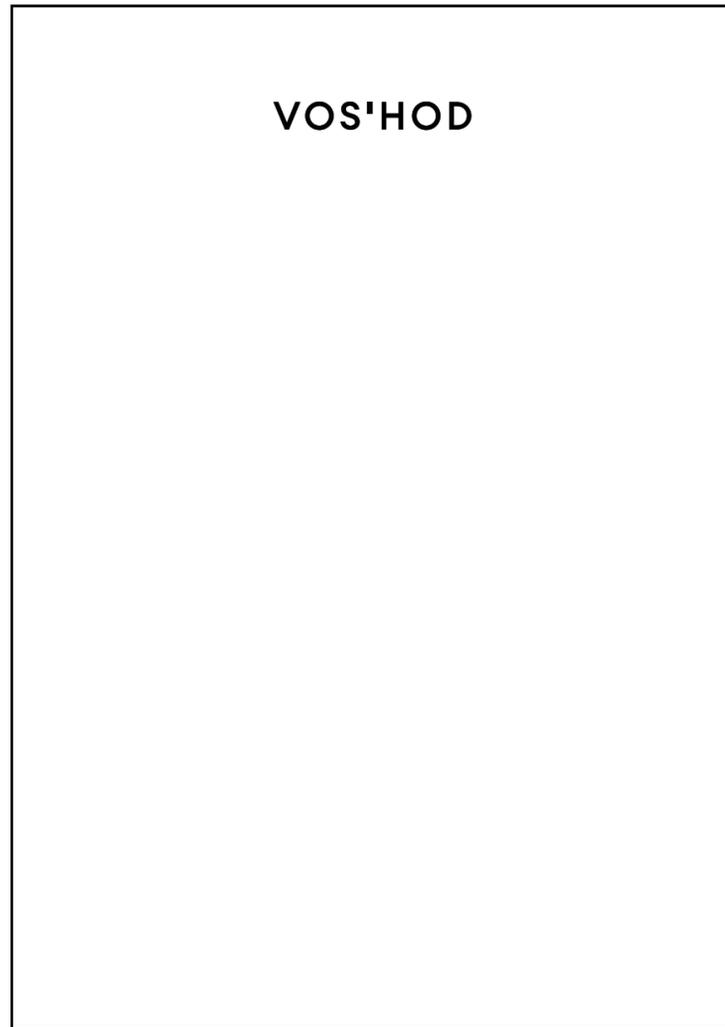


Не размещайте логотип на шумном изображении.

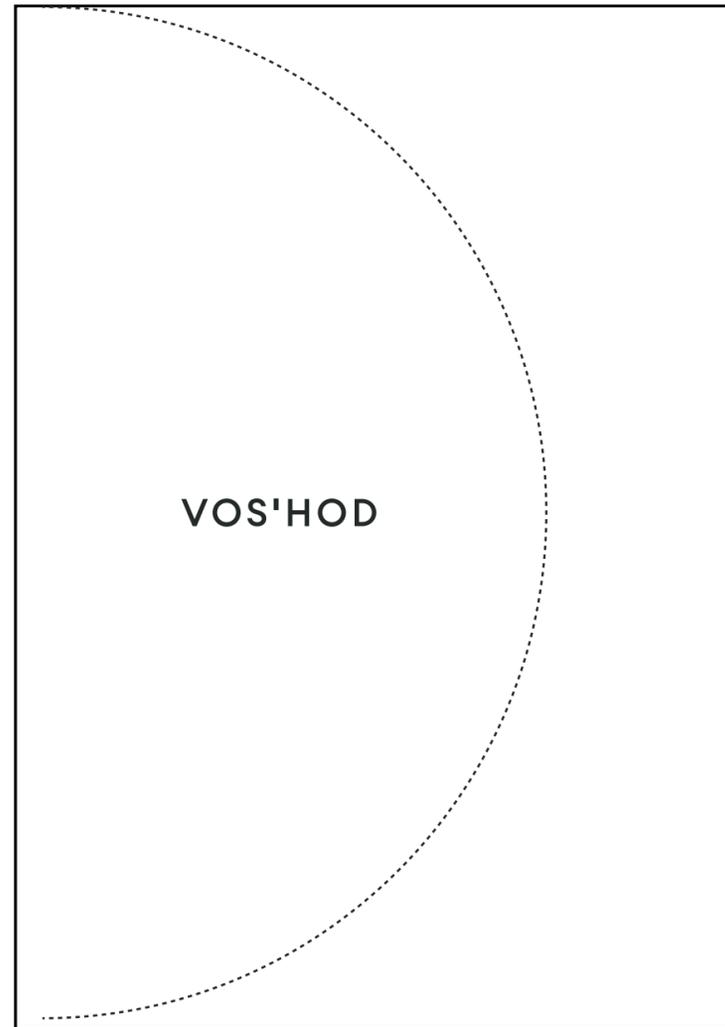


Не используйте не фирменные цвета в логотипе.

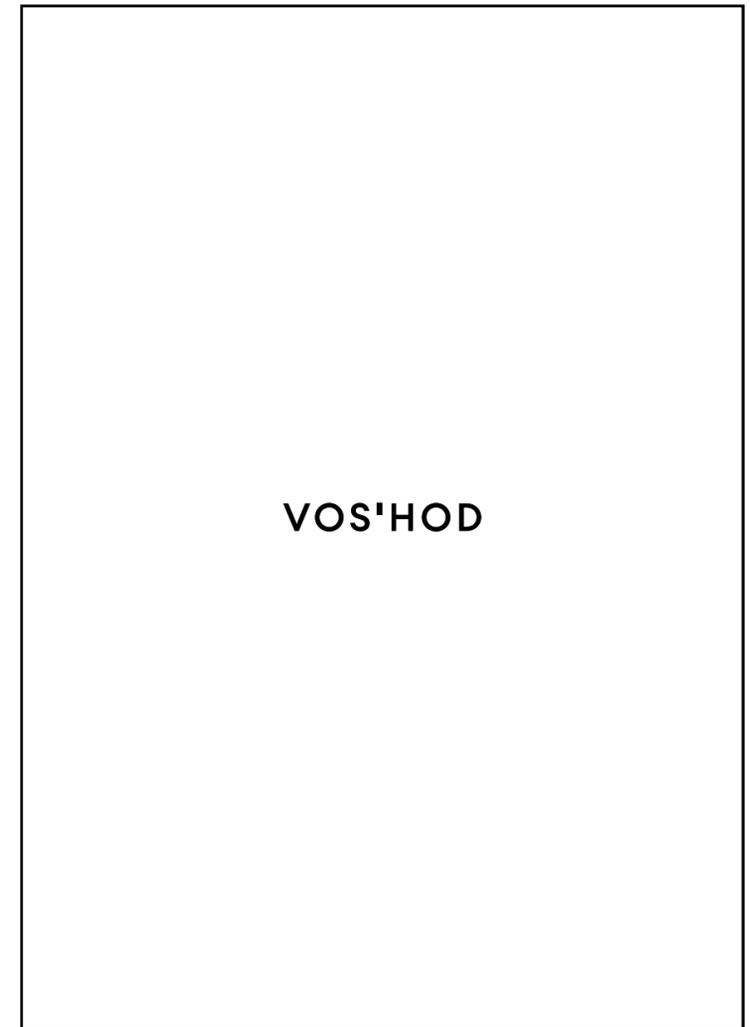
# ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГОТИПА НА МАКЕТАХ



Логотип стоит по центру макета сверху.



Логотип стоит в центральной части макета слева.



Логотип стоит в самом центре макета, без привязки к боковым сторонам.

# НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

**VOS'NOD**

Не меняйте компоновку логотипа на произвольную.

**VOS'NOD**

Не деформируйте логотип.

**VOS'NOD**

Не перекрашивайте логотип.

**VOS'NOD**

Не меняйте шрифт логотипа.

**VOS'NOD**

Не используйте непредусмотренные эффекты.

**VOS'NOD**

Не меняйте толщину линий в логотипе.

# ЦВЕТА

Белый цвет – основной фон в коммуникации. Белый логотип используется на чёрном фоне и на фоне фотографий.

**HEX** #FFFFFF  
**RGB** 255, 255, 255  
**CMYK** 0, 0, 0, 0

Дижон – основной фирменный цвет.

**HEX** C4B200  
**RGB** 196 178 0  
**CMYK** 20 31 100 3  
**Ral** 095 70 60  
**Pantone** 7759 C/U

Цвет цунами – вариация чёрного цвета. Используется для типографики и тёмного фона.

**HEX** 232828  
**RGB** 35 40 40  
**CMYK** 5 60 60 65  
**Ral** 000 20 00  
**Pantone** BLACK 3

# ШРИФТЫ

В коммуникации используется шрифт Euclid Circular B. Геометричные формы символов, минимальный контраст штрихов, отсутствие декоративности делают шрифт идеальным для любых задач.

# EUCLID CIRCULAR B LIGHT

Фирменный шрифт для заголовков и акциденции.

# Euclid Circular B Light

Фирменный шрифт для текста.

# Helvetica / Arial

Для случаев, когда нет возможности использовать фирменный шрифт.

01 – Заголовок Euclid Circular B Medium, межбуквенное 10%, выключка по левому краю.

02 – Заголовок Euclid Circular B Light, межбуквенное 10%, выключка по левому краю.

03 – Текст Euclid Circular B Light, выключка по левому краю.

01

VOS'HOD  
**PERFECT LIFESTYLE  
DEVELOPMENT**

02

**ДЕВЕЛОПЕР  
БЕЗУПРЕЧНОГО  
ОБРАЗА ЖИЗНИ**

03

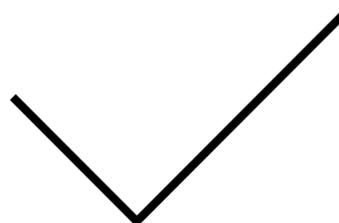
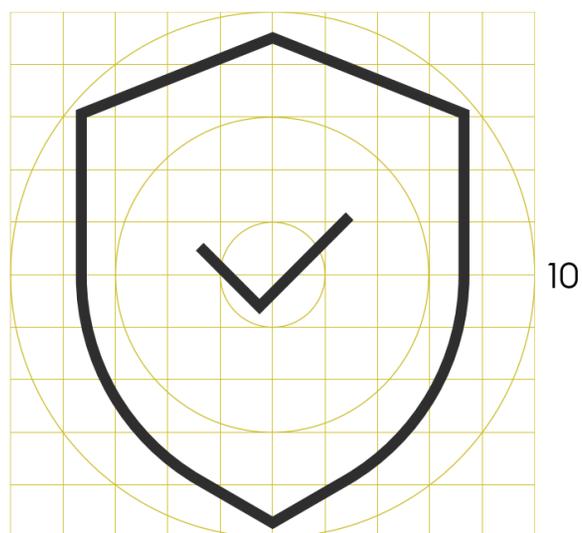
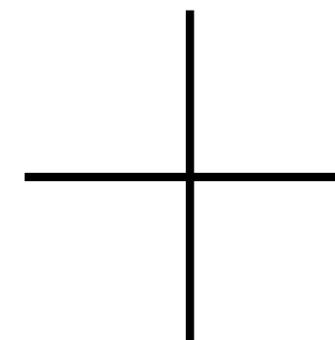
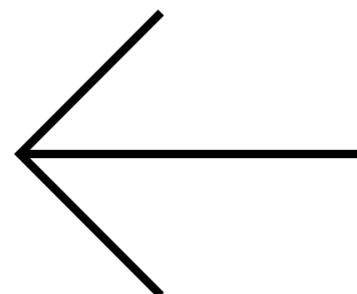
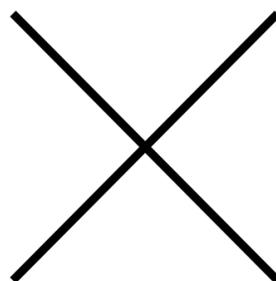
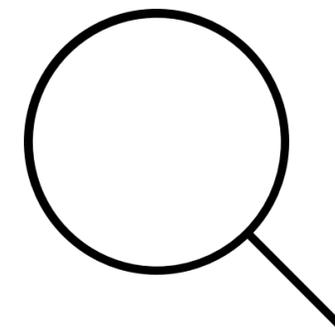
Vos'hod обладает исключительным вкусом в архитектуре и искусстве. Это внутреннее чутьё позволяет нам выбирать свой путь в спектре возможностей, которые мы видим как визионеры, и создавать решения вне времени, которые сохраняют свою ценность сегодня и завтра.

Vos'hod обладает исключительным вкусом в архитектуре и искусстве. Это внутреннее чутьё позволяет нам выбирать свой путь в спектре возможностей, которые мы видим как визионеры, и создавать решения вне времени, которые сохраняют свою ценность сегодня и завтра.

Vos'hod обладает исключительным вкусом в архитектуре и искусстве. Это внутреннее чутьё позволяет нам выбирать свой путь в спектре возможностей, которые мы видим как визионеры, и создавать решения вне времени, которые сохраняют свою ценность сегодня и завтра.

# ПИКТОГРАММЫ

Функциональные пиктограммы строятся на основе пластики шрифта Euclid Circular B.



# ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

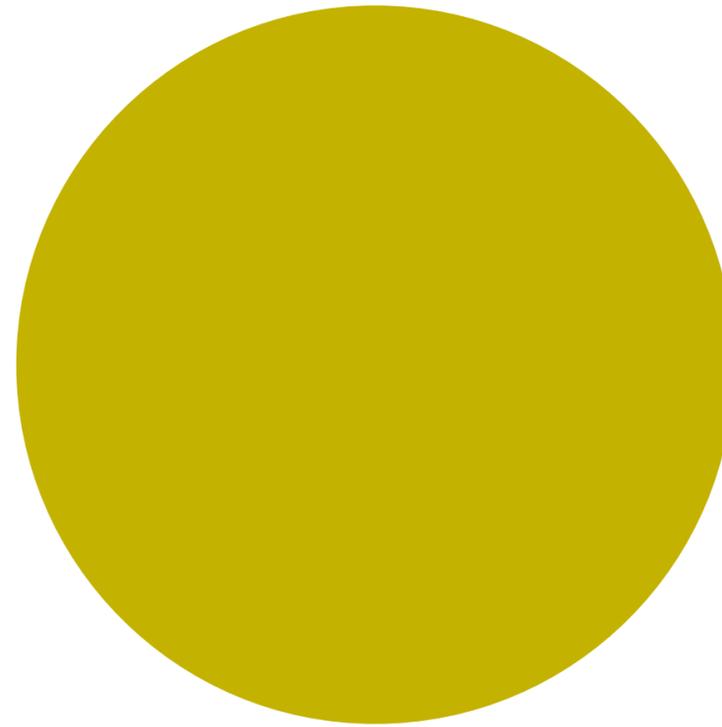
Фирменная графика строится на основе круга. Геометрия в макете базируется на минималистичных приёмах, без перегруза деталями.

01 – Форма круга, как основная графика на макете.

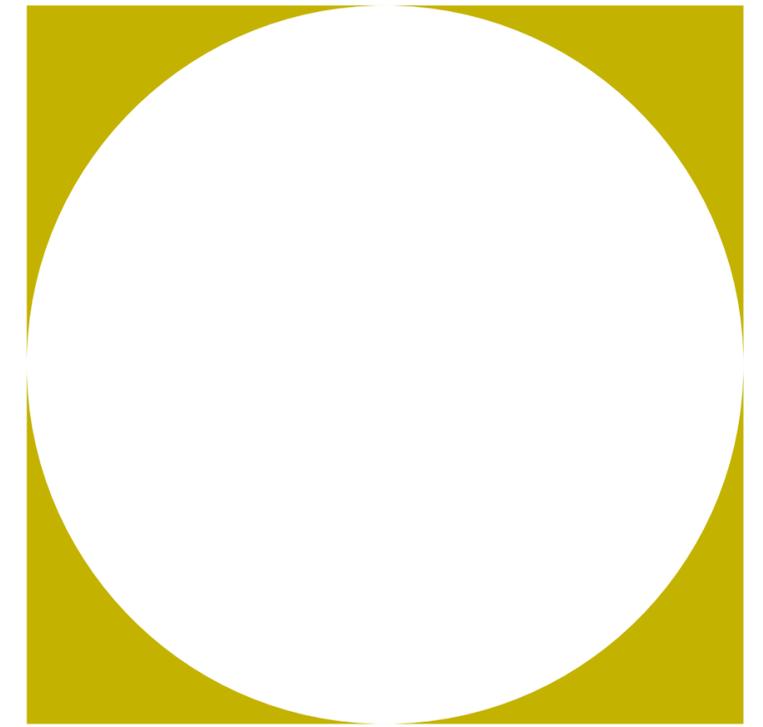
02 – Круг “исключается” из полной заливки фирменным цветом.

03 – “Исключение” двух окружностей сверху и снизу. Применяется в квадратных макетах.

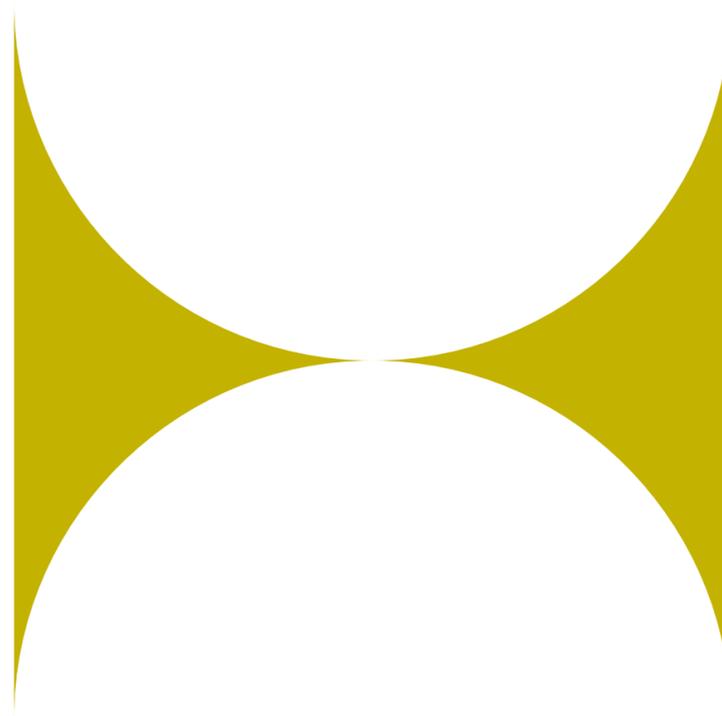
04 – Окружность уходит вправо и вверх на 10% с каждой стороны.



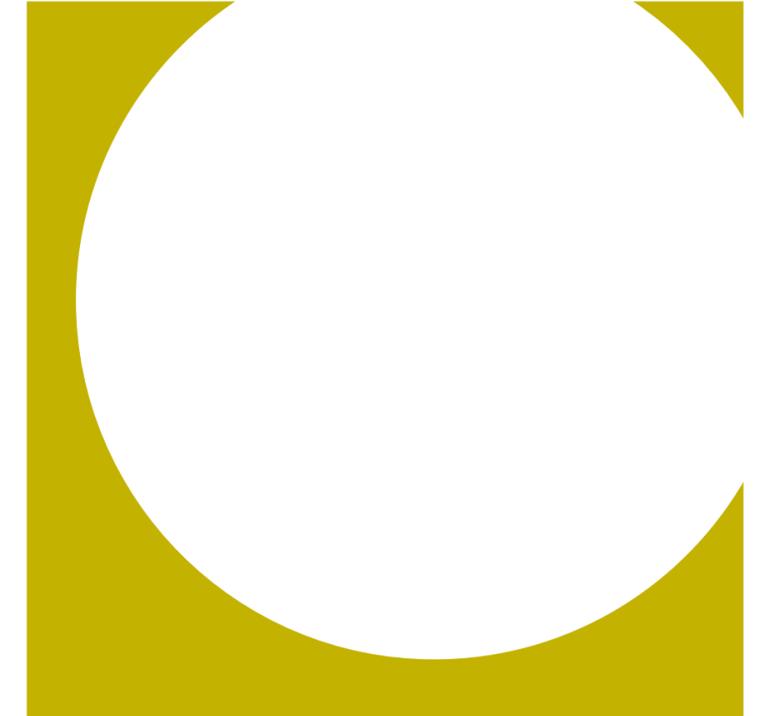
01



02



03



04

# ФОТОСТИЛЬ



Приоритетным стилем фотографий является чёрно-белая гамма. Для портретов команды используются простые, естественные позы. Для эмоциональных коммуникаций возможна съёмка с фокусировкой на главных субъектах. Идея бренда – на шаг впереди – раскрывается за счет динамичных размытых фигур на заднем плане главного героя.



# ИНТЕРЬЕР

Рекомендуется использовать декор для интерьера офиса VOS'HOD в подходящей стилистике: приоритет для объектов со схожей геометрией.



НОСИТЕЛИ  
ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА

**VOS'HOD**

**ОЛЬГА СЕРОВА**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ

+7 462 945 17 11  
SEROVA@VOSHODMOSCOW.RU

+7 495 150 99 99  
VOSHODMOSCOW.RU

115054, МОСКВА,  
БАЛОВАЯ УЛ., 26, БЦ LIGHTHOUSE

ПЕЧАТЬ

Шелкография чёрным Pantone Black 3.  
Лакирование лого “VOS'HOD”.

МАТЕРИАЛ

Olin smooth, белый, 300 г.





ОЛЬГА СЕРОВА  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТОВ

+7 462 945 17 11  
SEROVA@VOSHODMOSCOW.RU

+7 495 150 99 99  
VOSHODMOSCOW.RU

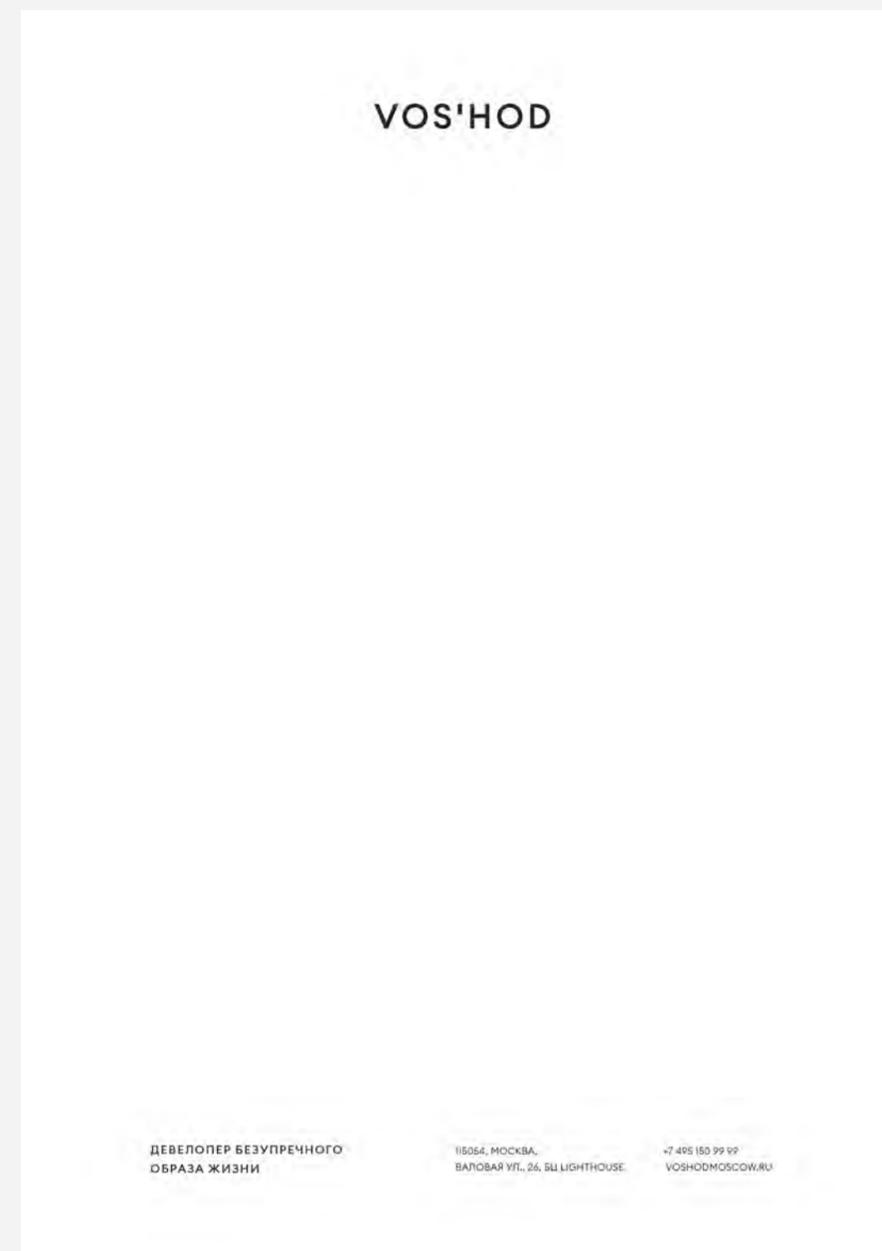
115054, МОСКВА,  
ВАЛОВАЯ УЛ., 26, БЦ LIGHTHOUSE

ПЕЧАТЬ

Шелкография чёрным Pantone Black 3.  
Шелкография жёлтым Pantone 7758 U.  
Лакирование лого “VOS’HOD”.

МАТЕРИАЛ

Olin smooth, белый, 300 г.



ПЕЧАТЬ  
 Шелкография чёрным Pantone Black 3.  
 Лакирование лого “VOS’HOD”.

МАТЕРИАЛ  
 Olin smooth, белый, 300 г.



# VOS'HOD

Уважаемый Константин Константинович,  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandi praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

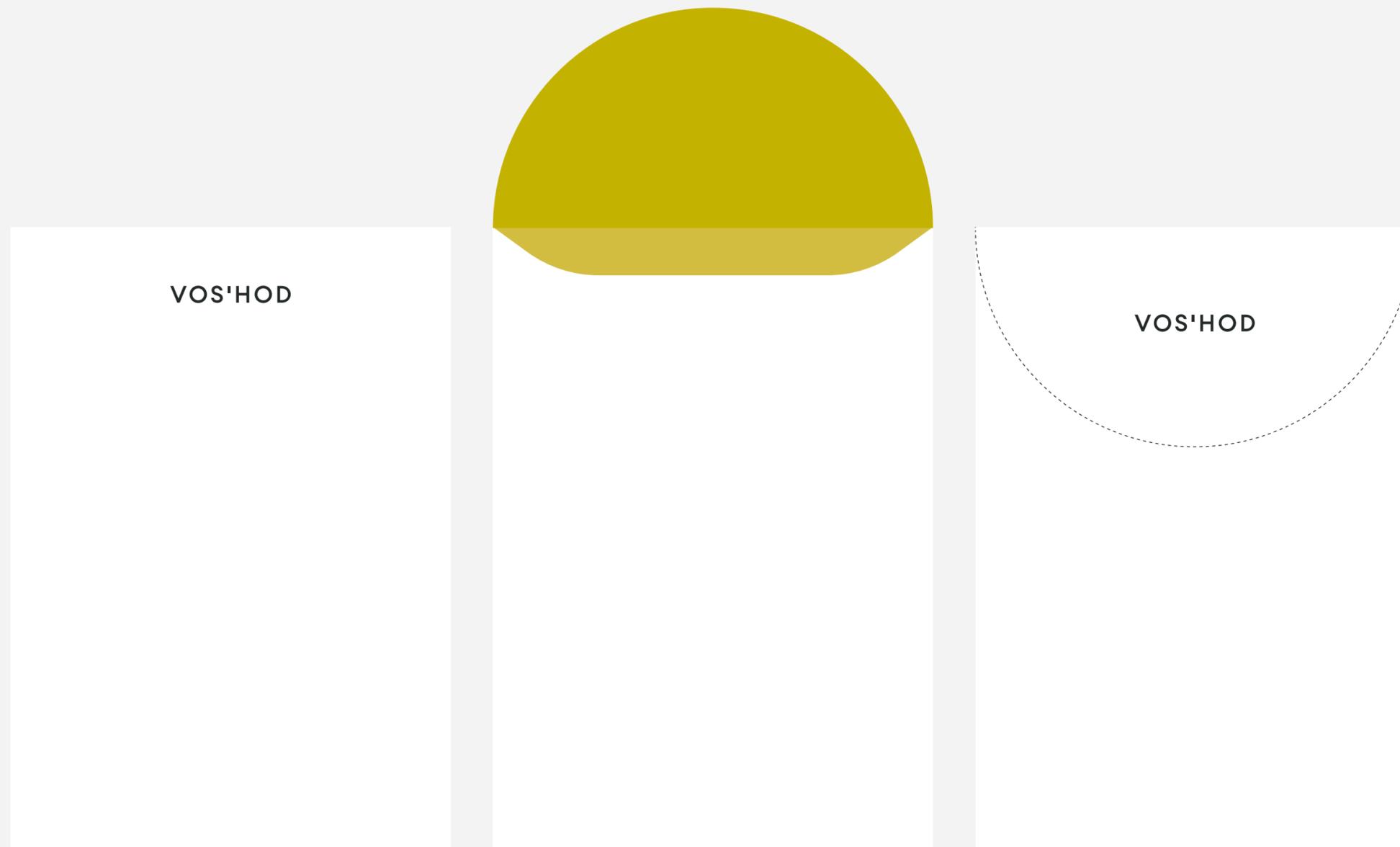
Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandi praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

consetetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandi praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

*[Handwritten Signature]*  
 С уважением,  
 Константин Константинов,  
 Бренд-менеджер

19004, МОСКВА,  
 ВАЛОВАЯ УЛ., 24, BCL LIGHTHOUSE  
 +7 495 103 99 99  
 VOS'HODMOSCOW.RU

ДЕВЕЛОПЕР БЕЗУПРЕЧНОГО  
 ОБРАЗА ЖИЗНИ



## ПЕЧАТЬ

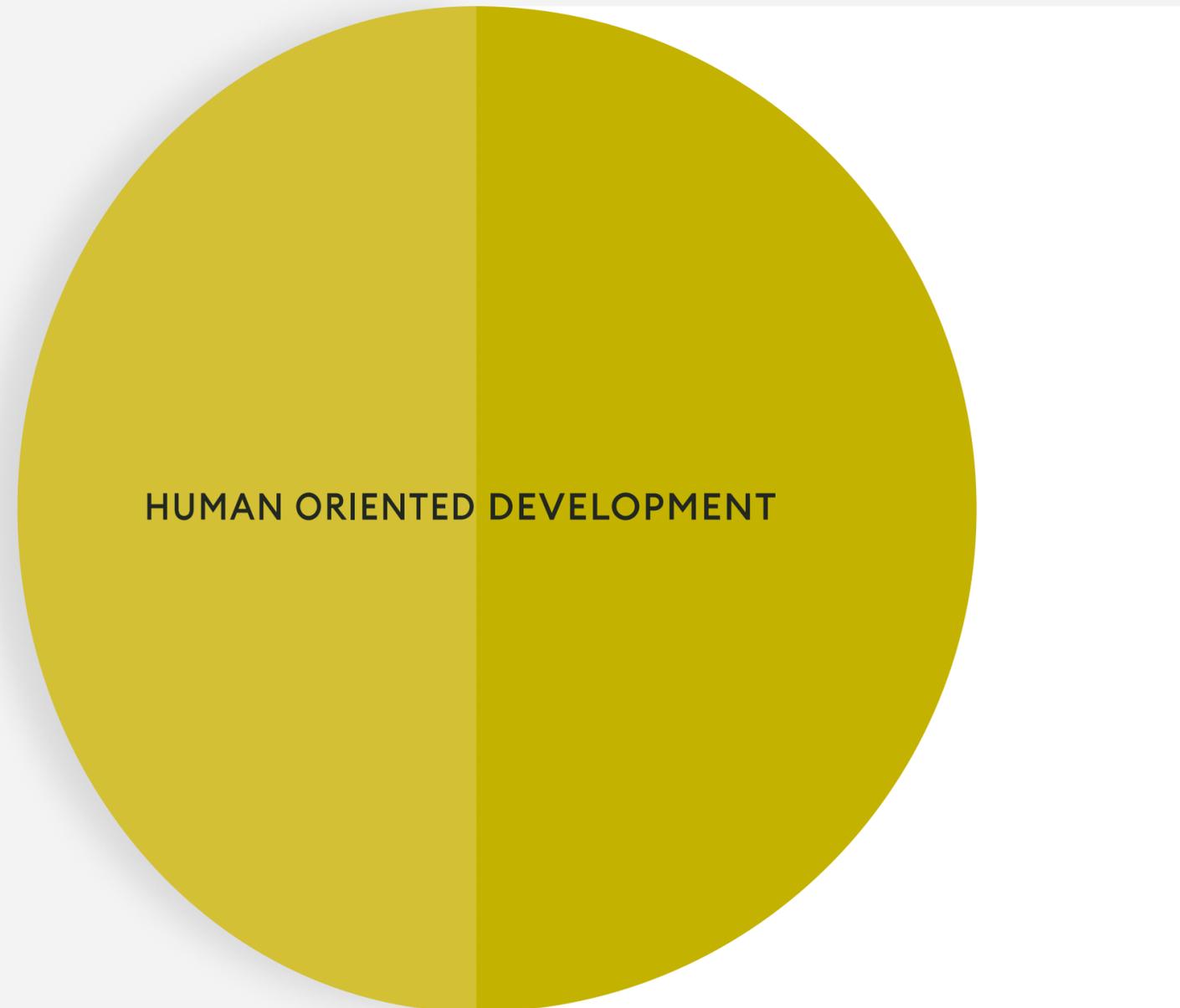
Шелкография чёрным Pantone Black 3.

Лакирование лого "VOS'HOD".

Печать внутреннего слоя жёлтым Pantone 7758 U.

## МАТЕРИАЛ

Olin smooth, белый, 300 г.



ПЕЧАТЬ

Шелкография чёрным Pantone Black 3.

Лакирование лого “VOS’HOD”.

Печать внутреннего слоя жёлтым Pantone 7758 U.

МАТЕРИАЛ

Olin smooth, белый, 300 г.



## ПЕЧАТЬ

Тиснение лого “VOS’HOD”.

Торец листов внутреннего блока выкрашен в жёлтый Pantone 7759.

Форзац запечатан жёлтым Pantone 7759.

## МАТЕРИАЛ

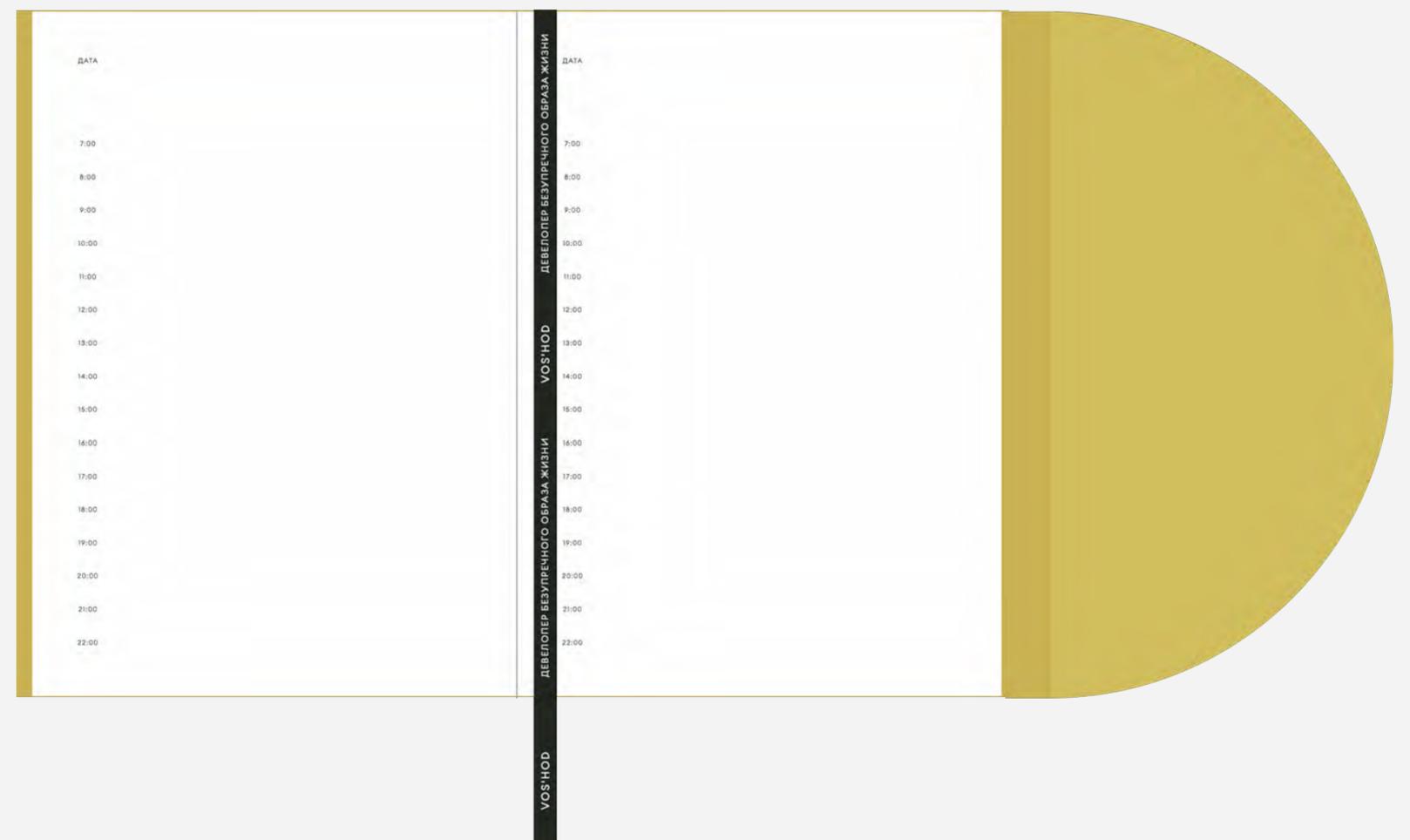
Обложка – чёрный текстильный переплётный материал.

Обложка с полукруглым клапаном на магните.

Ляссе – чёрная с печатью логотипа и слогана.

Форзац – Olin smooth, белый, 350 г.

Блок – Olin smooth, белый, 120 г.



# ЕЖЕГОДНИК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ОБЛОЖКА

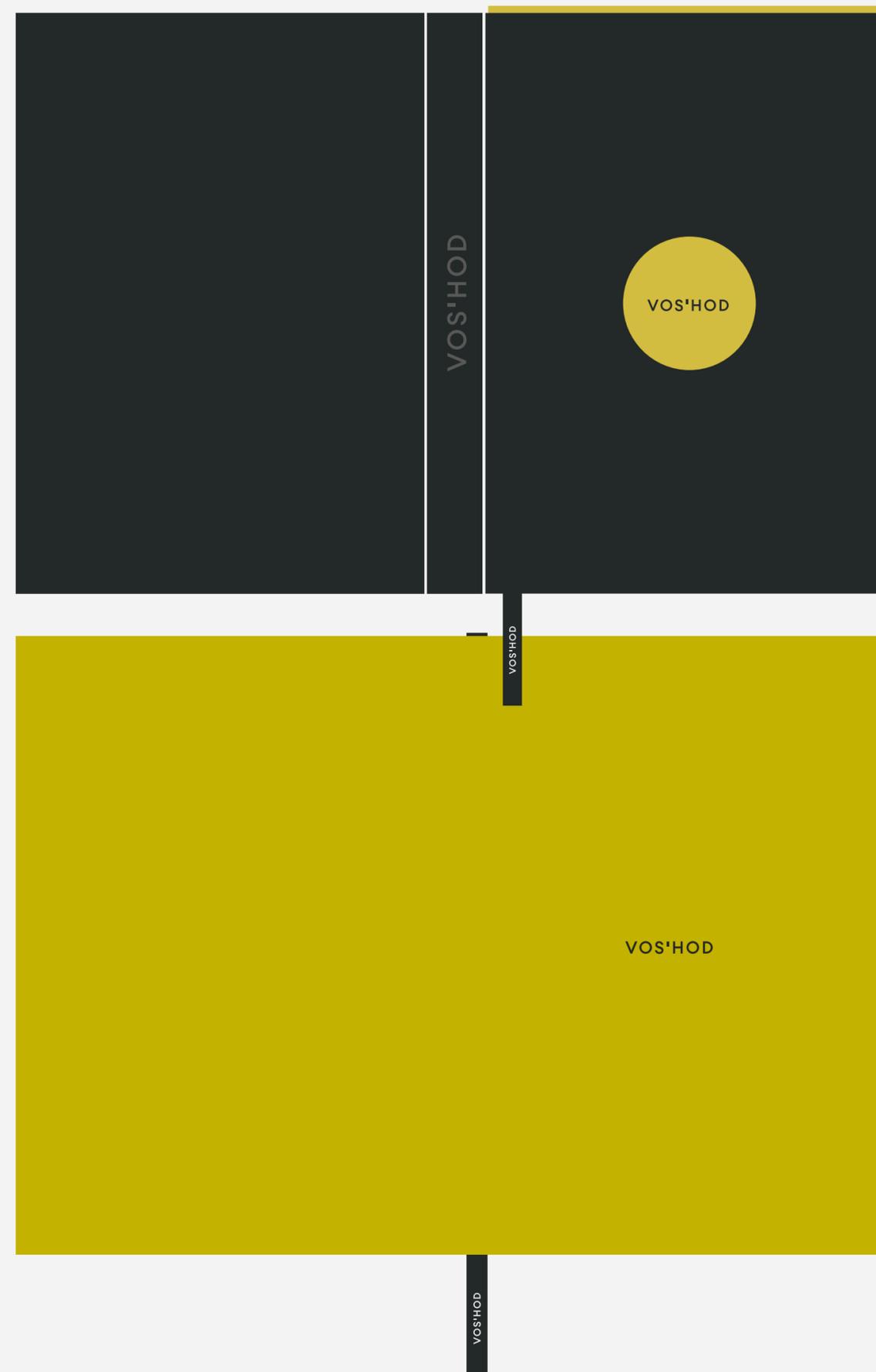
VOS'HOD-NOTEBOOK-2 ↓

## ПЕЧАТЬ

Вырубка круга в обложке.  
Торец листов внутреннего блока.  
выкрашен в желтый Pantone 7758 U.  
Форзац запечатан жёлтым Pantone  
7758 U.

## МАТЕРИАЛ

Обложка – чёрный текстильный  
переплетный материал.  
Ляссе – чёрная с печатью логотипа  
и слогана.  
Форзац – Olin smooth, белый, 350 г.  
Блок – Olin smooth, белый, 120 г.





## ПЕЧАТЬ

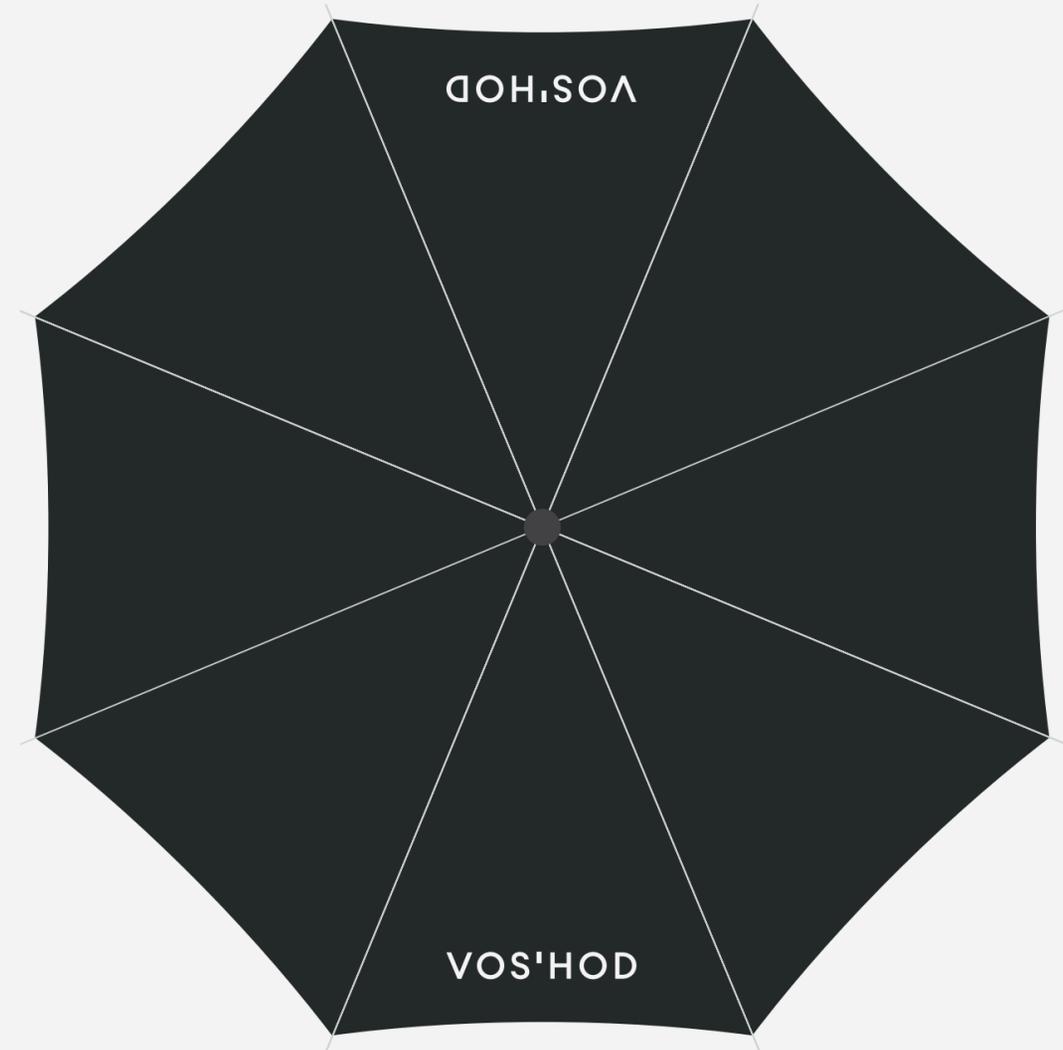
Шелкография чёрным Pantone Black 3.

Лакирование лого “VOS’HOD”.

Внутри пакет запечатан жёлтым Pantone 7758 U.

## МАТЕРИАЛ И КОНСТРУКЦИЯ

Белый плотный материал / бумага Olin smooth, белый, 350 г.



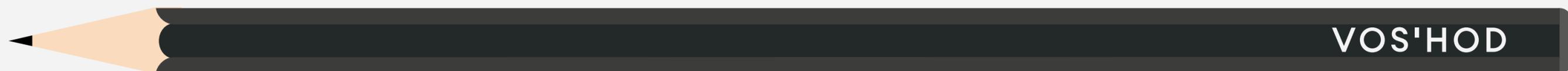
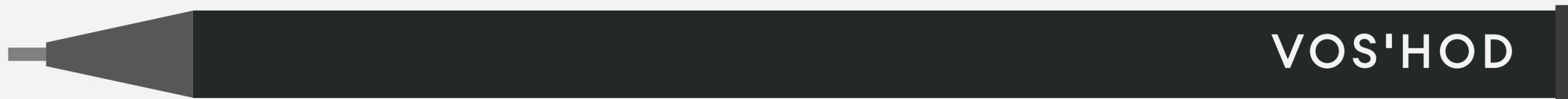
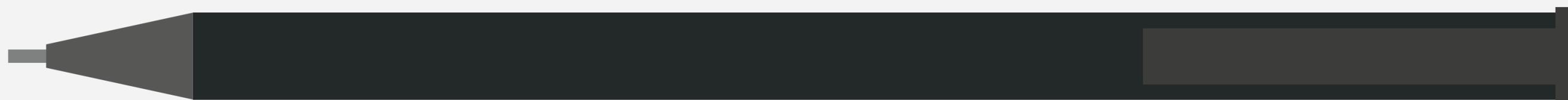
ПЕЧАТЬ  
Шелкография.

МАТЕРИАЛ И КОНСТРУКЦИЯ  
длина 92 см, диаметр купола 111 см, ручка -  
натуральная кожа; купол - эпонж, 190T,  
8 спиц.



ПЕЧАТЬ  
Шелкография/Тампо.

МАТЕРИАЛ И КОНСТРУКЦИЯ  
Каска строительная белая.



ПЕЧАТЬ

Тампо. Белым по чёрному.

МАТЕРИАЛ

Ручка металлическая 1,1 x 14 см.

Карандаш чёрный с чёрной окрашенной древесиной.



ПЕЧАТЬ ВАРИАНТ 1

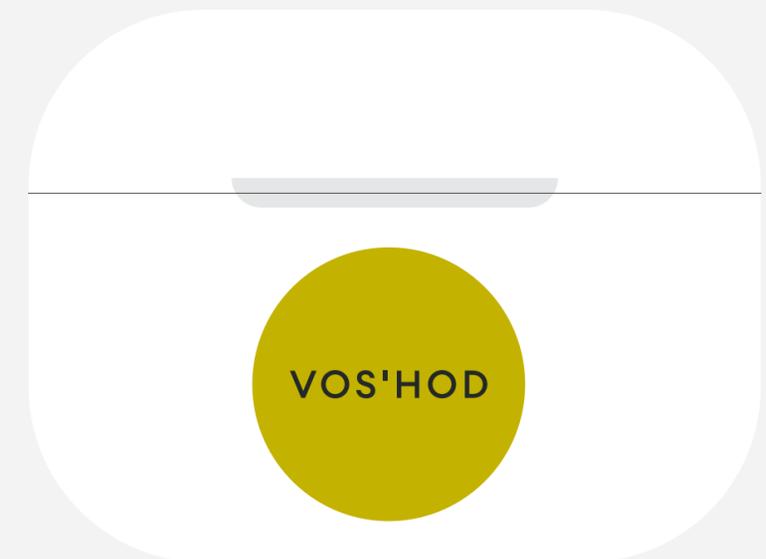
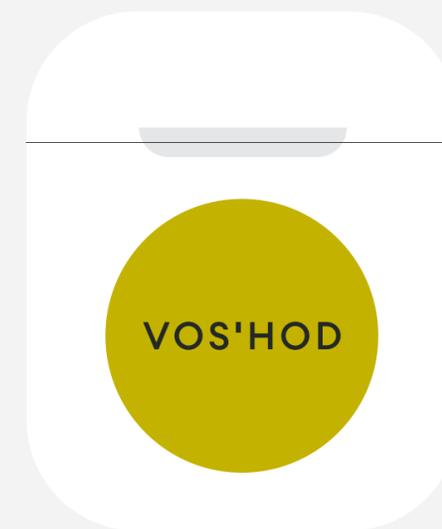
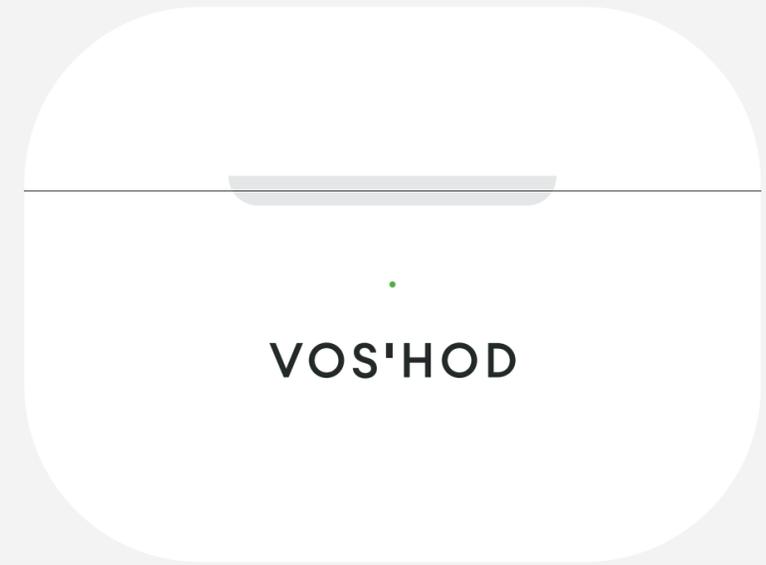
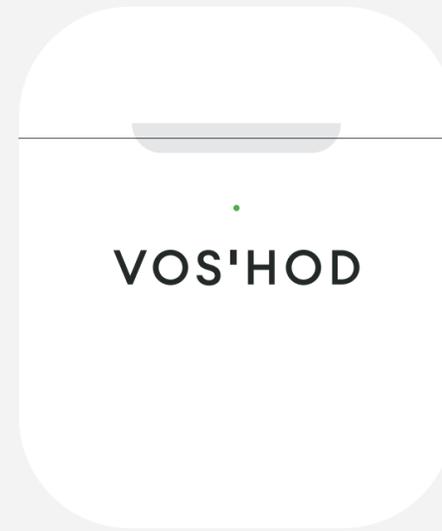
Шелкография/цифровая печать по белому силиконовому ремешку.

ПЕЧАТЬ ВАРИАНТ 2

Тиснение по коже.

# ЧЕХОЛ ДЛЯ НАУШНИКОВ

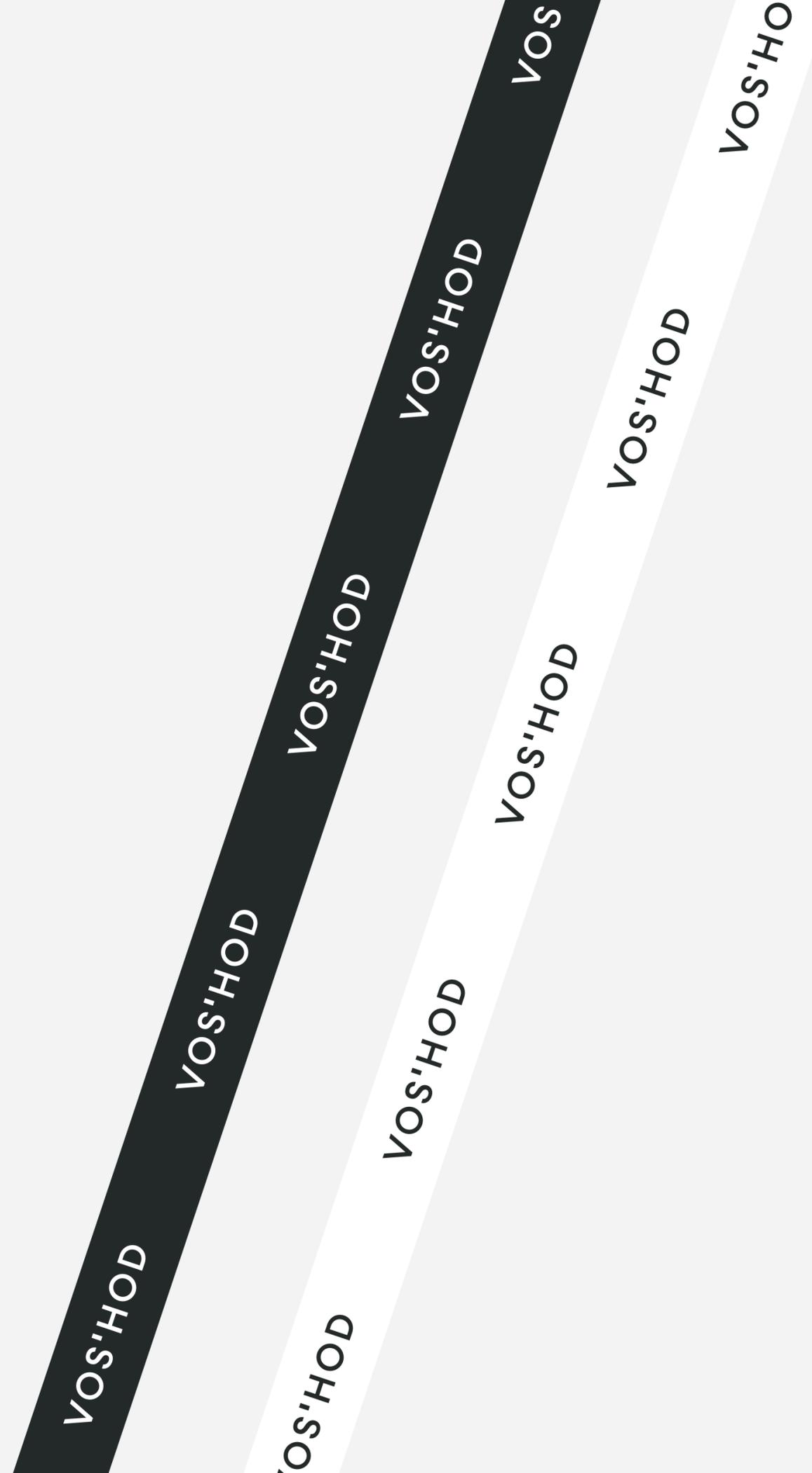
VOS'HOD-EARPODS-CASE ↓



ПЕЧАТЬ  
Шелкография + лакирование по белому  
или чёрному силиконовому чехлу.

# ЛЕНТА ДЛЯ УПАКОВКИ

VOS'HOD-RIBBONS ↓



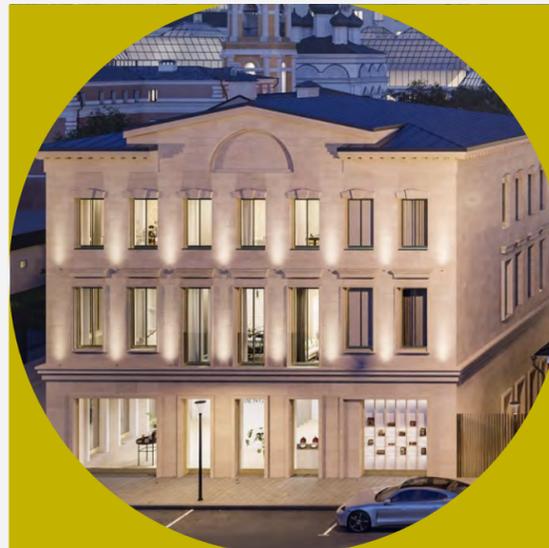
ПЕЧАТЬ  
Шелкография или цифровая печать.

**ПЕЧАТЬ**  
Самоклейка белая, шелкография  
и лакирование логотипа.





HUMAN  
ORIENTED  
DEVELOPMENT



## МАКЕТЫ

Фирменная графика строится на основе круга. Геометрия в макете базируется на минималистичных приемах, без перегруза деталями. Чередование чёрно-белых фотографий, макетов с графикой и цветных изображений.

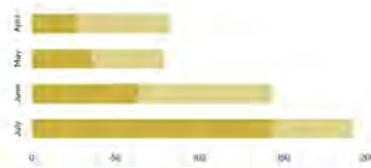
LOREM IPSUM

SUBTITLE  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

SUBTITLE  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

16 VOS'HOD

LOREM IPSUM



24.2%

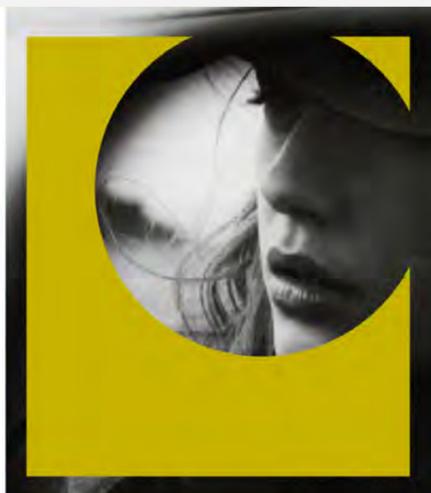
LOREM IPSUM

17 VOS'HOD

LOREM IPSUM

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.
- Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

11



LOREM IPSUM

LOREM IPSUM

12



LOREM IPSUM

14



LOREM IPSUM

+75.9%



1st Qtr 2nd Qtr 3rd Qtr 4th Qtr

19 VOS'HOD

Легко читаемая типографика в заголовках и текстах. Выключка влево для заголовков и длинных текстов. Используется фирменный шрифт Euclid Circular B. В качестве разделителей используется фирменная графика или фото. На фото можно помещать маски с фирменной графикой.