

2023

Guideline

MR

## Содержание

[Все разделы кликабельны](#)

1

## Введение

Идея концепции  
Описание стиля  
Brand story

2

## Знак и логотип

Концепция  
Основная и дополнительная версия логотипа  
Построение и охранные зоны  
Недопустимые варианты использования  
Примеры использования  
Логотипы направлений

3

## Колористика

Основные цвета  
Примеры использования  
Дополнительные цвета

4

## Типографика

Акцидентный шрифт  
Наборный шрифт  
Иерархия текста

5

## Айдентика направлений

MR private  
MR club  
MR urban  
MR art&design  
MR arch  
MR commercial  
MR digital  
MR invest

6

## Фотостиль

Архитектура  
Интерьер  
Фурнитура и объекты  
Люди  
Правила обработки фотографий  
Недопустимое использование

7

## Бренд-графика

Линии  
Графические элементы  
Плашки с градиентом  
Использование маски для изображения  
Паттерн  
Иконки

8

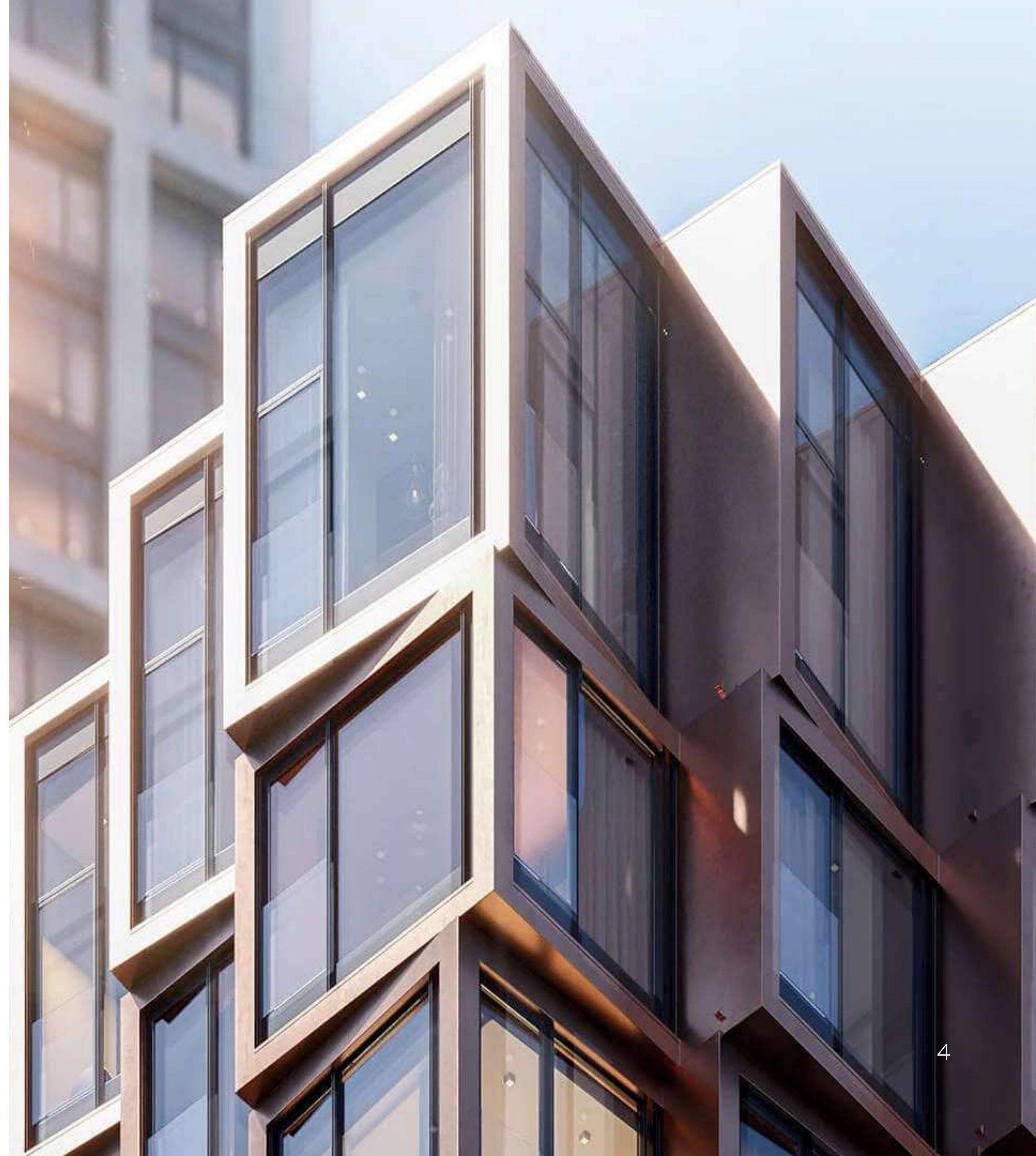
## Носители

Шаблон презентации  
Шаблон email-рассылки  
Скринсейвер  
Скринсейвер для переговорной  
Визитная карточка  
Фирменный бланк  
Папка для файлов  
Блокнот  
Письменные принадлежности  
Ежедневник  
Кружка  
Кофейный стаканчик  
Подарочный пакет  
Упаковочная бумага и лента  
Клейкая лента  
Фирменное поло  
Мерч  
Шоппер  
Флаги  
Мобильный стенд  
Стойка для промоматериалов  
Ресепшн  
Парковочный столбик  
Примеры навигации  
Правила размещения лого партнёров

Введение

## Идея концепции

В основу редизайна айдентики MR легло позиционирование компании в качестве визионеров рынка недвижимости. Футуристичные, стильные, амбициозные, идущие впереди времени – всё это о проектах MR. Ритм и пластика архитектурных форм стали вдохновением для визуального стиля.



## Стиль MR

# **уверенный**

# **лаконичный**

# **современный**

# **футуристичный**

# **амбициозный**

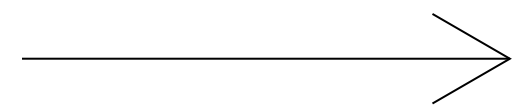


- Для человека который каждый день замечает новые предложения на рынке недвижимости, но все они сливаются в один бесконечный проект очередного ЖК.
- Мы являемся глотком свежего воздуха, визионером рынка девелопмента, наши проекты никогда не сравнятся по концепции и мысли даже с гигантами индустрии.
- Предлагая ему все условия для роста и совершенствования.
- Потому что именно у нас есть не только амбиции, но желание и возможность строить проекты-бенчмарки не только для региона, но и для всего мира.

Знак и логотип

Прежний логотип

MR



Новый логотип

MR 

MR

Более выразительные формы, широкие вертикальные штрихи делают логотип строгим, лаконичным, устойчивым. Сохранена преемственность с предыдущей версией логотипа – осталась неизменной нога буквы «R» и острая засечка под скруглением буквы, благодаря чему логотип выглядит современно и дерзко.

Наклонный элемент буквы «R» лёг в основу стиля и символизирует грани будущего.

Линии в логотипе, образующие грани, также являются стилеобразующими элементами.





The image shows the letters 'MR' in a bold, white, sans-serif font. The letters are centered horizontally and vertically on a solid black background. The 'M' and 'R' are connected at the top and bottom, with a shared vertical stem. The 'R' has a thick, rounded top and a short, angled tail.

Новый логотип символизирует надёжность, уверенность в завтрашнем дне. Монограмма стала шире, свободнее, чтобы создать впечатление современного стильного бренда, выделяющегося среди конкурентов.

## Основная и дополнительная версии логотипа

## ЛОГОТИП

 Скачать макет

Логотип MR должен использоваться на всех ключевых носителях — от полиграфии до брендинга автотранспорта. Преимущество знака: его можно использовать в небольшом размере.



 минимальный размер  
10 мм / 30 px

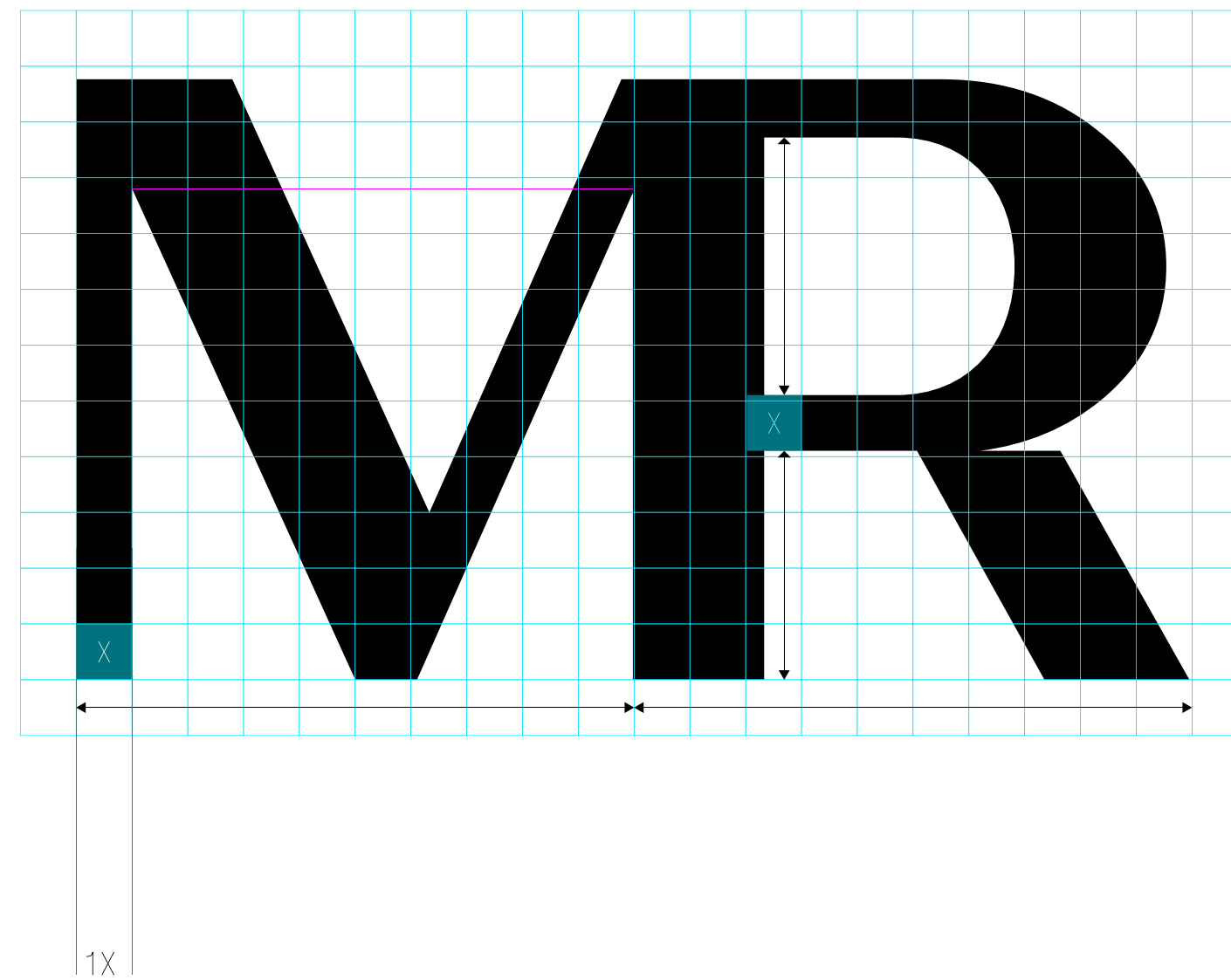
Версия логотипа со словом GROUP должна использоваться по тем же принципам, что и знак. Однако его минимальный размер должен быть крупнее знака из-за надписи.



 минимальный размер  
25 мм / 135 px

Логотип является важнейшим элементом стиля. В новой интерпретации MR сокращён до знака и слово GROUP не используется. Однако полный вариант также предусмотрен для редких и более формальных случаев.

Модульная сетка



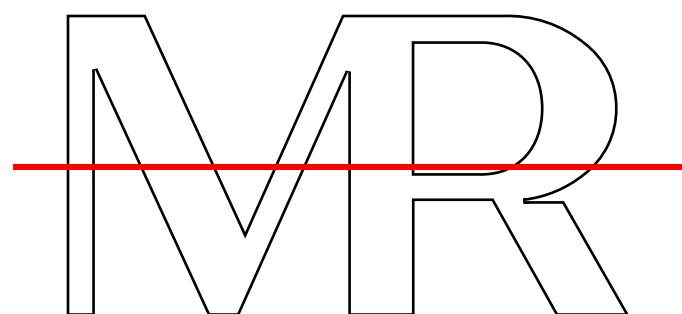
В основе построения логотипа лежит модульная сетка, где за основной модуль X взят левый вертикальный штрих «М».

Охранные поля

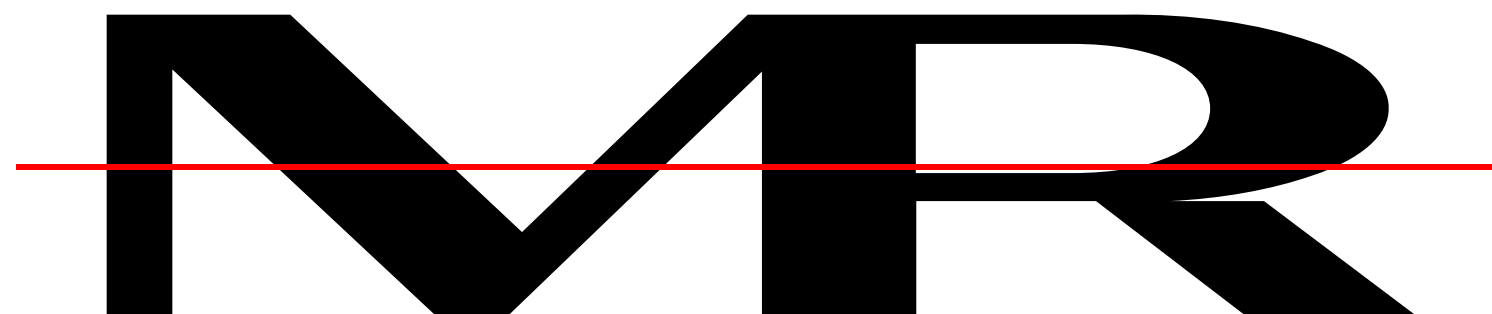


Охранные поля — зона вокруг логотипа, куда не должны попадать другие графические элементы. За основу модуля охранного поля взята величина X вертикальный штрих «R».

1.



2.



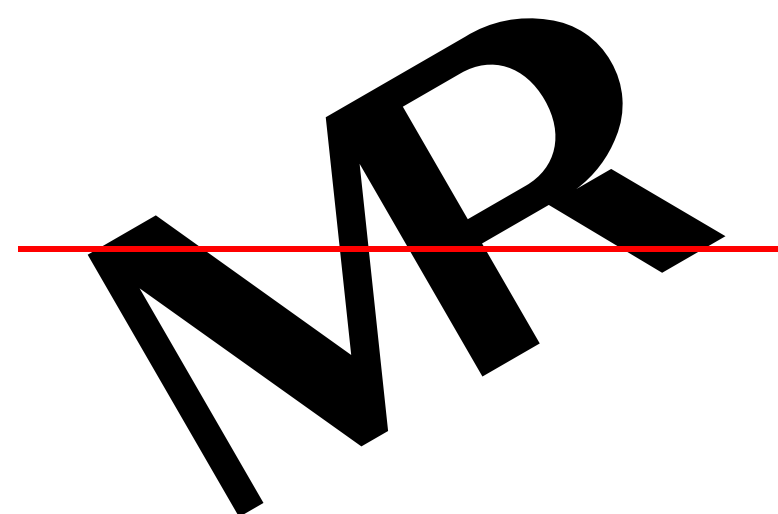
3.



4.



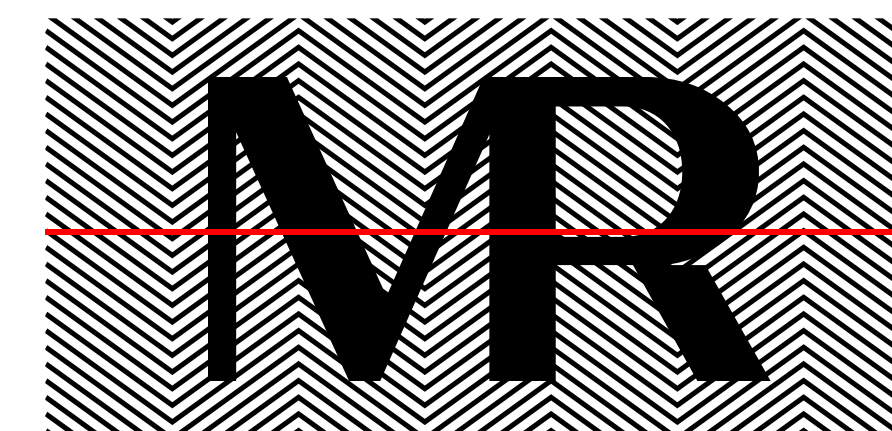
5.



6.



7.



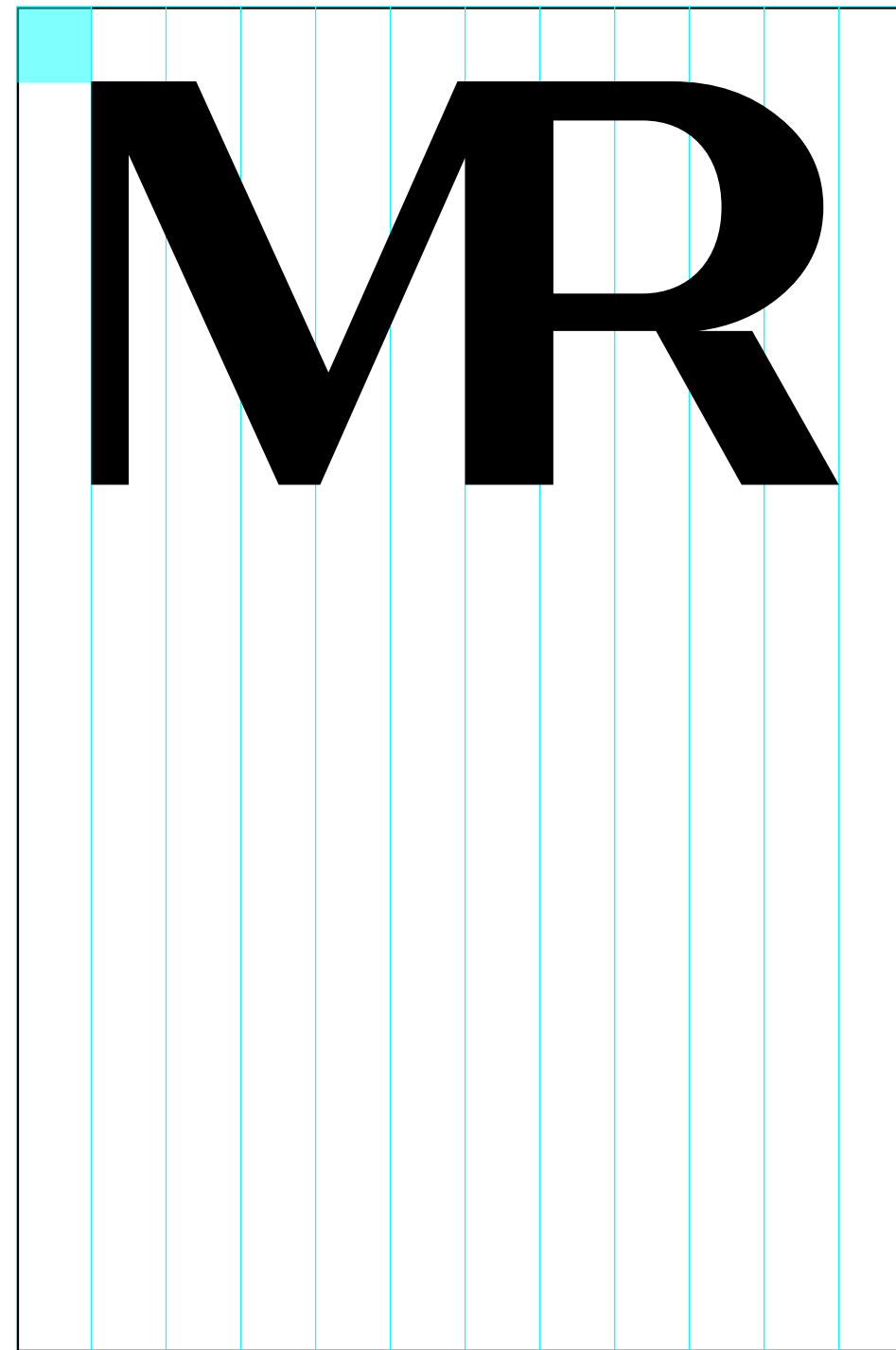
Существует много способов испортить даже самый стильный логотип. Здесь приведены самые наглядные примеры того, как нельзя использовать логотип.

1. Не допускается использование обводки.
2. Не допускается искажение пропорций.
3. Не допускается изменение цвета (только монохром).
4. Не допускается использовать логотип в качестве маски.

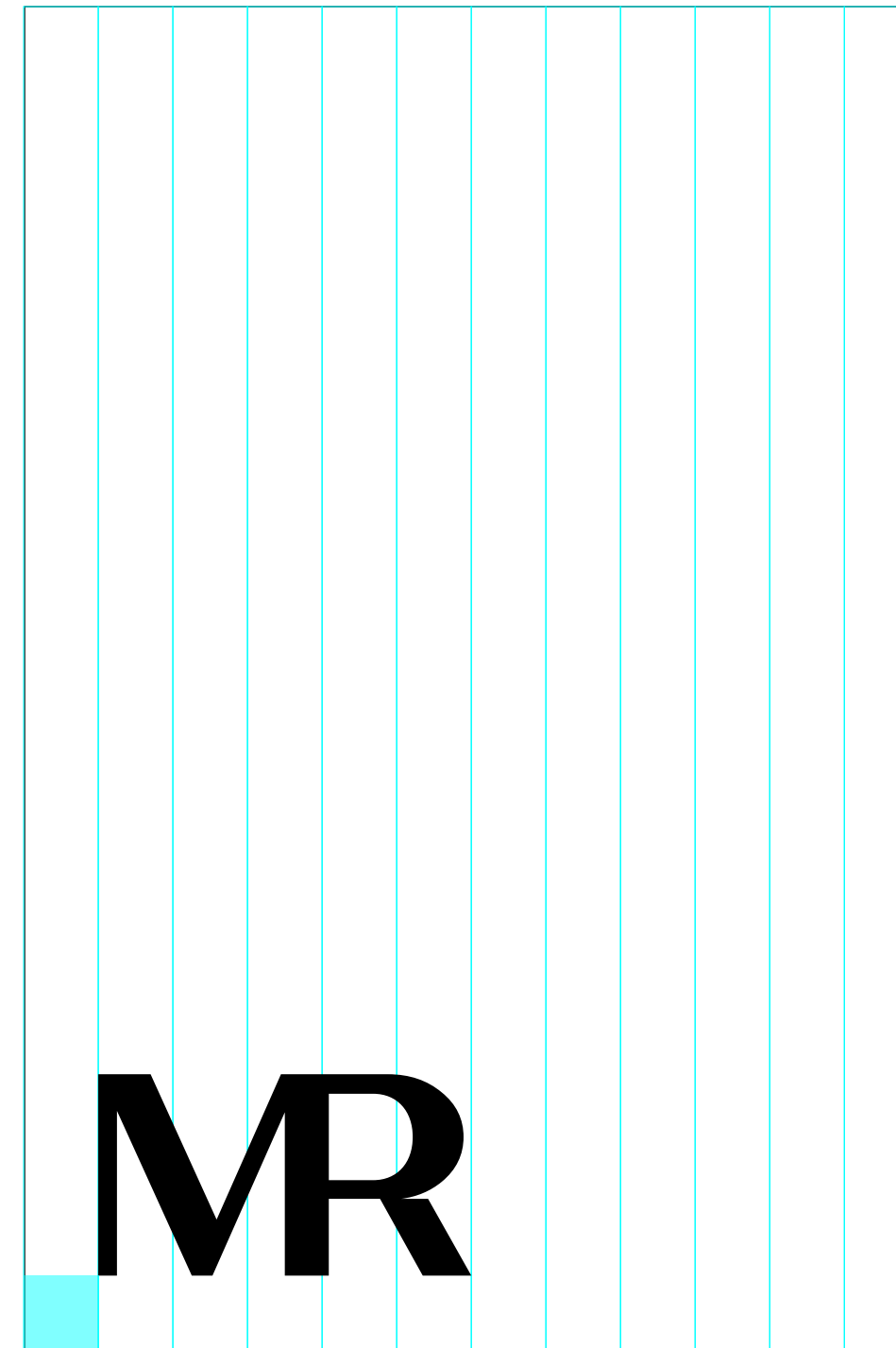
5. Не допускается поворот логотипа.
6. Не допускается использование эффектов.
7. Не допускается использование шумных и неконтрастных фонов.



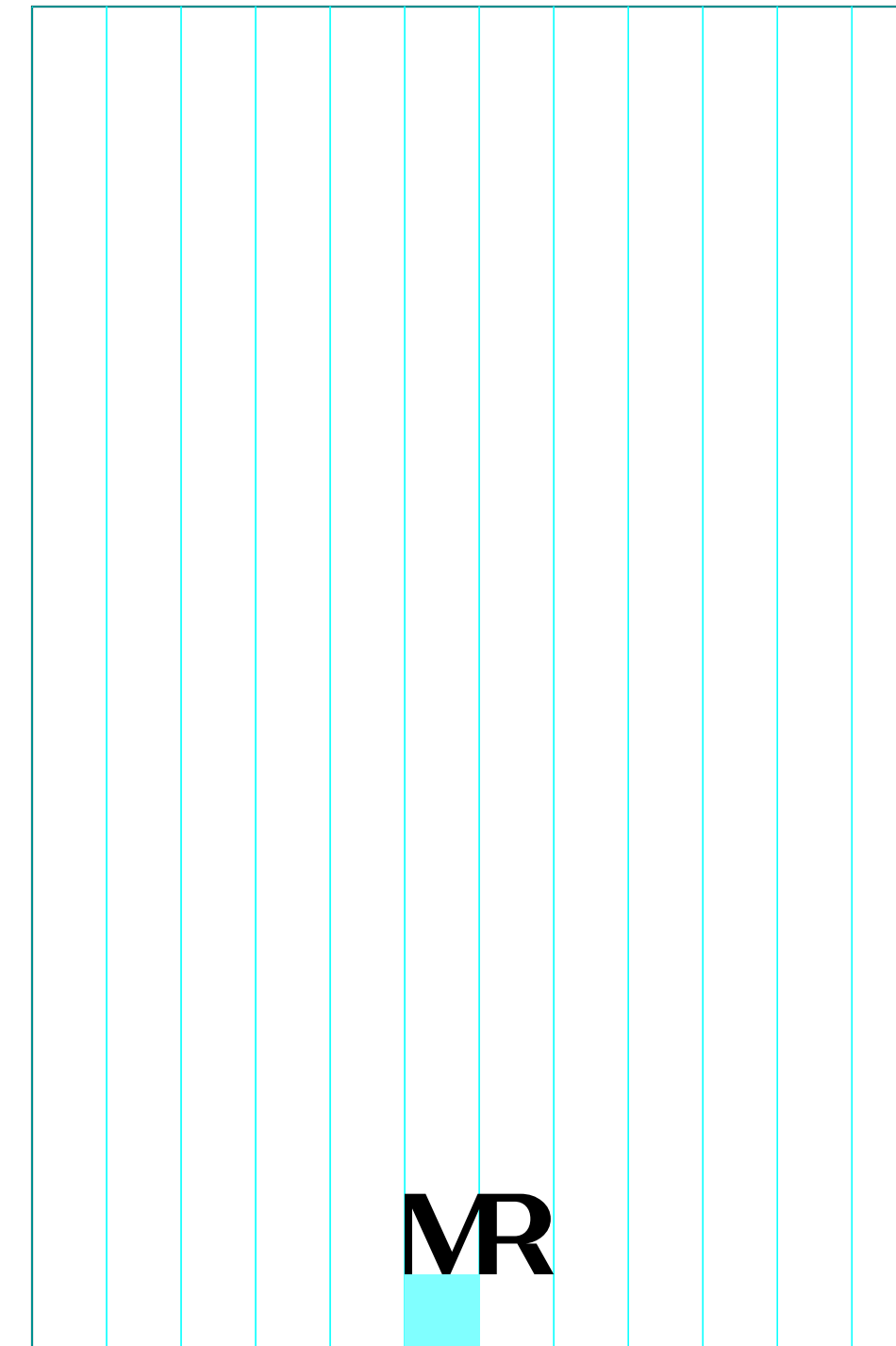
Горизонтальный формат



Максимальный размер



1/2 формата

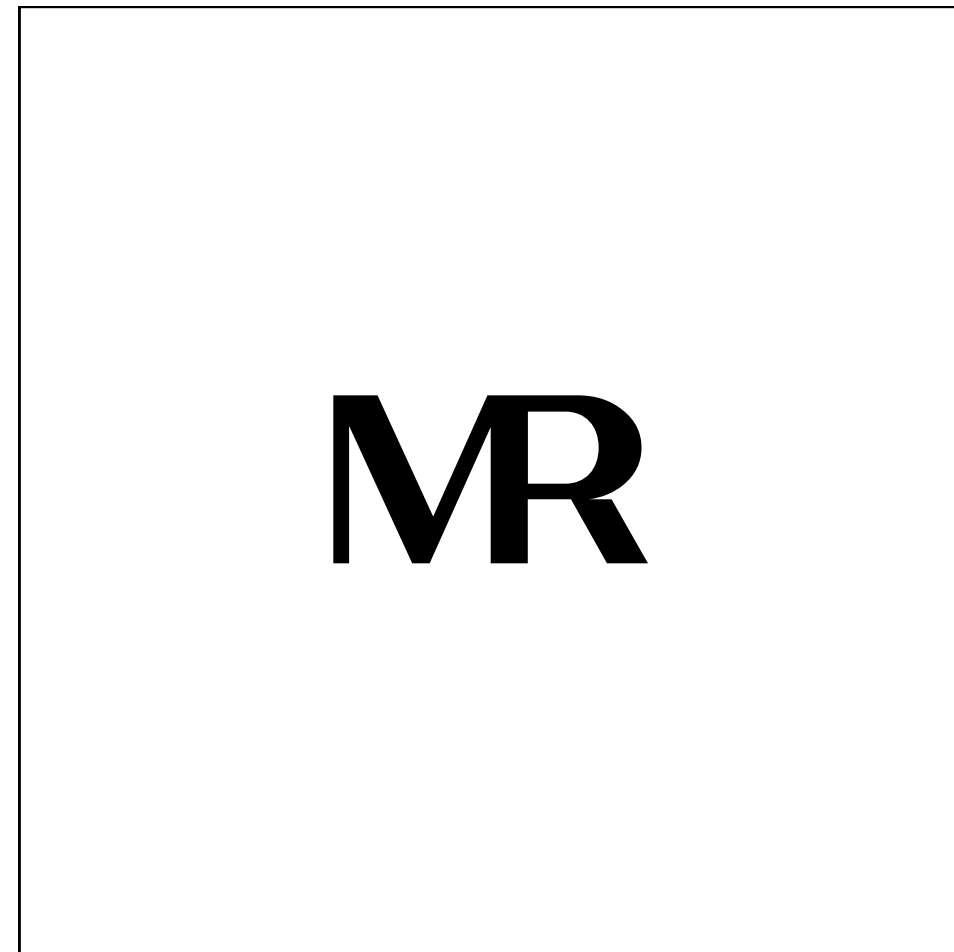


Небольшой размер

Важно следовать простым правилам использования логотипа в построении макетов. На этом слайде приведены примеры использования лого на разных форматах.

Для удобства формат поделён на 12 колонок. К этим величинам привязан размер логотипа.

\* Примеры показывают принцип изменения размера логотипа. Но его размер может быть меньше, в зависимости от контента.



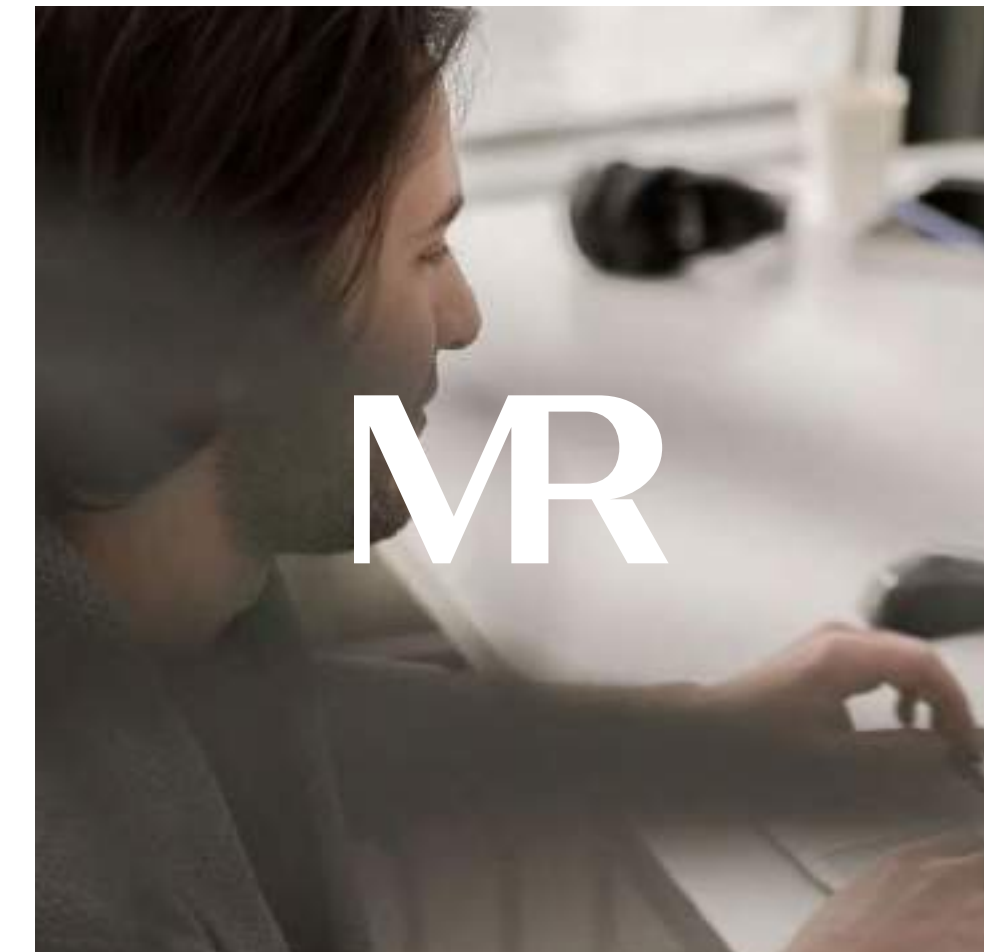
Логотип на светлом фоне



Логотип на тёмном фоне



Логотип на цветном фоне



Логотип на фотоизображении

Важно следовать простым правилам использования логотипа в построении макетов. На этом слайде приведены примеры использования лого на разных фонах.

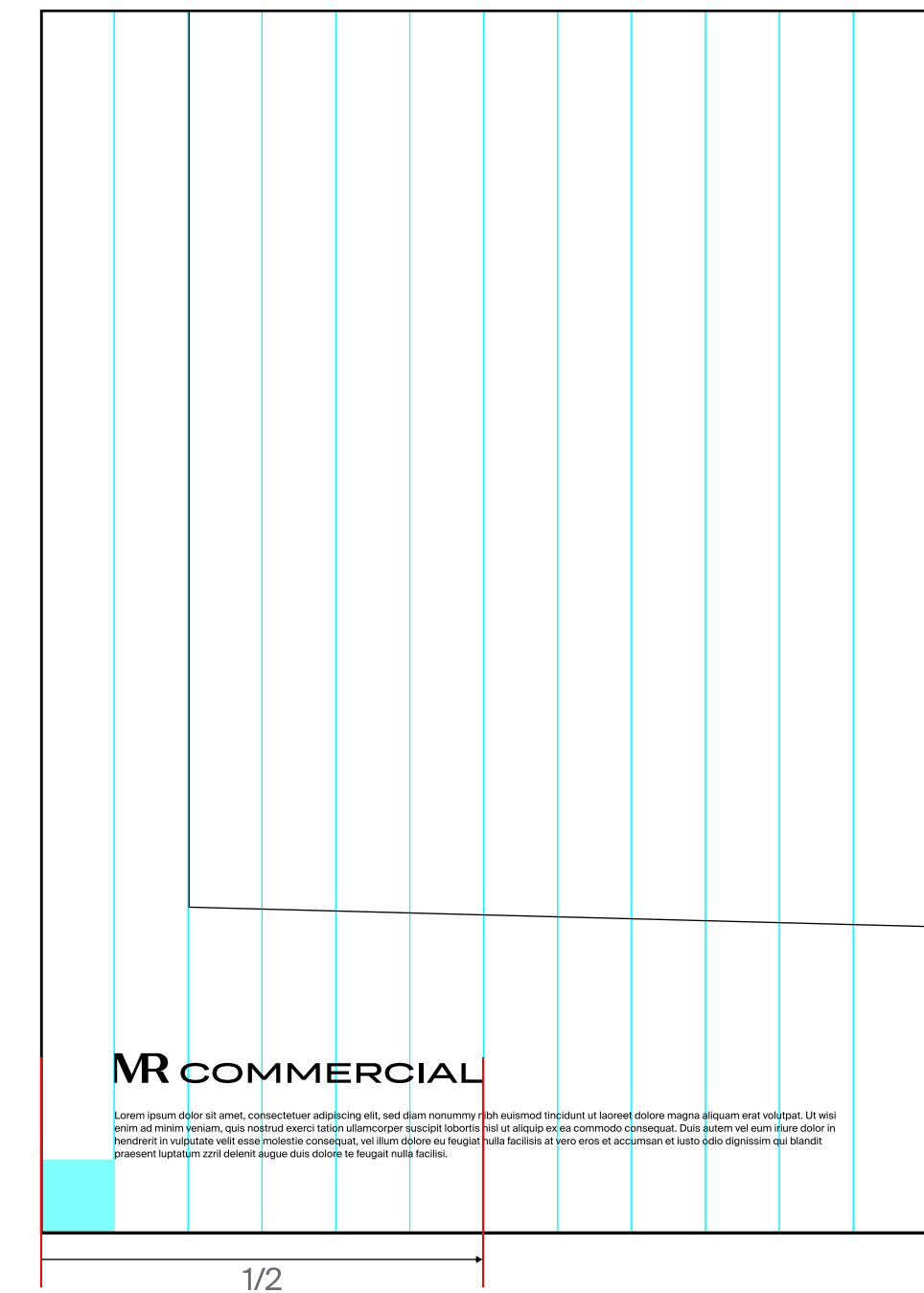
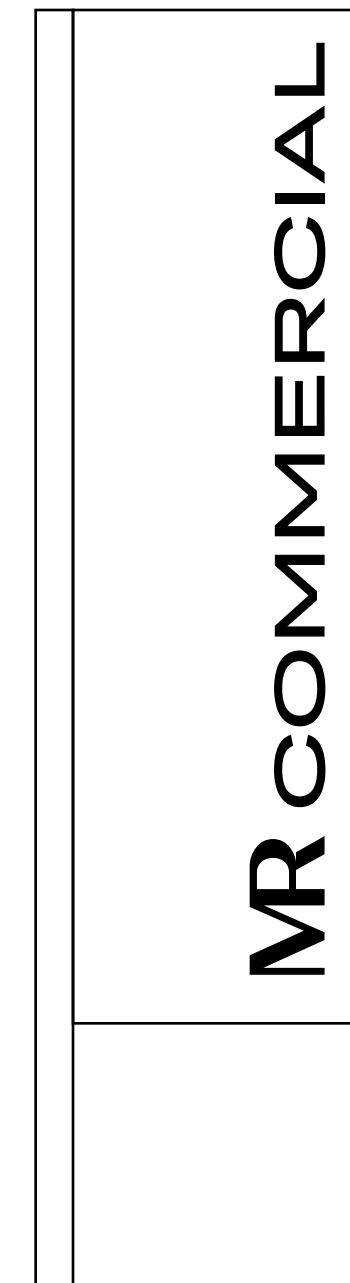
\* В качестве фона допускается использование фольги или металлизированной бумаги



- MR PRIVATE
- MR CLUB
- MR URBAN
- MR ART & DESIGN
- MR ARCH
- MR COMMERCIAL
- MR DIGITAL
- MR INVEST



Логотип может быть размещён как в верхней и нижней части формата, так и в середине.



Для различных направлений бизнеса MR предусмотрены разные логотипы. Принцип их использования подчиняется тем же правилам, что и основной логотип MR.

В качестве примера взят логотип MR commercial, тк как является самым вытянутым по горизонтали.

Колористика



## Основные цвета

### Основные цвета. Монохром

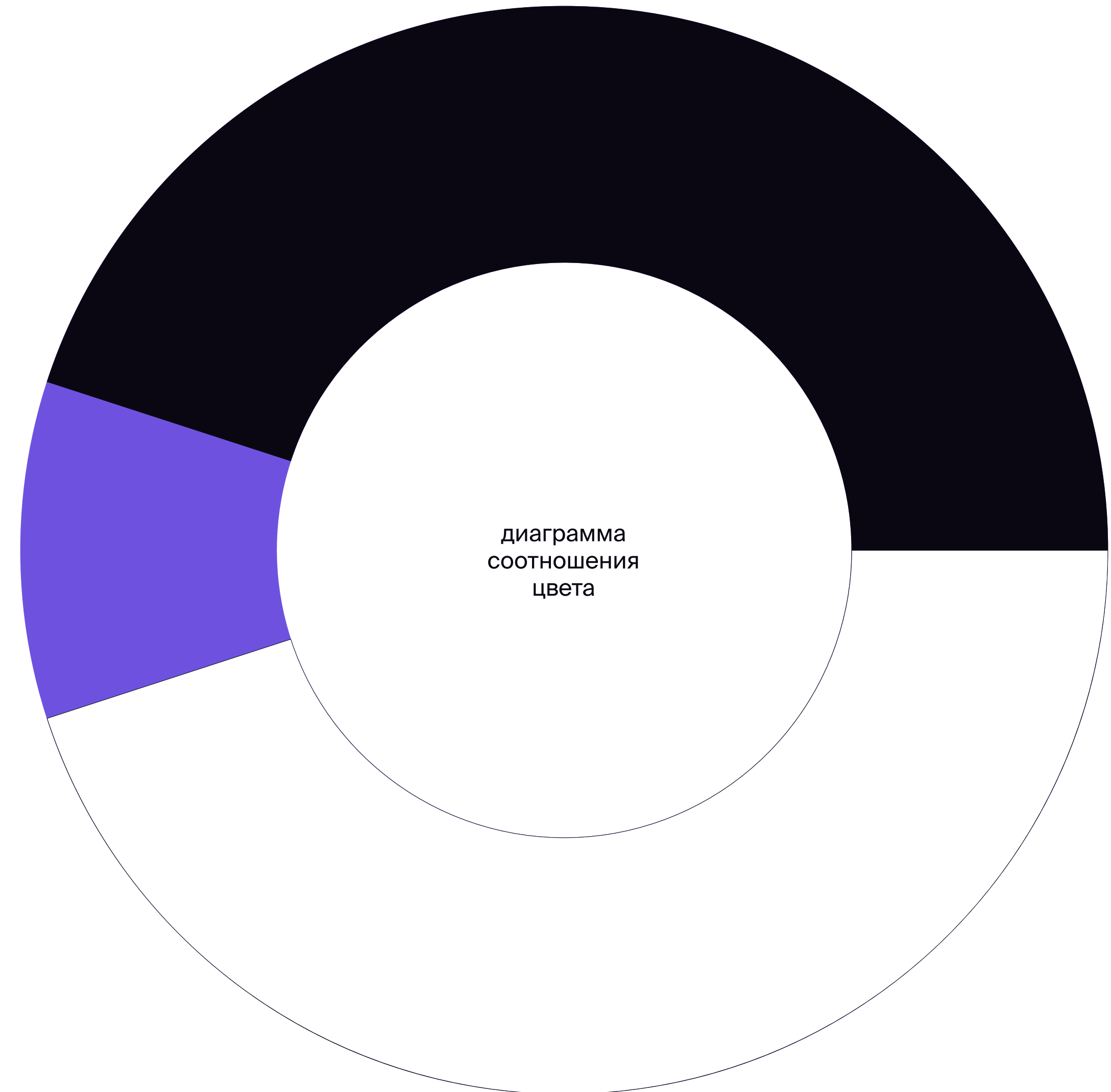
Обсидиановый RGB 9 7 20 CMYK 93 85 55 86 Pantone 5255 C HEX 090714	Белый RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0 Pantone P1-1C HEX ffffff
--------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

### Акцентный цвет. Фиолетовый

Фиолетовый RGB 117 75 233 CMYK 60 55 0 0 Pantone 2725 C HEX 754be9
--------------------------------------------------------------------------------

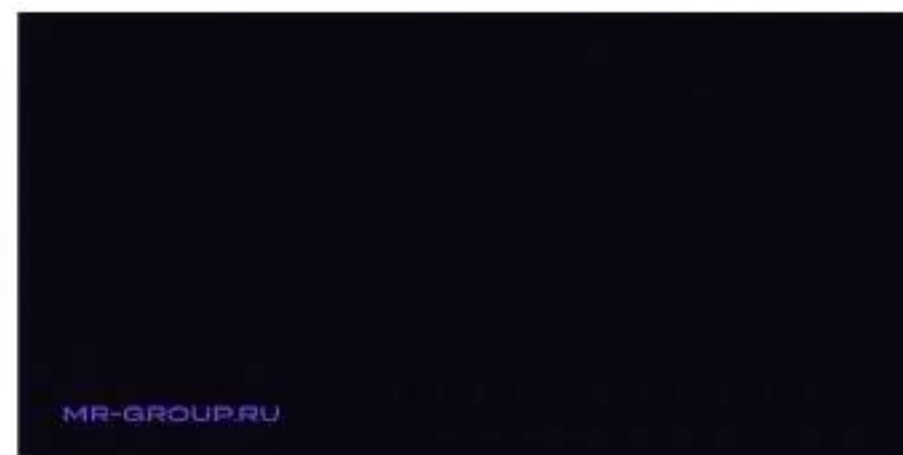
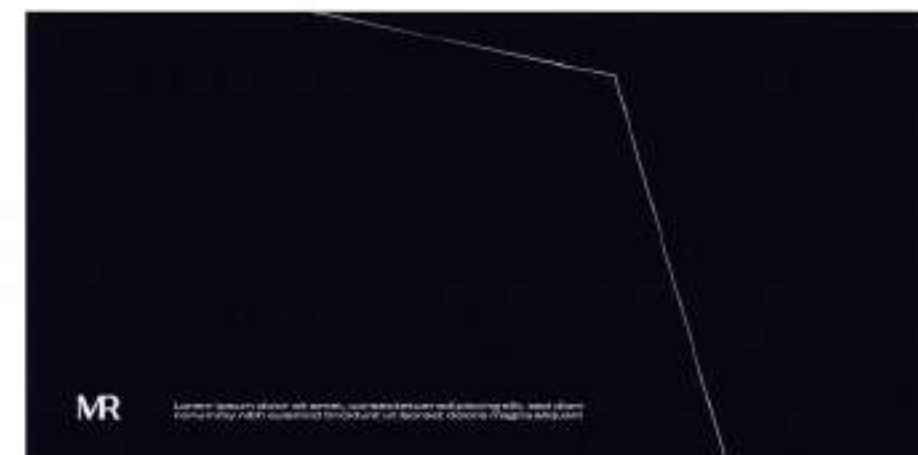
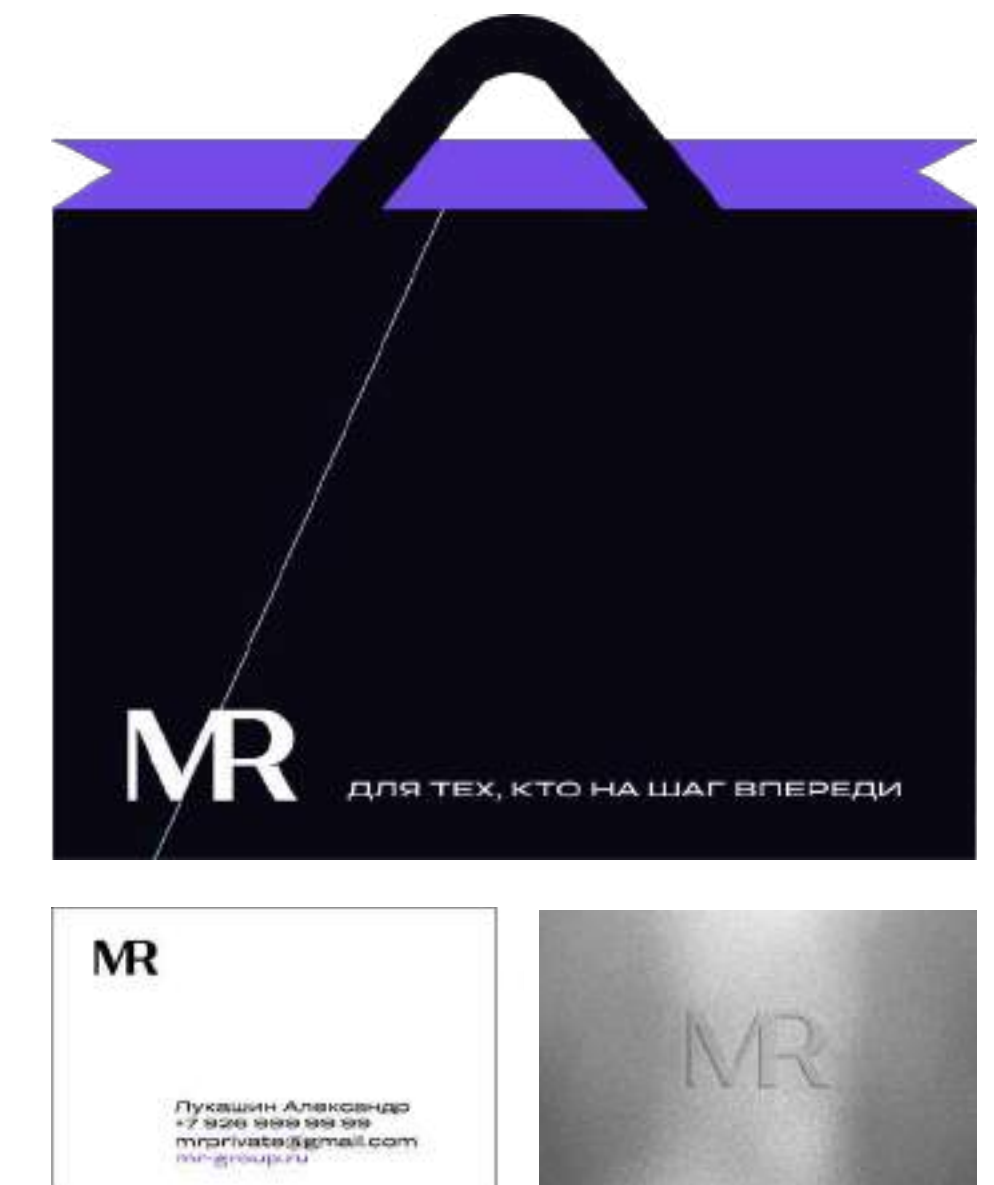
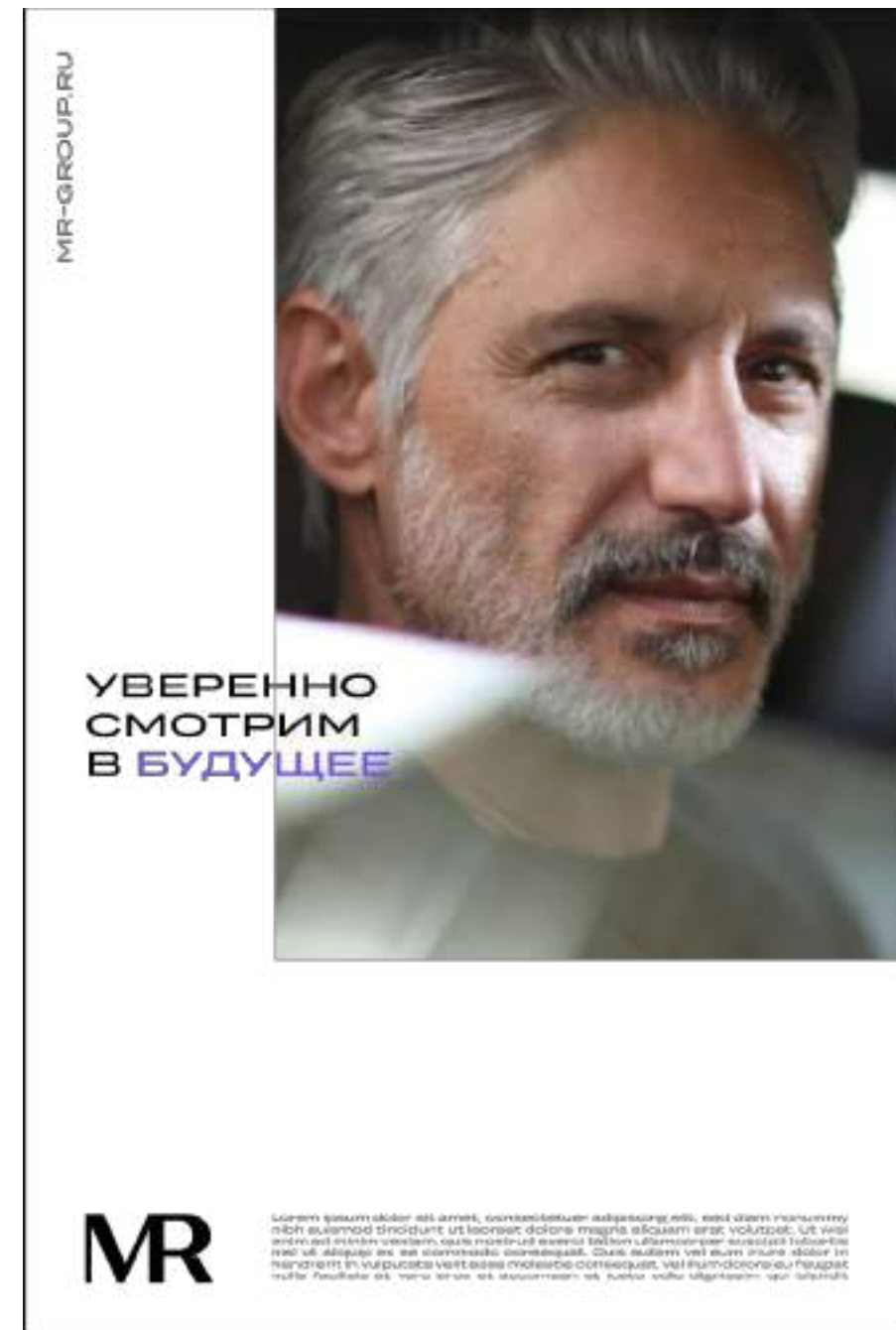
Фирменные цвета — неизблемые константы стиля MR. Основными являются фирменный обсидиановый и белый, а фиолетовый — акцентный.

## Цвета



# Примеры использования

# ЦВЕТА



Примеры использования цветов в стиле, где хорошо видно распределение доминанты (монохром) и акцентов (фиолетовый).



На колористическое восприятие бренда влияют также используемые материалы. Чтобы передать визионерский дух компании, рекомендуется применять футуристичные материалы и технологии нанесения, такие как фольгирование.

# Дополнительные цвета

Основные цвета. Монохром



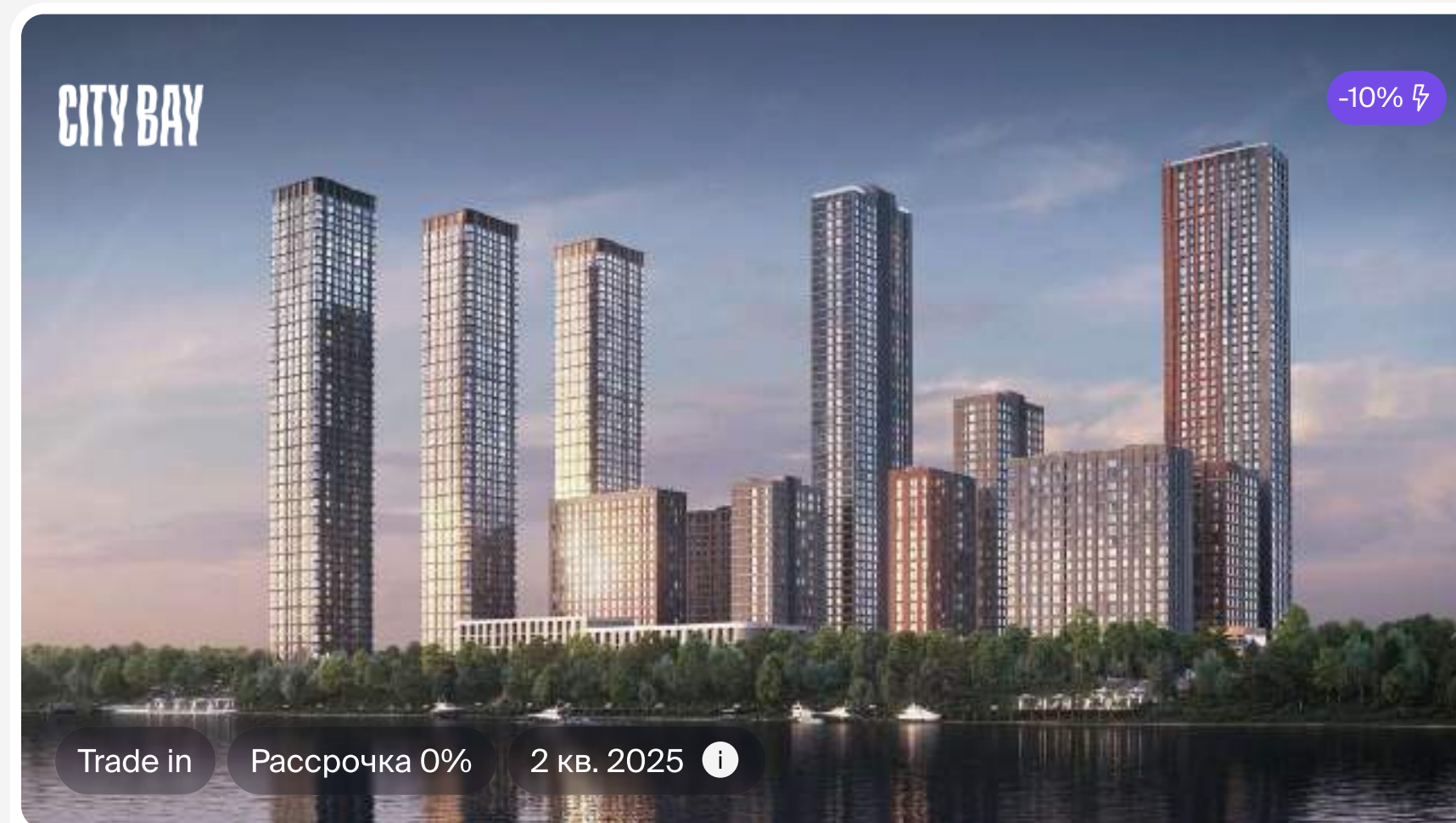
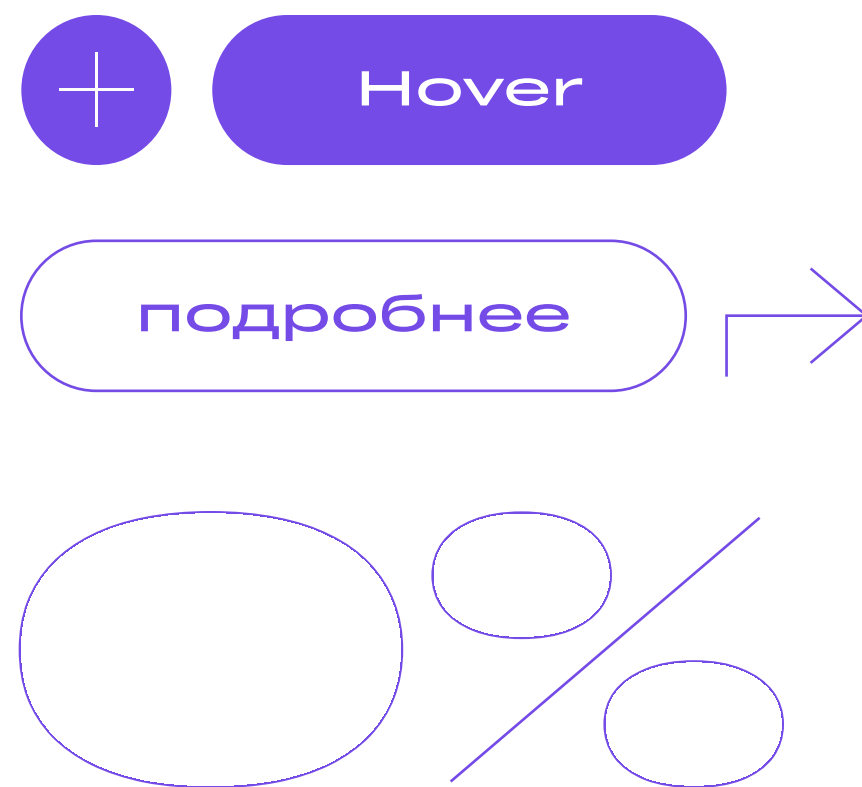
Акцентный цвет. Фиолетовый



\* Градация основного фиолетового цвета (HEX 754be9) высветляется с шагом в 20 %

Для некоторых задач, таких как веб-сайт, разработана дополнительная палитра из основных цветов.

# ЦВЕТА



**City Bay**

от 20,2 млн ₽

● Волгоградский проспект ⌕ 5 мин

**MR**

▶ Live-трансляция строительства

👤 Личный кабинет

Приложение MR group



Типографика

Aa

Grtsk Giga Medium

Grtsk – широкий геометрический гротеск, имеет выраженный характер. В макетах выглядит стильно, подчёркивает деловой характер бренда.

Aa

Grtsk Giga Thin

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Одной из констант стиля является типографика. В качестве акциденции используется шрифт Grtsk Giga Medium. Он отлично сочетается с лого и новым позиционированием компании MR.

Широкое начертание, помимо уверенности и стильного вида, отражает футуризм и визионерство, присущие видению MR.

Для акцидентных (крупных) цифр используется шрифт Grtsk Giga Thin.

230 pt

Грррани #\$\$%&

ббудущеего

37 pt

Grtsk Giga Medium — широкий геометрический гротеск. В макетах выглядит современно, подчёркивает деловой стиль бренда. Шрифт имеет ярко выраженный уверенный характер за счёт широких литер. Это хорошо видно в округлых буквах, при этом шрифт достаточно пластичен.

Аа Еее Оо Кк Яя

Шрифт имеет ярко выраженный уверенный характер за счёт широких литер.

Suisse light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv  
Ww Xx Yy Zz

Suisse Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz

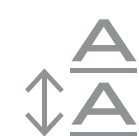
Шрифт Suisse – лучший швейцарский гротеск, доступный в цифровой форме. Это современный эквивалент шрифта, который использовали первопроходцы в Швейцарии и за её пределами. Хотите ли вы увековечить их модернистский подход, отсылает ли ваш дизайн к этой эстетике в более игривой, даже ироничной манере или вы ищете простой, трудолюбивый шрифт без засечек – Suisse вас не подведёт.

Основной наборный шрифт – Suisse. Начертание Regular считается основным, его необходимо использовать в печатной продукции. Но для текстовых блоков, а также подзаголовков и ссылок на сайте используется начертание Light. Преимуществом совмещения гарнитур на сайте является выделение информации посредством контраста и распределения текстовых акцентов.



## Иерархия текста

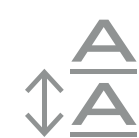
Grtsk Giga Medium



интерлиньяж

Шрифт GRTSK Giga Medium использует интерлиньяж +12% к автоматическим настройкам.

Suisse Regular



интерлиньяж

Шрифт Suisse использует автоматические настройки интерлиньяжа (auto).

Соблюдайте заметный, но не радикальный контраст между заголовком и текстом — кегль заголовка может быть в три раза крупнее кегля текста.

## типографика

Пример иерархии текста

44 pt

**Для заголовка  
всегда используется  
акцидентия**

22 pt

**Для подзаголовка используется  
1/2 размера акцидентного шрифта**

15 pt

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. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla.

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

10 pt

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. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. 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.

В заголовках, подзаголовках и других акцидентных выделениях в тексте должен использоваться шрифт Grtsk Giga Medium.

В качестве наборного шрифта для текстовых блоков и другой второстепенной информации должен использоваться шрифт Suisse Regular.

Айдентика  
направлений

## Цвета направлений бренда

## ЦВЕТА



Существует несколько направлений бизнеса MR.  
Каждому направлению присвоен собственный цвет.  
Все цвета образуют гармоничную цветовую палитру.

Цвета направлений бренда

MR PRIVATE

цвета

Клубные дома



Бронза в сочетании с белым или чёрным цветом подчёркивает премиальность.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#благородство

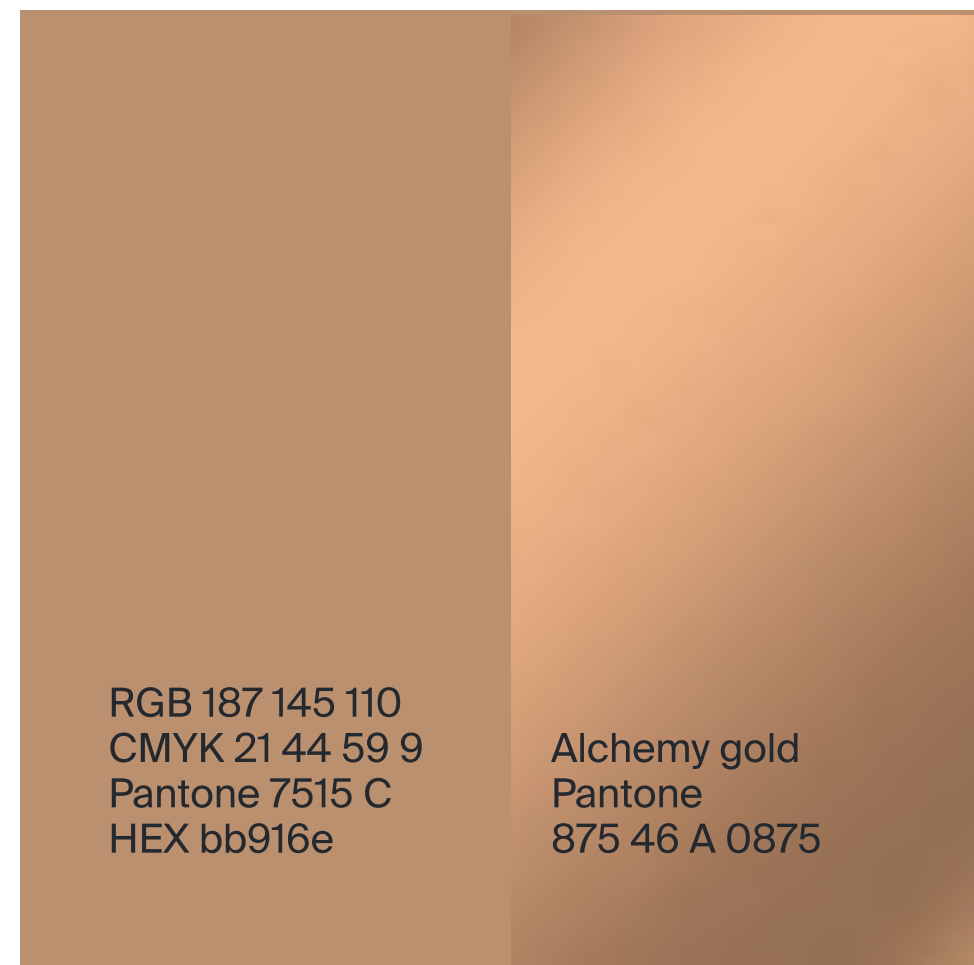
#роскошь

#утонченность

## Цвета направлений бренда

### MR PRIVATE

Особая коллекция клубных домов.  
Когда недвижимость служит  
настоящим произведением  
искусства.



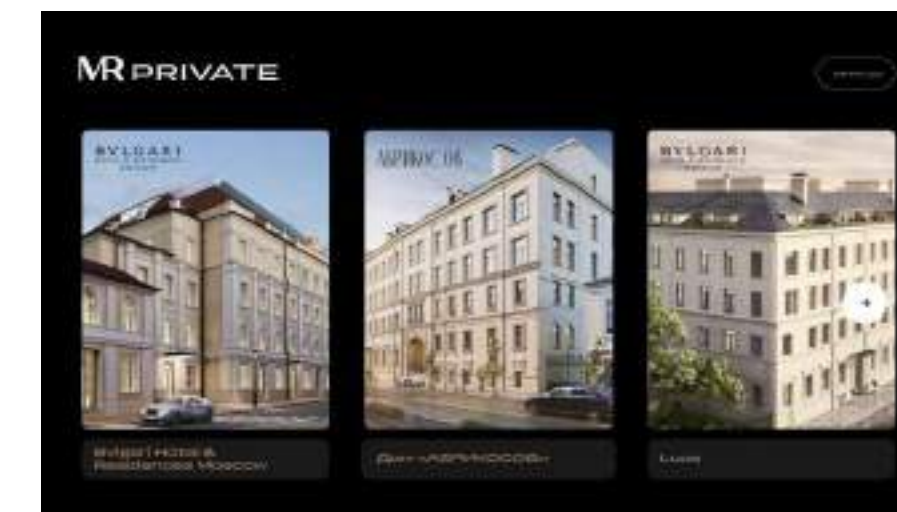
Бронзовый цвет может быть акцентным, его не должно быть много. Но в некоторых случаях он может использоваться для фона. Главное – не перегружать макеты информацией и графикой, должно быть много воздуха. Бронзовый может также использоваться в виде общего колорита или объекта в фото. Иногда может использоваться градиент.

## ЦВЕТА



### Полиграфия

В полиграфии применима печать пантоном и металлизированная бумага.



### Digital

Для цифровых носителей подойдёт использование градиента.



# Цвета направлений бренда

## MR CLUB



# ЦВЕТА

## Клуб лояльности



Нюдový цвет выражает гармонию, спокойствие и чувствительность.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#человечность

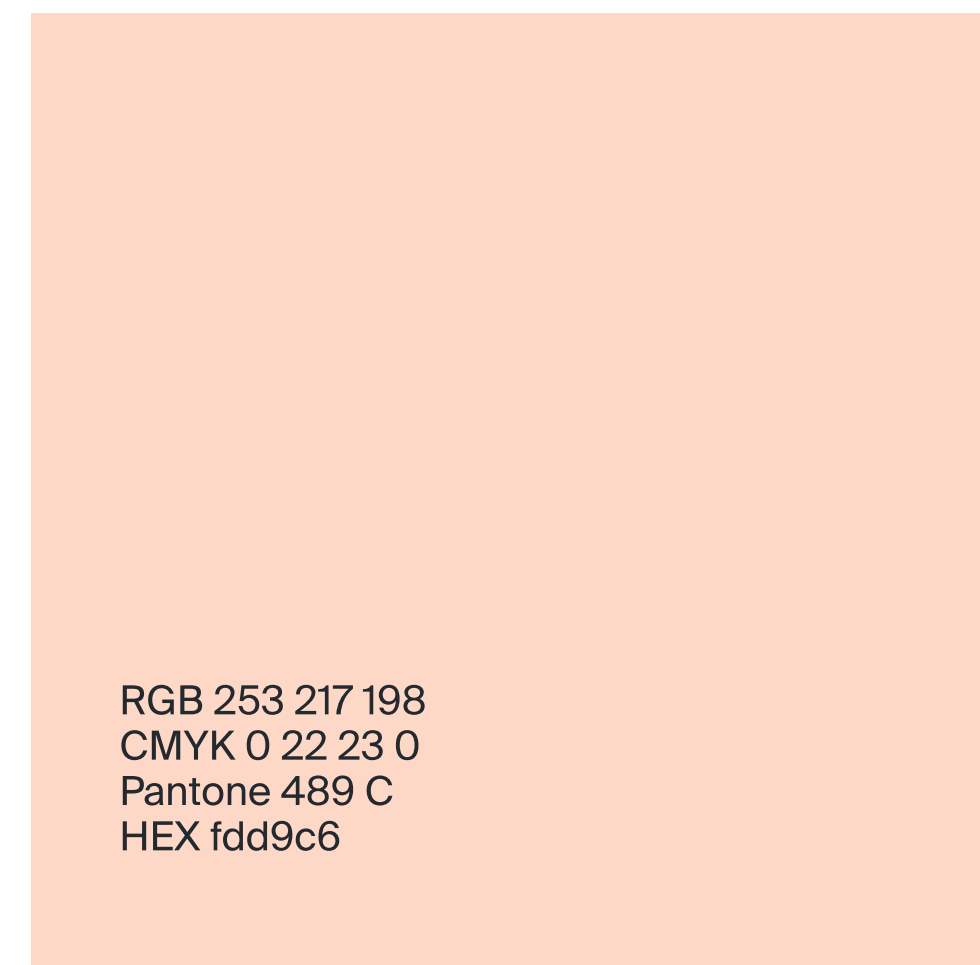
#эмпатия

#комьюнити

## Цвета направлений бренда

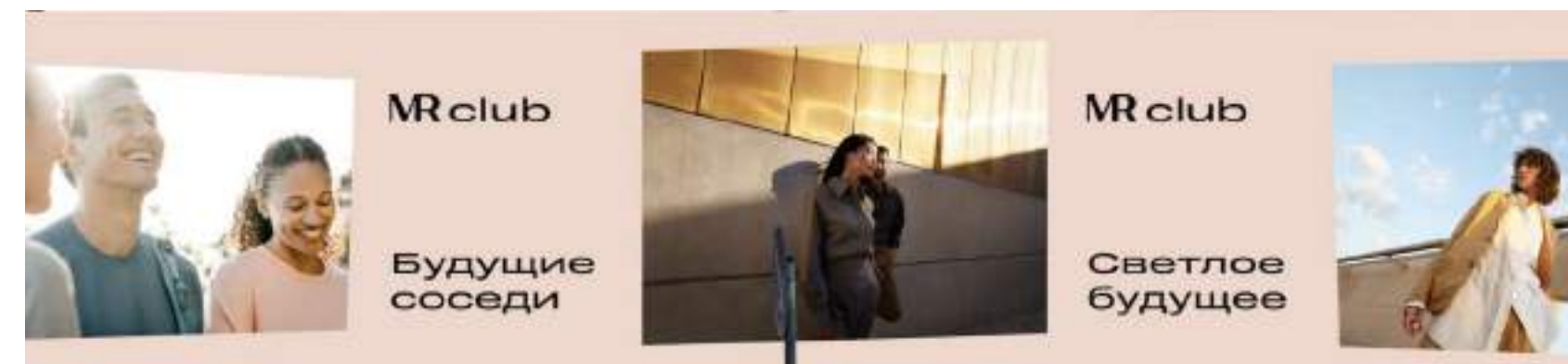
### MR CLUB

Программа привилегий для покупателей MR. Помогает обустроиться на новом месте.

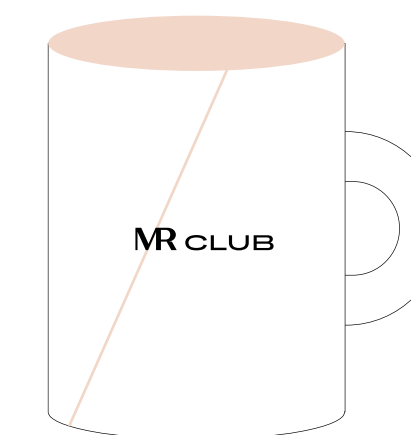


Нюдовый цвет должен доминировать в макетах, т.к. имеет светлый оттенок и хорошо сочетается с контрастной типографикой и изображениями. Фотостиль должен быть светлым, с акцентом на людей и их эмоции. Допускается наличие градиента с растяжкой к белому. В виде исключения нюдовый может быть акцентом — например, полосой на тёмном фоне.

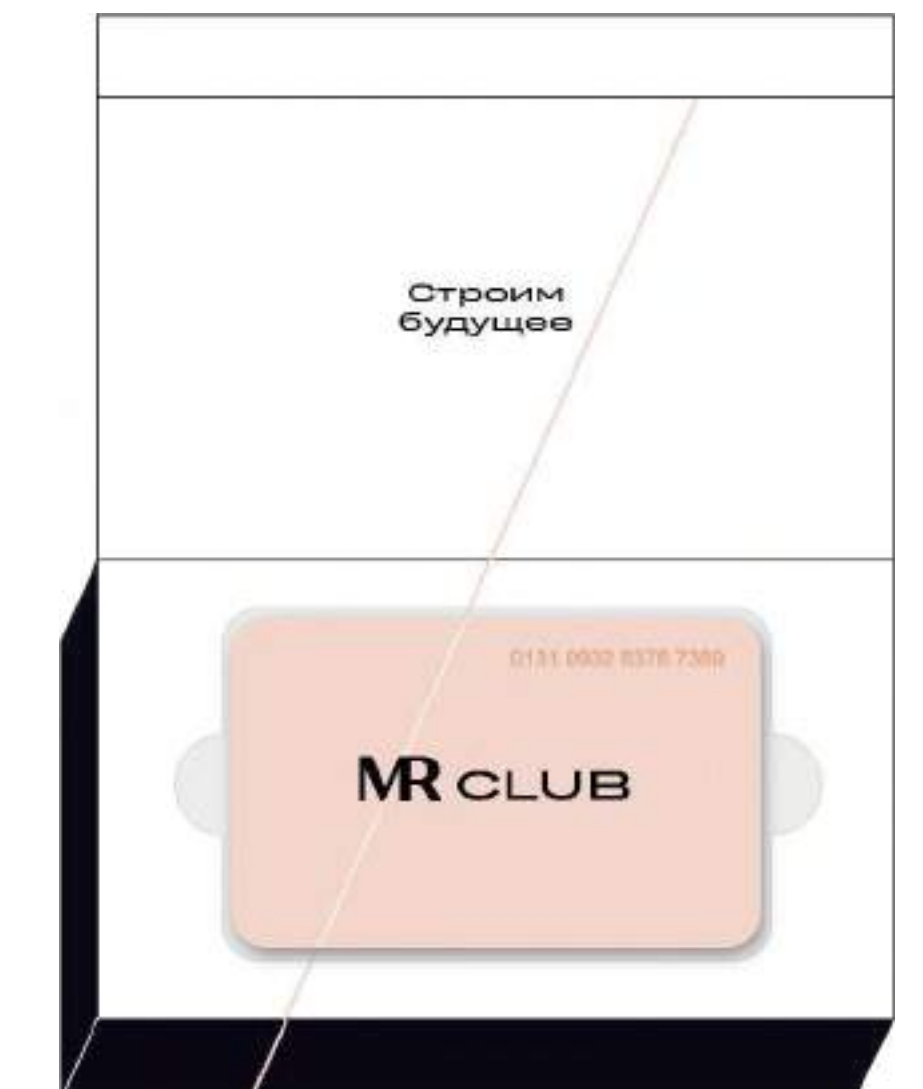
## ЦВЕТА



**Полиграфия**  
В полиграфии применима печать пантоном (CMYK в наружной рекламе).



**Digital**  
Для цифровых носителей подойдёт использование градиента.



**Другое**  
Для сувенирной продукции допустимо использовать дополнительные цвета.

## Цвета направлений бренда

MR URBAN



## ЦВЕТА

Взаимодействие с городом



Сложный сизый цвет вдохновлён городской средой – живой тканью города.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#среда

#урбанистика

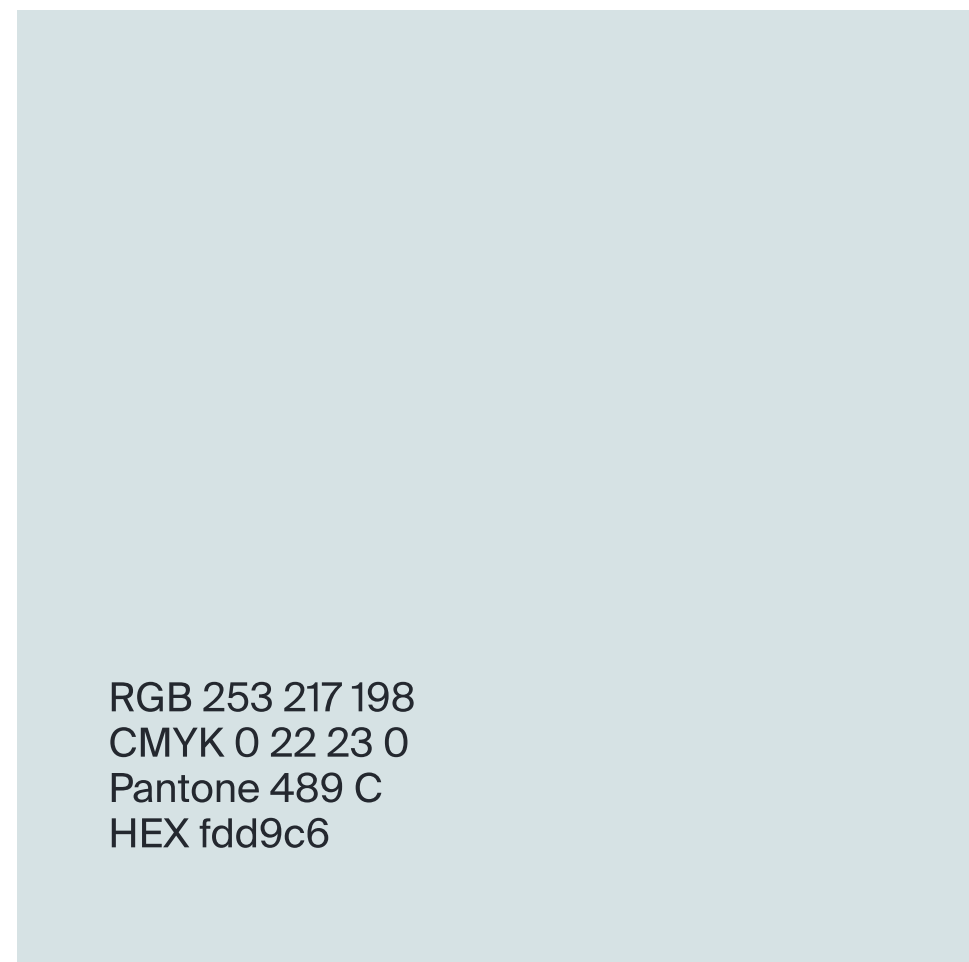
#технологичность



## Цвета направлений бренда

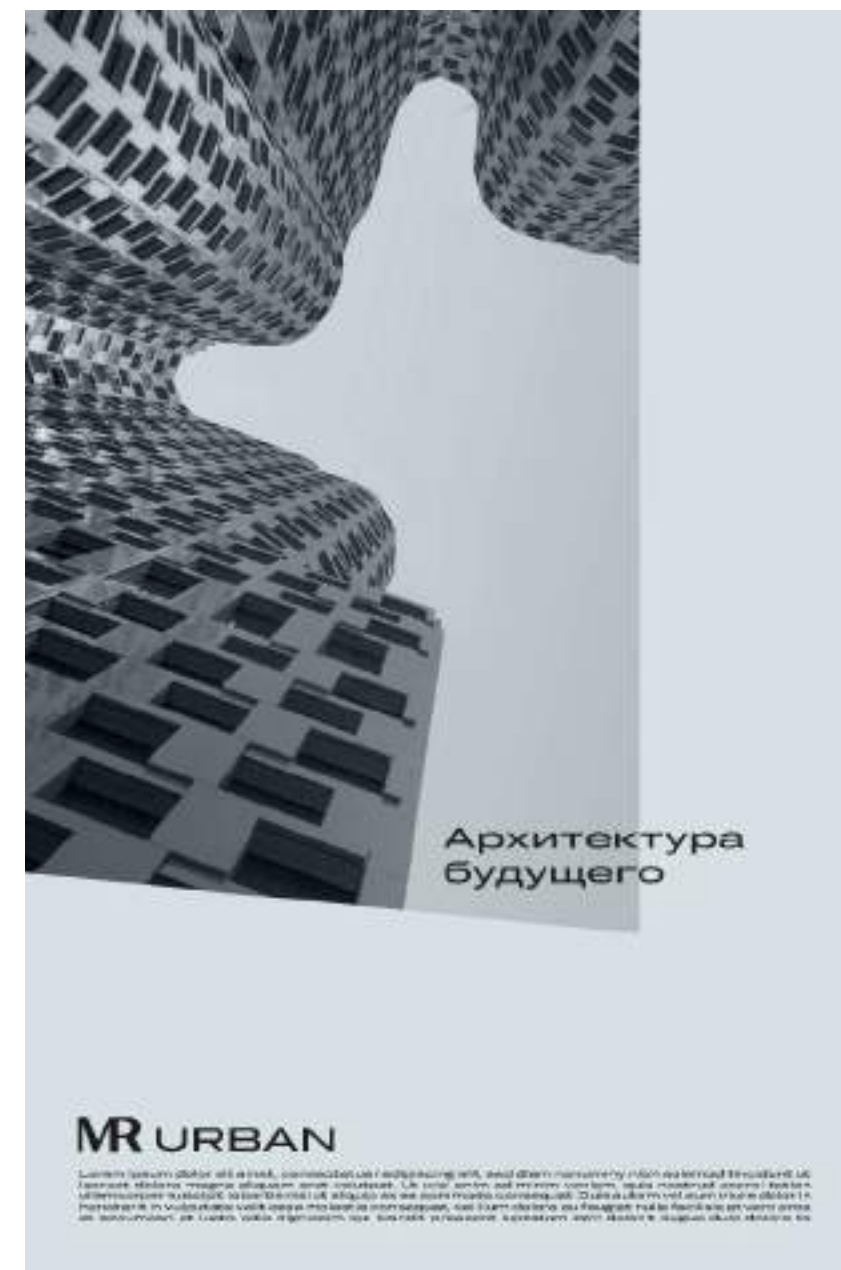
### MR URBAN

Интеграция проектов и бесшовное их вплетение в ткань города, взаимодействие с городом и городской средой.



Светло-сизый цвет является фоновым в макетах. Он хорошо сочетается с контрастной типографикой и изображениями. Фотостиль не должен быть ярким, наоборот, рекомендуется корректировать цветовую гамму в сизый оттенок. Допустимо использовать органические материалы и текстуры: картон, бетон, текстиль, дерево.

## ЦВЕТА



### Полиграфия

В полиграфии применима печать пантоном (СМУК в наружной рекламе), крашенная в массе бумага.



### Другое

Для сувенирной продукции подойдут предметы с фоновым оттенком от серого до сизого.

## Цвета направлений бренда

## MR ART & DESIGN



## ЦВЕТА

## Искусство и дизайн

Сочный салатный цвет подчёркивает новаторство. Это вызов в современном дизайне и архитектуре.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#яркость

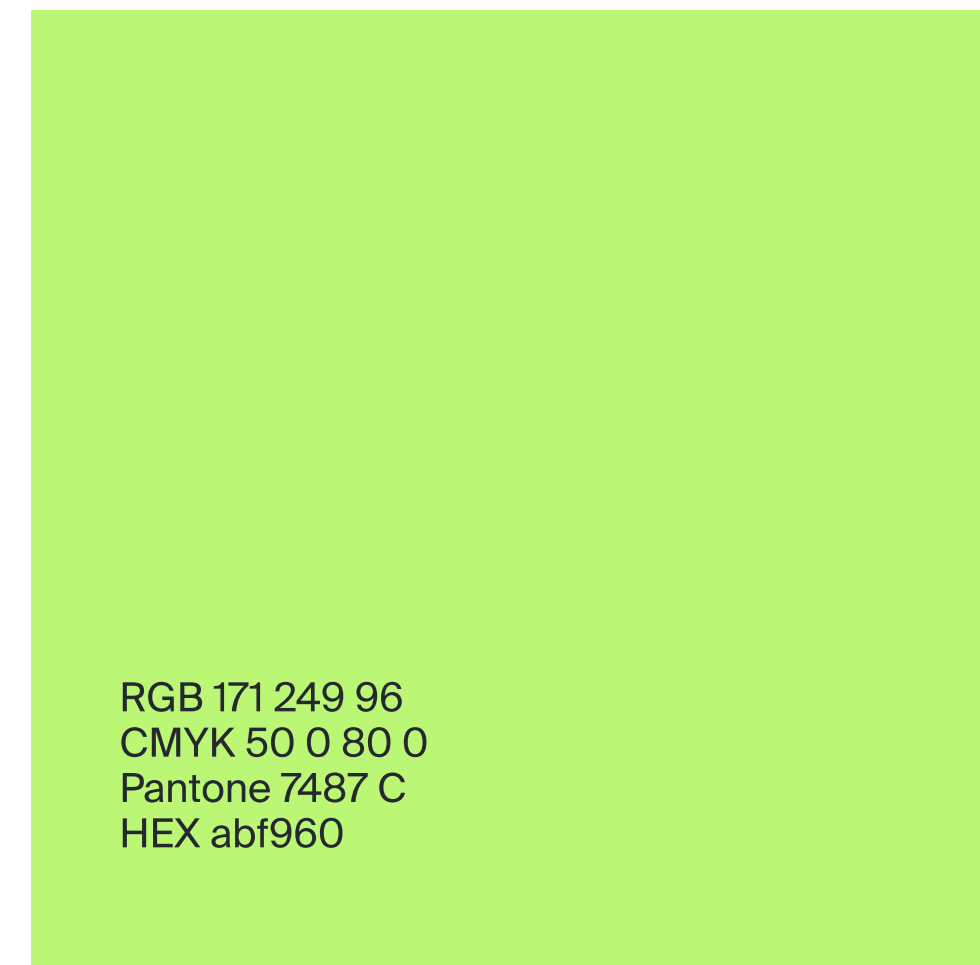
#смелость

#индивидуализм

## Цвета направлений бренда

### MR ART & DESIGN

Актуальные дизайнерские решения и предметы интерьера на стыке дизайна и современного искусства.



Салатовый цвет является акцентным, в макетах он должен использоваться умеренно: это может быть тонкая линия или кнопка, плашка с градиентом, торцевая часть визитки. Но в некоторых случаях может использоваться в качестве фона, в таком случае цвет должен дополнять изображение.

## ЦВЕТА



### Полиграфия

В полиграфии рекомендуем использовать пантон, чтобы сохранить яркость цвета.



### Digital

В цифровых макетах будет хорошо смотреться как акцентное, так и доминантное использование цвета.

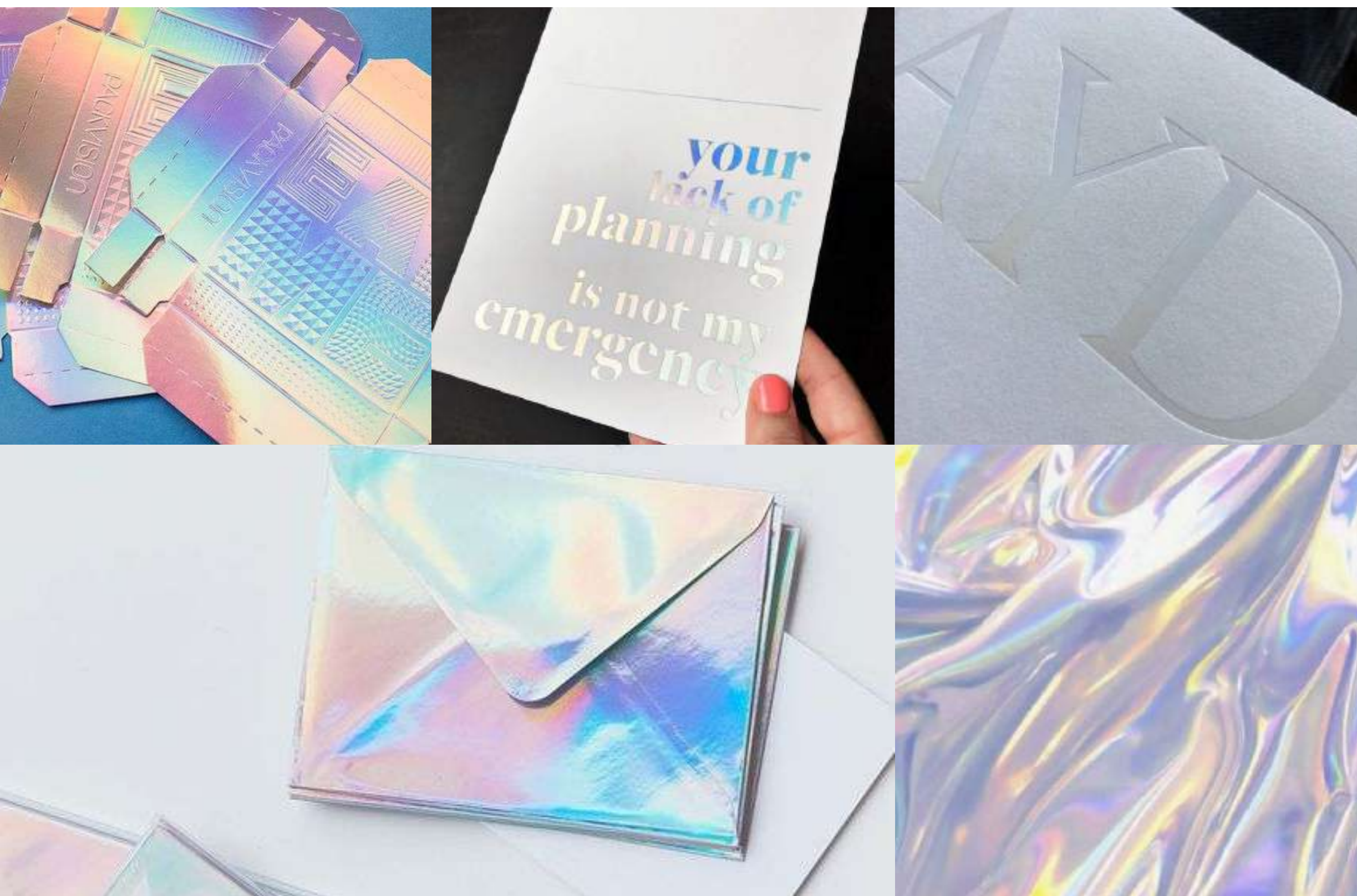


### Мерч

Для мерча допустимо сознательно увеличить яркость — использовать флуоресцентную краску.

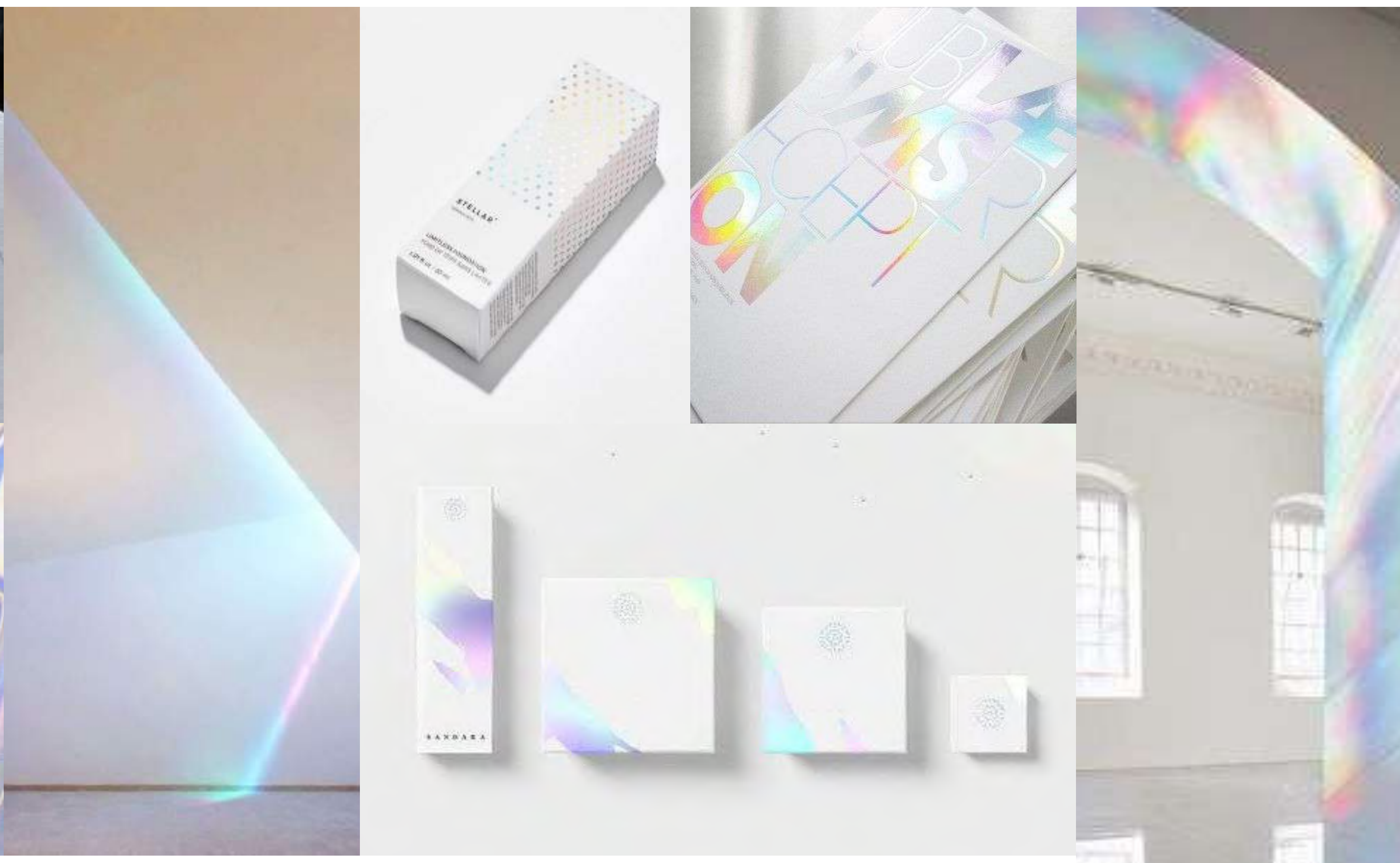
## Цвета направлений бренда

MR ARCH



## Цвета

Архитектура будущего



Архитектура будущего – как чистый лист, на котором новые строения играют яркими красками.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#футуризм

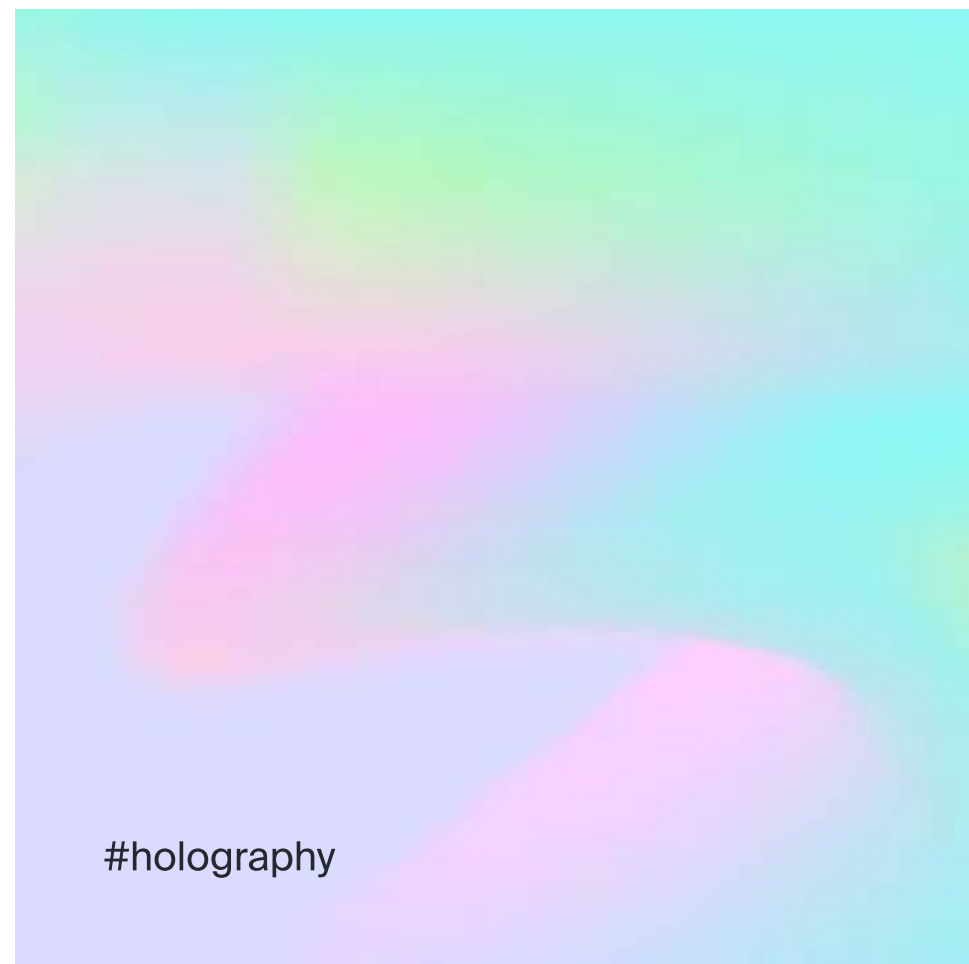
#новаторство

#чистота

## Цвета направлений бренда

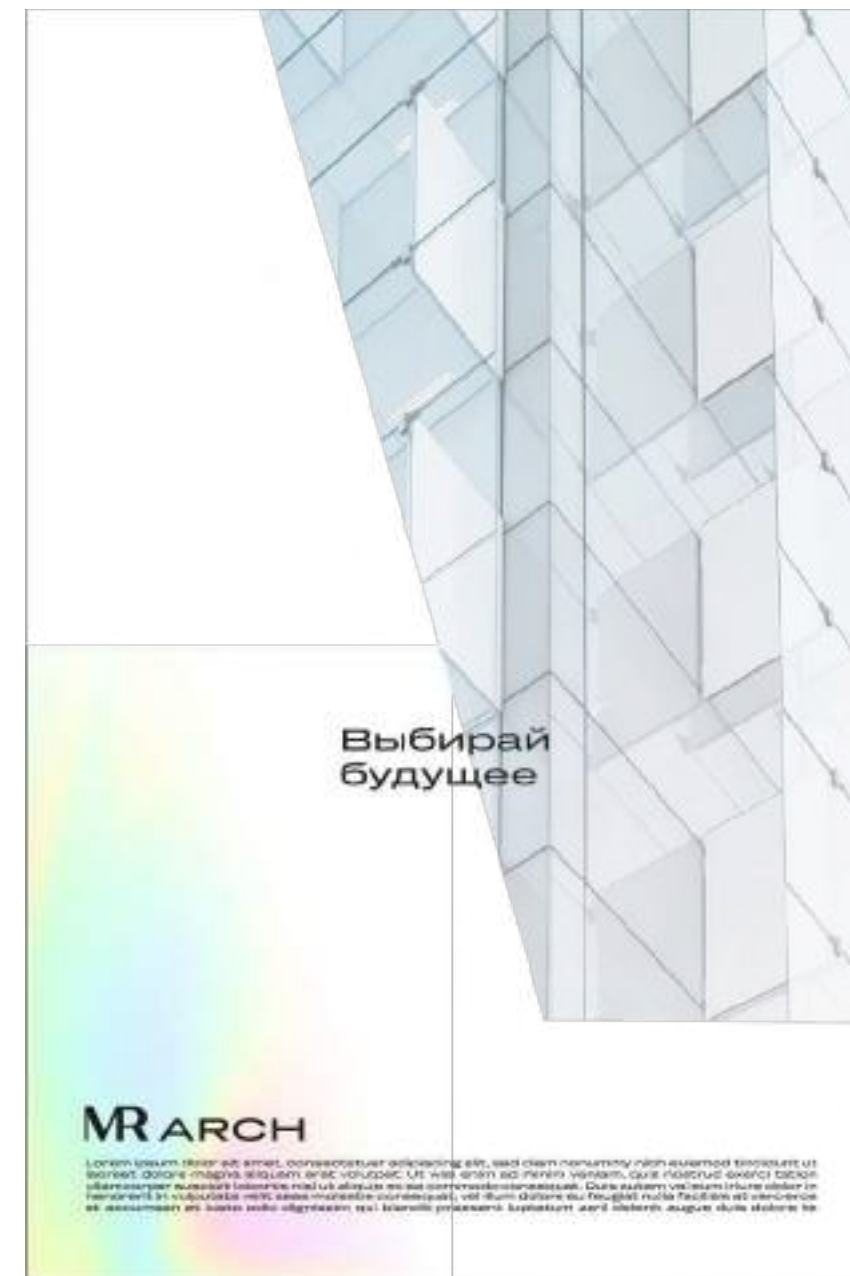
### MR ARCH

Новая архитектура будущего,  
меняющая облик города.

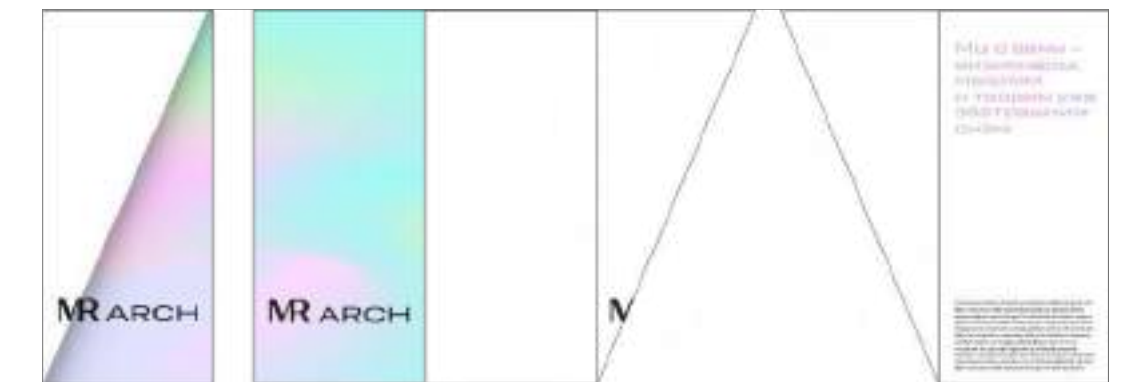


Голографическая заливка является основным фоном во всех макетах. Её использование очень вариативно: от фона до фильтра для фотоизображения. При этом должно сохраняться ощущение чистоты, свежести. Такой эффект хорошо сочетается с белым цветом в качестве фона.

## ЦВЕТА



**Полиграфия**  
В полиграфии рекомендуем использовать тиснение голографической фольгой.



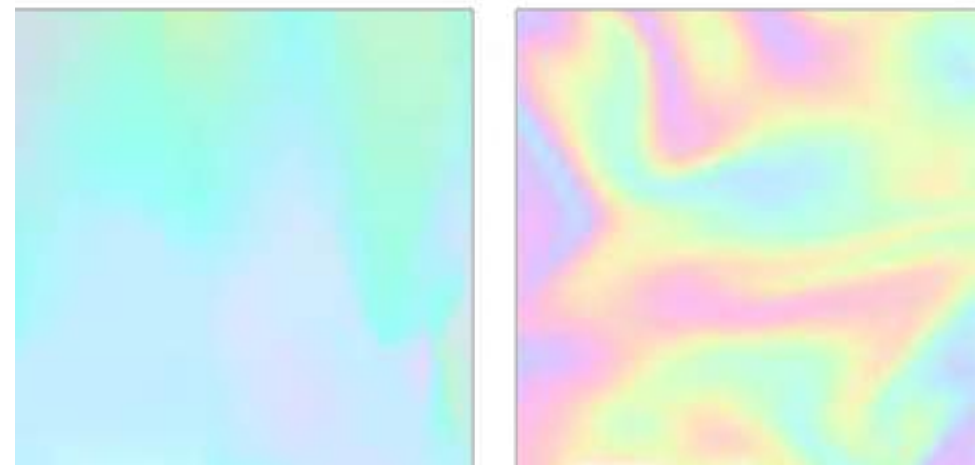
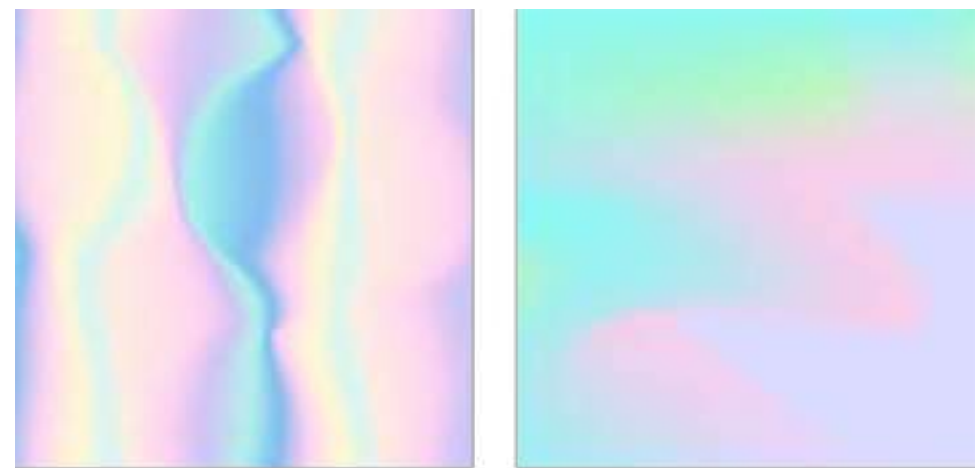
**Digital**  
В цифровых макетах голография отлично смотрится в качестве фона или фильтра для изображений.



**Другое**  
Для мерча или навигации нужно подбирать материалы, имитирующие голографический блеск.

## MR ARCH

### Голографические градиенты



HEX f7fd5  
HEX b1dd0  
HEX 87df4  
HEX ffd6f1  
HEX dcdeff

Основные цвета для создания градиента.

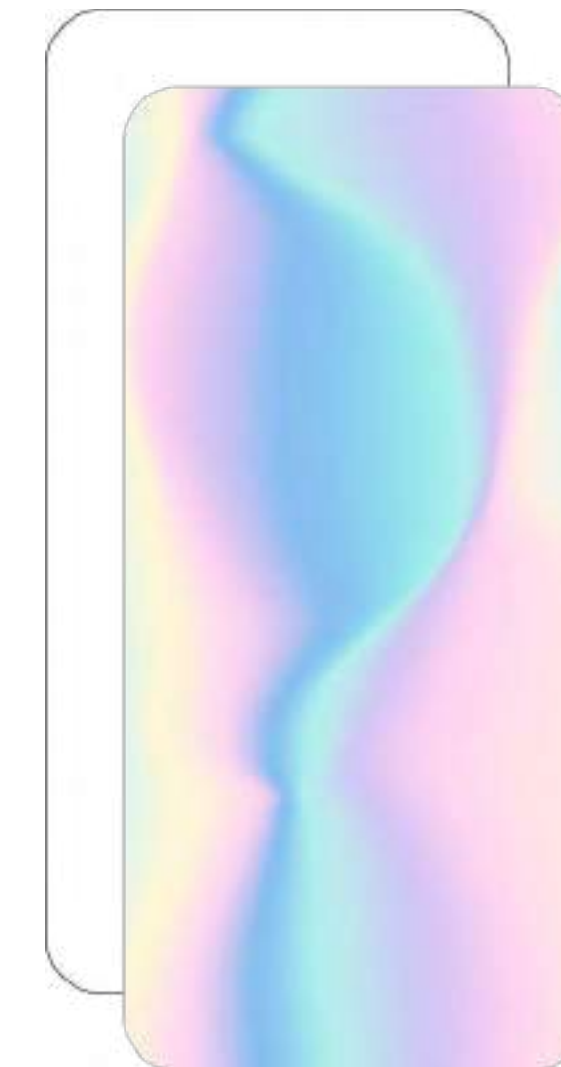
Градиенты созданы в программе Illustrator с помощью инструмента Mash. Предусмотрен архив с градиентами, которые будут использоваться при создании макетов. Для печатных носителей рекомендуем использовать печать голографической фольгой.

### Прозрачность



**Градиент с белыми краями**  
Градиент может занимать небольшую часть макета.

### Заливка



**Градиент в качестве фона**  
Использование градиента на всю площадь. Также допустимо использовать фирменную плашку.

### Поверх фото



**Цветокоррекция**  
Градиент размещаем поверх монохромной фотографии. Градиент с прозрачностью 60 % и режимом наложения "Color". Градиент не должен скрывать важные фрагменты фото.

## Цвета направлений бренда

MR COMMERCIAL

## Цвета

Офисы, ритейл



Цвет отражает строгий минимализм, корпоративную культуру, деловой стиль.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#надёжность

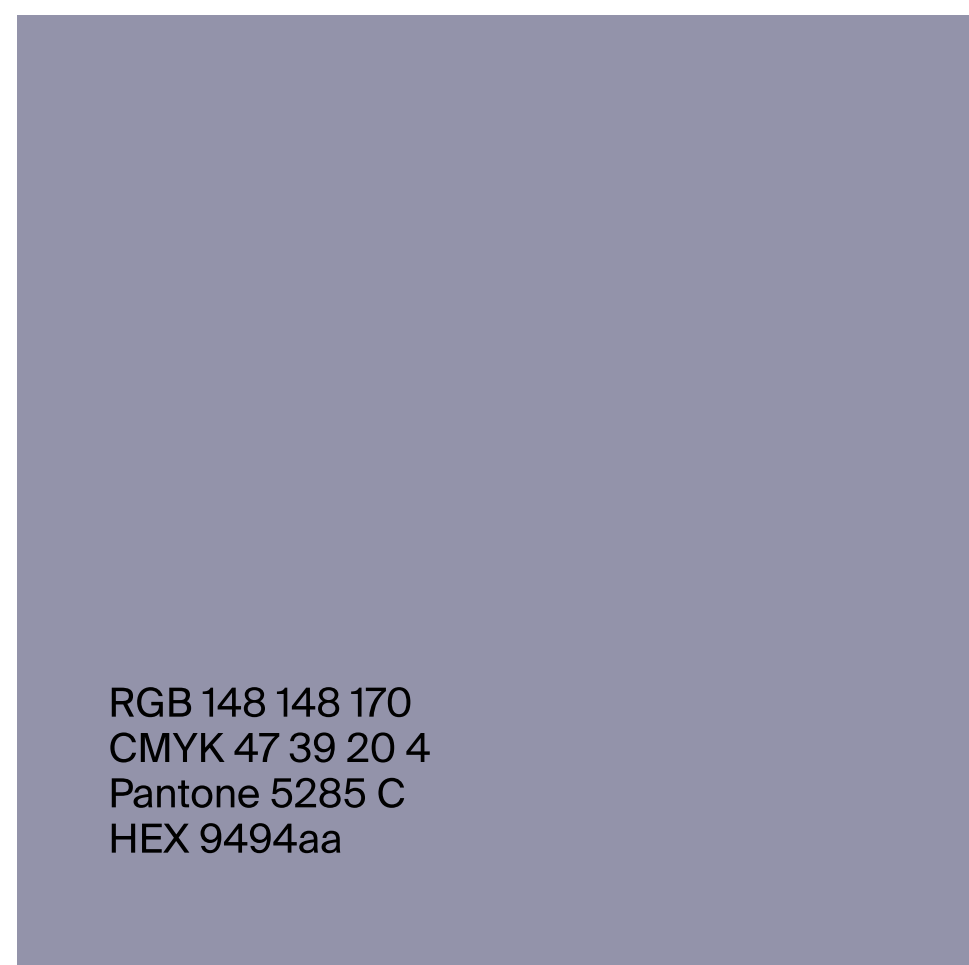
#уверенность

#спокойствие

## Цвета направлений бренда

### MR COMMERCIAL

Офисы, ритейл



Сложный серый должен использоваться как основной, преимущественно в макетах служит фоном. Он нейтральный, но при этом имеет свой характер. Фотографии лучше использовать монохромные, чтобы подчеркнуть деловой стиль.

## ЦВЕТА



### Полиграфия

В полиграфии рекомендуется использовать пантон или бумагу, крашенную в массе.



### Вывески

Для вывесок, интерьерных табличек или стенда рекомендуем использовать подсветку.



## Цвета направлений бренда

MR DIGITAL

## ЦВЕТА

Цифровизация, визионерство



Серебряный градиент сочетает в себе как цифровизацию, так и визионерство.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#футуризм

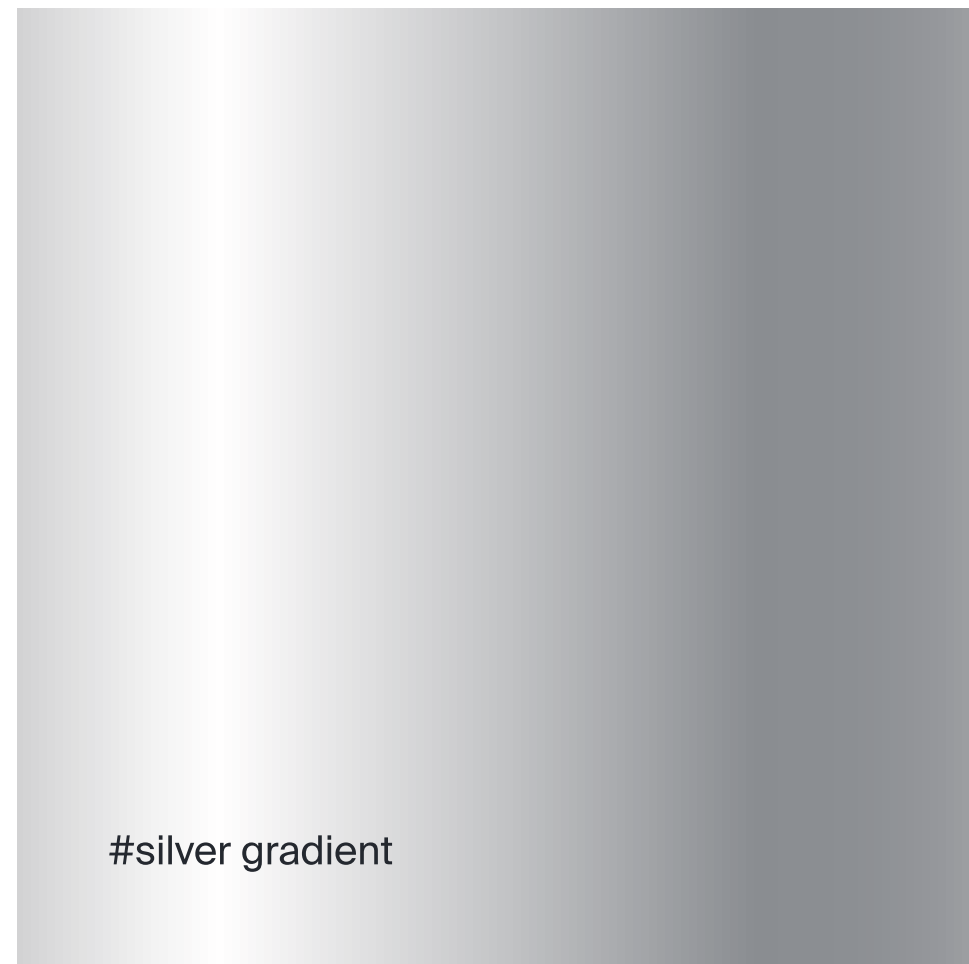
#целеустремленность

#диджитальность

## Цвета направлений бренда

### MR DIGITAL

Визионерство, направление по цифровизации продуктов и отрасли в целом.



Основным критерием использования цвета является наличие серебра в макетах. Не обязательно это должен быть градиент, вполне возможен серебряный предмет или серебряная текстура. В фотостиле рекомендуется использовать хромированные предметы, футуристические конструкции.

## ЦВЕТА



**Полиграфия**  
В полиграфии рекомендуется использовать металлизированную фольгу.



**Digital**  
В диджитальных макетах будет уместно использовать градиент или хромированную текстуру.

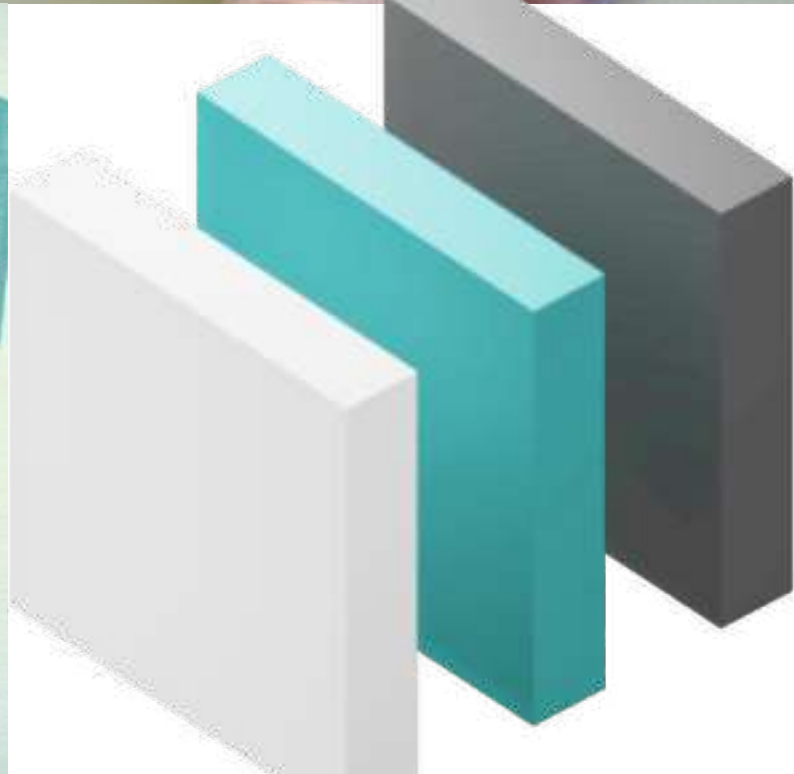


## MR DIGITAL

**Другое**  
Для мерча или навигации нужно подбирать материалы, имитирующие металлизированный блеск.

# Цвета направлений бренда

## MR INVEST



# ЦВЕТА

## Инвестиции в недвижимость

Ментоловый цвет транслирует спокойствие и надёжность, что является ключевым при инвестировании.

Мудборд создан с целью демонстрации примеров использования цвета. Примеры взяты из открытых источников, все права принадлежат правообладателям.

#уверенность

#надёжность

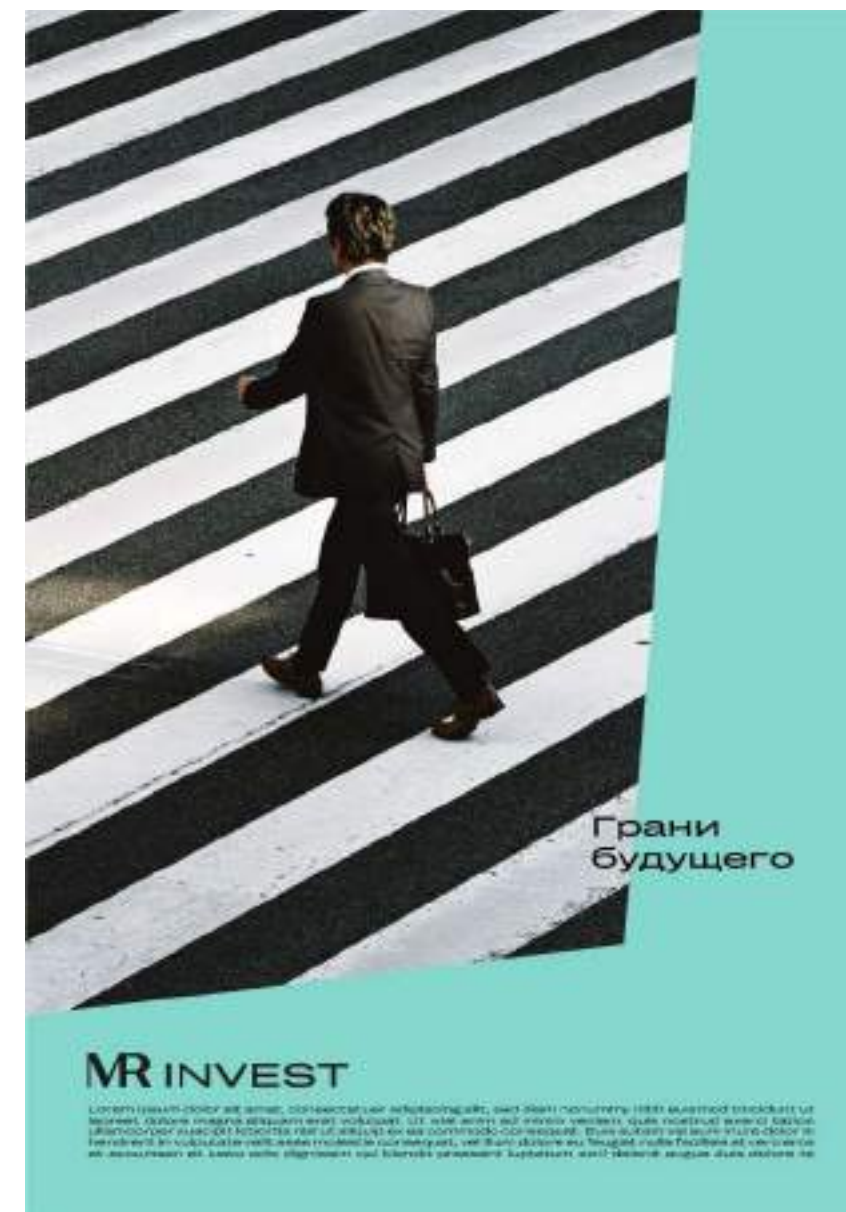
#благополучие

## Цвета направлений бренда

## ЦВЕТА

# MR INVEST

Инвестиции в недвижимость



Ментоловый должен использоваться как основной цвет. Преимущественно в макетах используется в качестве фона. Он отлично сочетается с контрастной типографикой. Фотографии должны быть монохромными, чтобы подчеркнуть деловой стиль и не делать макет избыточно ярким.

**Полиграфия**  
В полиграфии рекомендуется использовать пантон или бумагу, крашенную в массе.

**Digital**  
В диджитальных макетах будет уместно использовать градиент или заливку фона целиком.

ФОТОСТИЛЬ



Принцип цветовой палитры

Фотостиль должен быть приближенным к холодной цветовой гамме, оттенки следует выбирать сложные и сдержанные. Визуальный язык должен транслировать основные ценности, такие как: самодостаточность, визионерство и уверенность, профессионализм, свобода, естественность. Для того чтобы фотостиль соответствовал этим требованиям, предлагается придерживаться серьёзной интонации, демонстрировать профессионализм, но избегать официозности.

Не рекомендуется использовать пёстрые, яркие, слишком контрастные и детализированные фотографии. Также лучше избегать очень тёмных и светлых кадров, так как они могут сливаться с фоном.

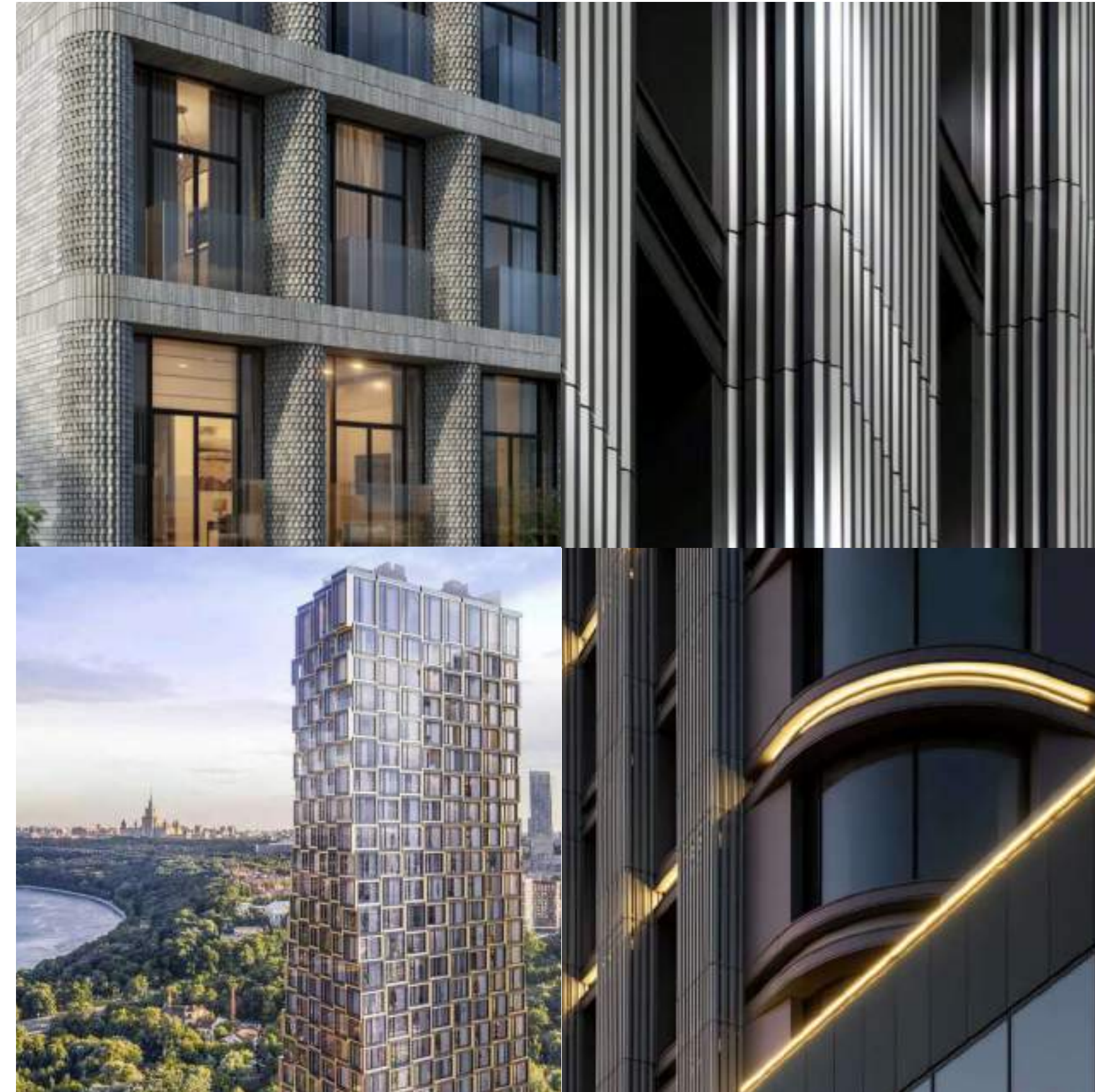
Все фотографии, взятые со сторонних ресурсов, должны обрабатываться и тонироваться в соответствии с общей цветовой палитрой и настроением изображений. Для всех снимков рекомендуется минимальная постобработка.

## Архитектура



Рекомендуется использовать фотографии архитектуры в натуральных, сложных цветах, без лишних мелких деталей. Архитектура – современная, контрастная, геометричная. Также фото должны показывать преимущества объекта, такие как интересная локация или архитектурные особенности.

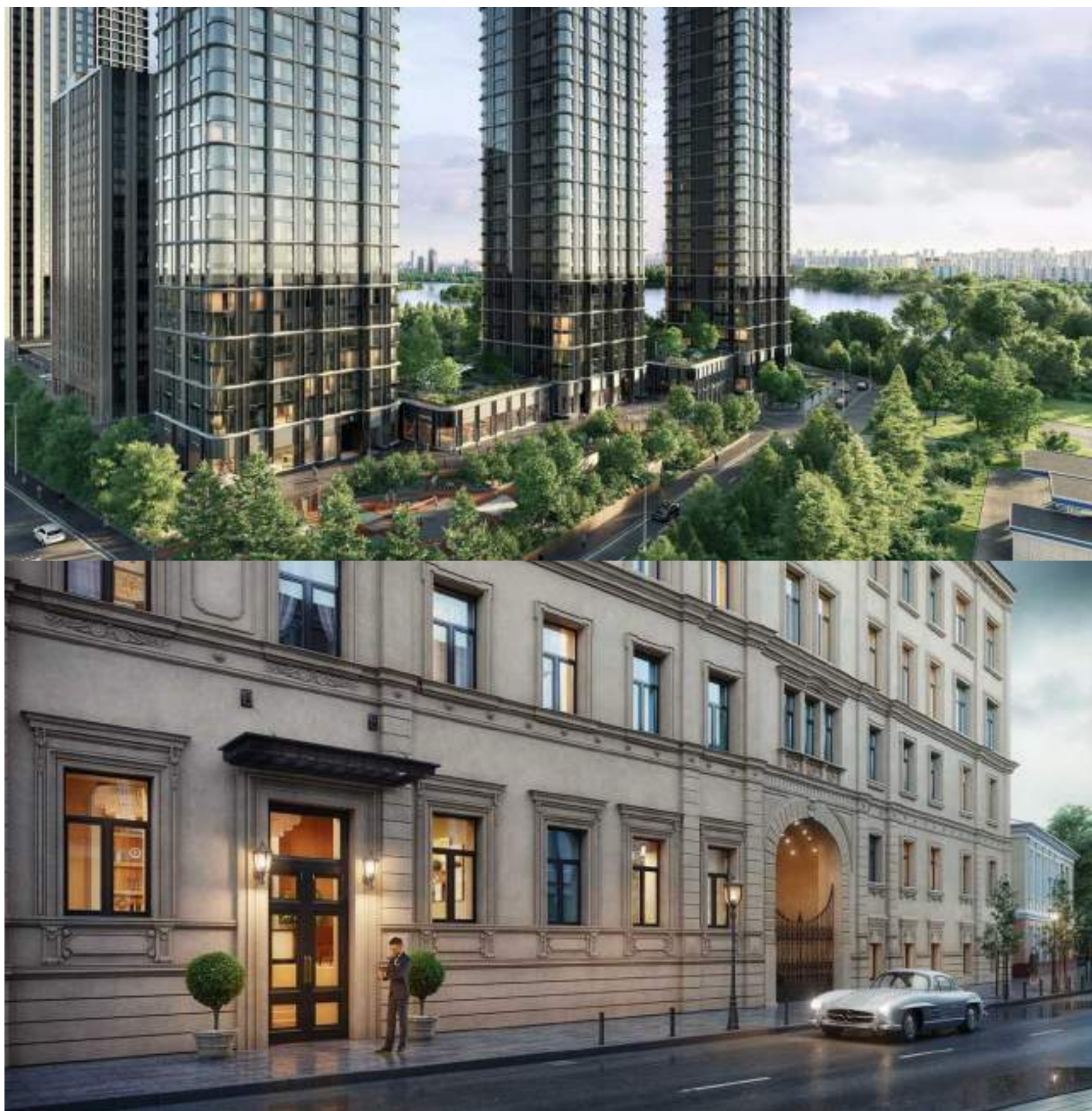
## ФОТОСТИЛЬ



В крупных планах нужно максимально делать акцент на текстуру, подсветку, необычные архитектурные формы. Такой приём будет уместно применять к рендерам.

Важно акцентировать внимание на новаторских проектах. Футуристичная архитектура поможет отразить визионерский дух компании.

## Архитектура



При использовании изображений архитектурных объектов применяются те же принципы использования изображений. При подборе фото/рендеров лучше демонстрировать преимущества локации, архитектуру проекта и инфраструктуру. Все изображения должны быть выдержаны в сложной, сдержанной и натуральной цветовой гамме.

## фотостиль



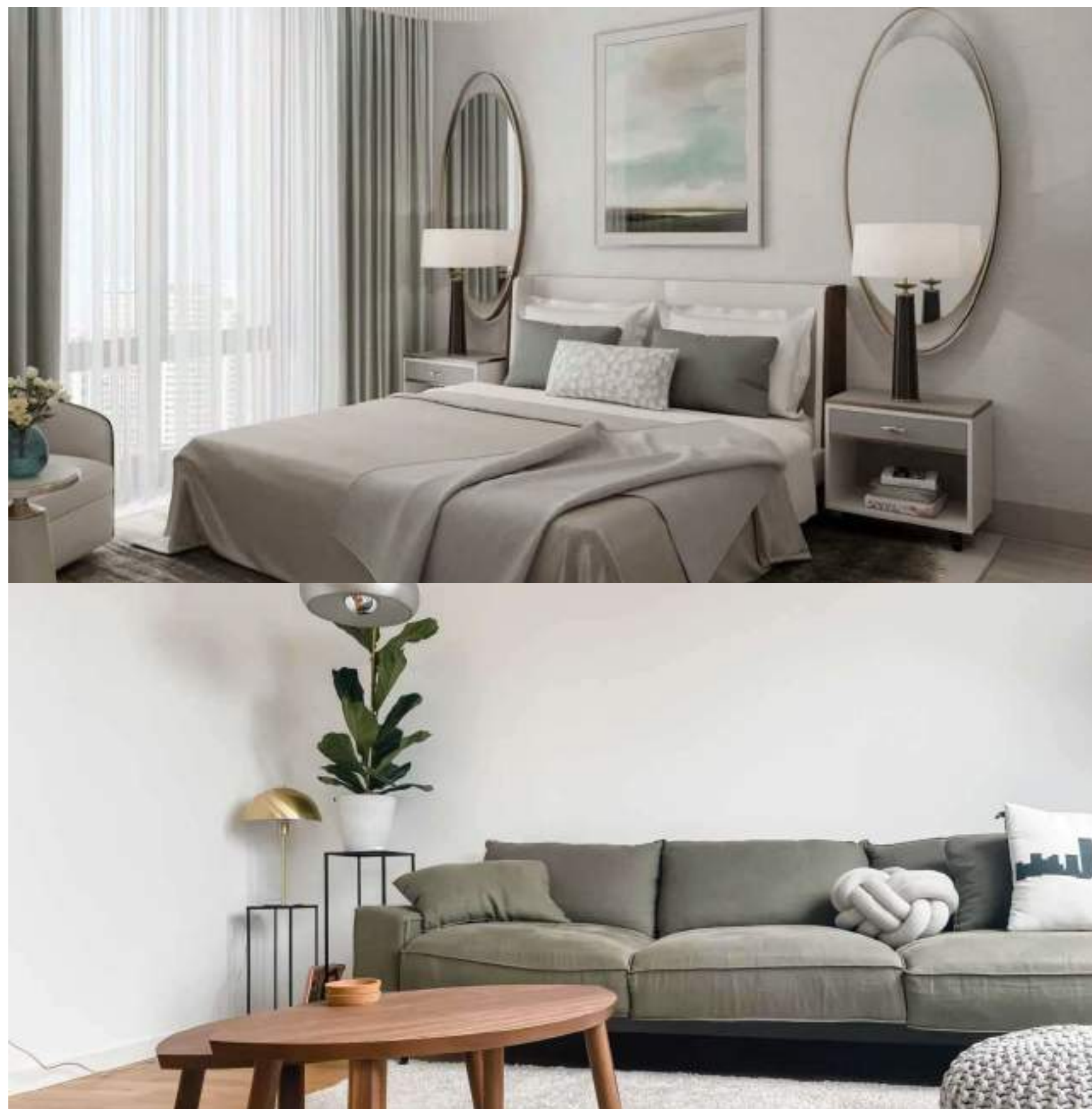
Возможно также использование сюжетных рендеров со сценами из жизни жильцов.



Не рекомендуется часто использовать рендеры с плохой детализацией и некачественными коллажами людей. Не рекомендуется обрезать панорамные изображения.

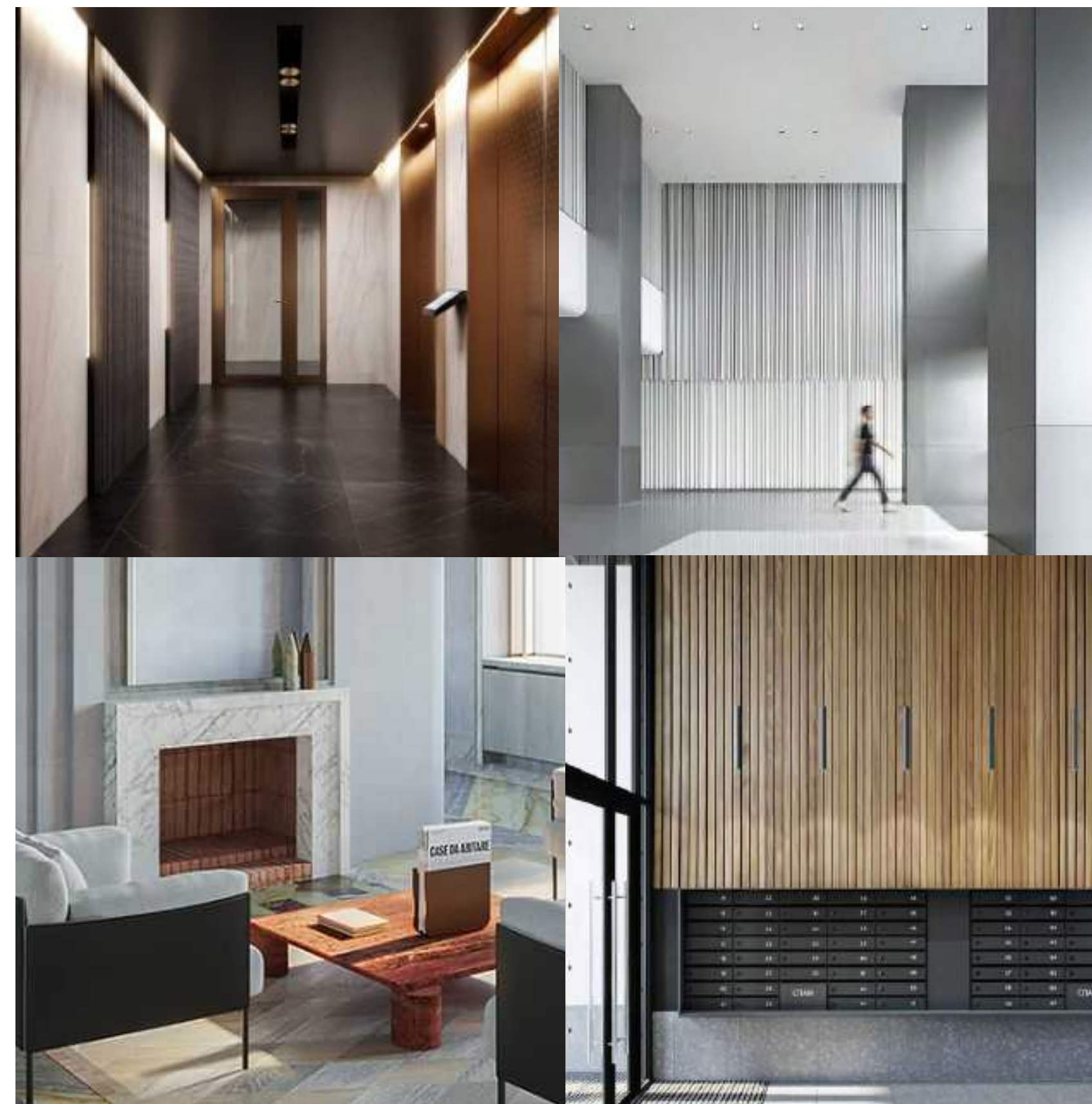


## Интерьер



Рекомендуется использовать фотографии с современным, минималистичным дизайном интерьера. Где преимущественно использовано дерево, бетон. Нет обоев, ярких паттернов и т. д. Фотографии в нейтральных оттенках, без лишних деталей. Для имиджевой съёмки интерьеров желательно включать в кадр людей, но не делать на них основной акцент.

## ФОТОСТИЛЬ



В close-up нужно максимально делать акцент на самые интересные фрагменты изображения.

Фото подбираются по тому же принципу – нейтральные цвета, минимум деталей, текстура дерева и бетона.

## Фурнитура и объекты



Рекомендуется использовать фотографии с объектами на нейтральных спокойных фонах, без мелких деталей и паттернов. Фурнитура и дизайн объектов подбираются максимально современные и футуристичные, в необычных формах и материалах.

## ФОТОСТИЛЬ



Для фотографий объектов в интерьере допустимо использовать кадрирование, показывать их с частью интерьера или на однородном фоне.

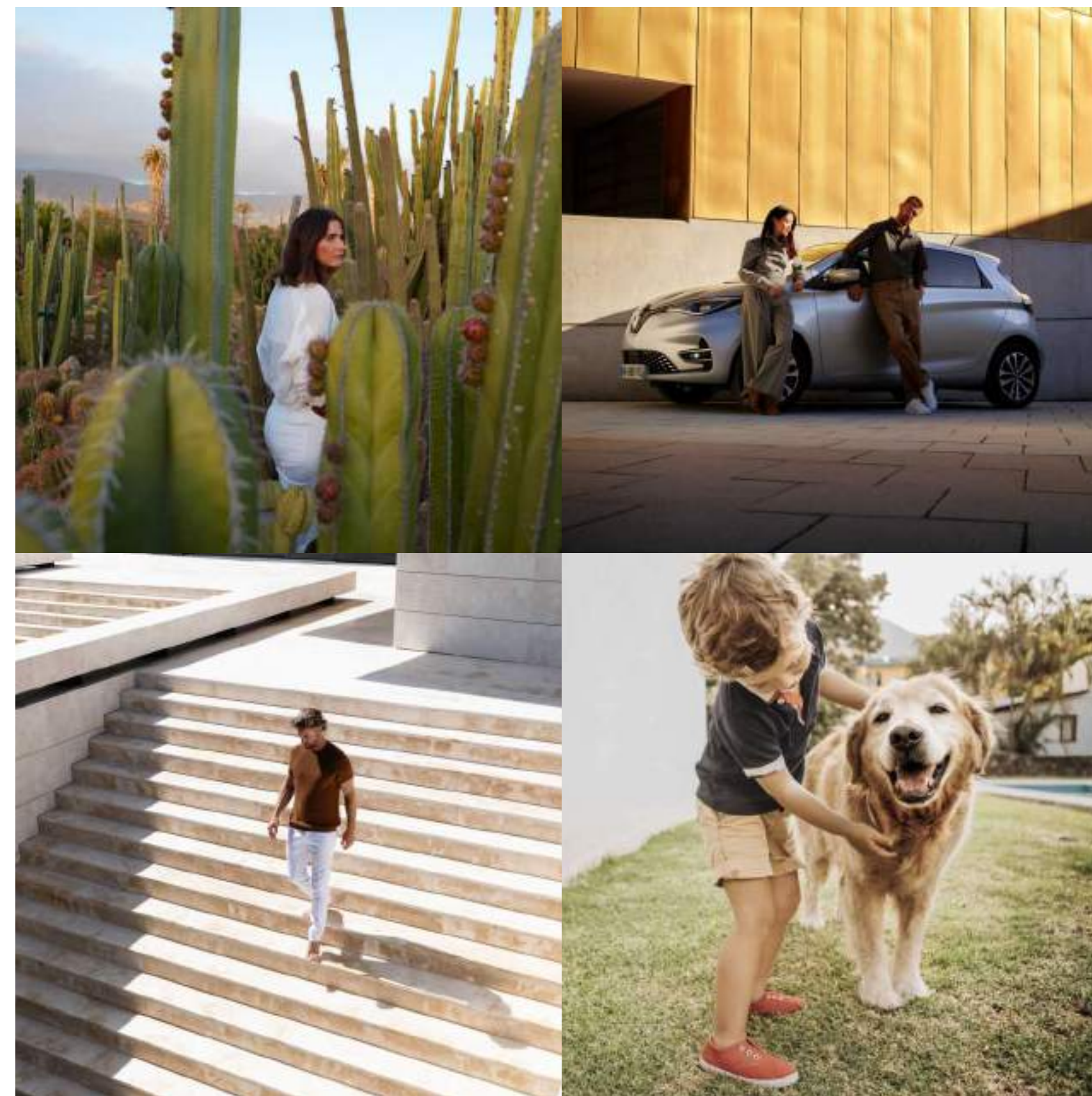
А также рекомендуется использовать фотографии с объектами в обтавку на фирменных фонах.

## Люди



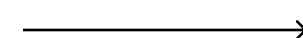
Важной составляющей визуальной концепции являются фотографии людей. Людей, с которыми клиент будет себя ассоциировать. Естественные, разные, уверенные, сильные, свободные, каждый со своим характером. Чтобы подчеркнуть тематику «бизнес», рекомендуется использовать контрастные фотографии уверенных в себе людей на фоне архитектуры или в интерьере на нейтральных, спокойных фонах.

## фотостиль



Также для макетов или внутренней фотосессии можно использовать портретную съёмку. Портреты без лишних ярких цветов и деталей, контрастные. Рекомендуется избегать необычных ракурсов и чрезмерных, наигранных эмоций.

Для имиджевой съёмки можно использовать природную среду и архитектуру, оставляя при этом основной фокус на человеке. Допустимы большая свобода кадрирования и нестандартные композиции. Фото не должны быть шумными.



оригинальное фото

после цветокоррекции



использование маски в режиме наложения Soft Light

Редактирование фотографий для публикации очень важный момент, так как фотографии объектов недвижимости всегда разноплановые. При этом нужно оставаться в контексте нового позиционирования.

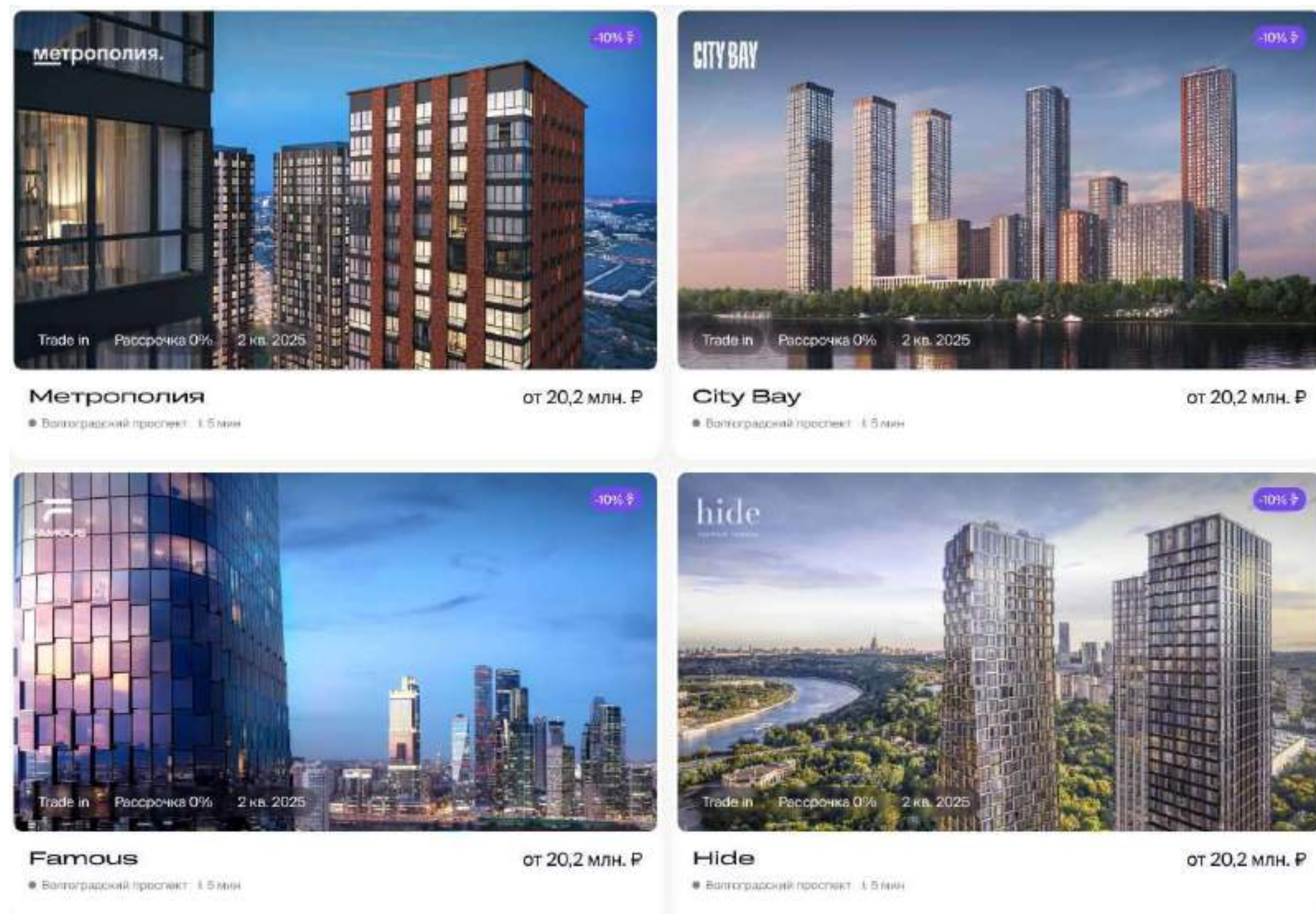


Хорошим инструментом для цветокоррекции является инструмент Vibrance в программе Photoshop. Лучше регулировать цвета на шкале Vibrance с отрицательным значением (влево).

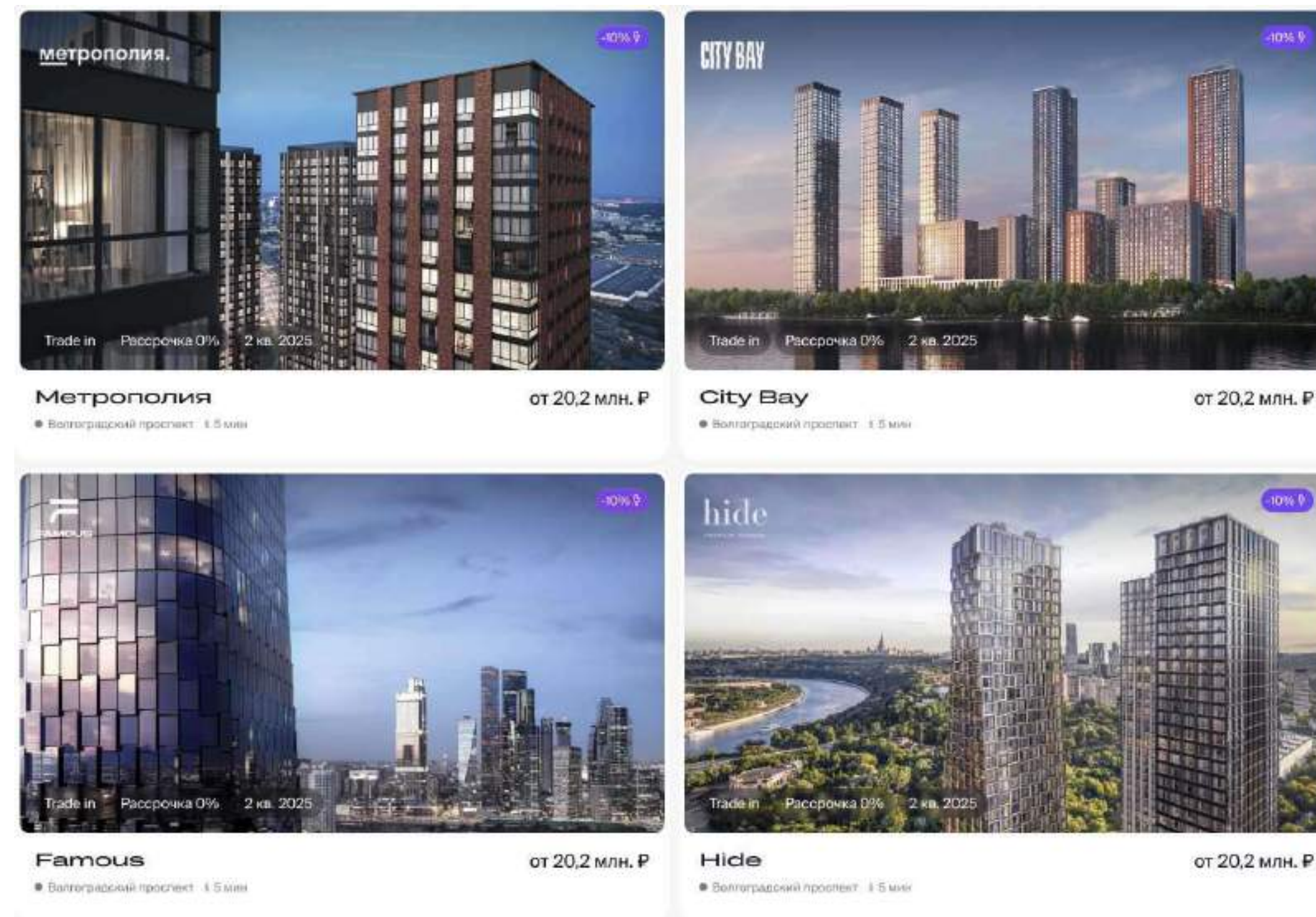
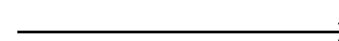
Для того чтобы добавить цветные акценты при размещении большого количества изображений, допускается использовать маску с фирменным фиолетовым цветом.

## Правила обработки фотографии

## фотостиль



оригинальное фото



после цветокоррекции

Особое внимание стоит уделить раскладке в общей ленте. Поскольку все проекты имеют разный колорит, важно их уравновесить с помощью небольшой цветокоррекции.



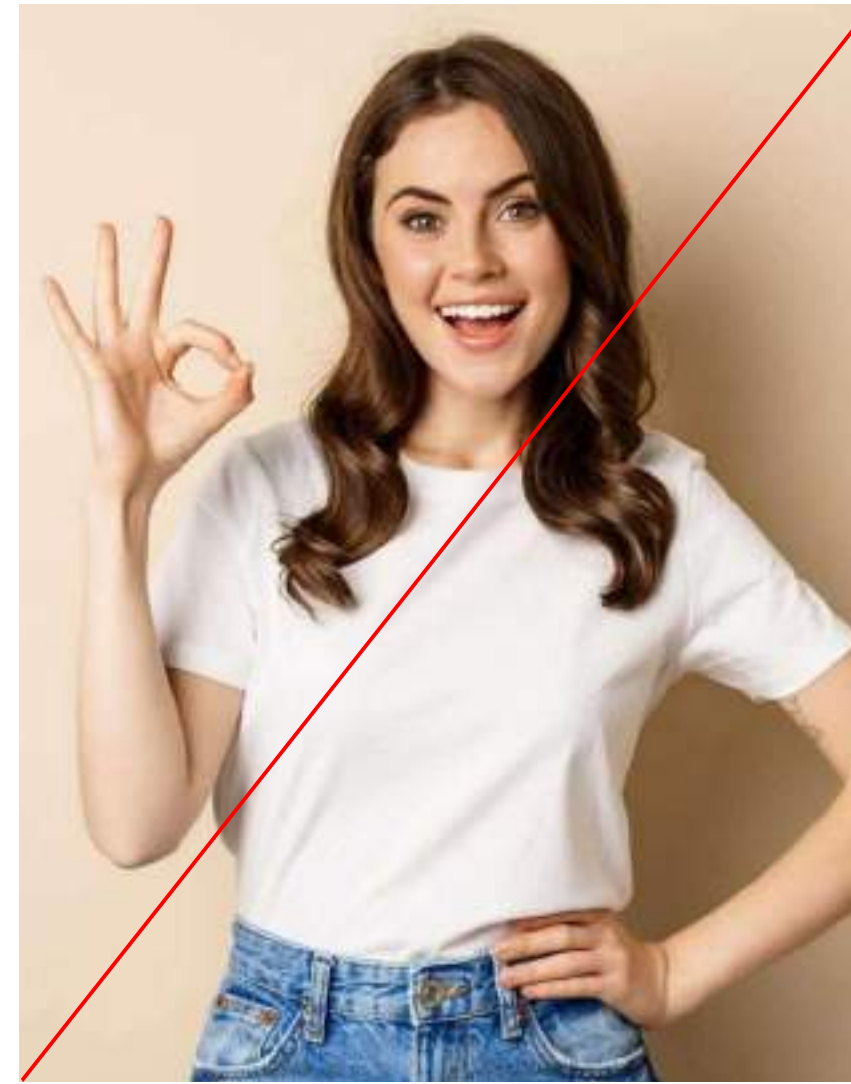
Хорошим инструментом для цветокоррекции является инструмент Vibrance в программе Photoshop. Лучше регулировать цвета на шкале Vibrance с отрицательным значением (влево).



1.



2.



3.



4.



5.

На слайде изображены одни из самых распространённых примеров, которые недопустимо использовать в айдентике.

1. Не допускается использовать яркие изображения архитектуры, которые будут сильно выбиваться из общего колорита.
2. Недопустимо использовать тёмные, малоcontrastные изображения зданий, людей и т. п.
3. Не допускается использование нарочито стоковых фотографий.

4. Недопустимо использовать фотографии, неподходящие по стилю. Это касается прежде всего визуальной составляющей.
5. Стоит избегать кадров с наклоном, поскольку создаётся ощущение, что это случайная ошибка. Необычные ракурсы допустимы, но они должны быть очевидно намеренными и с оправданной композицией.

Бренд-графика

## Линии

графика

MR

Знак MR разделяют четыре направляющие линии. Они являются ключевыми элементами стиля. Могут использоваться как отдельные элементы, или в виде паттерна, или образовывать плоскость.

66°

90°

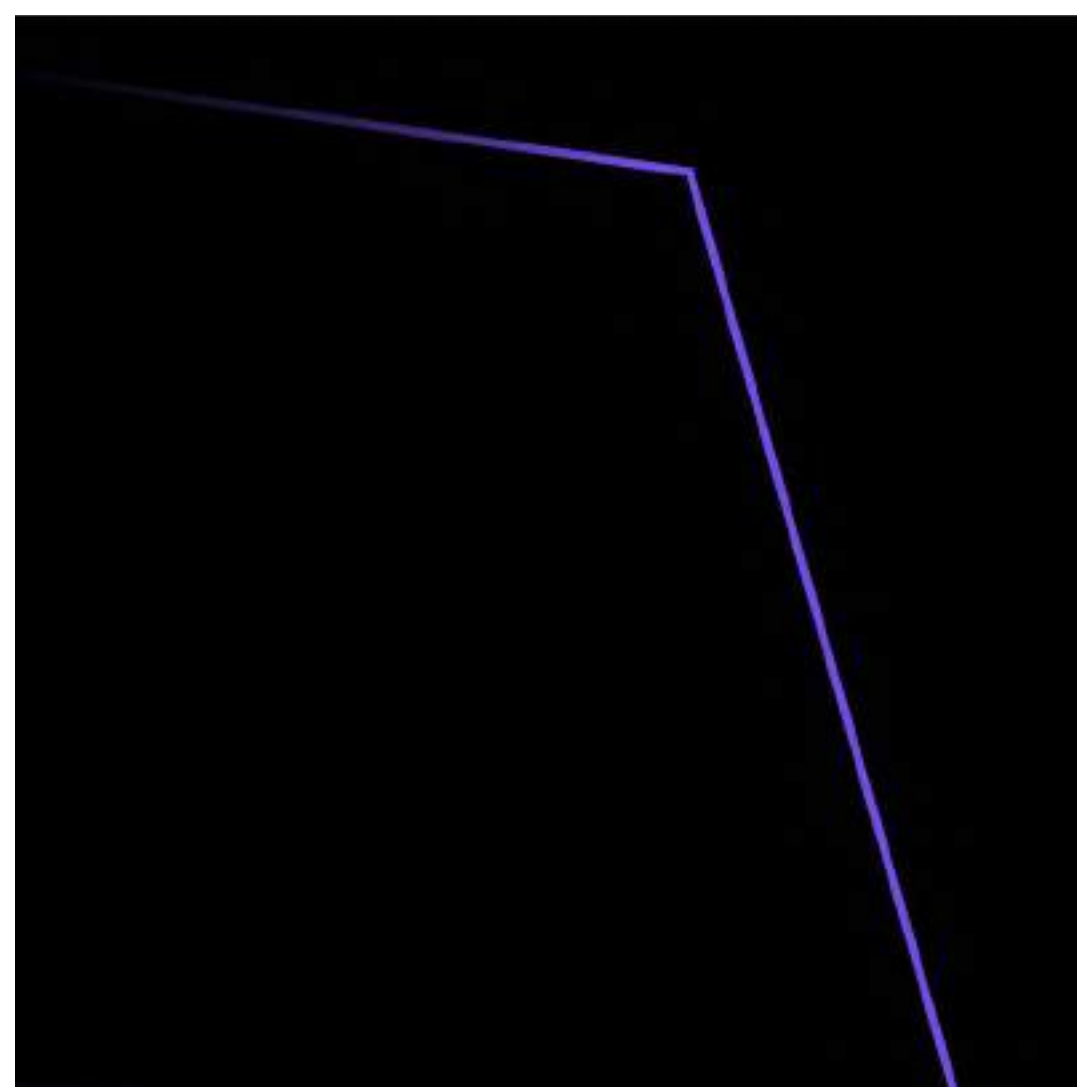
-65°

-61°

\* Толщина линии должна равняться ~ 1/10 левого вертикального штриха «М».

Каждая линия имеет свой градус наклона. Эти углы можно использовать для создания макетов, например плашек для фотографий.

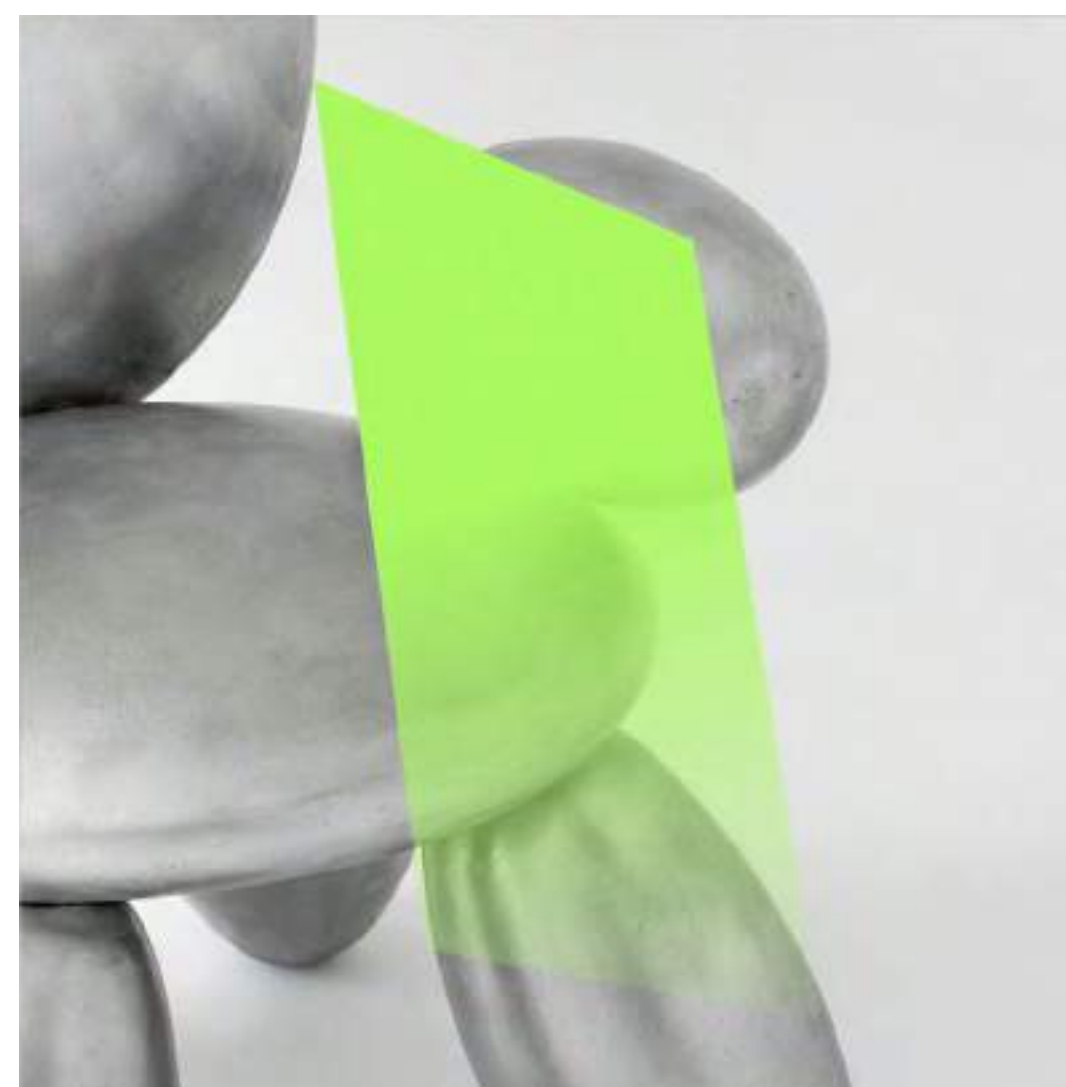




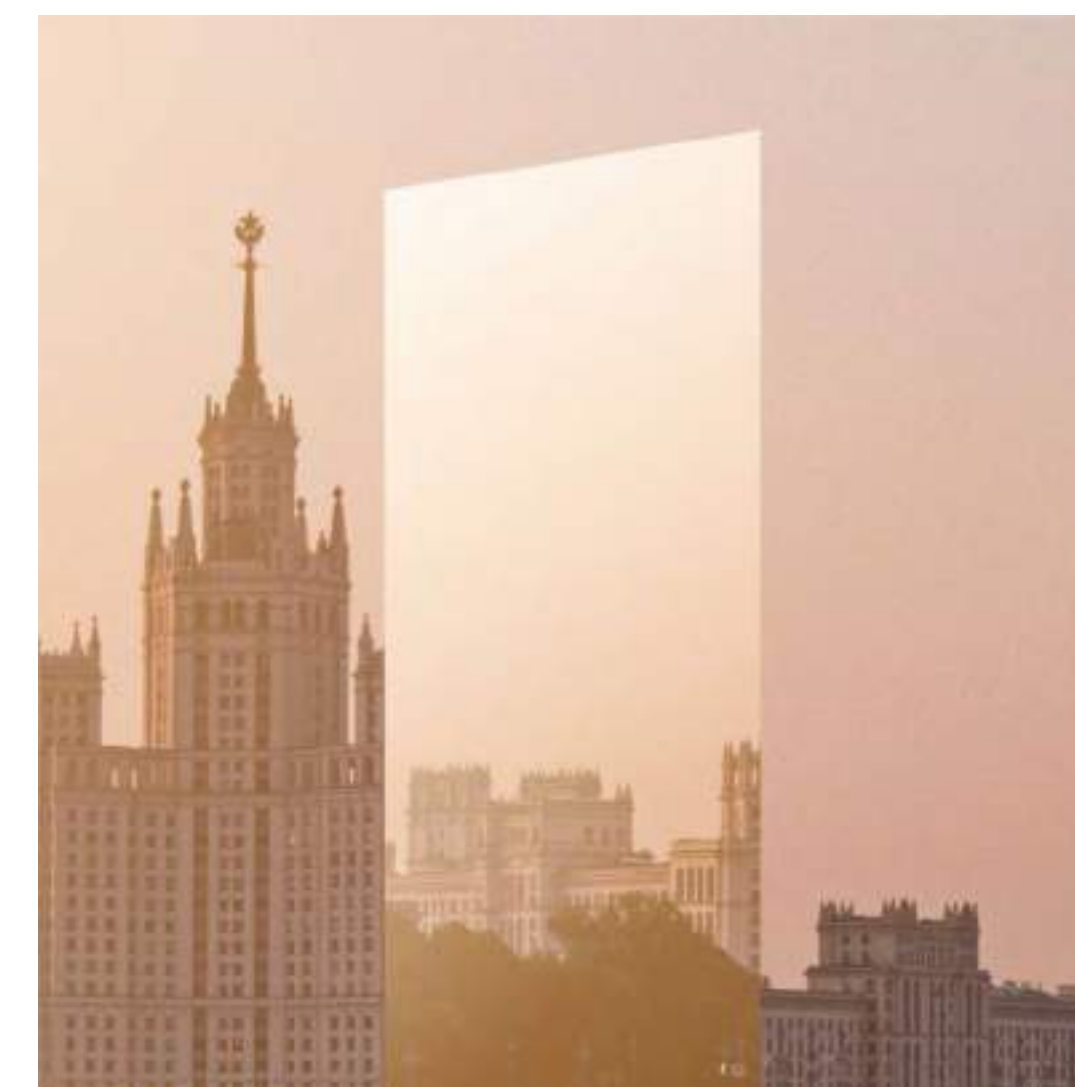
1.



2.



3.



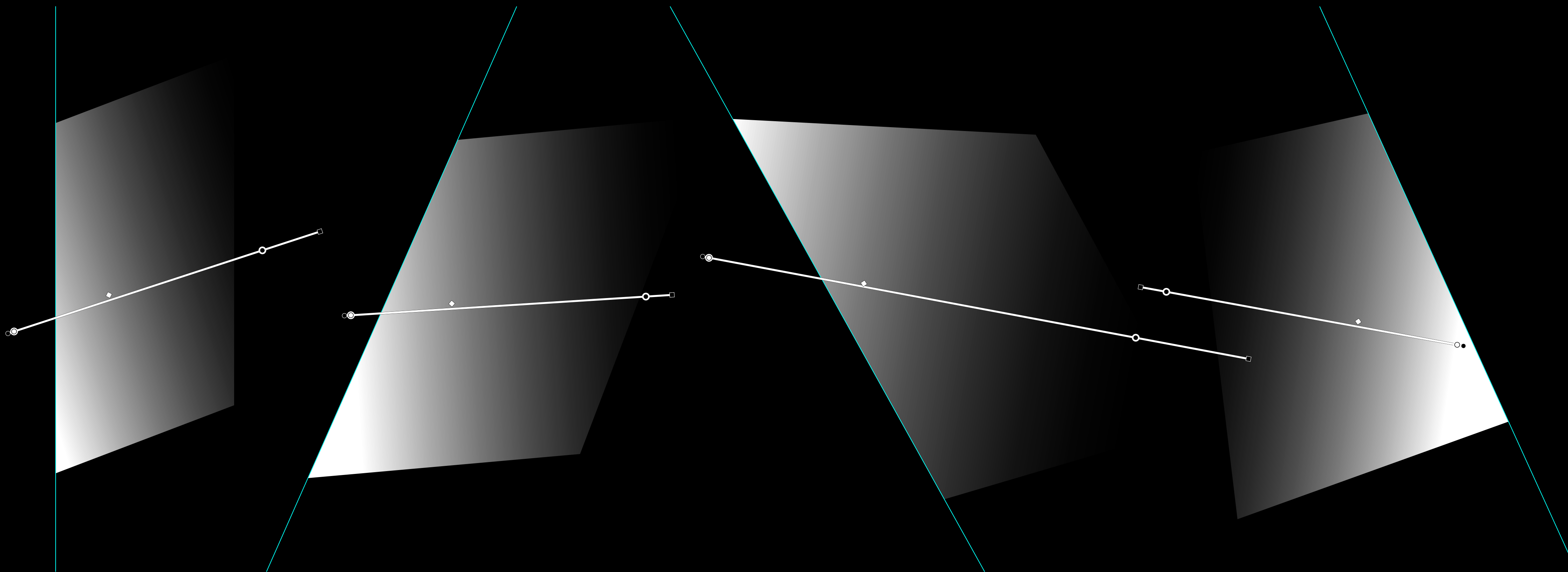
4.

Преимущество стиля в большой вариативности базовых графических элементов – граней, которые являются константой фирменного стиля MR.

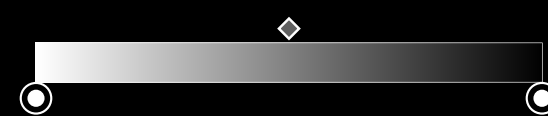
1. Линейная графика. Допустимо использование акцентных цветов направлений бренда.
2. Маска для изображений. Преимущество в гибкой системе использования её формы.

3. Фирменная плашка с градиентной заливкой. Допустимо использование акцентных цветов направлений бренда.
4. Фирменная плашка-зеркало. Имитирует отражение окружающего пространства.

Шкала градиента



Фирменные плашки с градиентом являются одним из ключевых элементов нового стиля. Этот приём транслирует футуризм и визионерство, отражающие позиционирование.



Пример шкалы с монохромным градиентом. Градиент должен уходить в прозрачность.



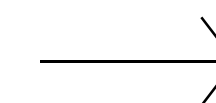
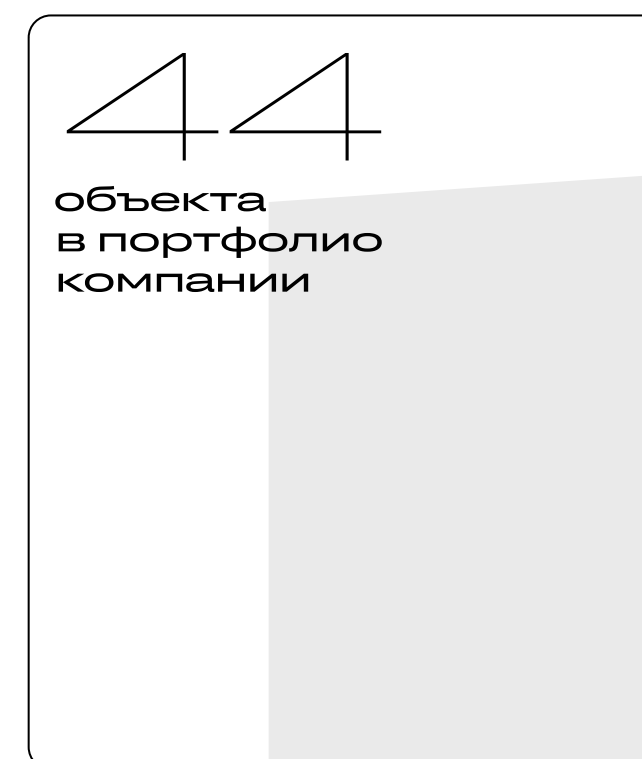
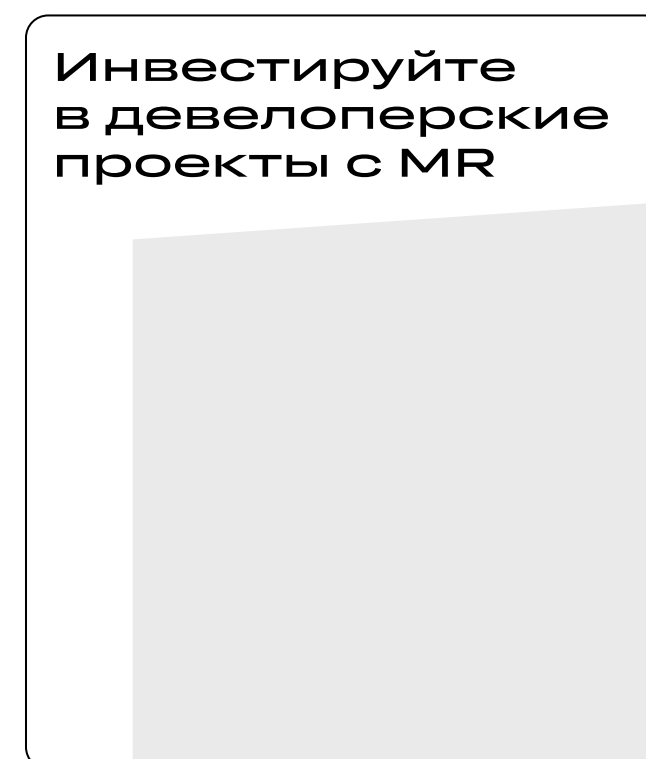
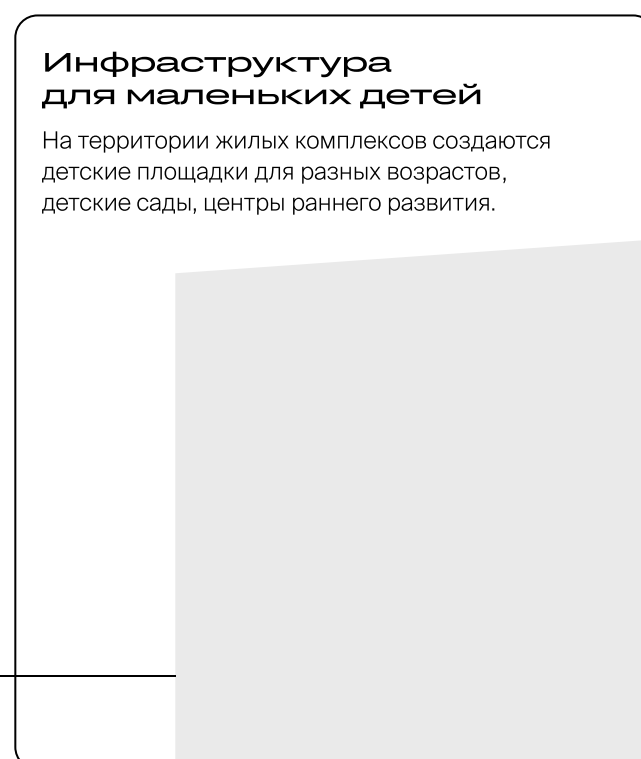
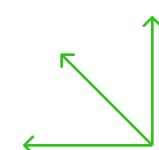
Пример шкалы с цветным градиентом. Градиент должен уходить в прозрачность.

Помимо белого цвета, допустимо использовать цвета направлений бренда. При этом градиент должен быть выведен в 0% прозрачности, чтобы край формы растворялся в пространстве.

## Использование маски для изображения

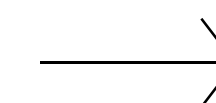
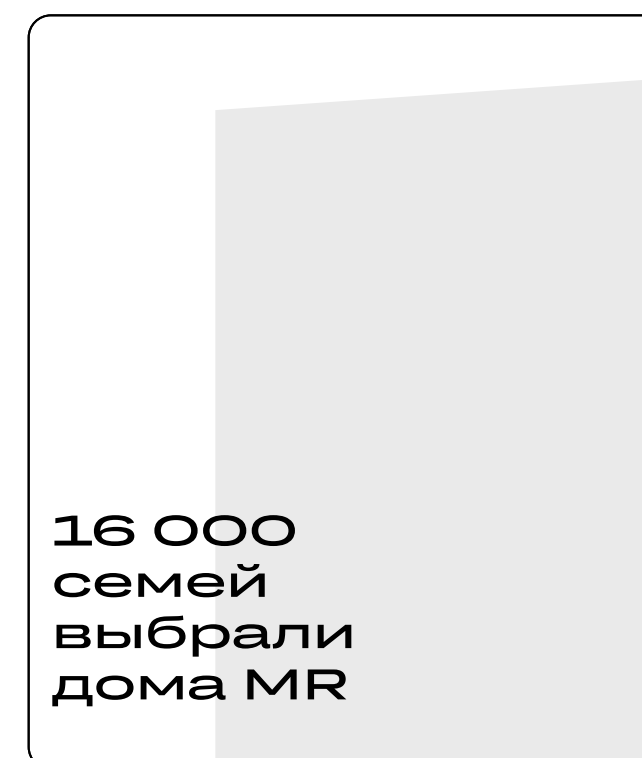
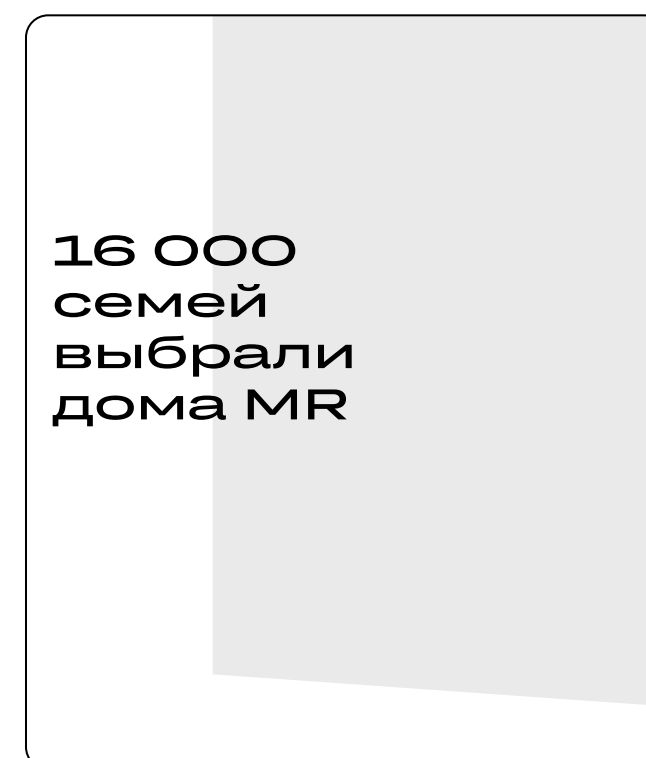
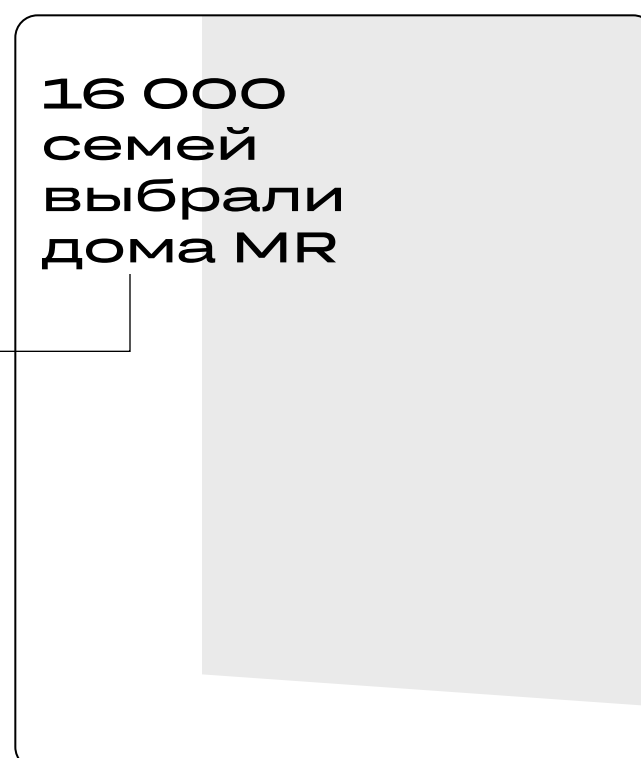
Вариант, когда текст размещается сверху, над изображением.

Фрейм с изображением может трансформироваться по горизонтали и вертикали.



Пример с использованием тёмного шрифта на нейтральном фоне.

Вариант с размещением текста слева по вертикали относительно макета.

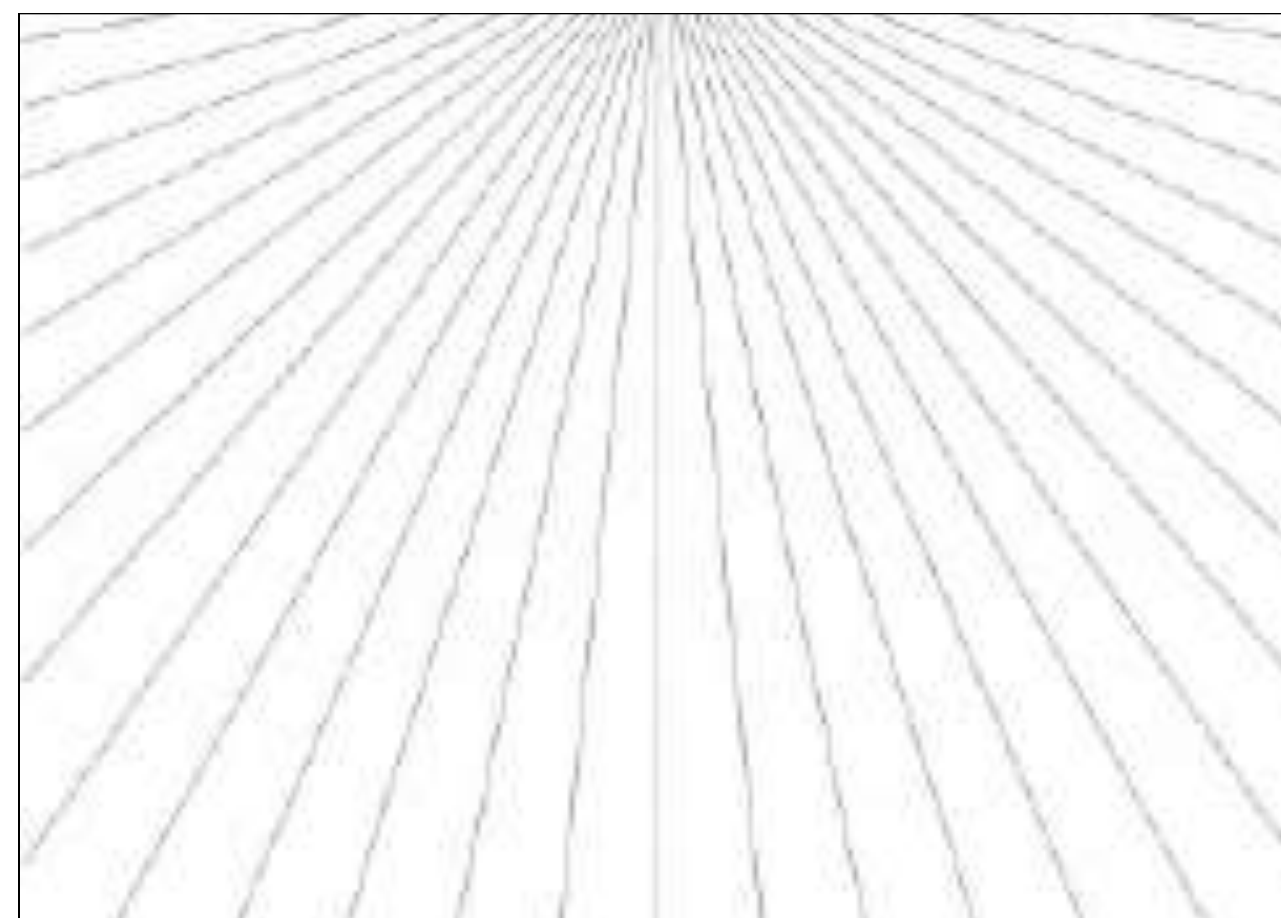
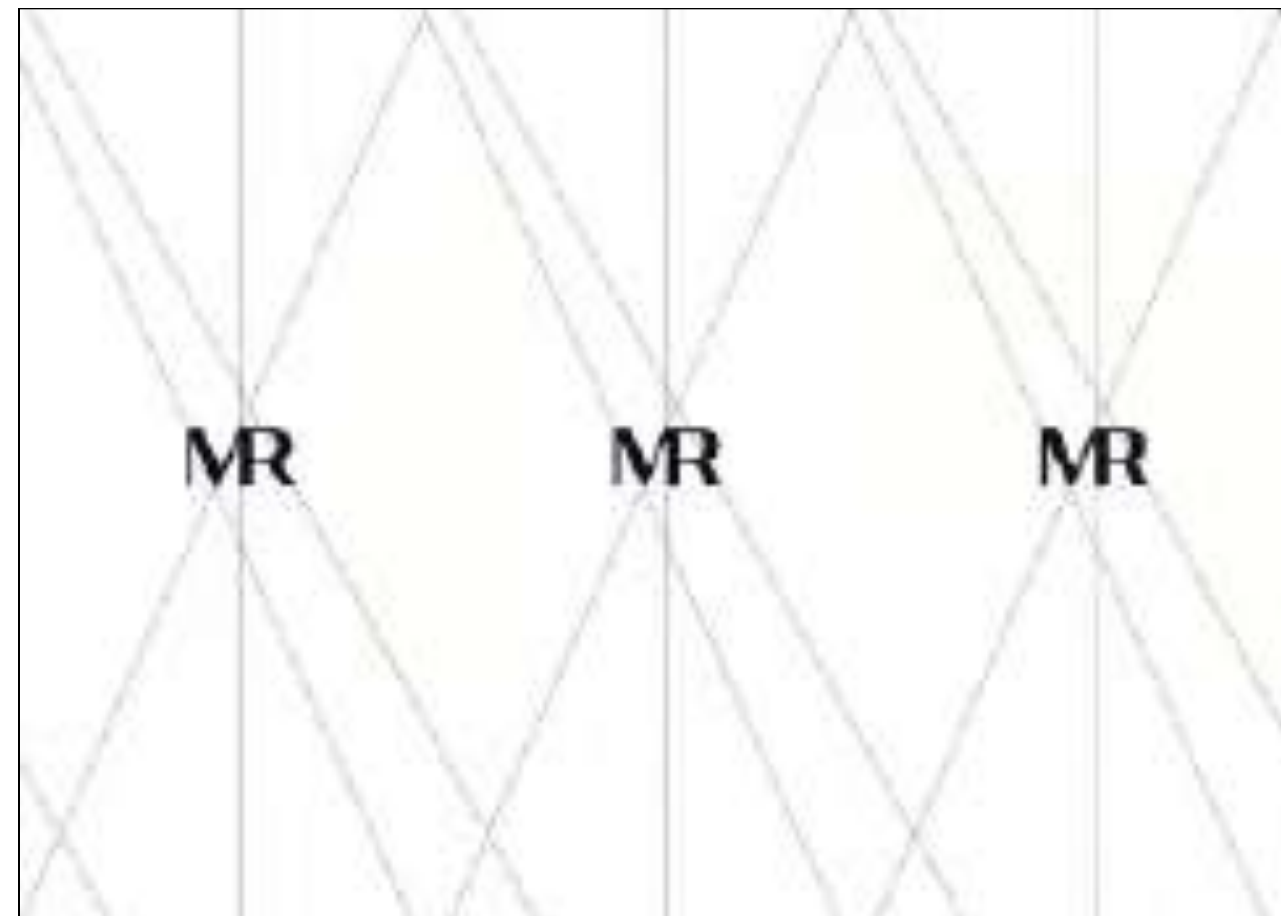


Инверсный вариант использования шрифта для тёмного фона.

Именно такая геометрия маски для изображения подходит для информационных блоков на сайте. Важно придерживаться принципов построения макетов, показанных на этом слайде, чтобы сохранять общий сдержанный и лаконичный стиль (в отличие от имиджевых более смелых баннеров). Поэтому не рекомендуется искажать, наклонять и изменять пропорции, показанные в примерах.

Одно из главных правил выбора цвета шрифта – это читаемость. Текст должен быть контрастным относительно фона/изображения. Цвет для фона должен соответствовать цветам из палитры MR, а также цветам направлений бренда.

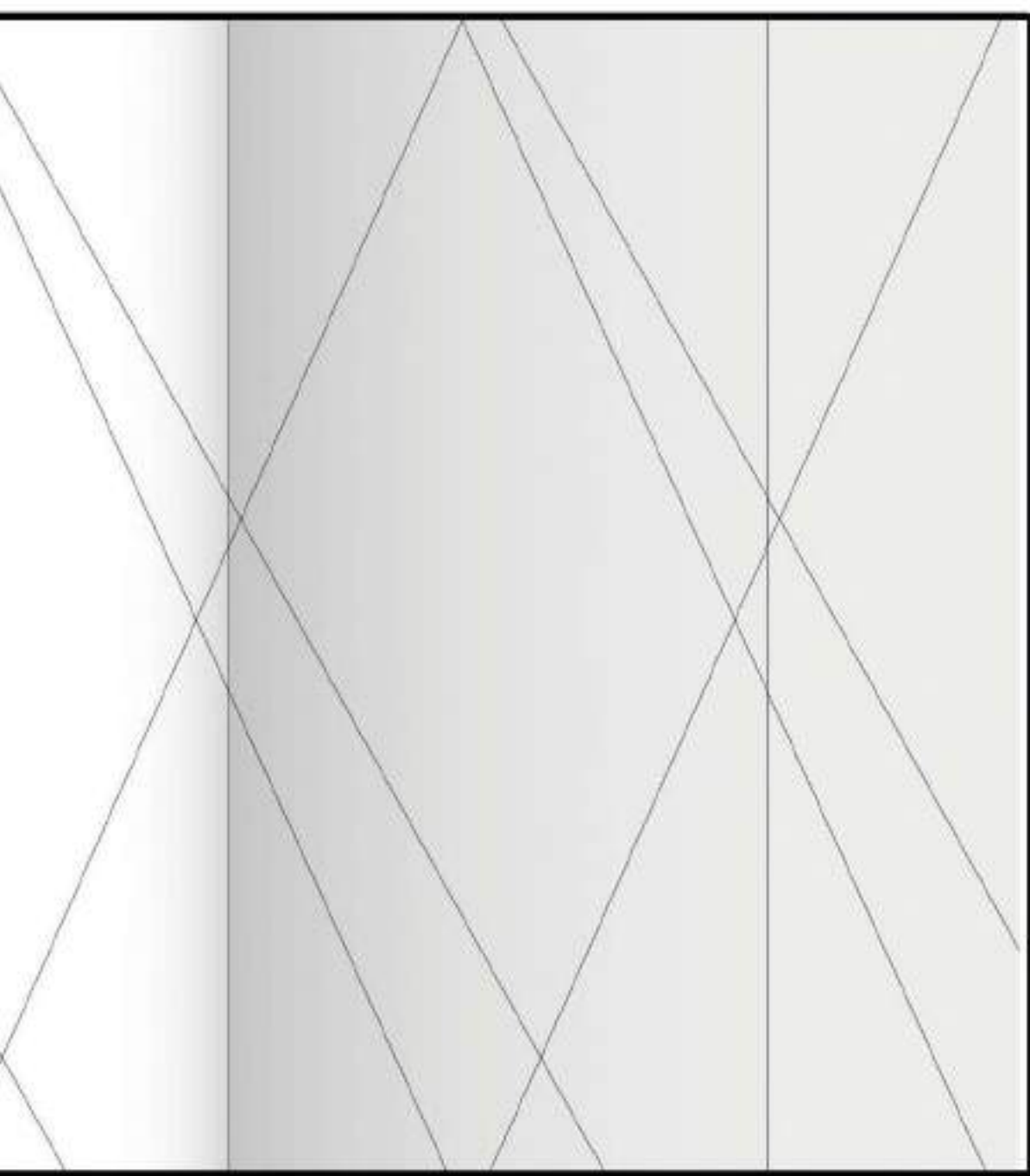
Выбор цвета шрифта на нейтральном по тону фоне зависит в том числе от контрастности по отношению к изображению.



Фирменный паттерн состоит из направляющих линий, которые привязаны к форме логотипа. Каждая линия уникальна и имеет свой градус наклона. Паттерн создаёт бесшовную текстуру и позволяет брендировать любые поверхности.

Но важно понимать, что его использование носит имиджевый характер, он лишь дополняет ключевые элементы айдентики и поэтому не должен использоваться повсеместно.

В нижнем ряду приведён пример паттерна, используемого для корпоративных подарков.



1.



2.



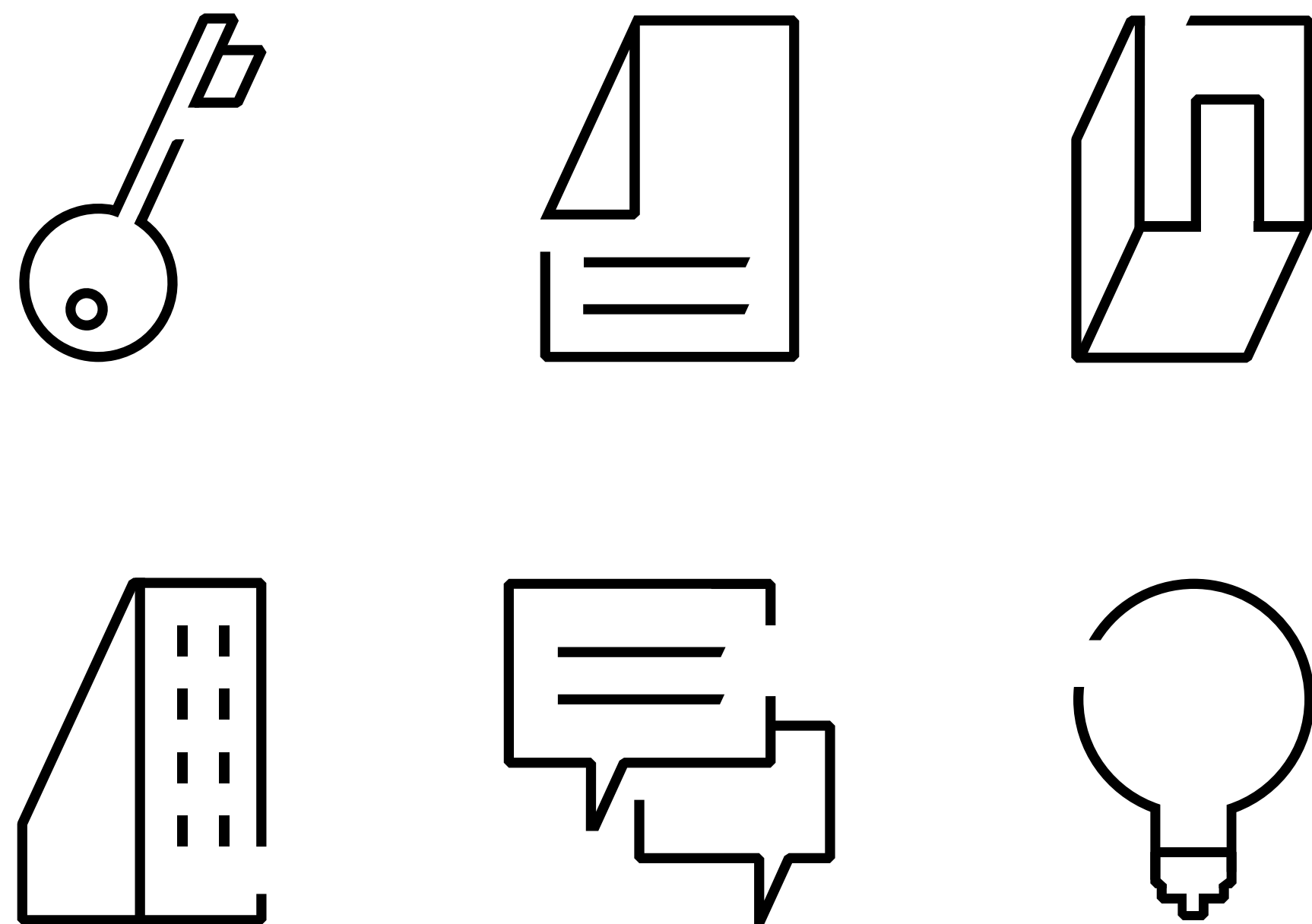
3.

1. Отличным примером использования паттерна является форзац фирменного каталога. При этом наличие логотипа не обязательно.

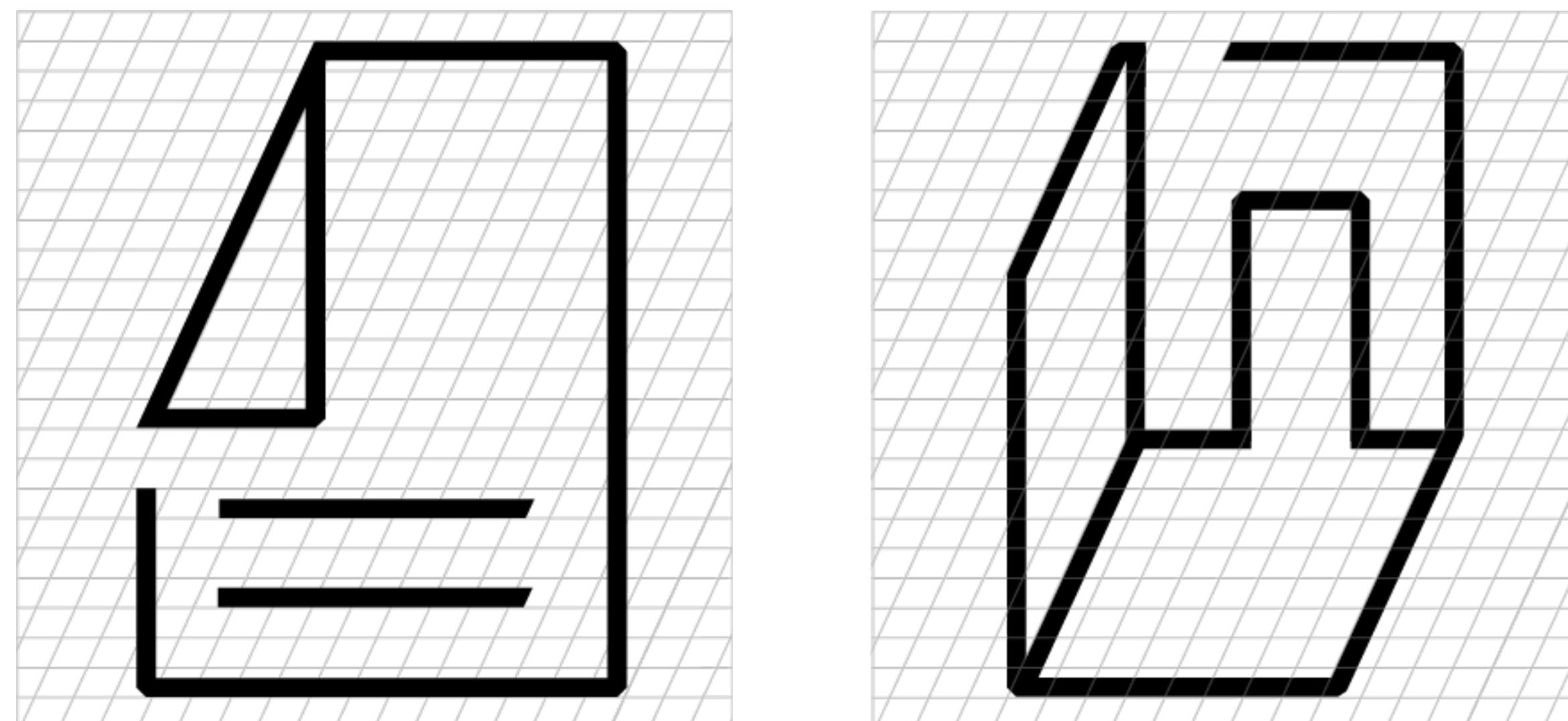
2. Пример использования паттерна для бумаги тишью.

3. Пример печатного баннера.

Пример иконок в стилистике MR



Пример построения



Линейная графика может использоваться как на сайте, так и в презентации. В основе отрисовки иконок лежит сетка, основанная на логотипе MR. Узнаваемые диагонали задают динамику и делают стиль консистентным.

Важно не нарушать пропорции толщины линий при создании макетов: в крупном размере линия не должна казаться толстой, а в небольшом размере – слишком тонкой.

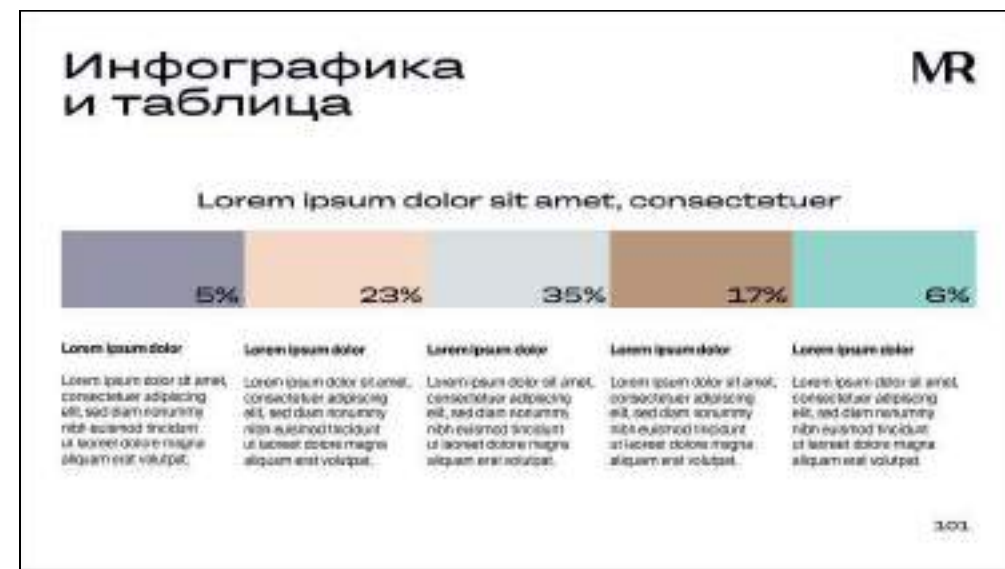
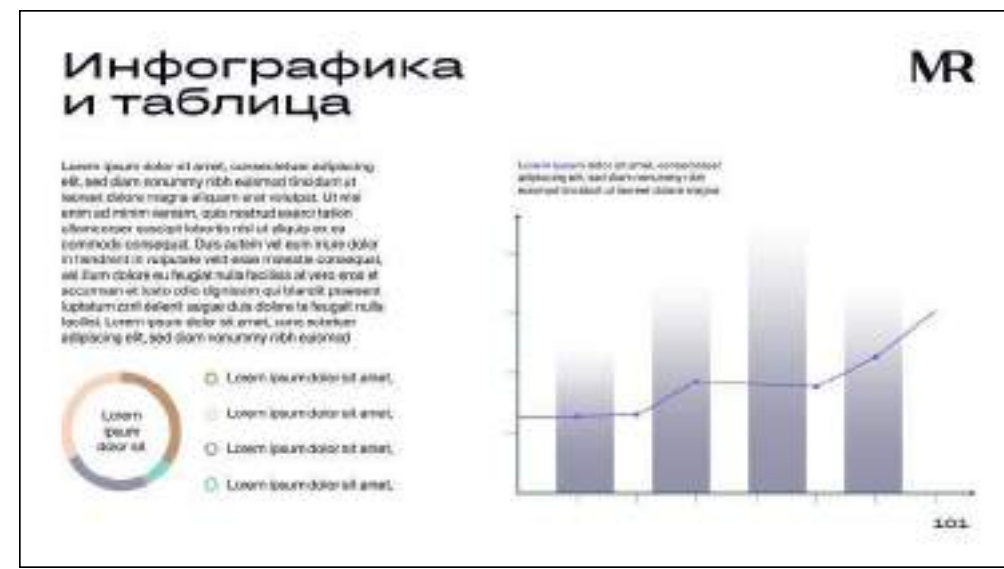
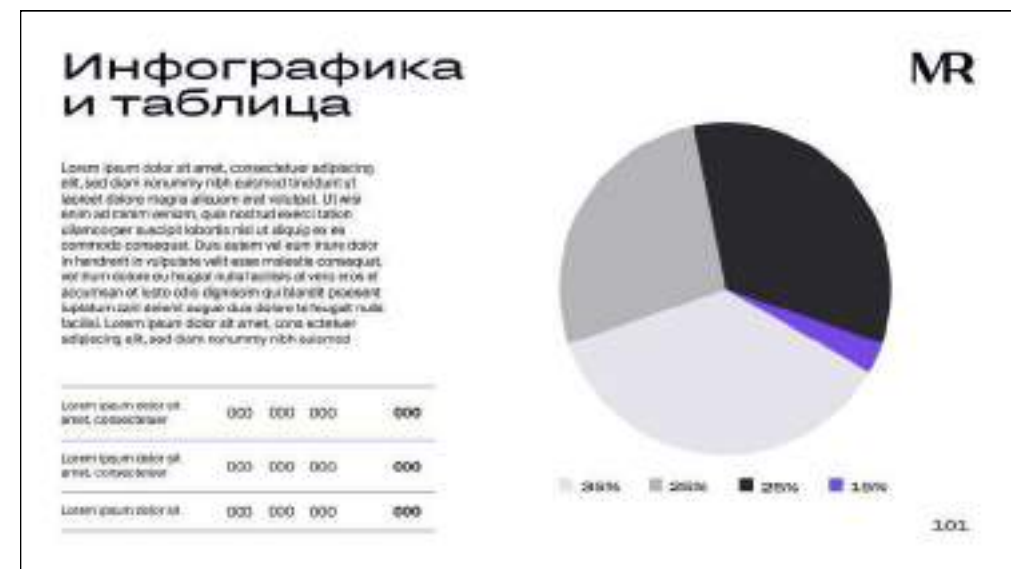
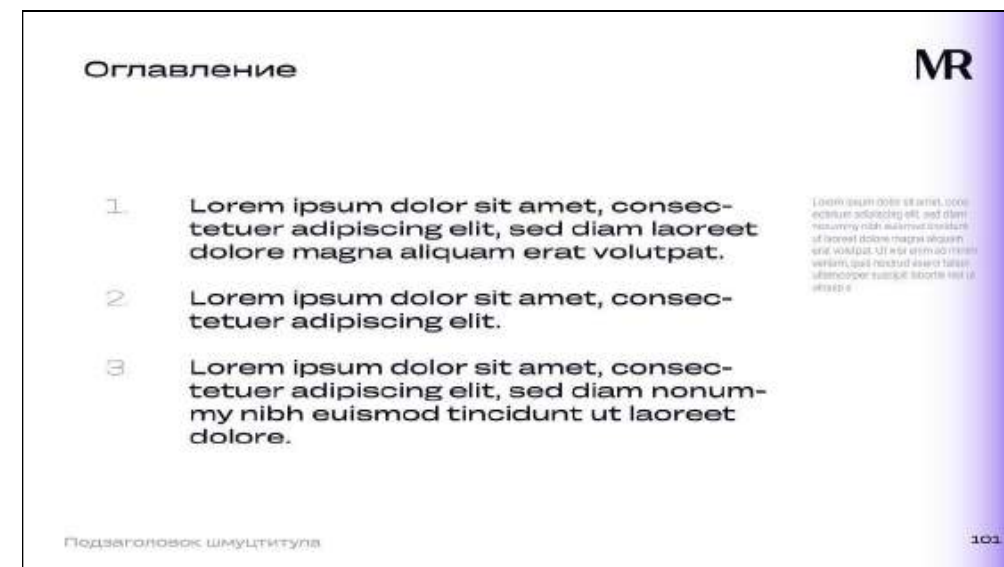
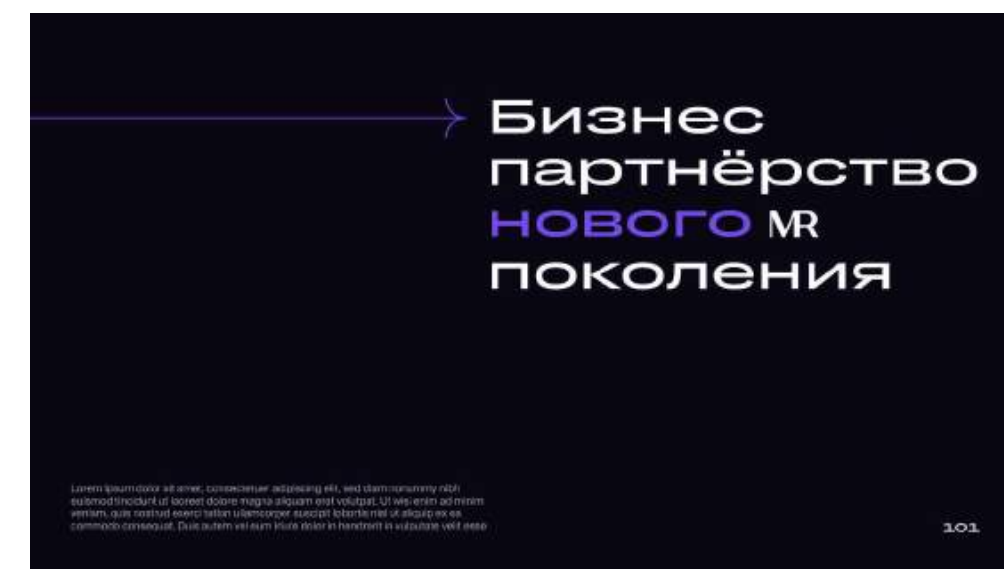
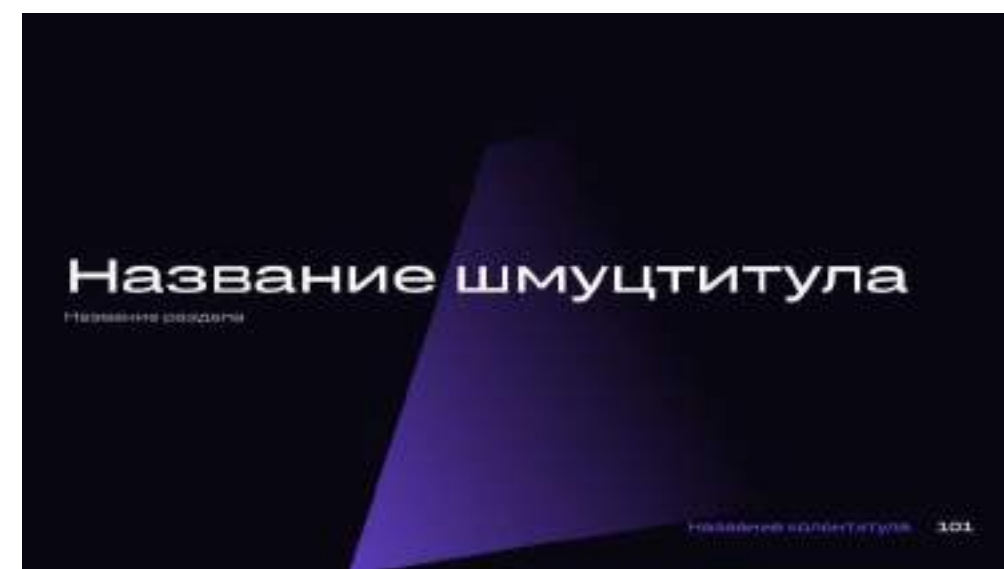
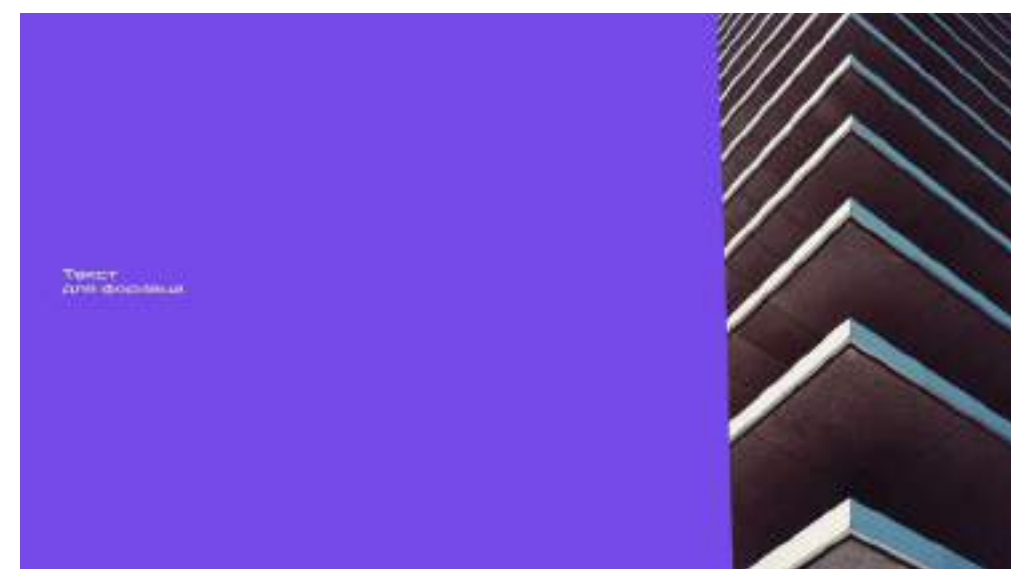
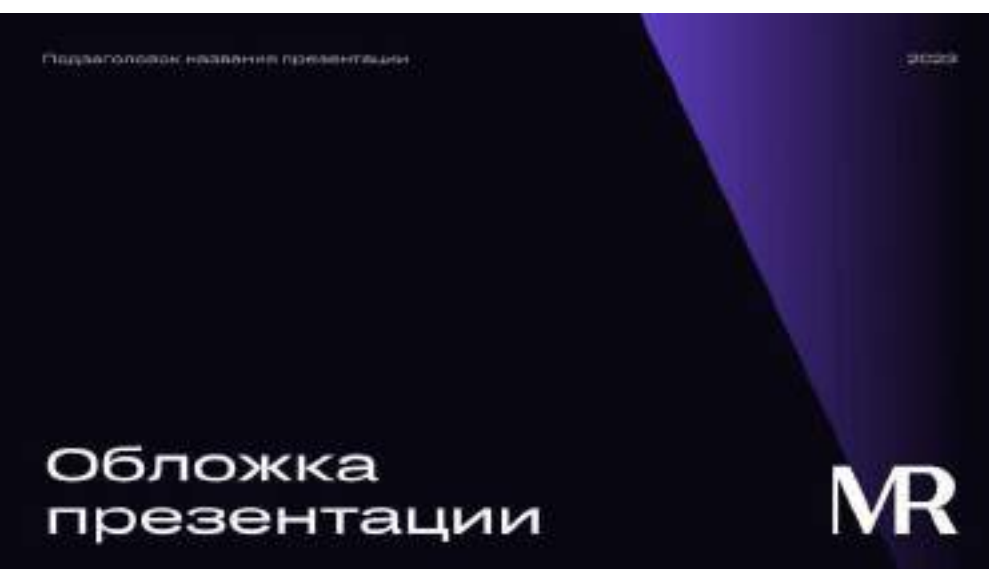


Минимальный размер  
56x56 px

Носители

# Шаблон презентации



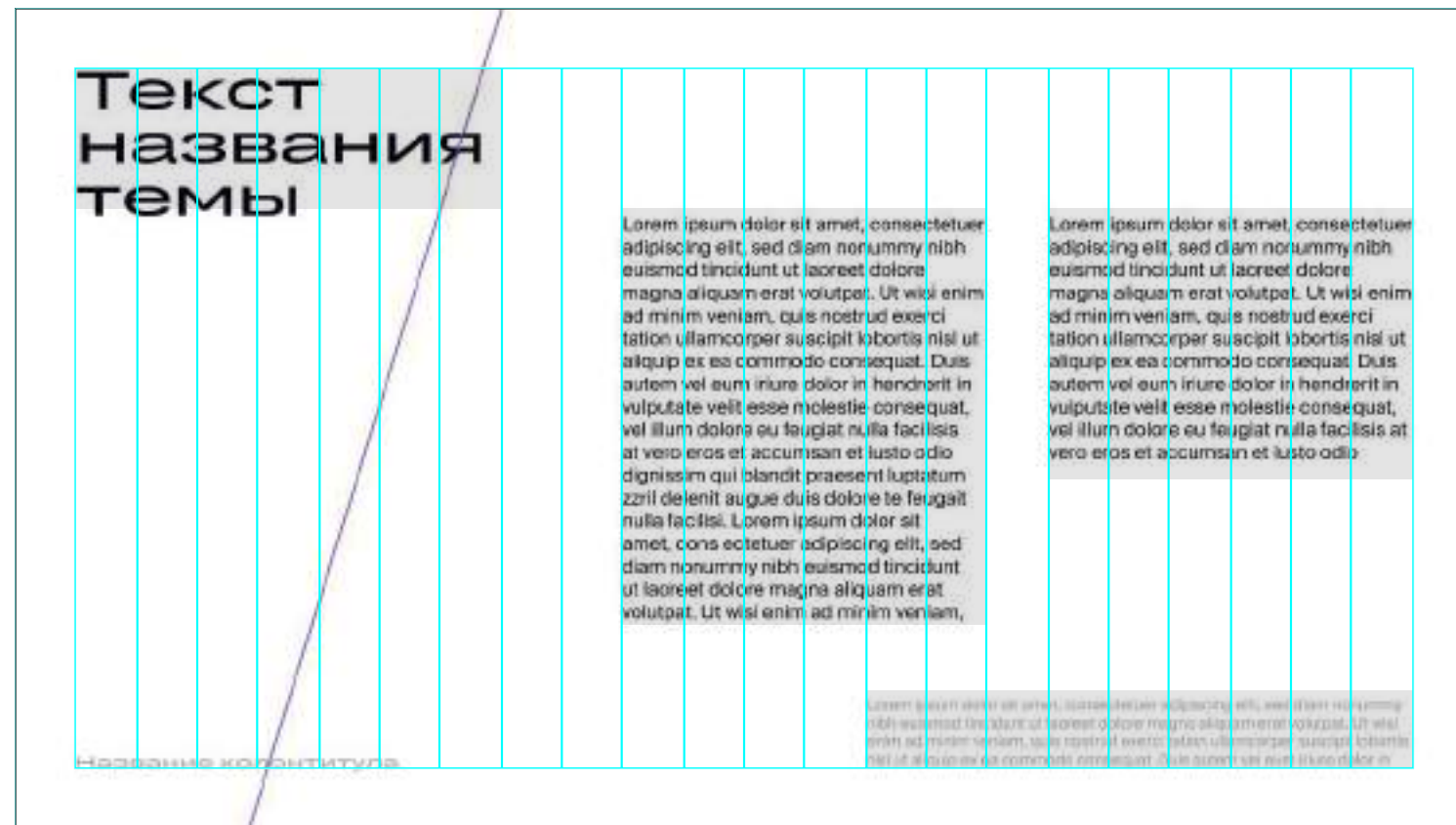


Шаблоны презентации в Adobe Indesign и PowerPoint идентичны. Исключением являются только маски с фотографиями, вместо которых в PowerPoint мы можем использовать фирменный полупрозрачный градиент поверх фотографии. Презентация выполняется в основных фирменных цветах, указанных в основном разделе гайдбука.

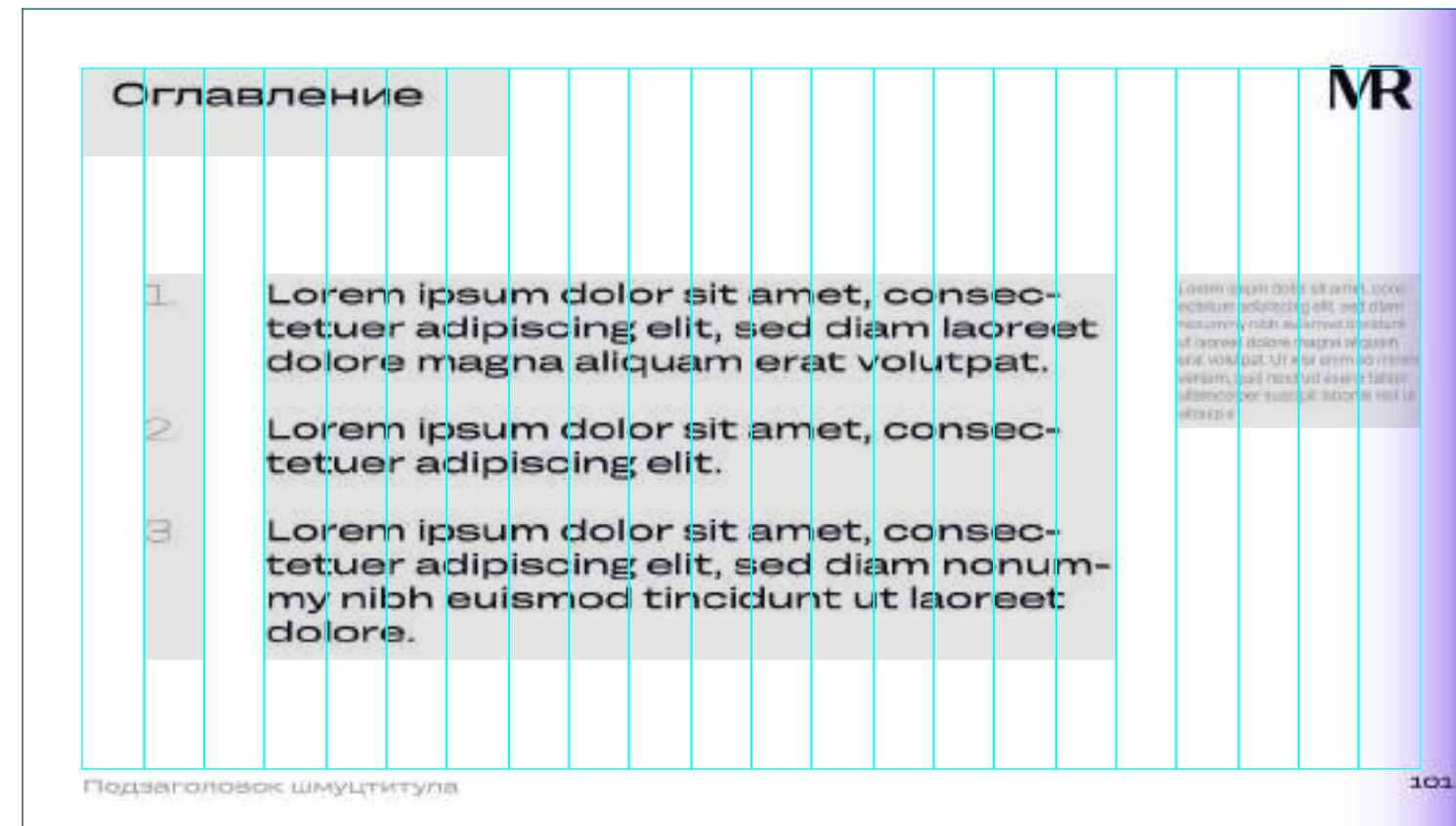
В шаблон презентации входят примеры оформления обложки, форзаца, шмуцтитула, информационного и имиджевого слайдов, а также слайды с таблицами и инфографикой.

Если презентация создаётся для конкретного направления, цвета заменяются соответственно выбранной палитре, размещённой в разделе «Direction». В выбранном направлении и цвете может быть выполнена как вся презентация, так и один отдельный слайд, посвящённый этому направлению.

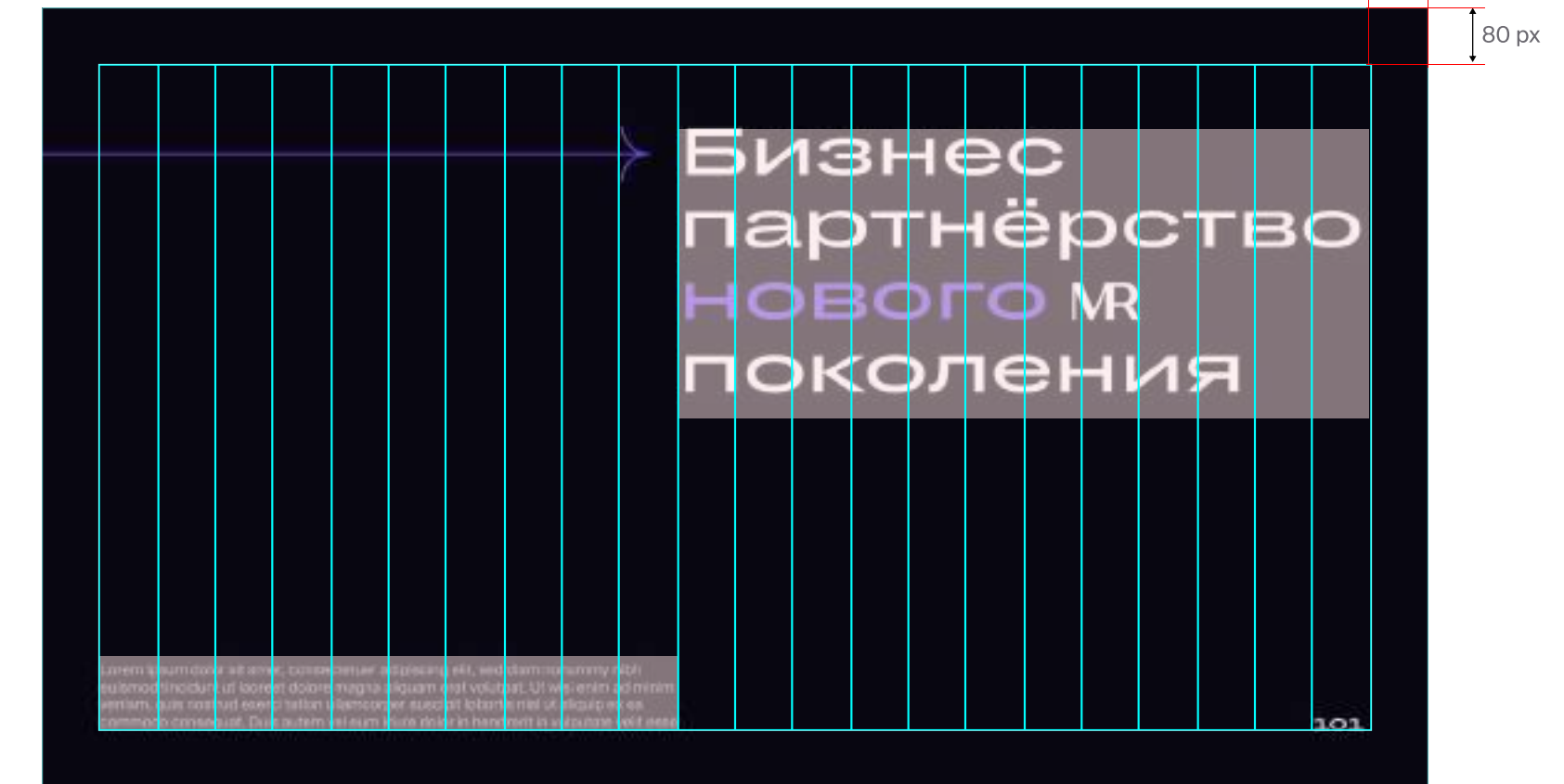
Слайд с большим количеством текста



Слайд со списком



Слайд с цитатой



\* Вместо цифр допускается использовать слеш (/).

Grtsk Giga  
Medium  
90 pt / 100

**Заголовок**

Grtsk Giga  
Medium  
70 pt / 70

**Название раздела**

На примере нескольких слайдов показана вёрстка текста для презентации. Для большого количества текста предусмотрена компоновка в две колонки. Для списка и цитаты текст располагается крупно и занимает почти всю ширину строки.

Grtsk Giga  
Thin

Декоративный, нумерация

Grtsk Giga  
Medium  
41 pt / 40

**Подзаголовки, акцидентный набор**

Grtsk Giga  
Medium  
23 pt / 27,6

Нумерация страниц, сноски, выноски, название колонтитула

Размер презентации 1920×1080 px. Поля равны 80 px с четырёх сторон. Количество колонок 22.

Suisse Intl  
Regular  
25 pt / 30

Основной наборный текст

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

Основной наборный текст для таблиц и списков

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

Основной наборный текст для сносок

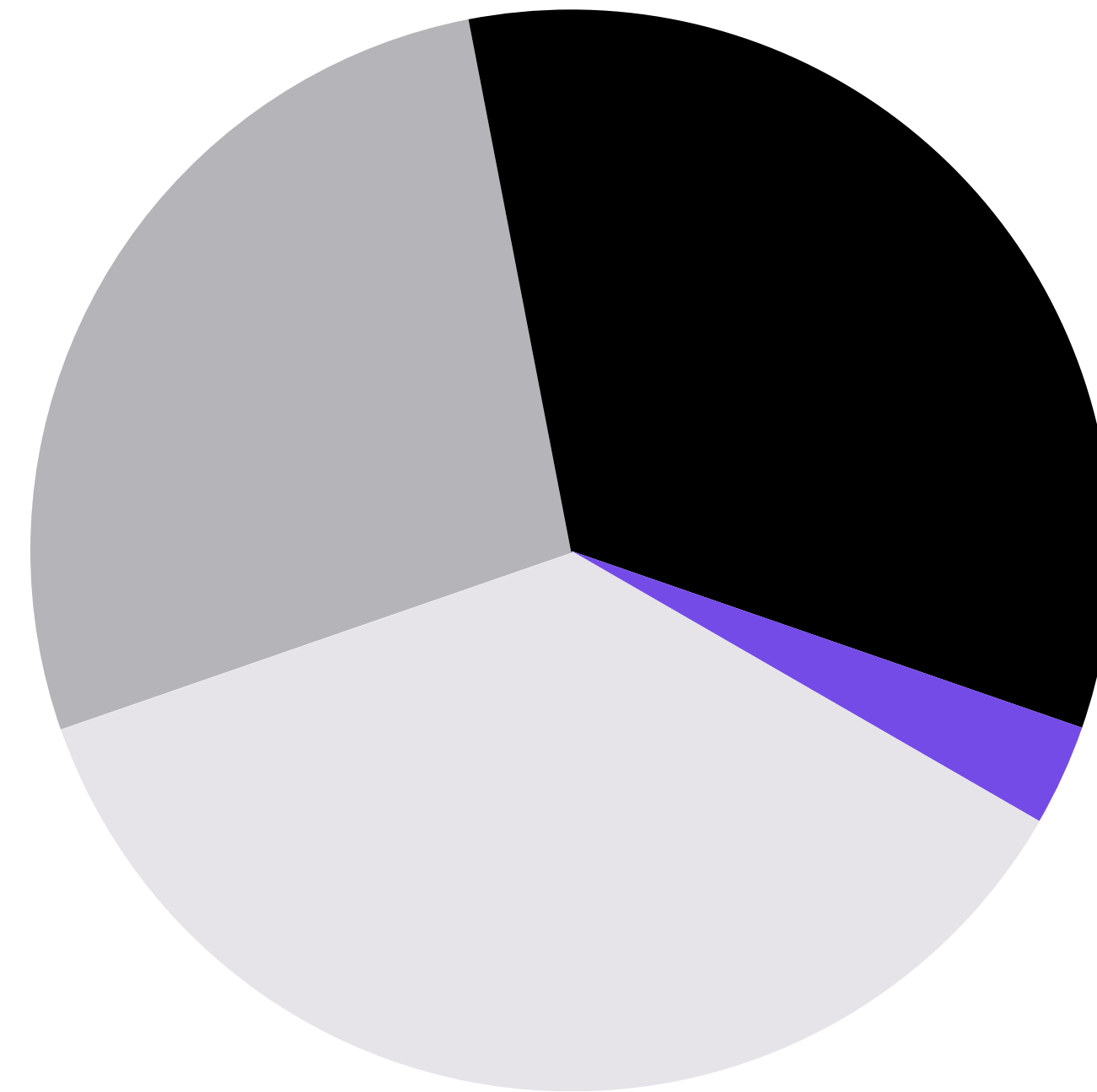
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

В презентации использованы фирменные шрифты Grtsk Giga Medium, Thin и Suisse Intl Regular.

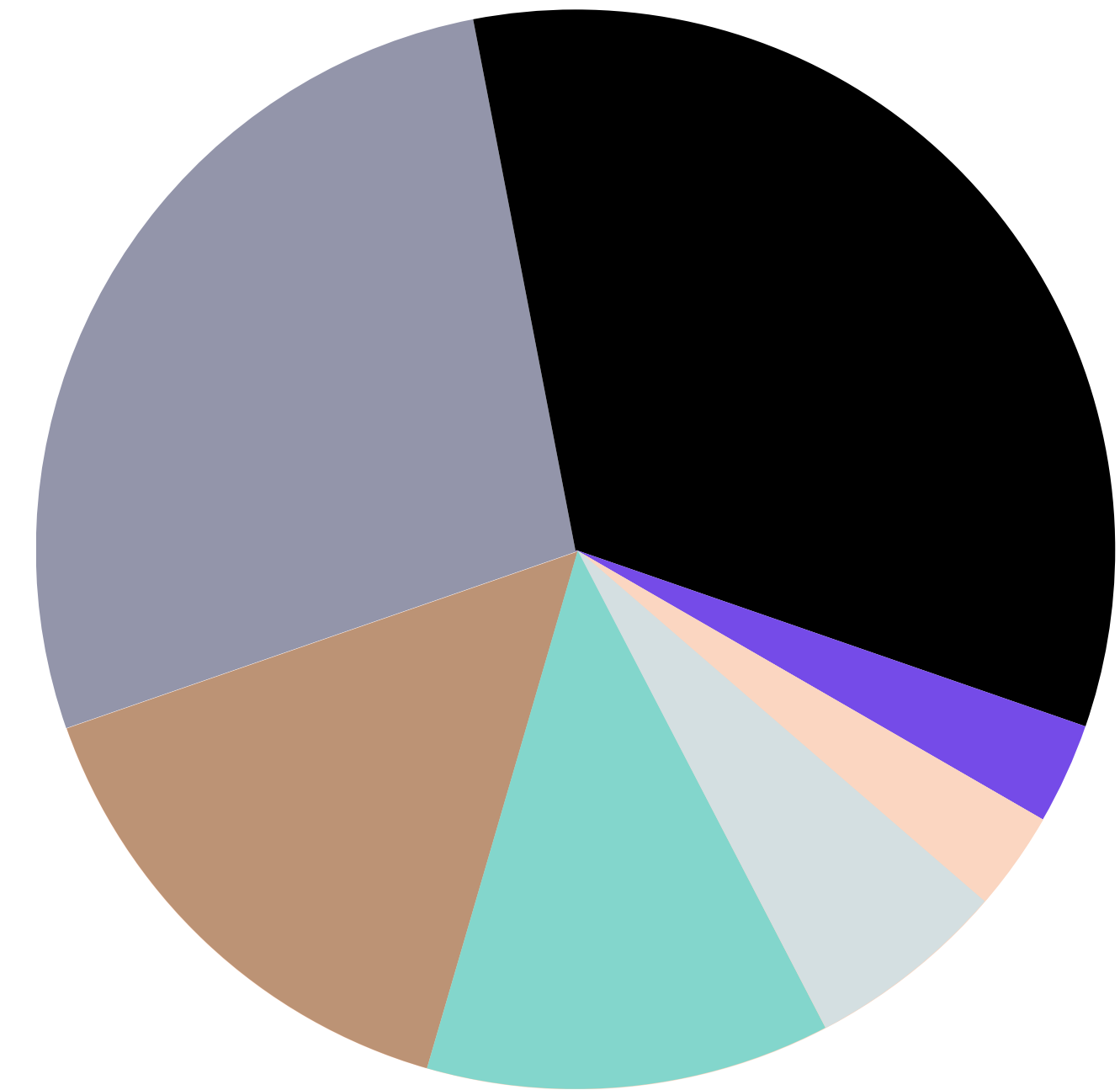
# Бизнес-партнёрство НОВОГО поколения

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.

▲  
В качестве акцента при выделении отдельных слов или небольшого текстового блока допустимо использование акцентного фиолетового цвета.



Основная палитра цветов



Расширенная палитра цветов



В презентации всегда используется монохромная цветовая гамма. Это важно для создания единого стиля презентации, поэтому использование дополнительных цветов для текста не допускается.

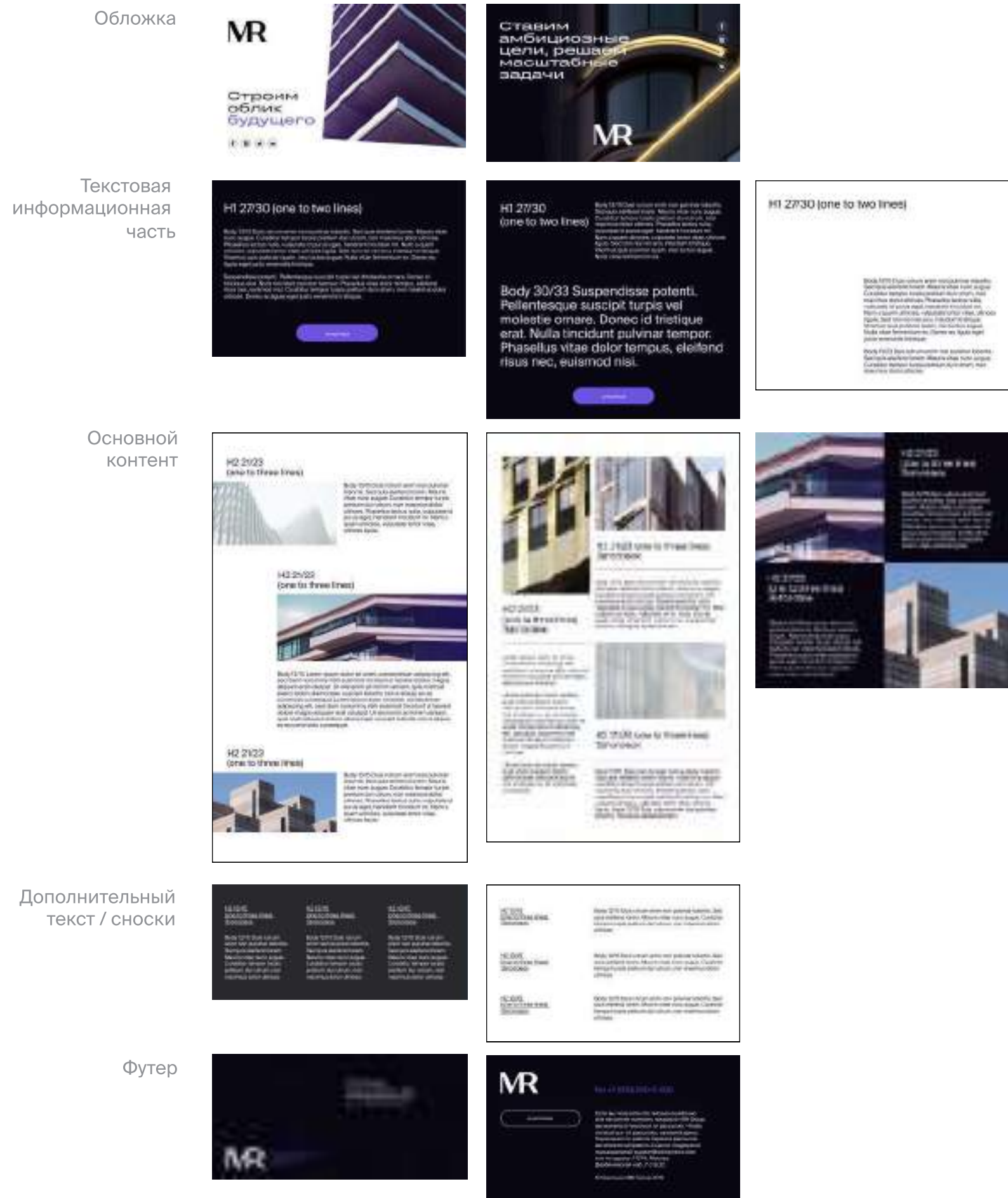
Для основной палитры используется монохромная цветовая гамма с фиолетовым в качестве акцента.

Порядок приоритетности цветов по шкале слева направо. Эти принципы подбора цвета применимы и к другим схемам инфографики.

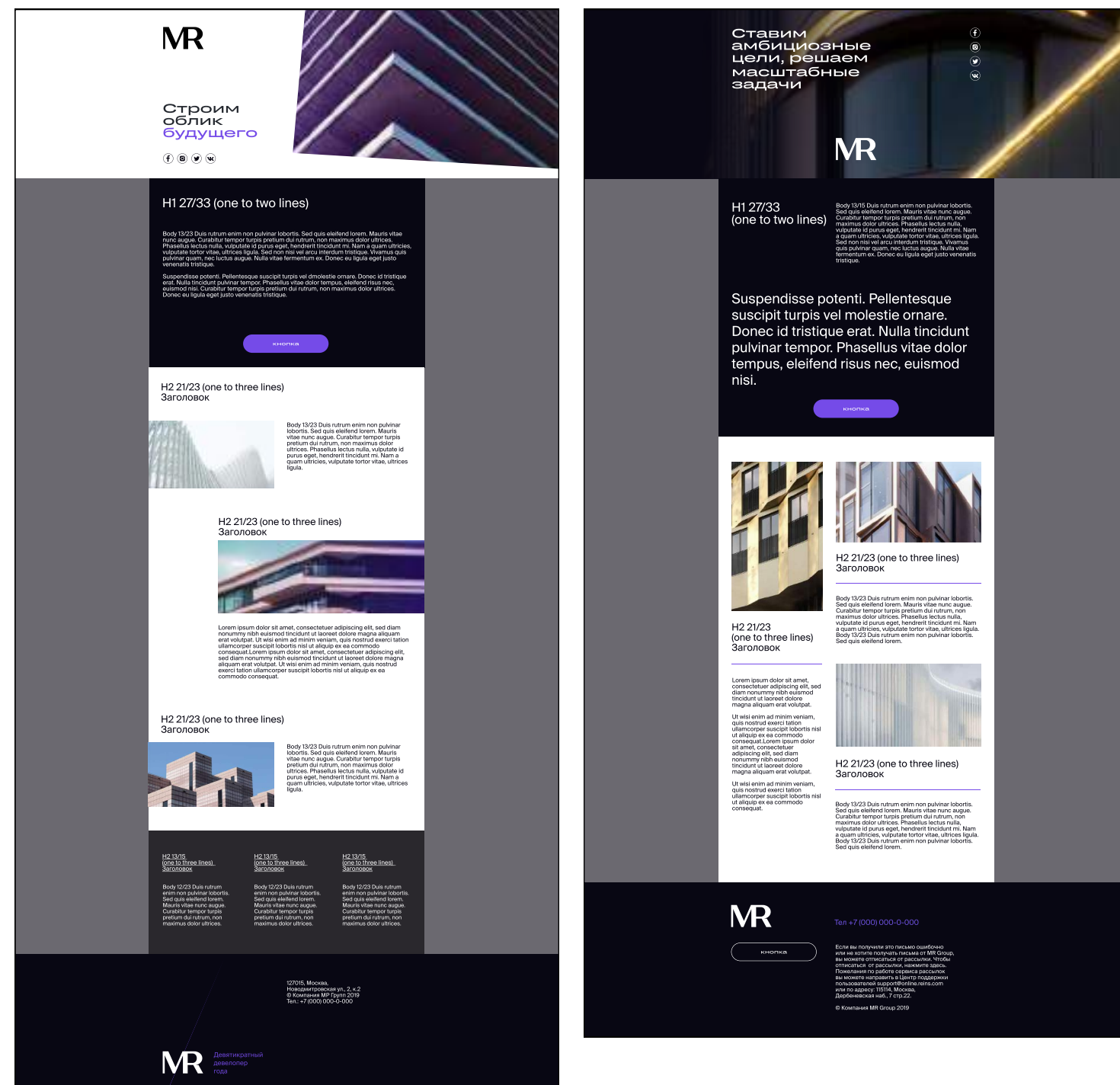
Шаблон  
email-рассылки

# Шаблон email-рассылки

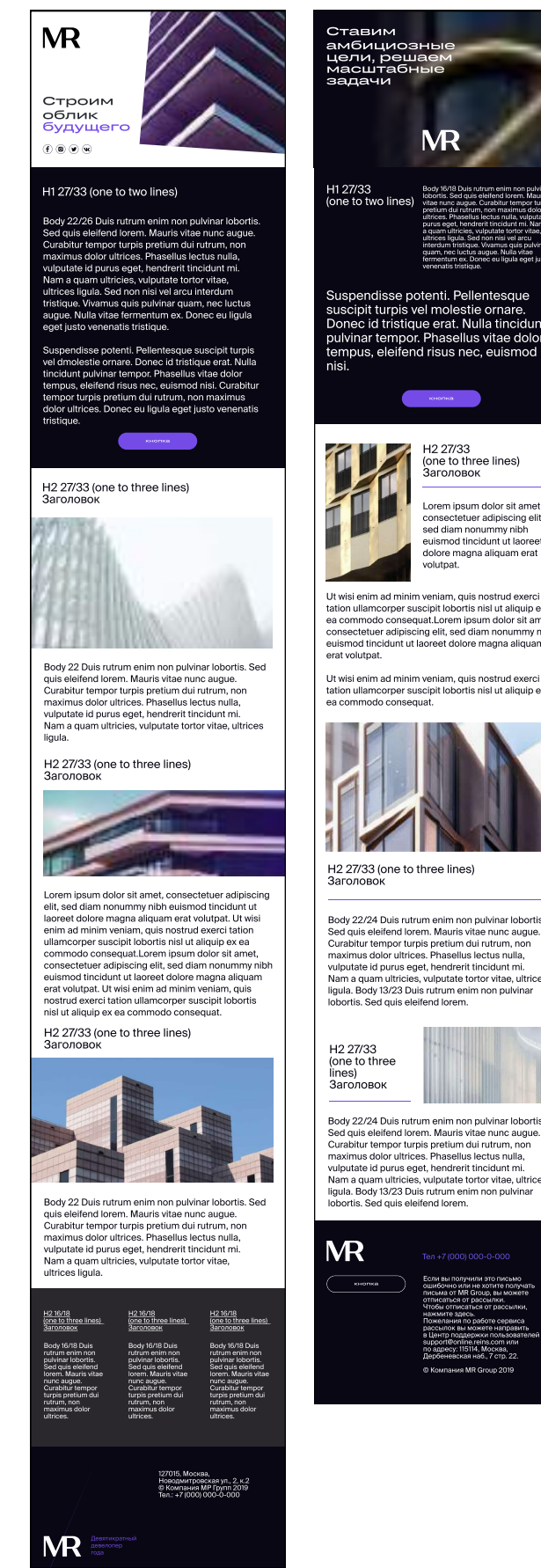
# НОСИТЕЛИ



## Пример email-рассылки для Web:



## Пример email-рассылки для Mobile:



Email-рассылка состоит из 5 различных блоков (обложка, текстовая информационная часть, основной контент, дополнительный блок с текстом или ссылками и футер), которые можно переставлять, удалять или менять по необходимости в любом порядке. Меняя блоки, получаем бесконечное количество вариаций дизайна.

Выше указан пример конструктора для Web. Обложка и футер расширяются по размеру экрана. Основным фоном является фирменный серый цвет #6B6A71

В мобильной версии меняется вёрстка и укрупняется шрифт, используемый для основного наборного текста.

## Шаблон email-рассылки

Web: Заголовок

Grtsk Giga Medium 27 pt / 28

# Lorem ipsum dolor.

Подзаголовок (H1)

Suisse Intl Regular 27 pt / 30

## Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Второй подзаголовок (H2)

Suisse Intl Regular 21 pt / 23

### Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Основной наборный (Body 1)

Suisse Intl Regular 13 pt / 15

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

Второй основной наборный (Body 2)

Suisse Intl Regular 12 pt / 15

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 nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Акцидентный набор только (Body 3) в Variant 2

Suisse Intl Regular 30 pt / 33

# Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam.

Ширина шаблона email-рассылки равна 600 px. Вёрстка выравнивается по сетке, количество колонок — 12, ширина колонки — 15 px. Размер кегля основного наборного на мобильной версии увеличивается.

## НОСИТЕЛИ

Mobile: Заголовок

Grtsk Giga Medium 27 pt / 28

# Lorem ipsum dolor.

Подзаголовок (H1)

Suisse Intl Regular 27 pt / 30

## Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Основной наборный (Body 1)

Suisse Intl Regular 22 pt / 24

### Lorem ipsum dolor sit amet, sed diam euismod.

Второй основной наборный (Body 2)

Suisse Intl Regular 16 pt / 18

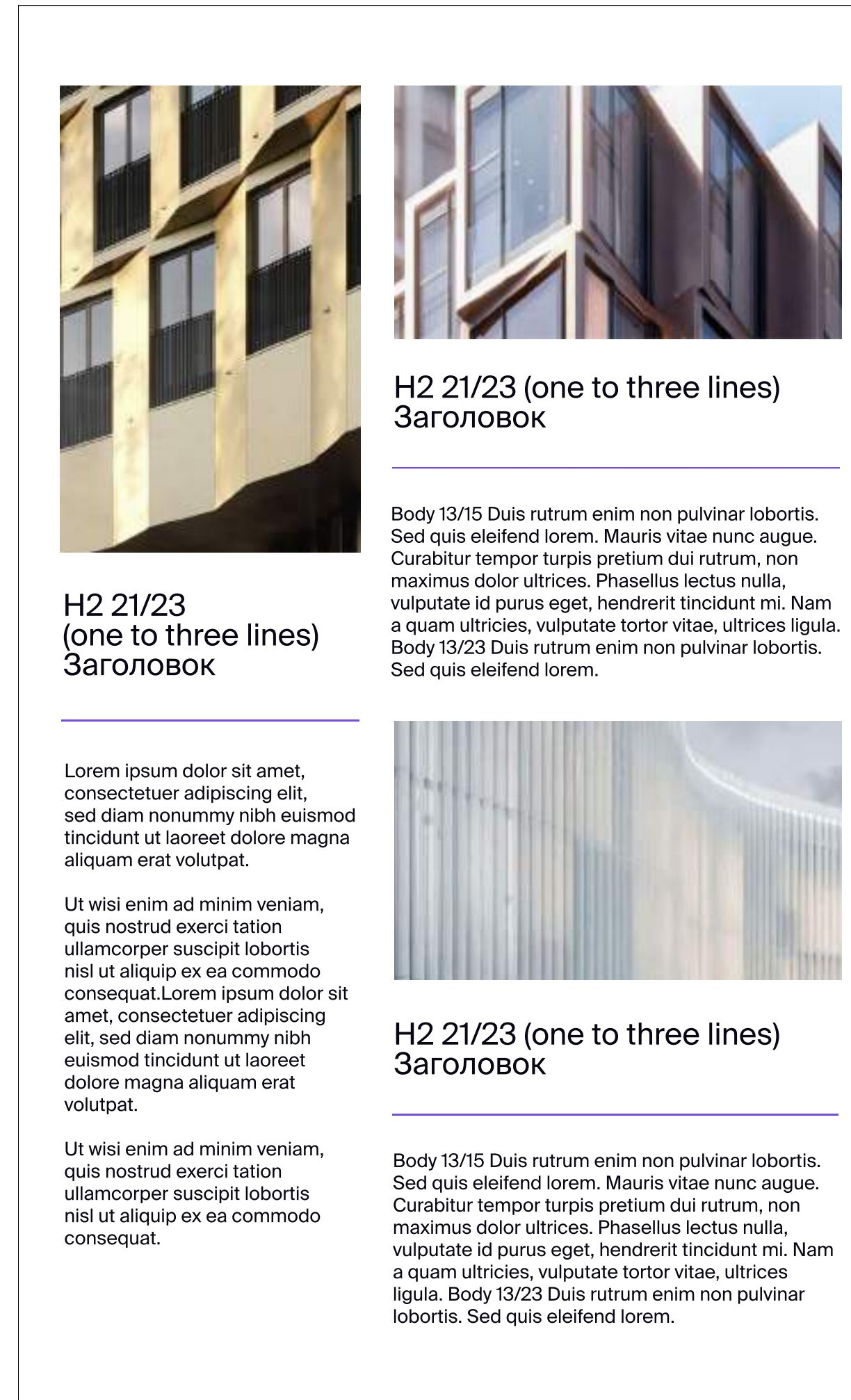
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt aliquam erat volutpat.

Акцидентный набор (Body 3) в Variant 2

Suisse Intl Regular 30 pt / 33

# Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit, sed diam.

При адаптации веб версии в мобильную – H2 увеличивается до размеров H1, 27/30



H2 21/23 (one to three lines) Заголовок

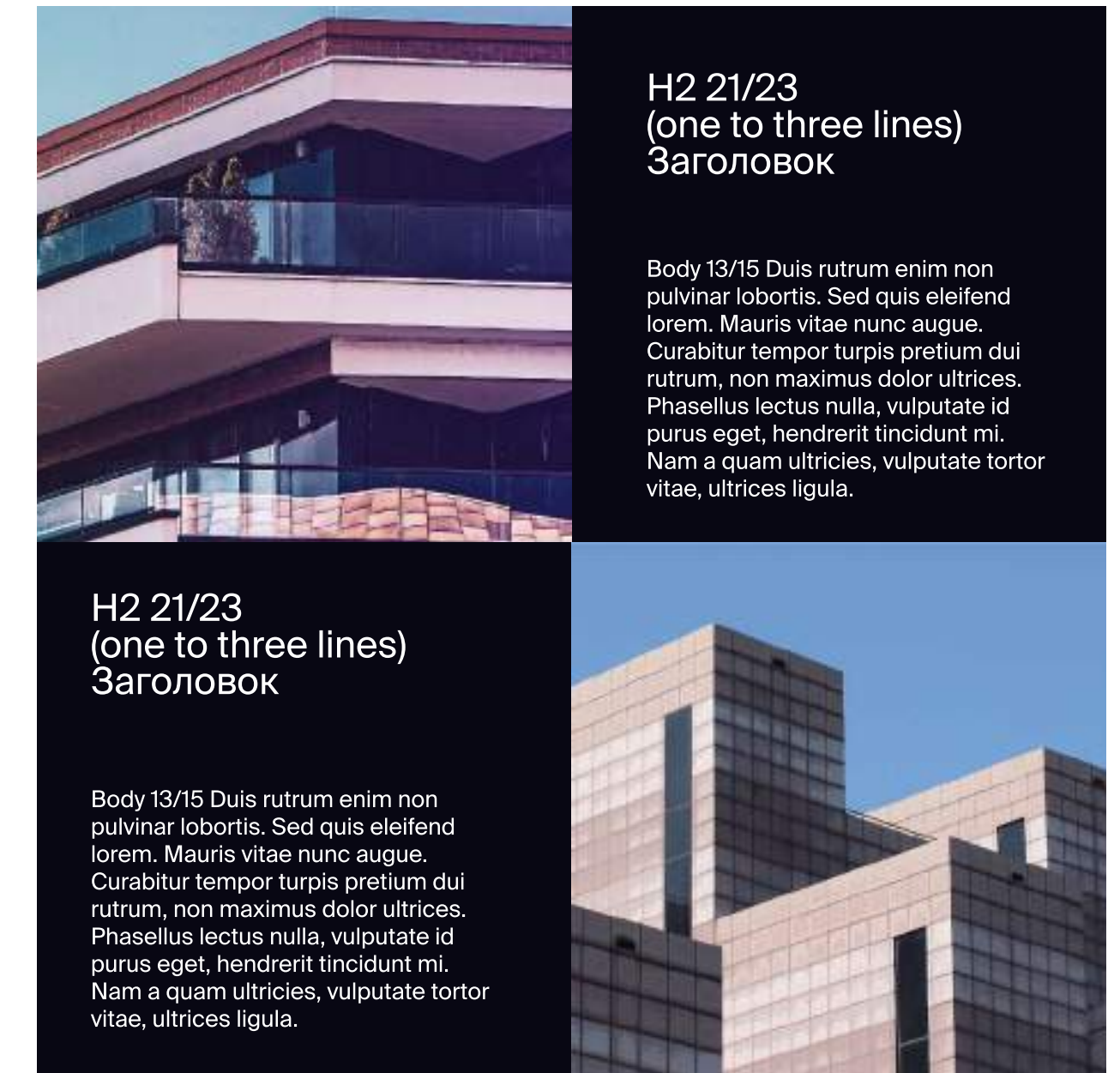
Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

H2 21/23 (one to three lines) Заголовок

Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.



H2 21/23 (one to three lines) Заголовок

Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

H2 21/23 (one to three lines) Заголовок

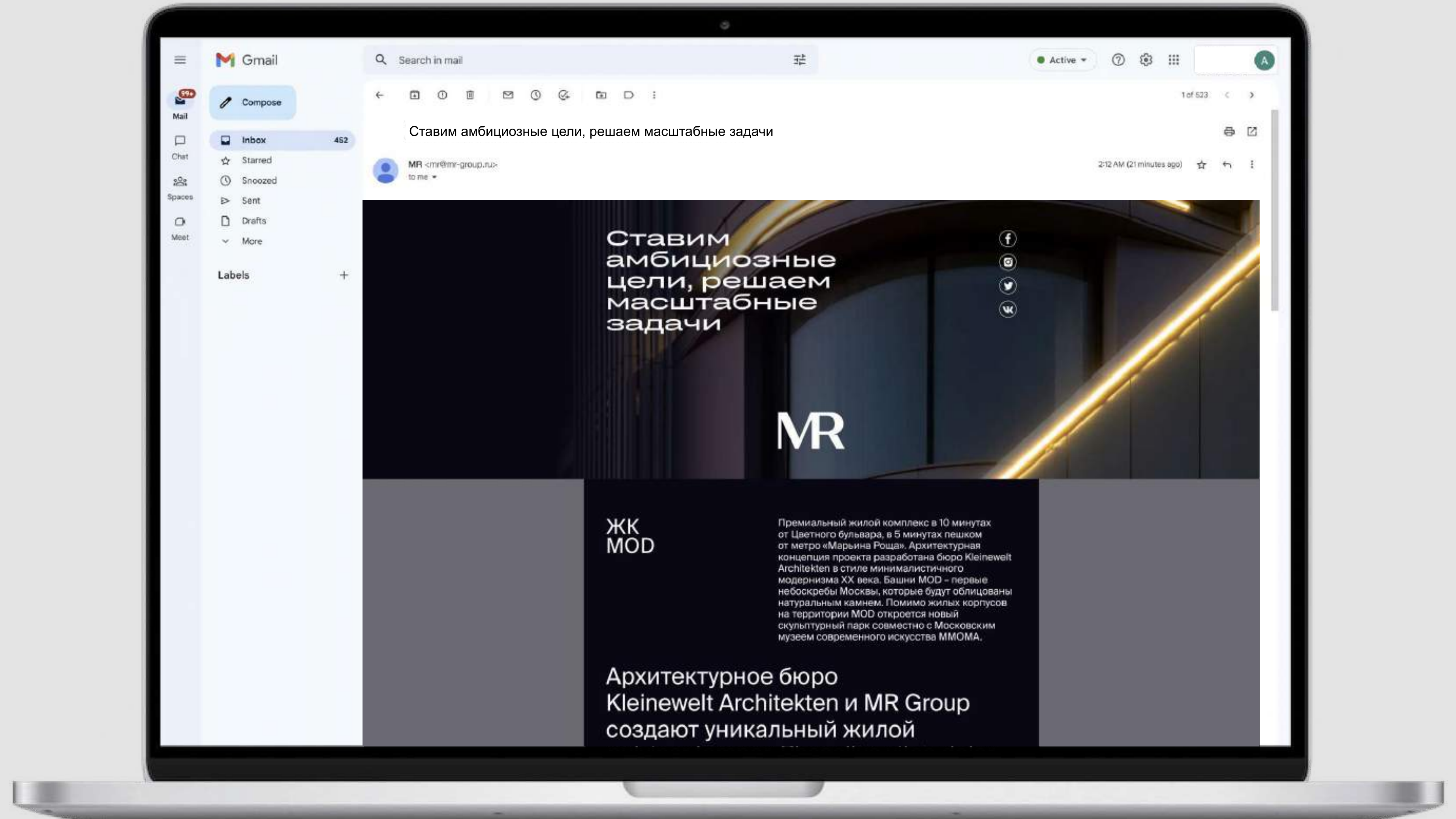
Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

Body 13/15 Duis rutrum enim non pulvinar lobortis. Sed quis eleifend lorem. Mauris vitae nunc augue. Curabitur tempor turpis pretium dui rutrum, non maximus dolor ultrices. Phasellus lectus nulla, vulputate id purus eget, hendrerit tincidunt mi. Nam a quam ultricies, vulputate tortor vitae, ultrices ligula.

Используйте Grtsk Giga для заголовка и чтобы выделить текст, а Suisse Intl — для основного наборного текста.

## Шаблон email-рассылки

## НОСИТЕЛИ



Скринсейвер



1080×1080 px



1080×1920 px



1920×1080 px



Анимированная заставка хорошо подсвечивает грани новой айдентики. Разные размеры позволяют применять анимацию для разных задач: от поста и сторис в социальных сетях до прямого назначения – скринсейвера компьютера. Хронометраж – 37 секунд.

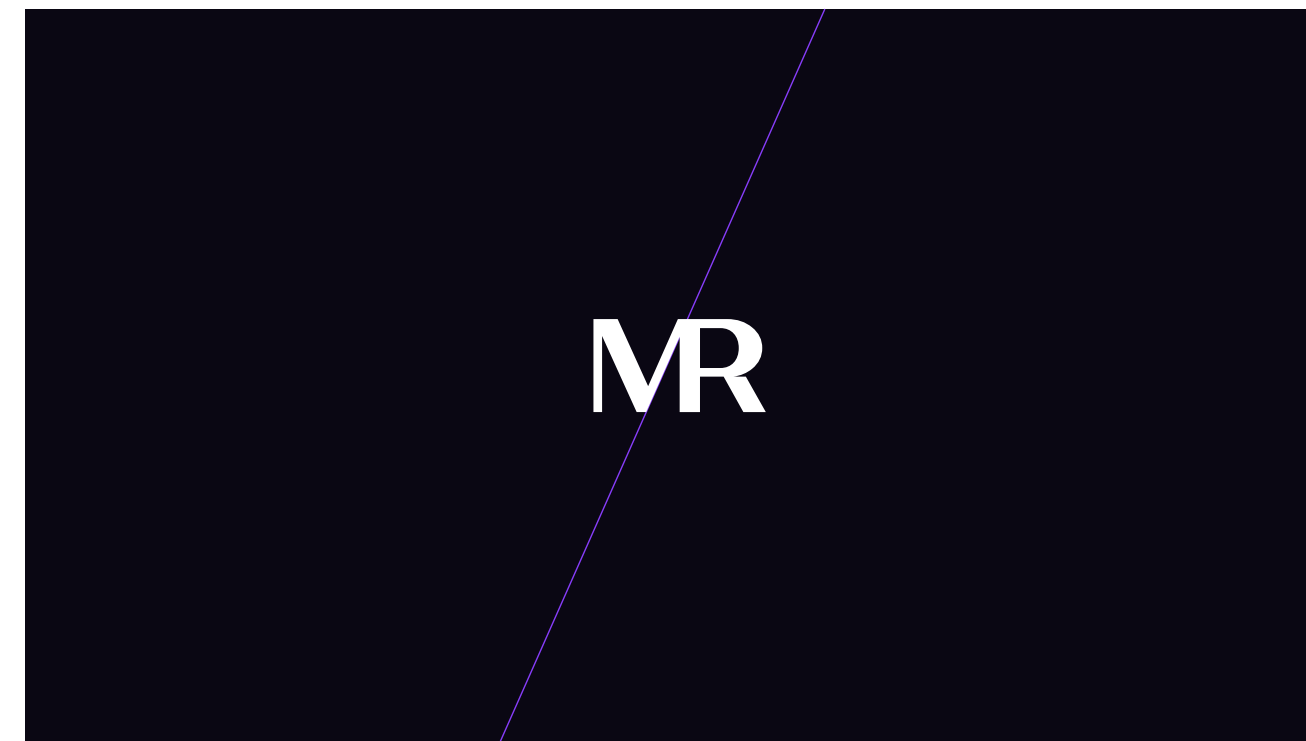
▼ Раскадровка анимации на примере формата 16:9.  
Анимация для квадратного и горизонтального формата идентичны.



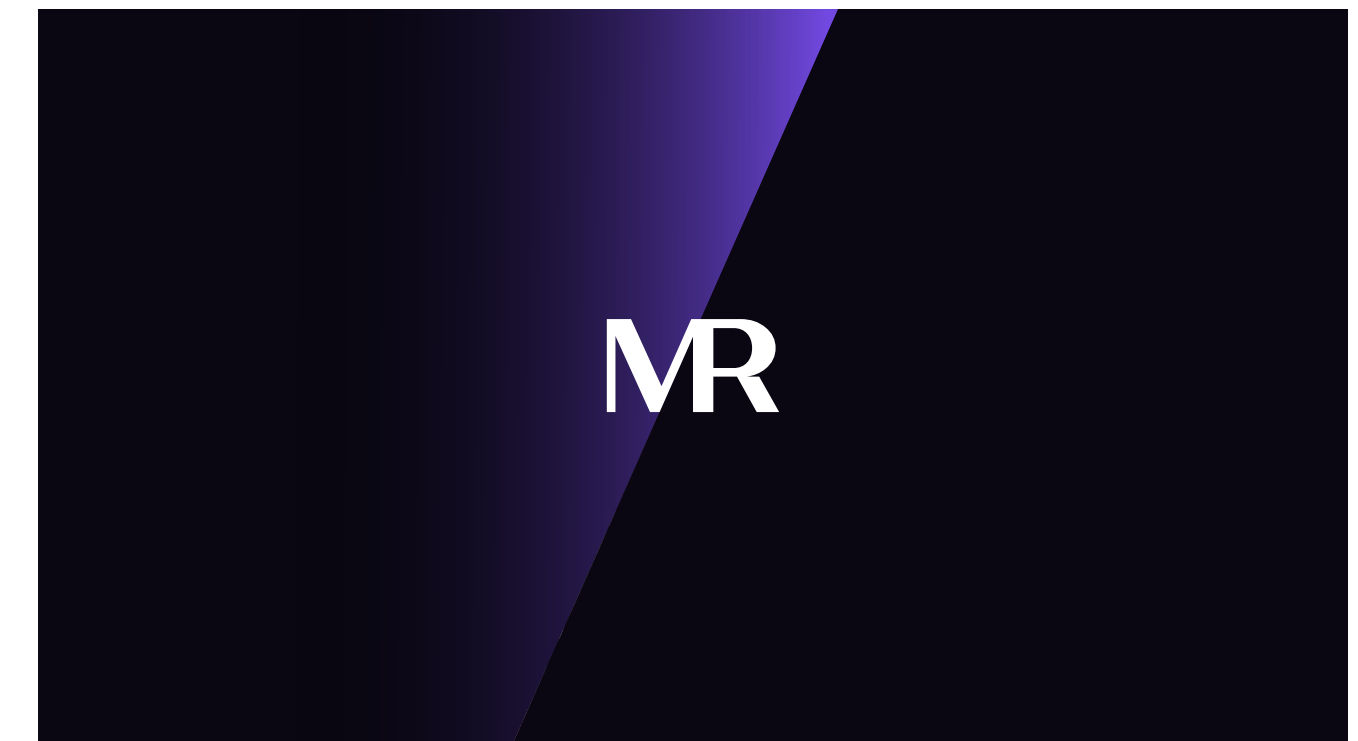




1.



2.



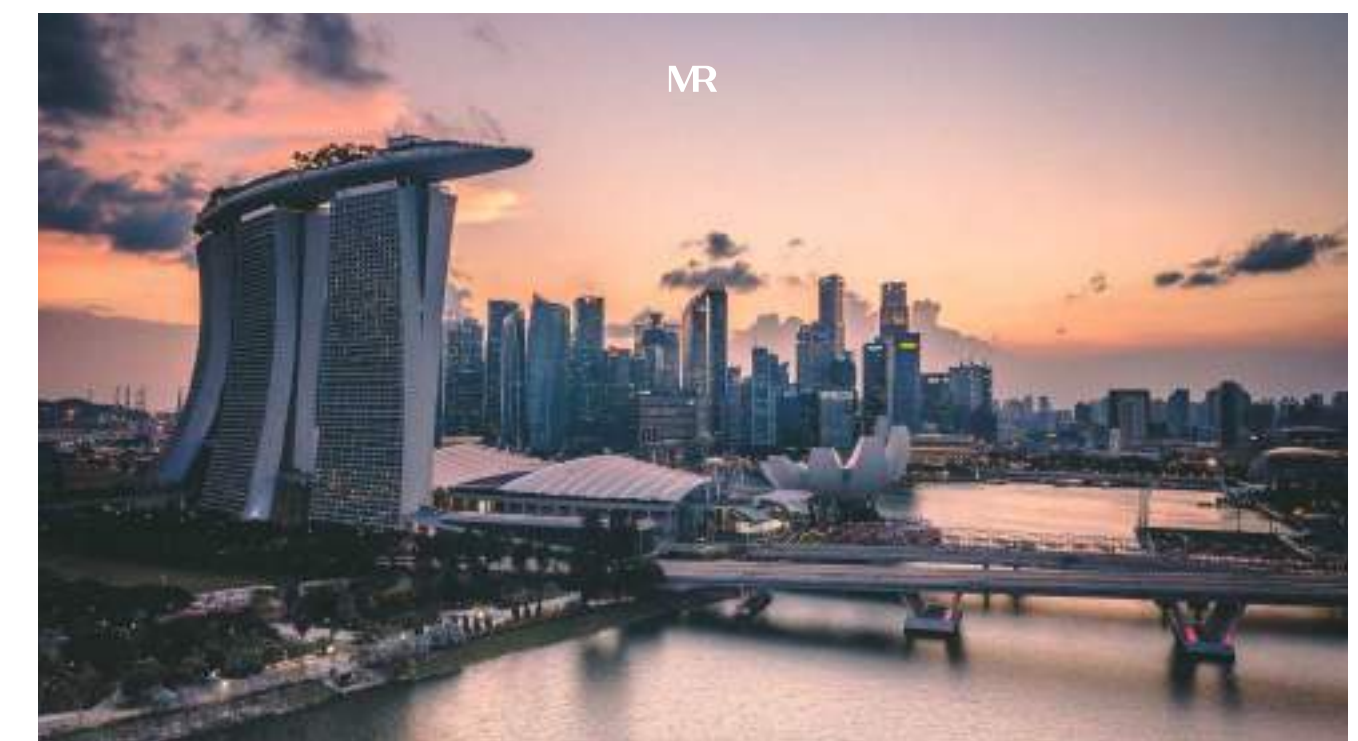
3.



4.



5.



6.

Анимированная заставка хорошо подсвечивает грани новой айдентики. Тематика изображений — прогрессивные мегаполисы — подчёркивает устремление в будущее. Анимация визуально делится на две части, где бренд является центром. Через него проявляется фотоизображение, создавая интригу.

▲ Раскадровка анимации на примере формата с соотношением сторон 16:9.



Деловая  
документация

## Визитная карточка

## НОСИТЕЛИ

 Скачать макет

Варианты оформления  
лицевой стороны визитки:



1. Вариант с использованием фольги или металлизированной краски.



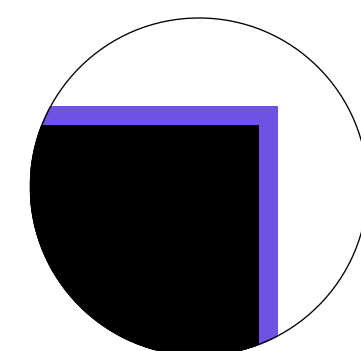
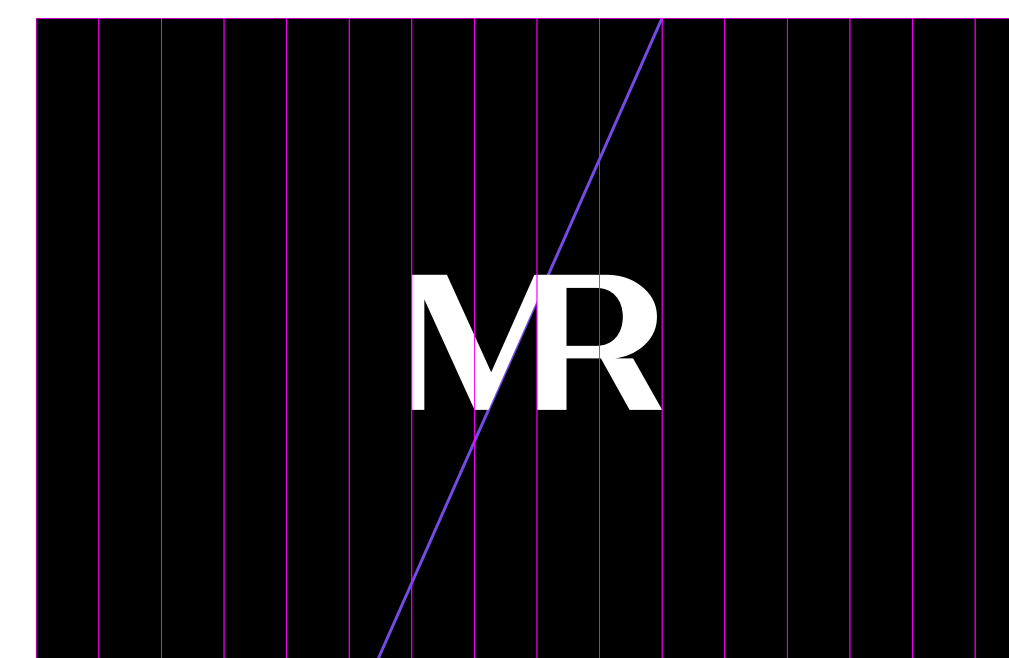
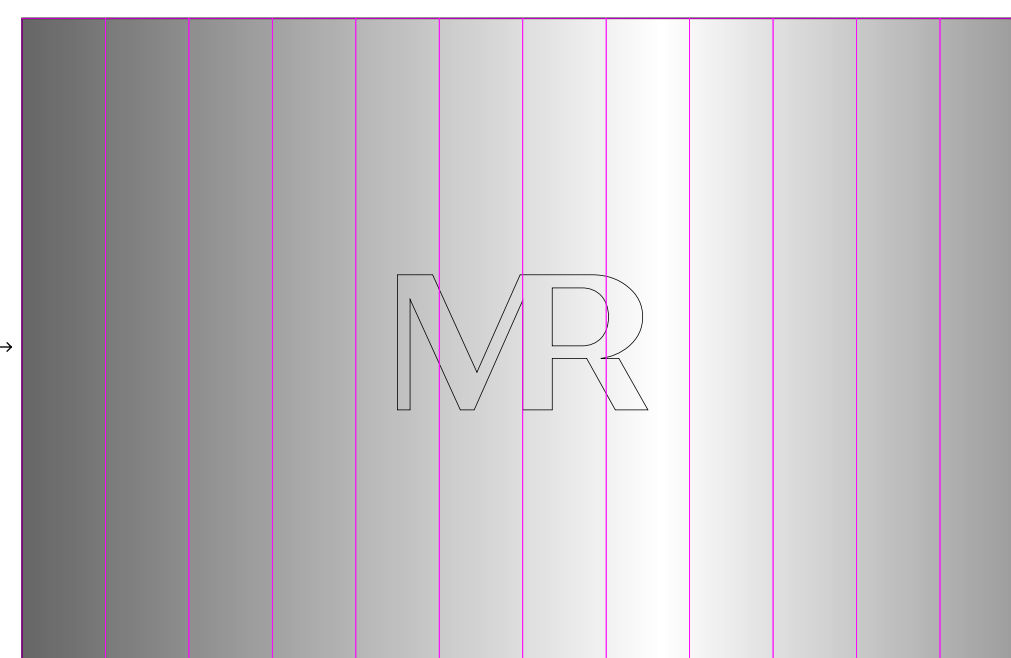
2. Монохромный вариант лицевой  
стороны визитки.



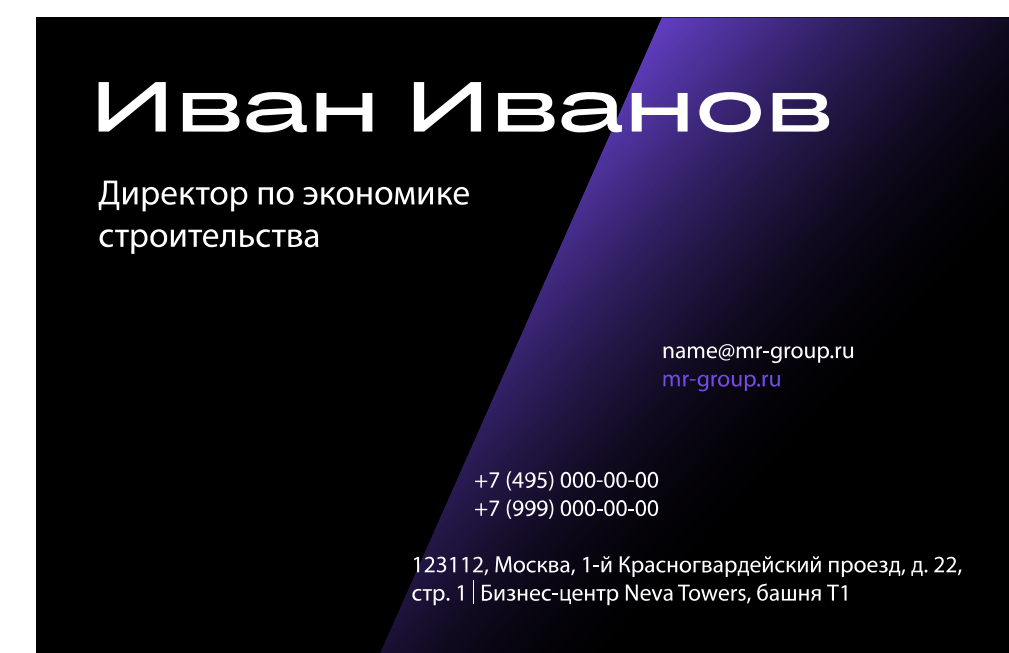
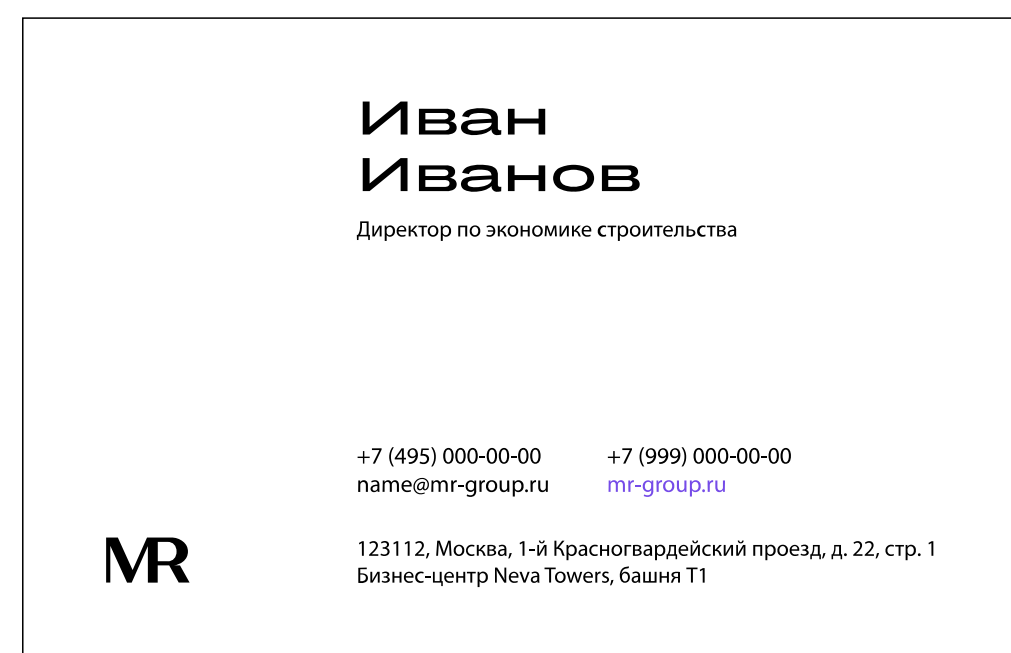
3. Монохромный вариант  
с использованием диагональной полосы.

MR

Логотип может быть  
выполнен УФ-лаком или  
«слепым» тиснением.



Торцевая часть красится  
в фиолетовый цвет.



Визитная карточка сочетает минималистичный деловой стиль и фирменные цвета и графику. Рекомендуем отделку логотипа тиснением и покраску торцевых сторон визитки в фирменные цвета. Предусмотрено три цветовых решения для лицевой стороны. Размер 85×55 мм.

Для лицевой стороны визитки предусмотрены три варианта. При этом обратная сторона возможна любая из предложенных.

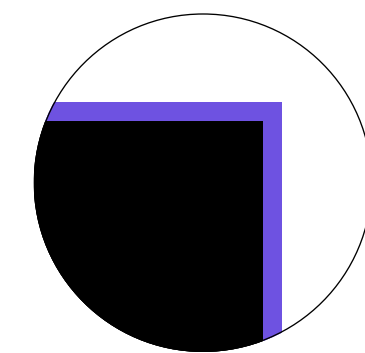
Рекомендуем использовать плотную мелованную бумагу плотностью – от 300 г/м<sup>2</sup>. Допускается склейка двух листов.

## Визитная карточка. Английская версия

Варианты оформления  
лицевой стороны визитки:

MR

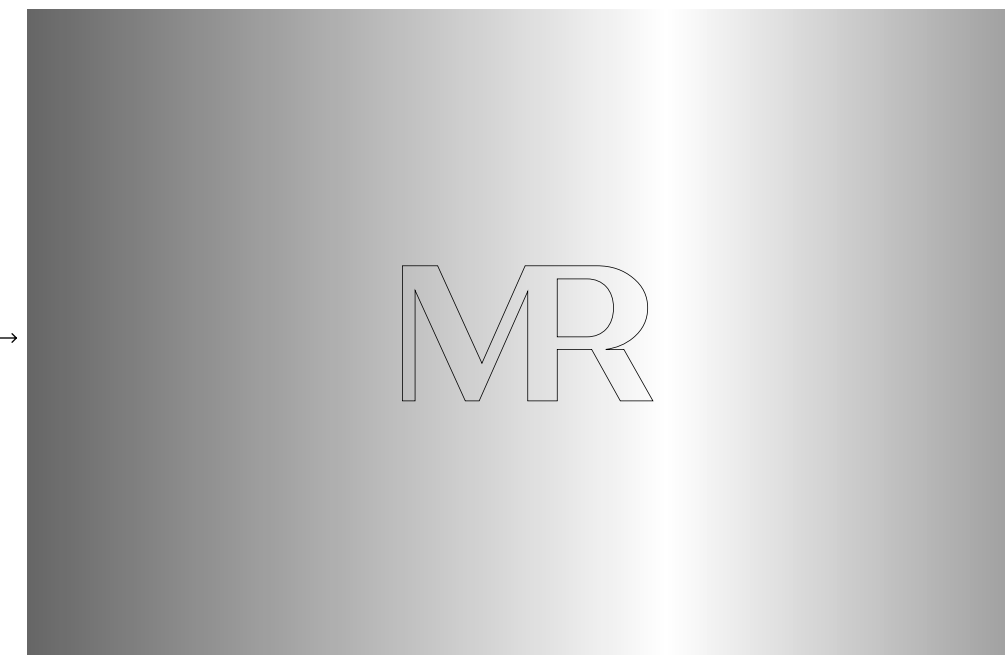
Логотип может быть  
выполнен УФ-лаком или  
«слепым» тиснением.



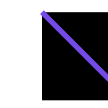
Торцевая часть красится  
в фиолетовый цвет.



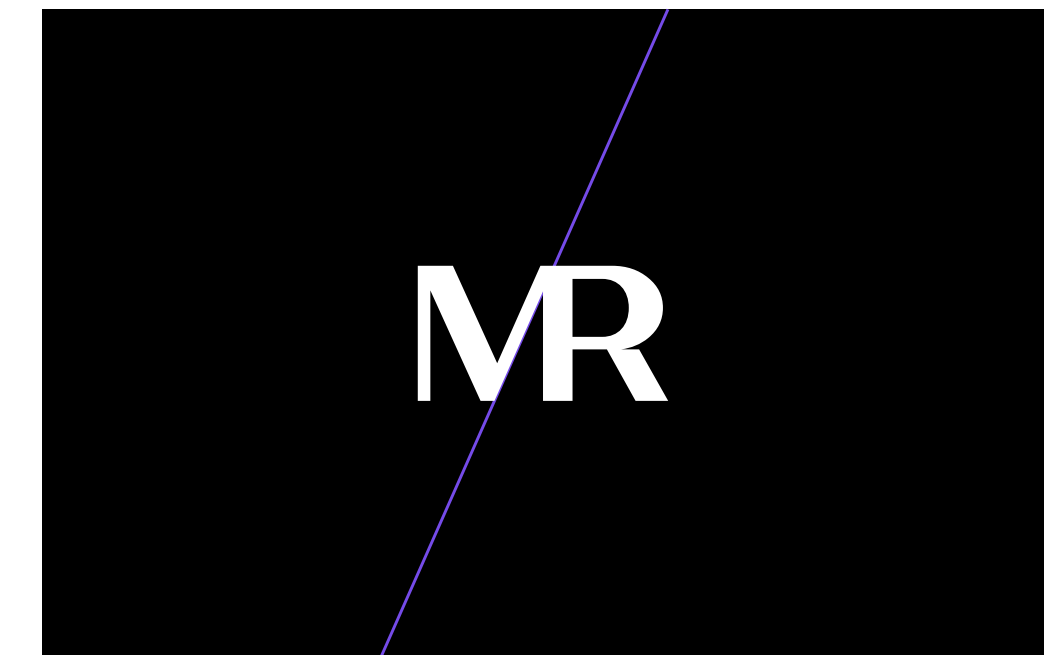
1. Вариант с использованием фольги или  
металлизированной краски.



2. Монохромный вариант лицевой  
стороны визитки.



3. Монохромный вариант с  
использованием диагональной полосы.



Визитная карточка сочетает минималистичный деловой стиль и фирменные цвета и графику. Рекомендуем отделку логотипа тиснением и покраску торцевых сторон визитки в фирменные цвета. Предусмотрено три цветовых решения для лицевой стороны. Размер 85×55 мм.

Для лицевой стороны визитки предусмотрены три варианта. При этом обратная сторона возможна любая из предложенных.

Рекомендуем использовать плотную мелованную бумагу плотностью – от 300 г/м<sup>2</sup>. Допускается склейка двух листов.

## НОСИТЕЛИ

Скачать макет

**Иван  
Иванов**

Директор по экономике строительства

+7 (495) 000-00-00  
name@mr-group.ru

+7 (999) 000-00-00  
mr-group.ru

123112, Москва, 1-й Красногвардейский проезд, д. 22, стр. 1  
Бизнес-центр Neva Towers, башня T1

**MR**

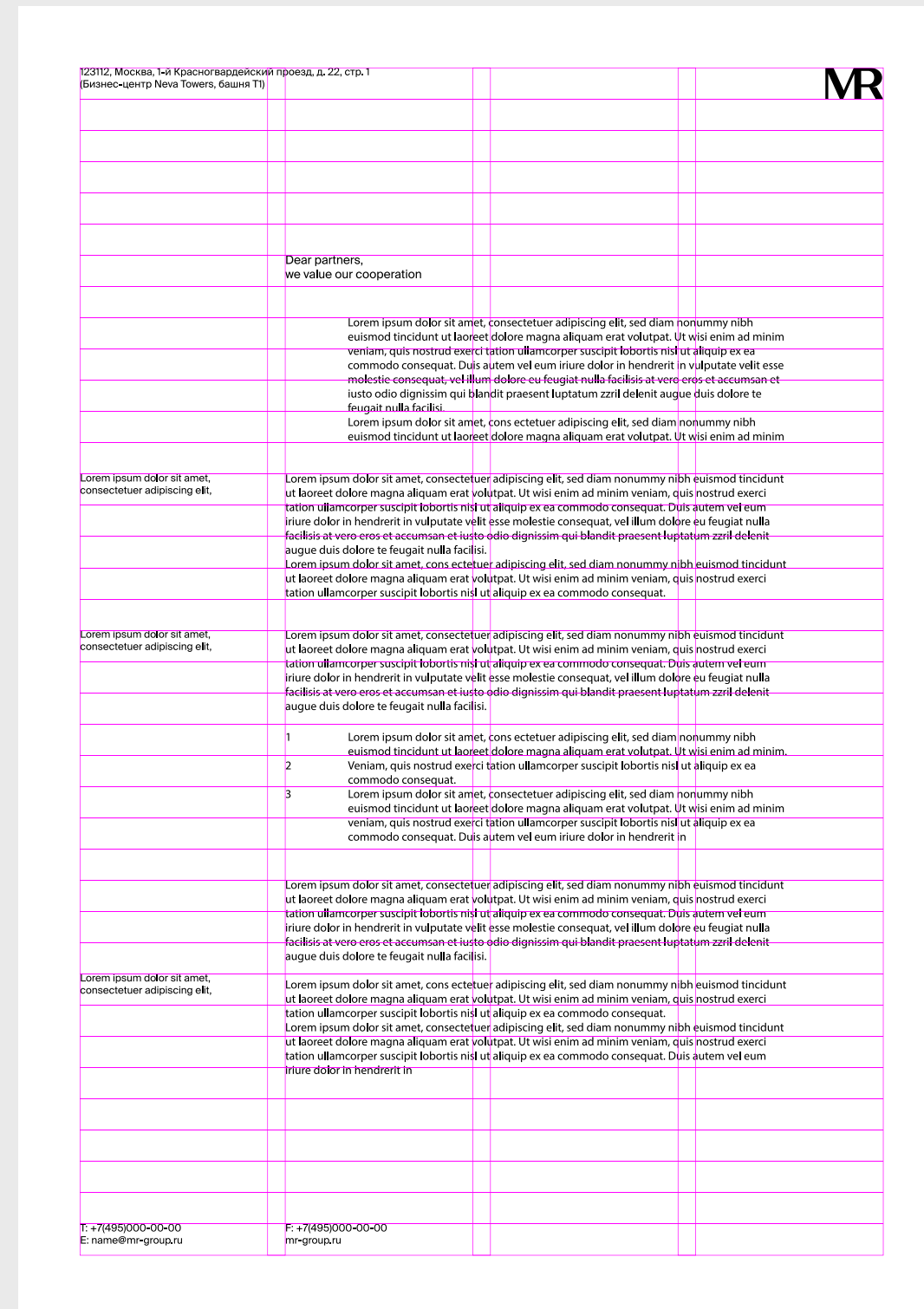


## Варианты для печати

### Принципы вёрстки делового бланка 1.

Основным шрифтом для классического бланка является Suisse Regular.

1. Текстовый блок – не менее 7 pt.
2. Заголовок – аналогичен размеру текстового блока. Допускается увеличение в три раза от размера текстового блока.
3. Лигал – 7 pt



1.

### Принципы вёрстки имиджевого бланка 2, 3.

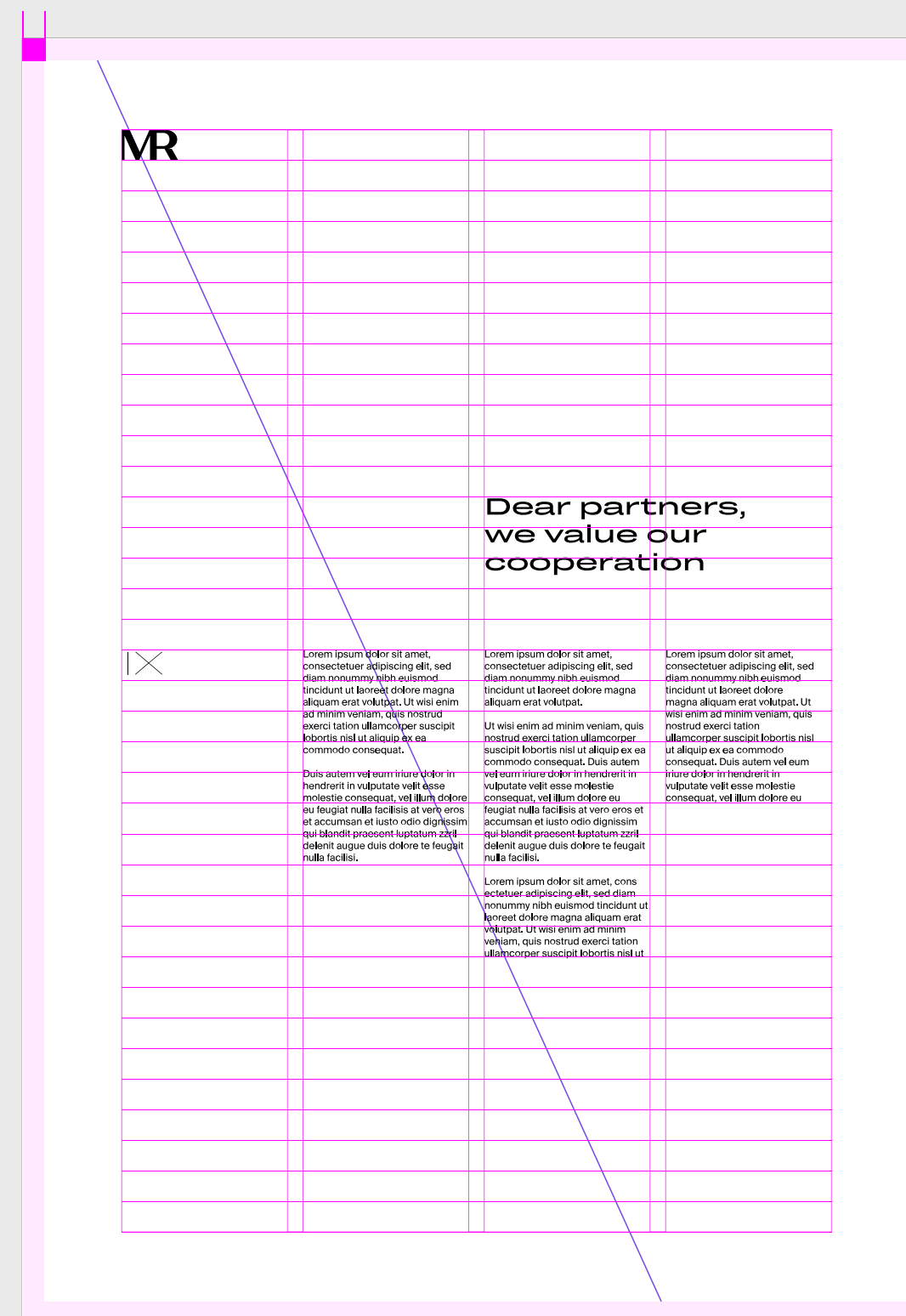
Основным шрифтом является Suisse Regular, для заголовка используется Grtsk Giga Medium (Grtsk Giga Thin для цифр)

1. Текстовый блок – не менее 7 pt
2. Заголовок – допускается увеличение
3. в два раза от размера текстового блока.
4. Лигал – 7 pt

Для бланка предусмотрены три макета. В первом случае используется блок с большим количеством текста. Во втором варианте вёрстка текста в три колонки. Размер классического бланка 210x297 мм.

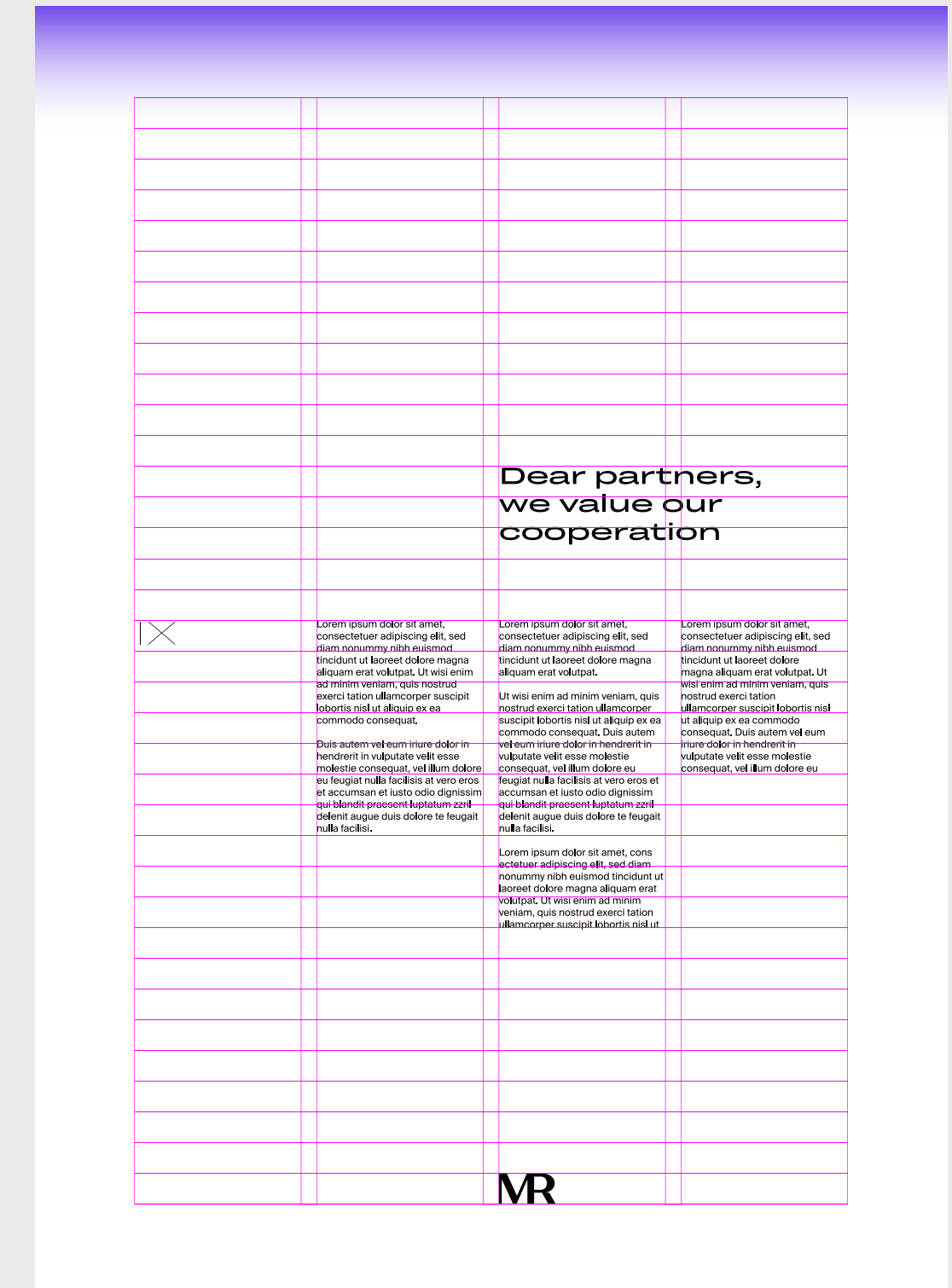
## Цифровой вариант

5 мм (поля при печати)



2.

2. Вариант бланка с фиолетовой полосой подойдёт и для печати на чёрно-белом принтере.



3.

3. Вариант бланка с фиолетовым градиентом отлично подойдёт для отправки в цифровом виде.

MR

## Dear partners, we value our cooperation

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.

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 blandit praesent luptatum zzril nulla facilisis.

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. 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 blandit praesent luptatum zzril nulla facilisis.

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

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. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

MR

Иван  
Иванов  
Директор по развитию компании

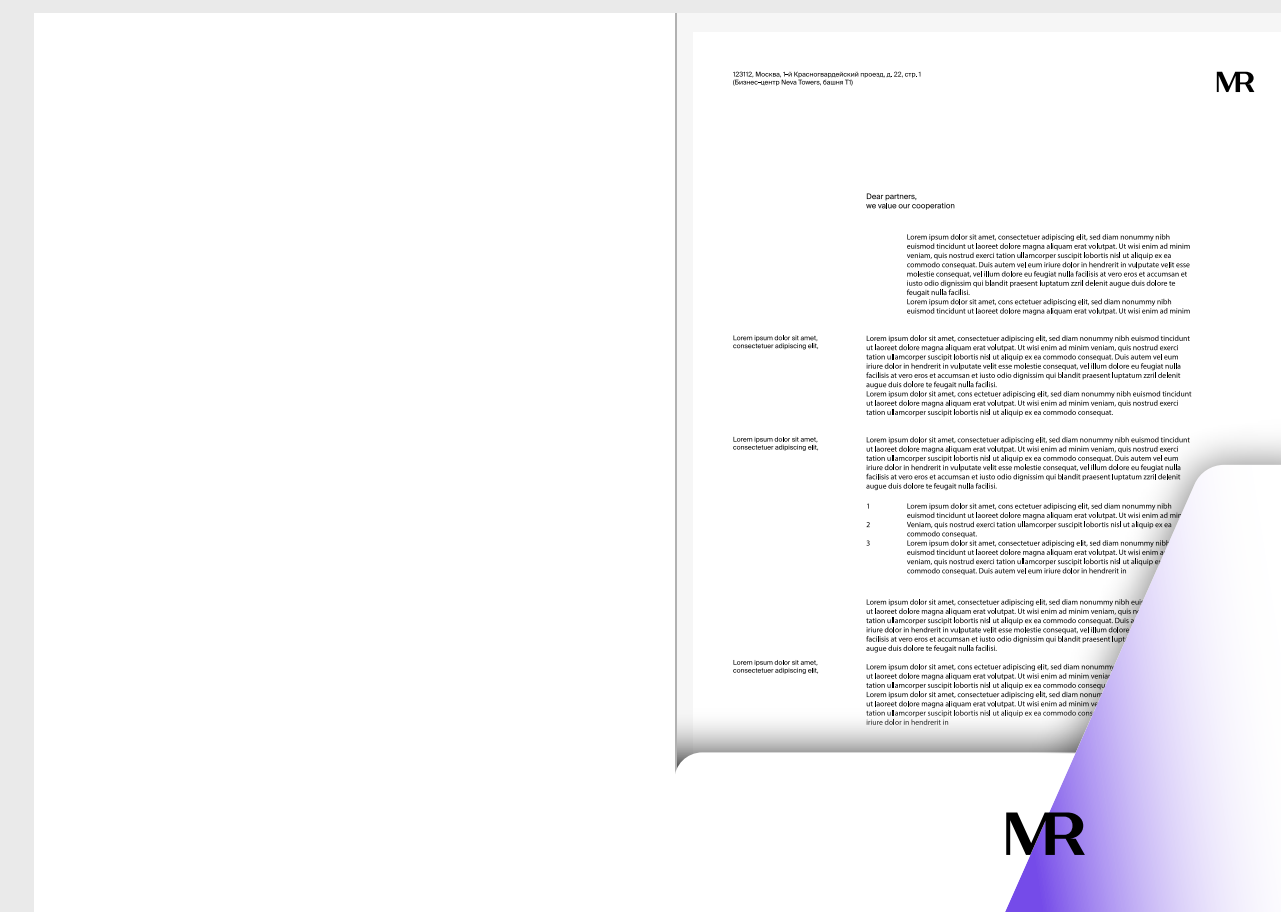
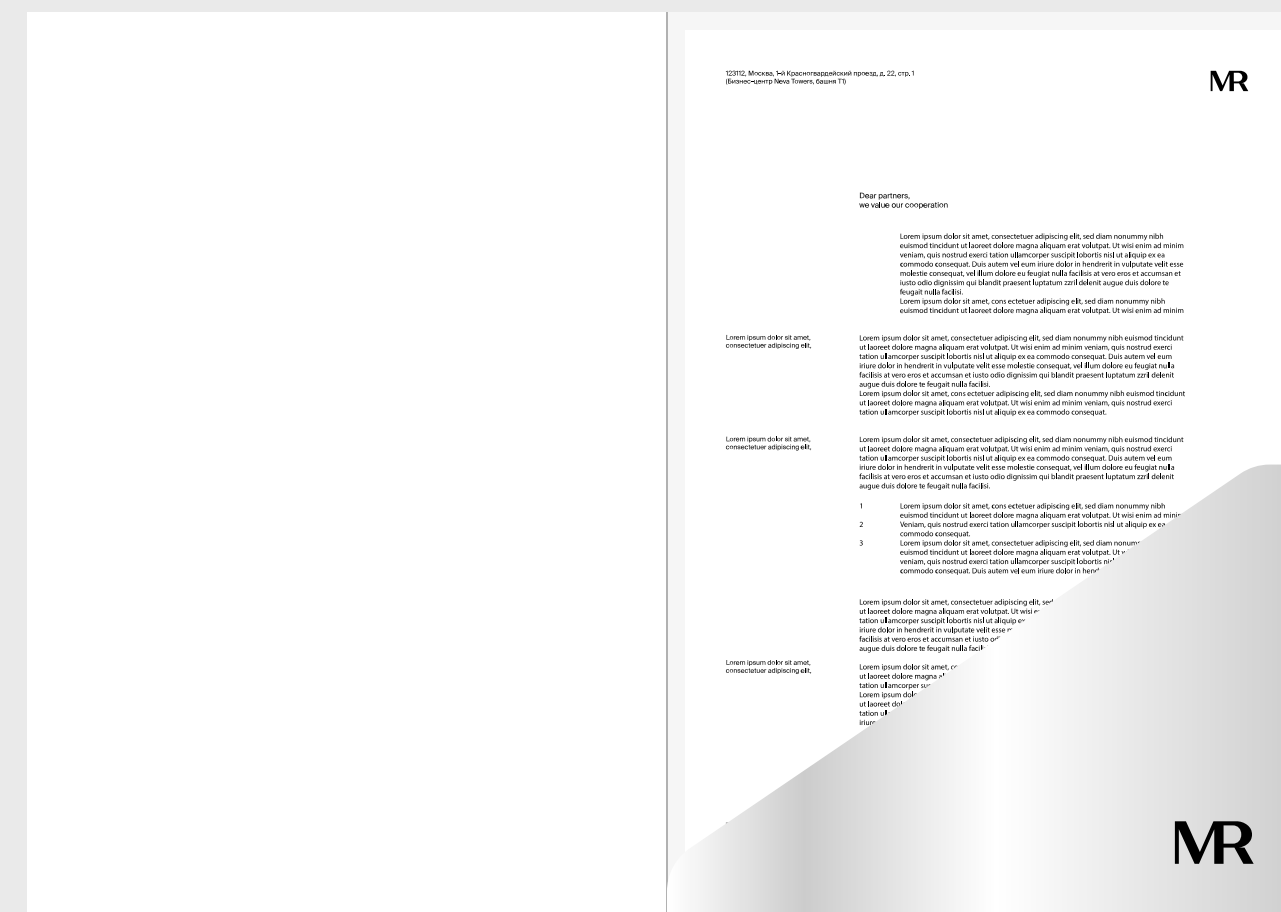
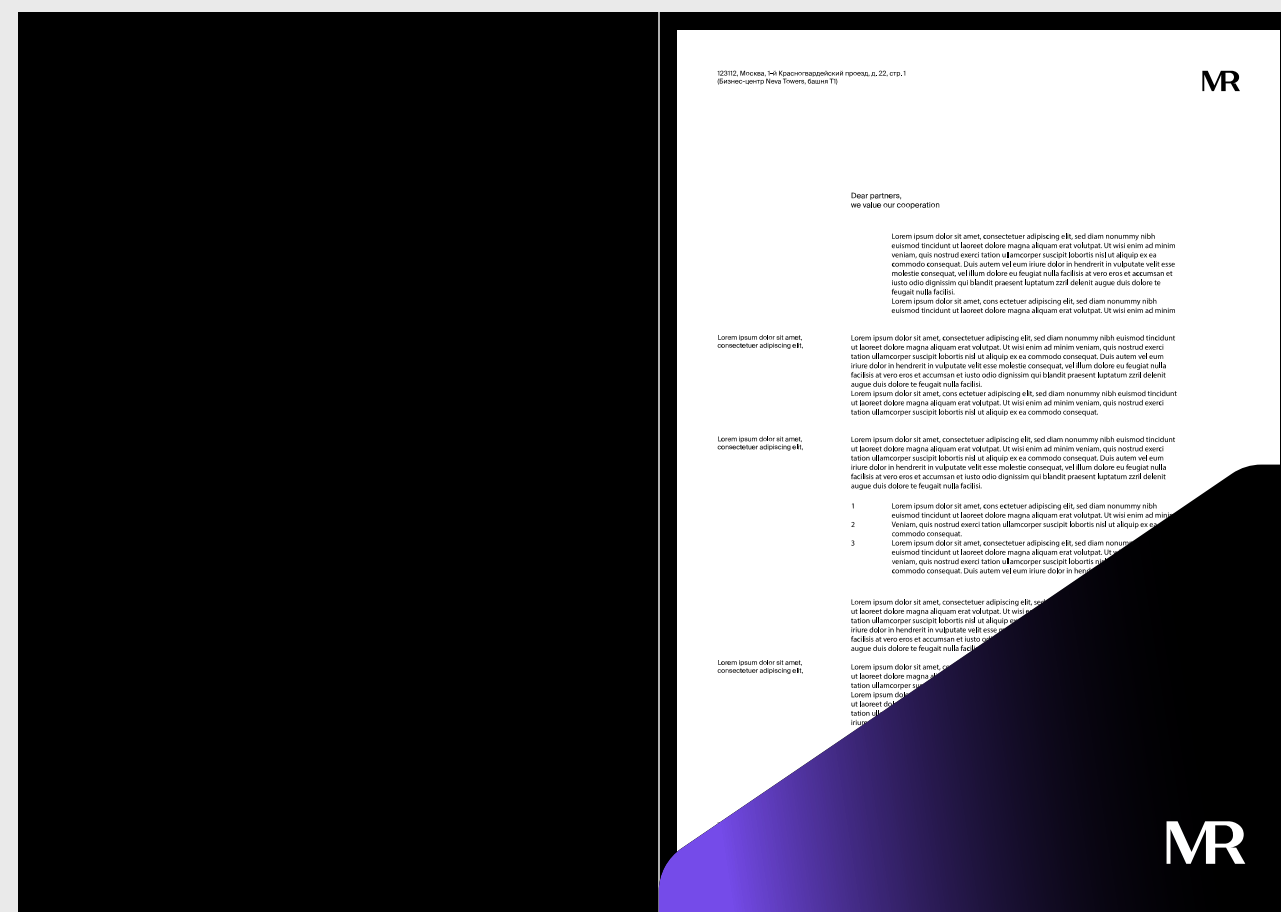
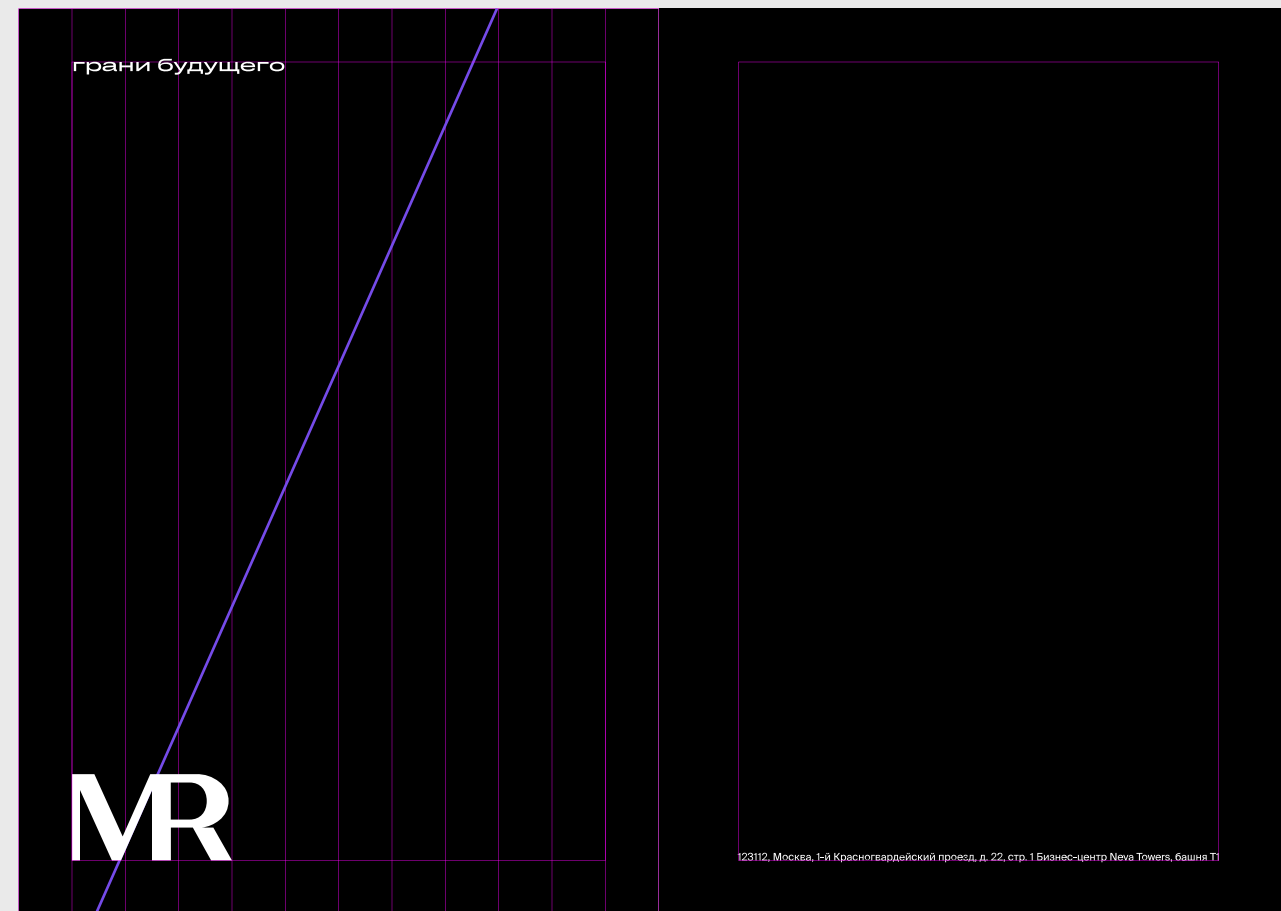
4 800 800 800  
800 800 800

12311, Москва, Лесной переулок, дом 2, стр. 1  
Бизнес-центр "Тowers" (4 этаж)

MR

# Папка для файлов

# НОСИТЕЛИ



1.

2.

3.

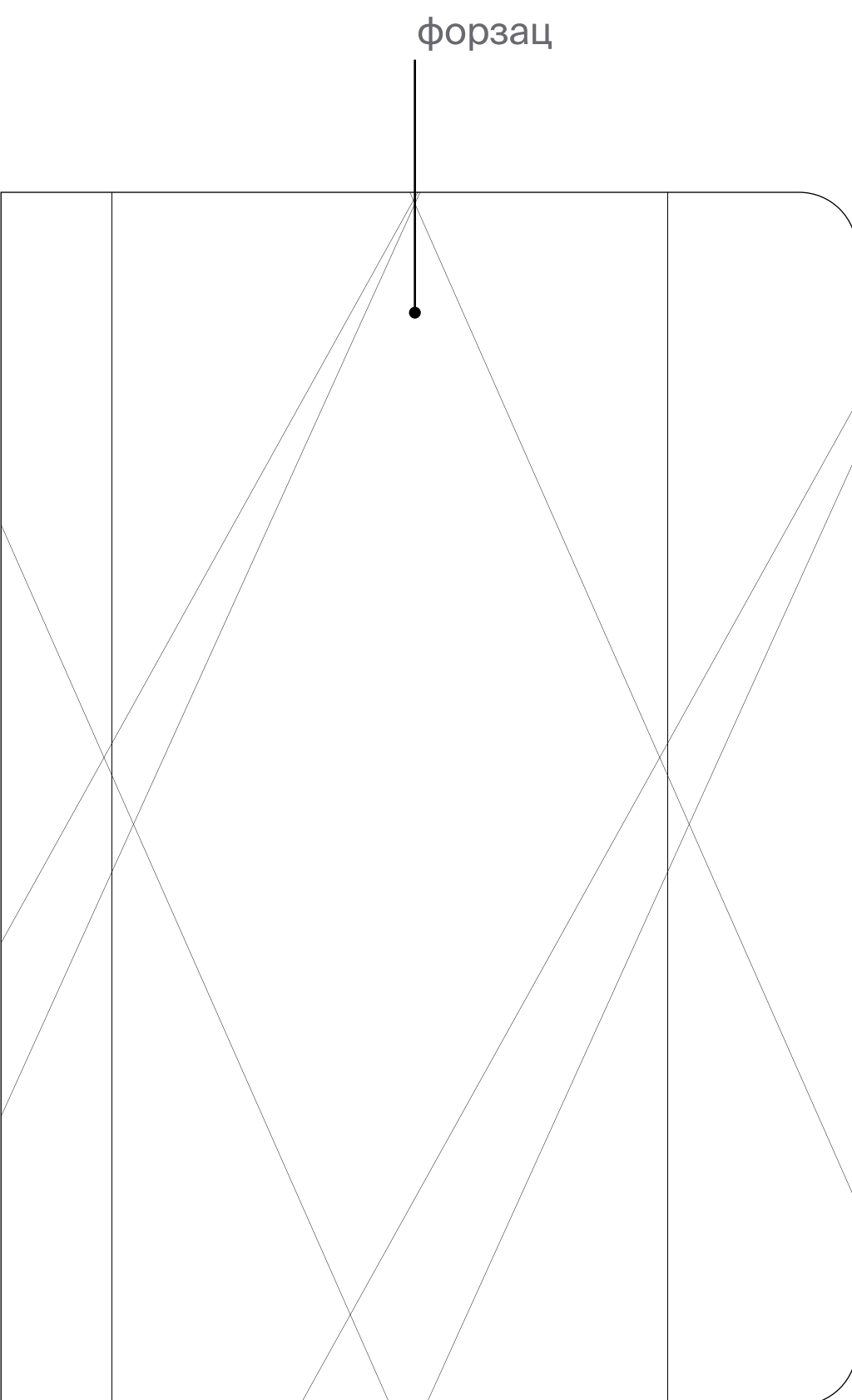
Для папки предусмотрены два макета. В первом варианте макет белого цвета. Во втором варианте – фирменного обсидианового цвета. Размер по лицевой стороне 210×297 мм.

Допускается вариант с серебряным металлизированным картоном (2-й вариант). Альтернатива фольге – Pantone 877.

Допускается «слепое» тиснение для логотипа. Рекомендуется использовать плотный полуматовый картон.

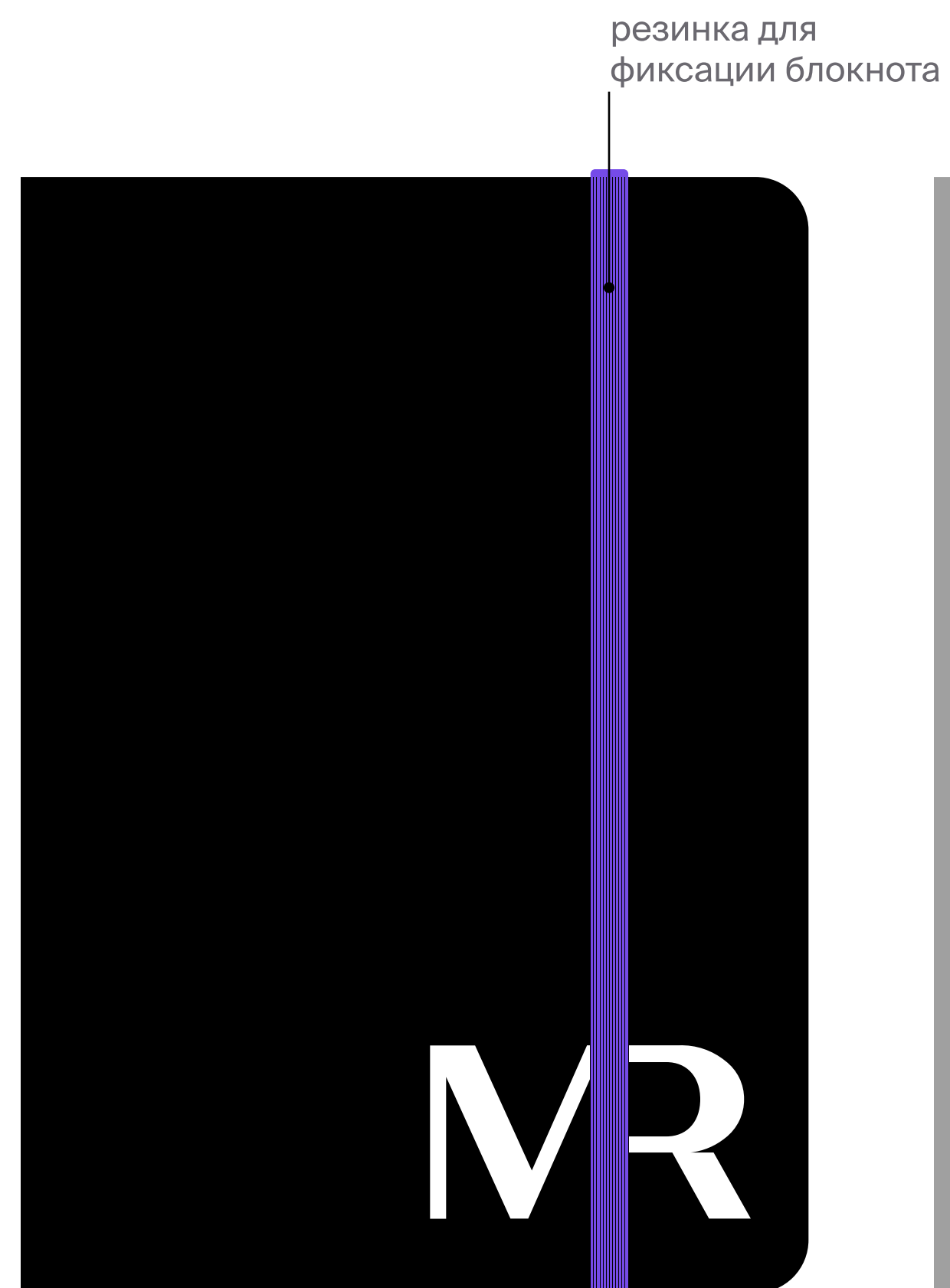
Сувенирная  
продукция


## Блокнот

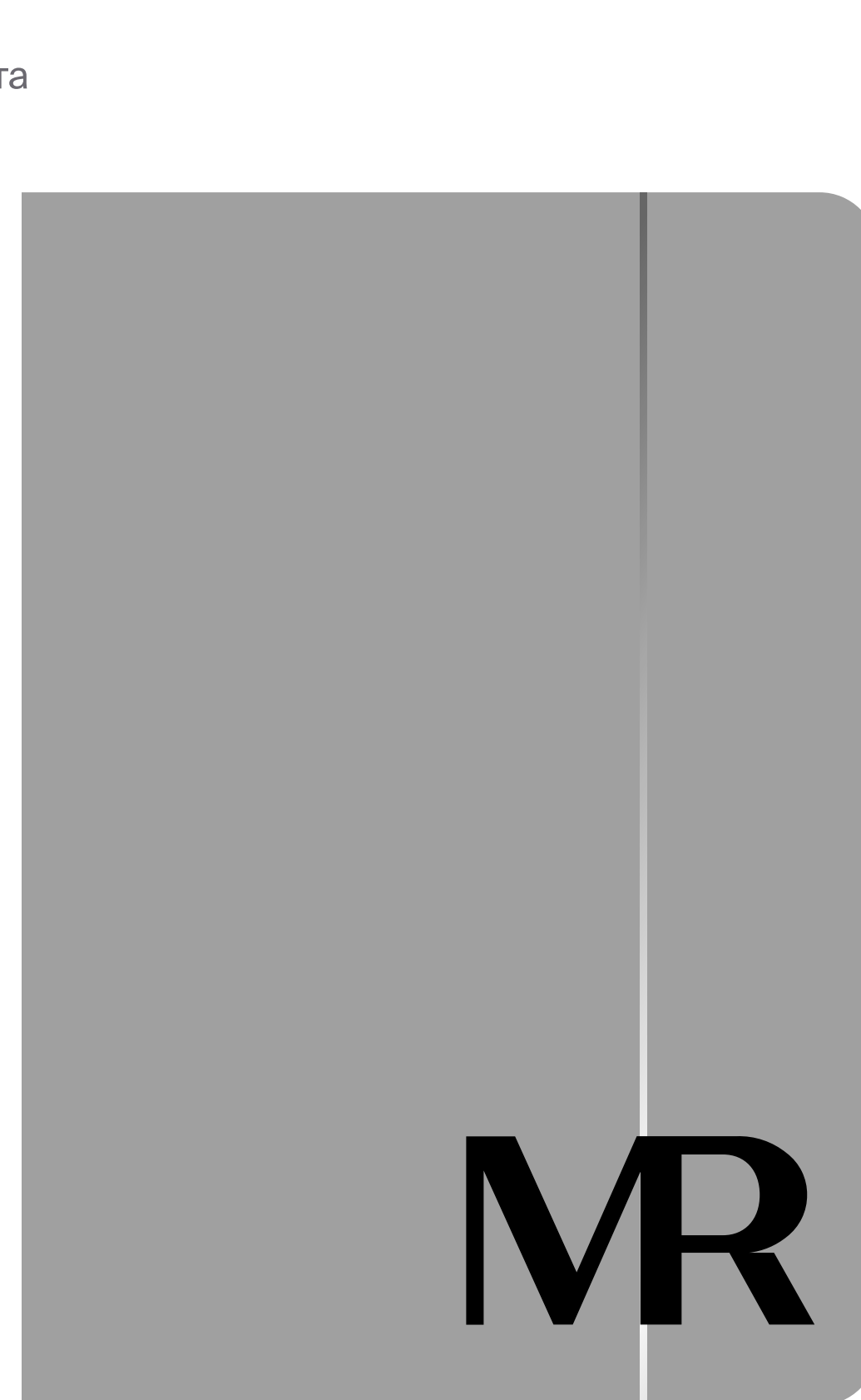


## носители

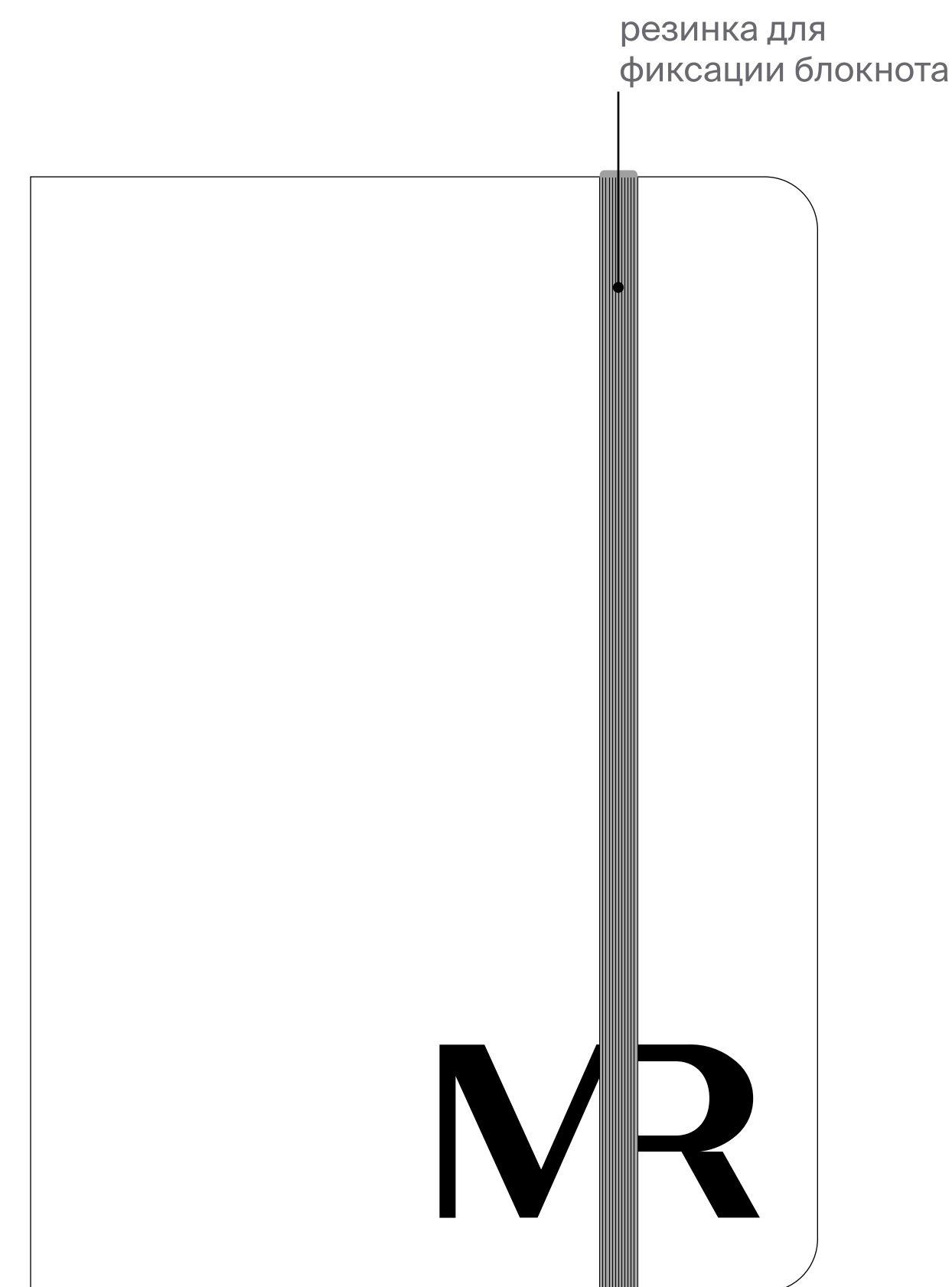
 Скачать макет



 1. Монохромный вариант с использованием фиолетовой резинки.



 2. Вариант без резинки с тиснением фольгой.



 3. Монохромный вариант с использованием серебристой резинки.

Для блокнота предусмотрены три макета. Два варианта с наличием резинки для фиксации страниц. Также они отличаются цветовой гаммой. Размер по лицевой стороне 90x140 мм.

Логотип может быть запечатан лаком. Без резинки-фиксатора (2-й вариант) – логотип выполнен блинтовым тиснением, линия – тиснением серебряной фольгой.

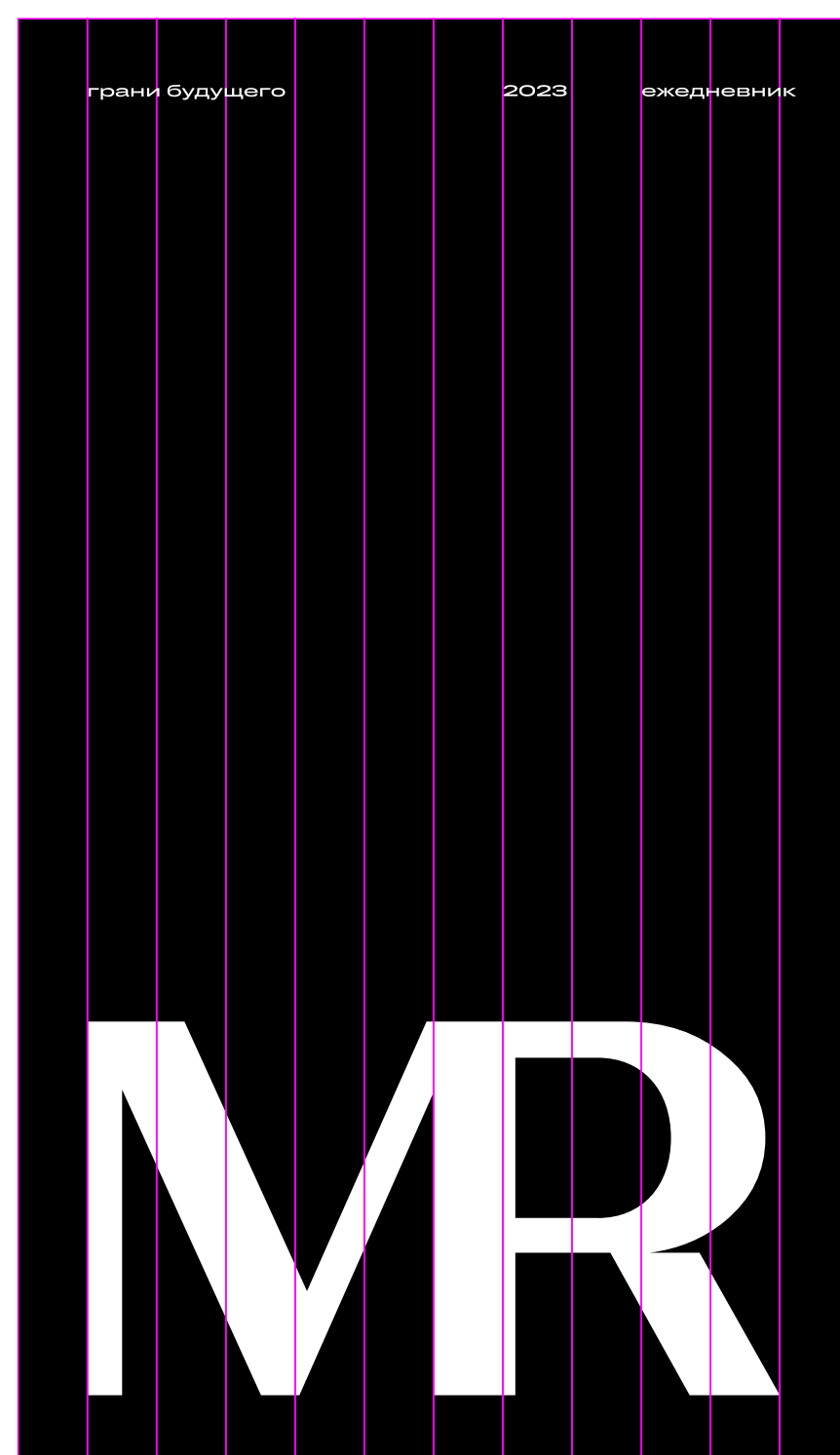
Для обложки рекомендуется использовать полуматовую влагостойкую экокожи с небольшой текстурой.

## Письменные принадлежности

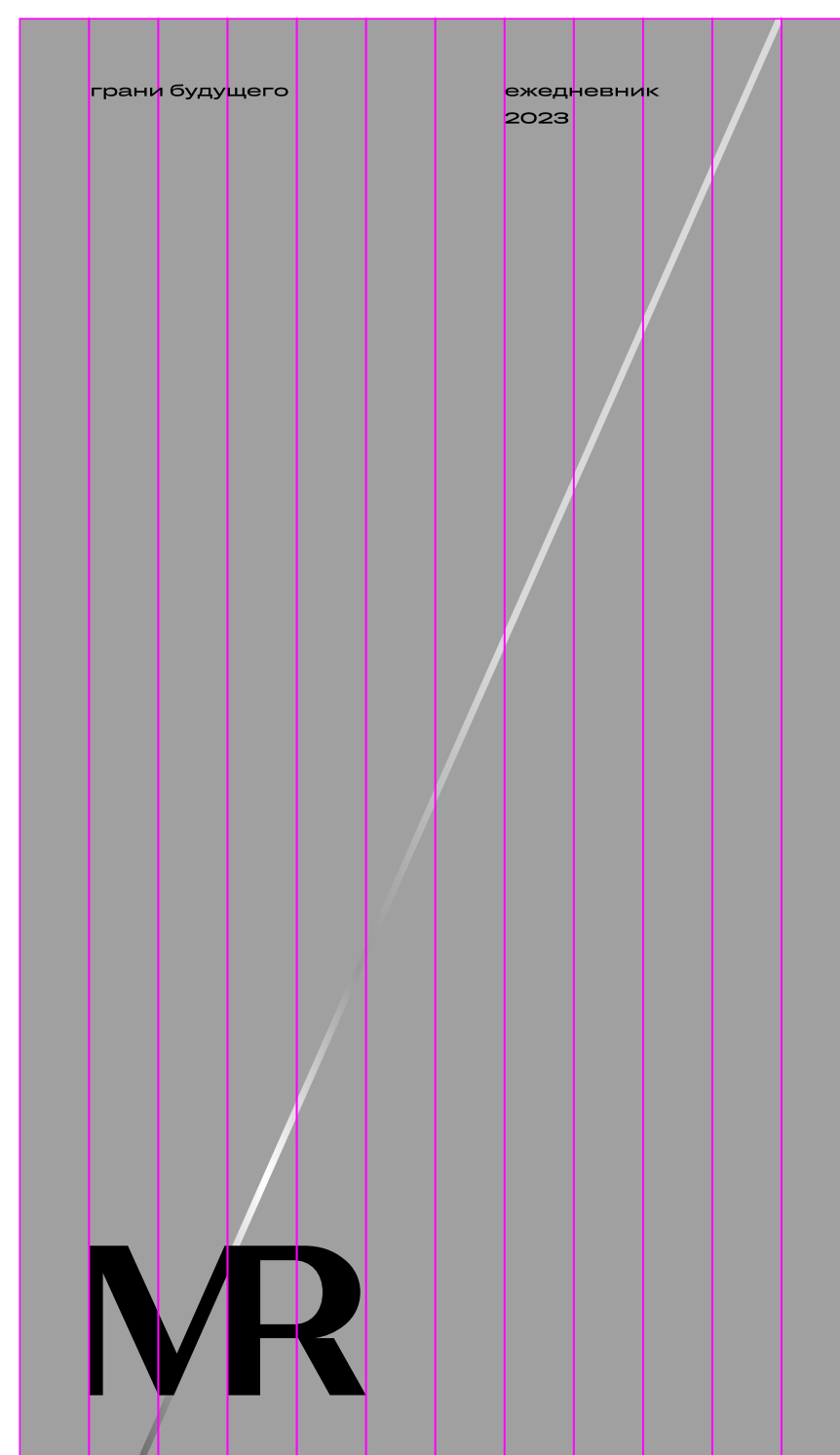


Письменные принадлежности должны транслировать основные элементы фирменного стиля за счёт цвета, графики, типографики. Важно сочетать графику с функциональными характеристиками письменных принадлежностей.

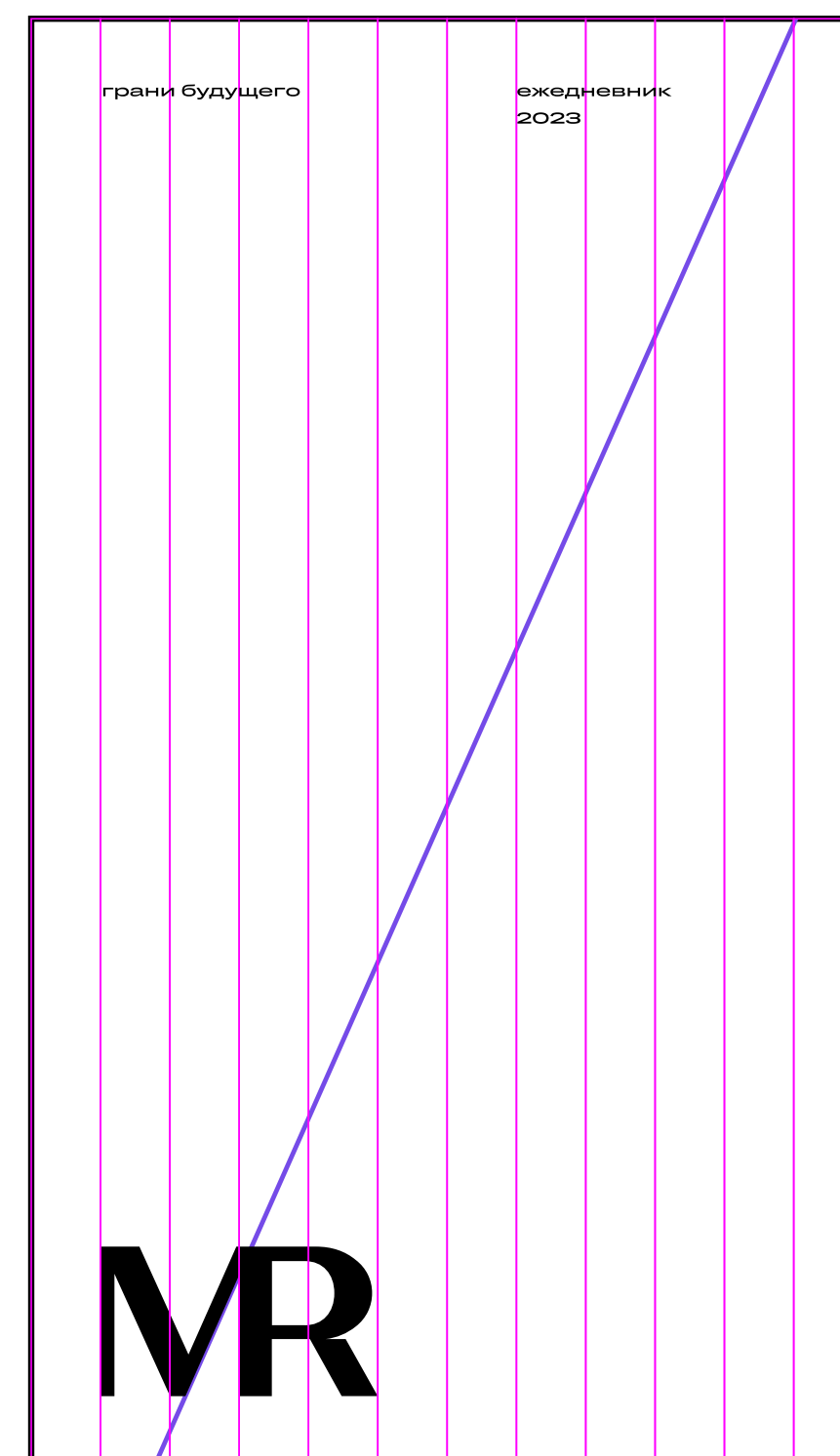




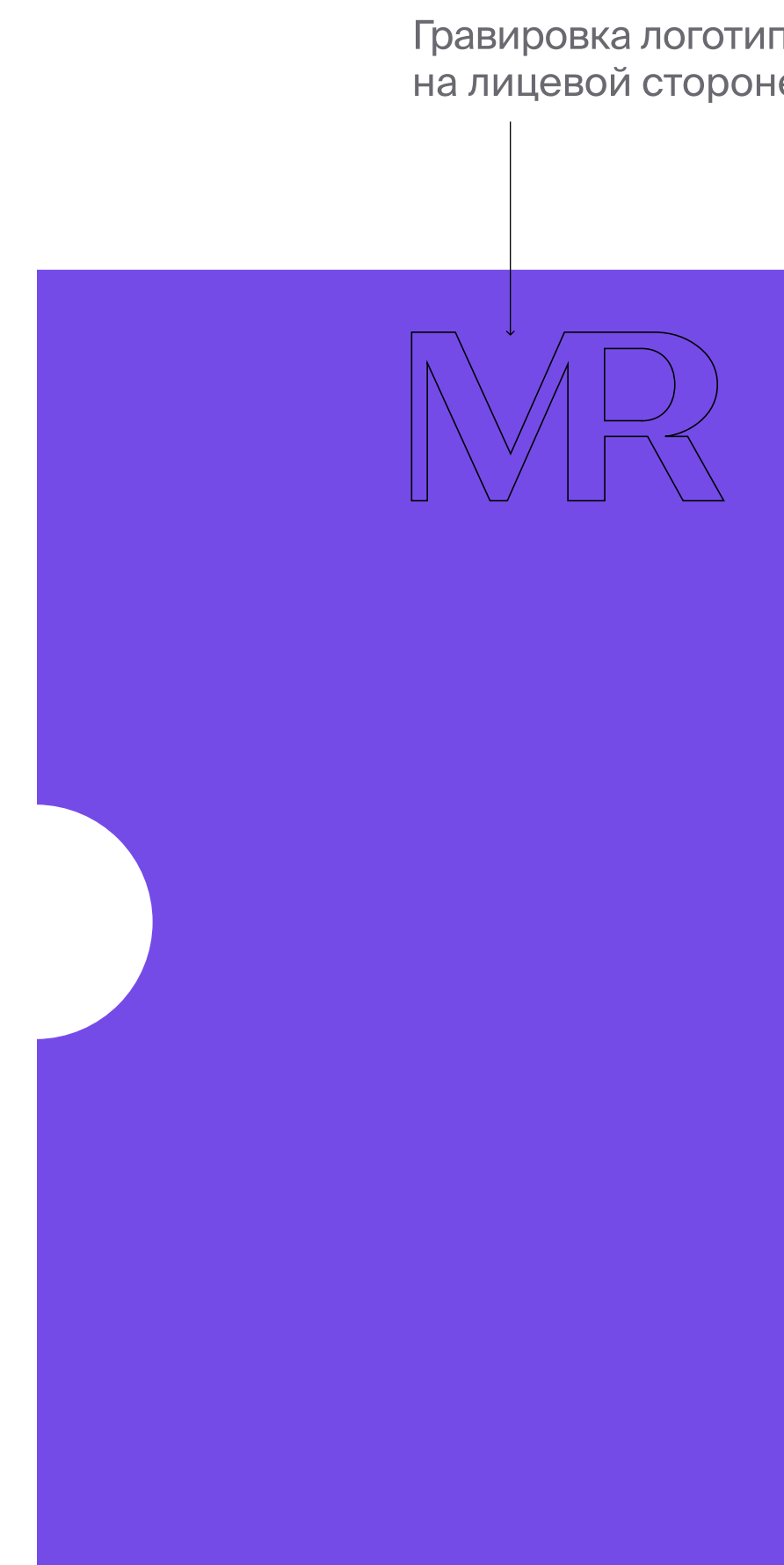
 1. Монохромный вариант.  
Возможен логотип чёрного цвета.



 2. Тиснение фольгой.



 3. Фиолетовая полоса.

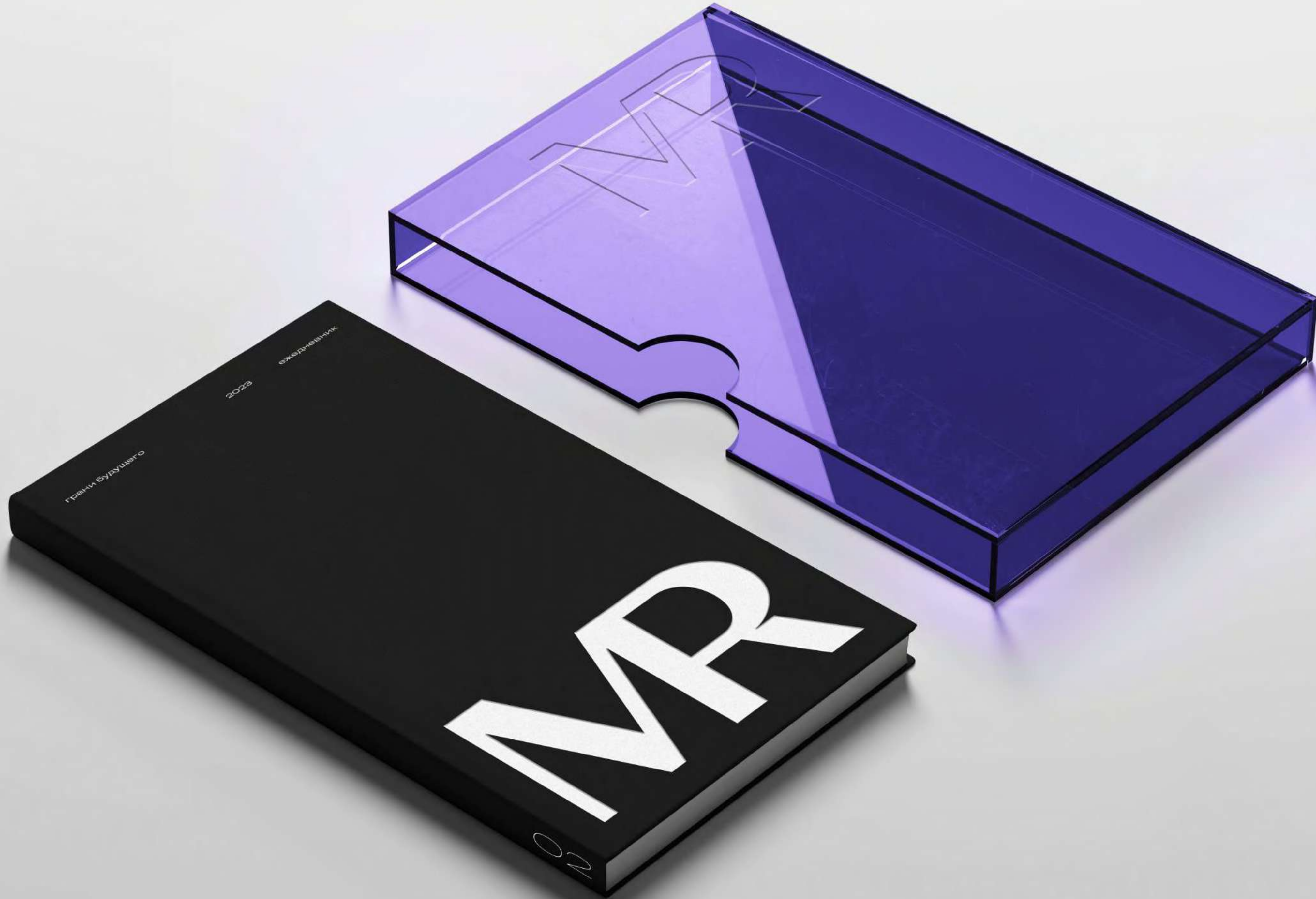


 Оргстекло или акрил 1-3 мм

Для ежедневника предусмотрены три макета. В первом варианте макет белого цвета. Во втором варианте – фирменного обсидианового цвета. Размер по лицевой стороне 120×210 мм.

Логотип может быть запечатан лаком или нанесён блинтовым тиснением. Во 2-м варианте обложки для линии используется тиснение серебряной фольгой.

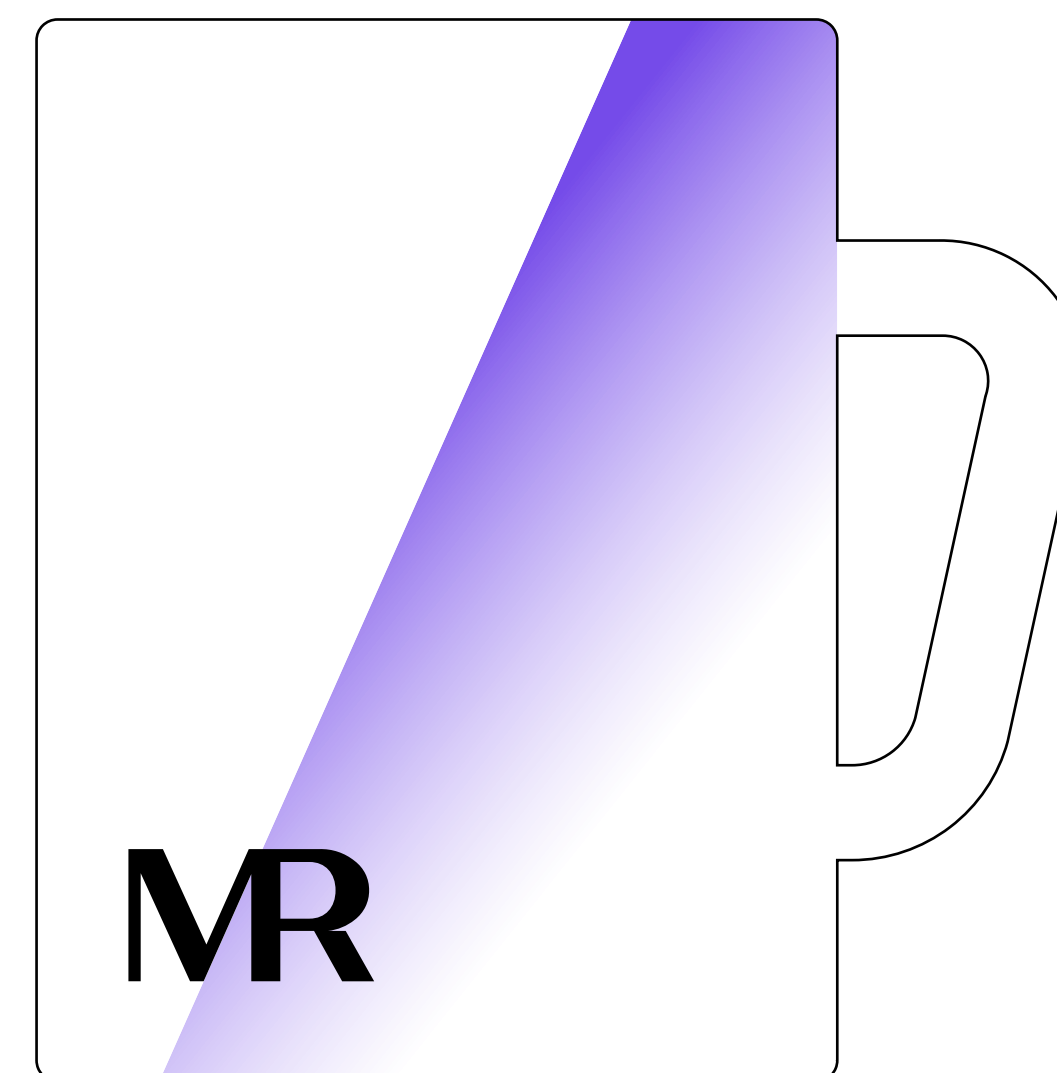
Для обложки рекомендуется использовать твёрдое покрытие из полуматовой влагостойкой экокожи с небольшой текстурой.





 Цвет внутренней части

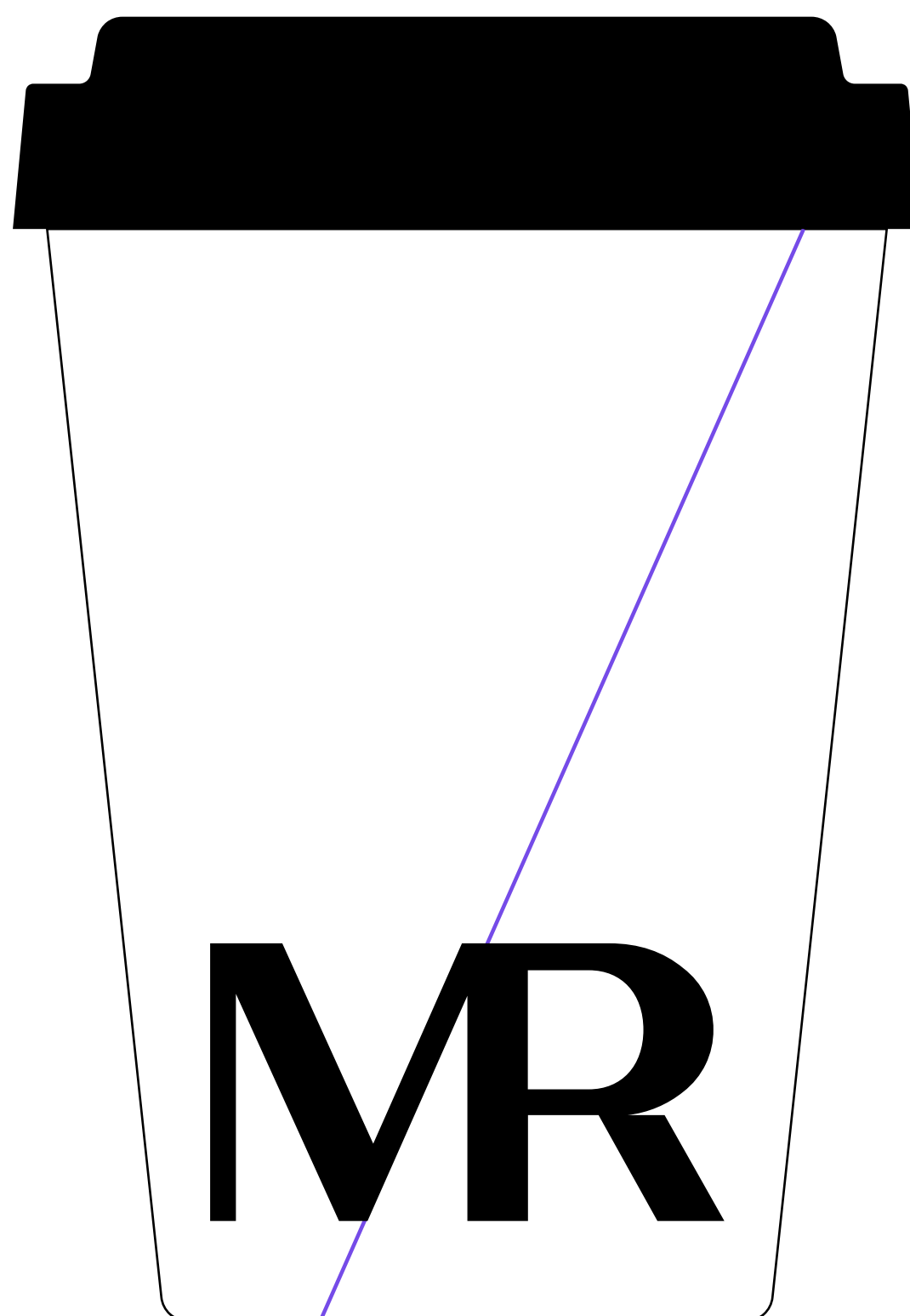
 Цвет внутренней части



Для кружки предложены варианты в тёмной и светлой цветовой гамме. Дизайн кружки отражает прогрессивный стиль бренда, это выражено также и в форме ручки.

\* Внутренняя часть может полностью краситься в фирменный фиолетовый цвет.

Рекомендуем использовать керамику с толстыми стенками.



Двухслойный стаканчик представлен в трёх вариантах дизайна – в тёмной и светлой цветовой гамме. Крышка является неотъемлемым элементом композиции для каждого из вариантов.

Логотип на стаканчике может быть выполнен конгревом.

Рекомендуется использовать полуматовые материалы – катрон, пластик для стаканчика и крышки.



## Подарочный пакет

## носители

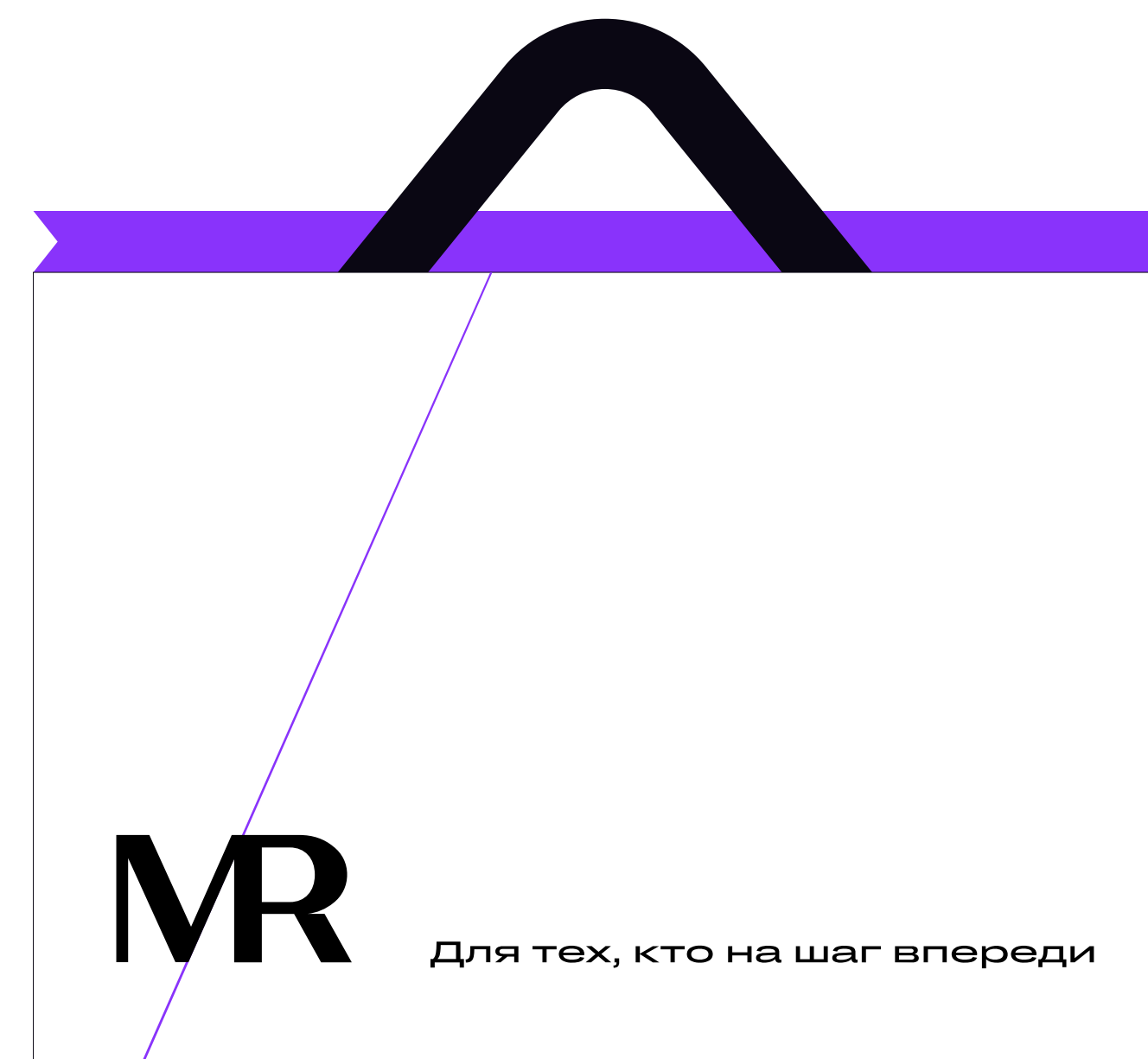
 Pantone 2725 C  
цвет для внутренней части пакета



1.



2.



3.


Пакеты с печатью в две краски (1+1) в чёрном и белом варианте с запечаткой внутренней части фирменным фиолетовым цветом. Для 2-го варианта пакета рекомендуется использовать тиснение серебряной фольгой, альтернативой будет серебряный пантон.

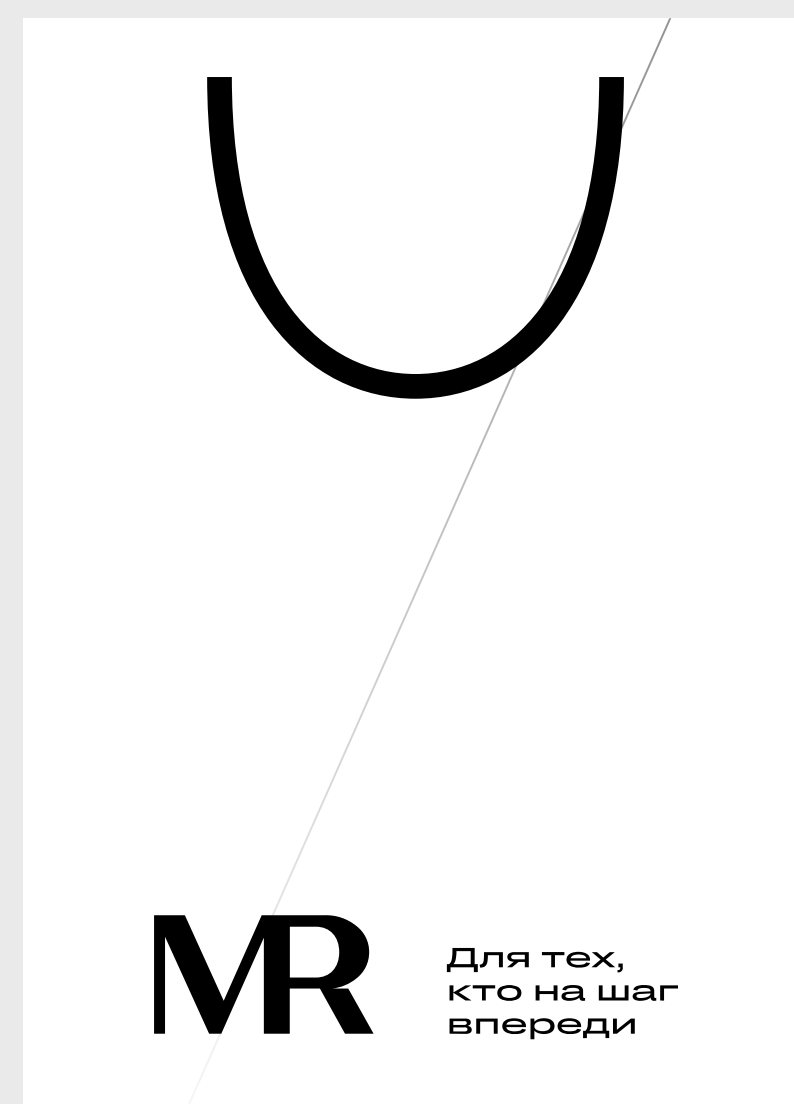
Для выделения логотипа и слогана рекомендуется использовать блинтовое тиснение. Допустимы два варианта ручек – широкие ленты или плетёный шнурок (сатин/репс).

Рекомендованный материал – плотный картон с матовой ламинацией или мелованный картон.

# Подарочный пакет. Размеры

## НОСИТЕЛИ

 Скачать макет



250×350 мм



210×210 мм



100×330 мм



500×400 мм

На слайде показан принцип создания макетов подарочного пакета. Слоган можно использовать опционально. Изображение дублируется на оборотной стороне.

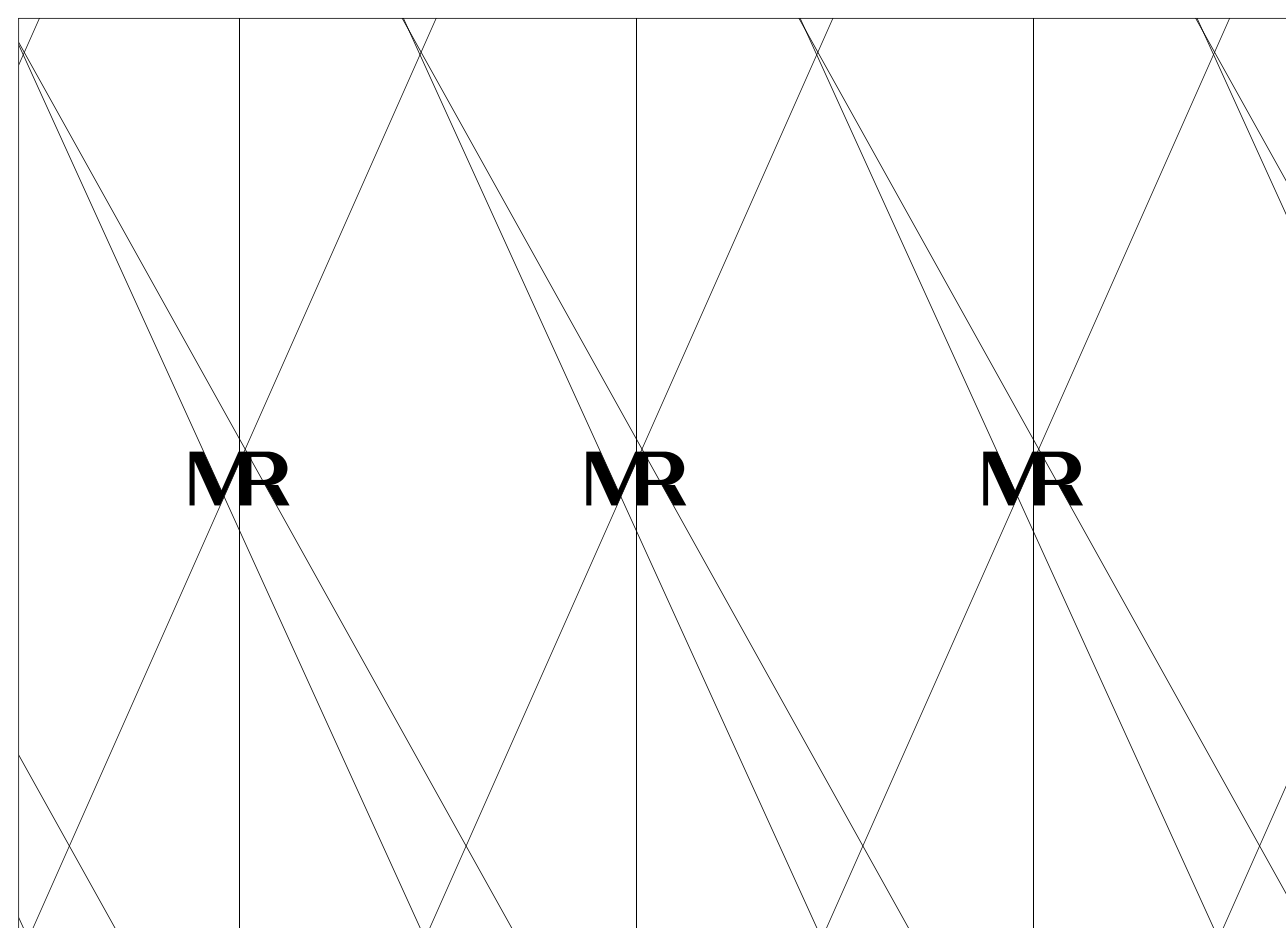


**MR**

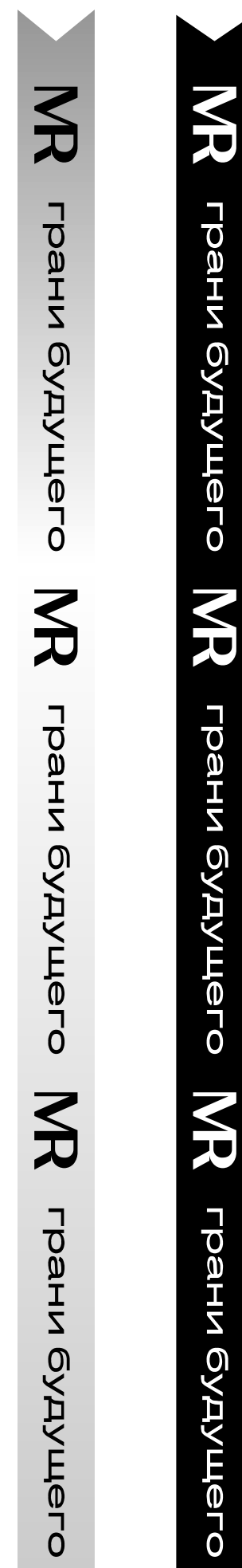
ДЛЯ ТЕХ, КТО НА ШАГ ВПЕРЕДИ

## Упаковочная бумага и лента

 Скачать макет

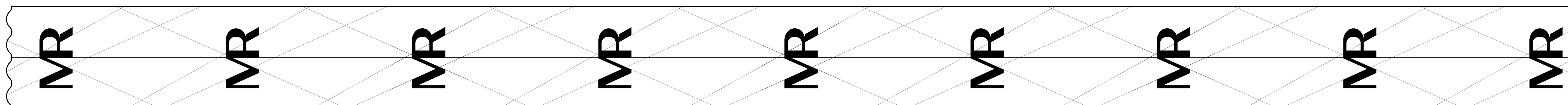
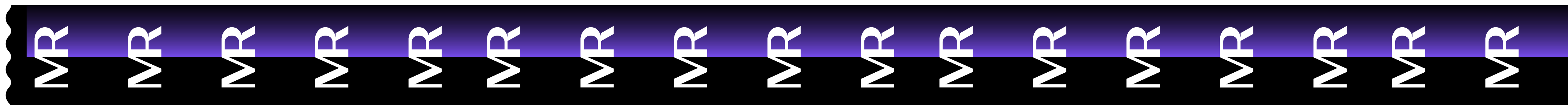


Печать на тонкой тишью в один цвет. Два варианта – в чёрном и белом цвете, на выбор. Бумага закрепляется тесьмой с фирменной печатью или стикером с логотипом.



Ширина 10мм





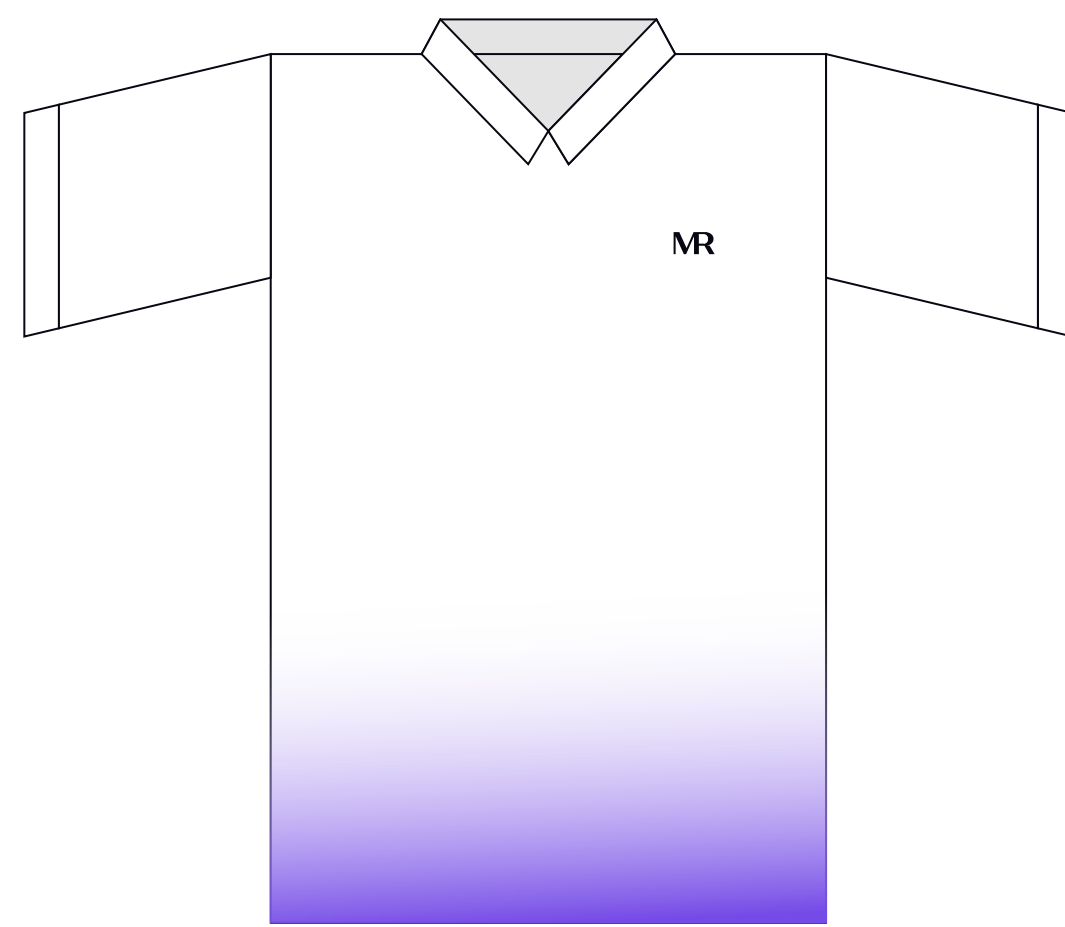
На странице представлены 4 варианта клейкой ленты.  
Печать в 1-2 цвета, в зависимости от задачи. Ширина ленты  
варьируется по желанию.

Вместо белого цвета ленты возможно  
использование прозрачной плёнки.

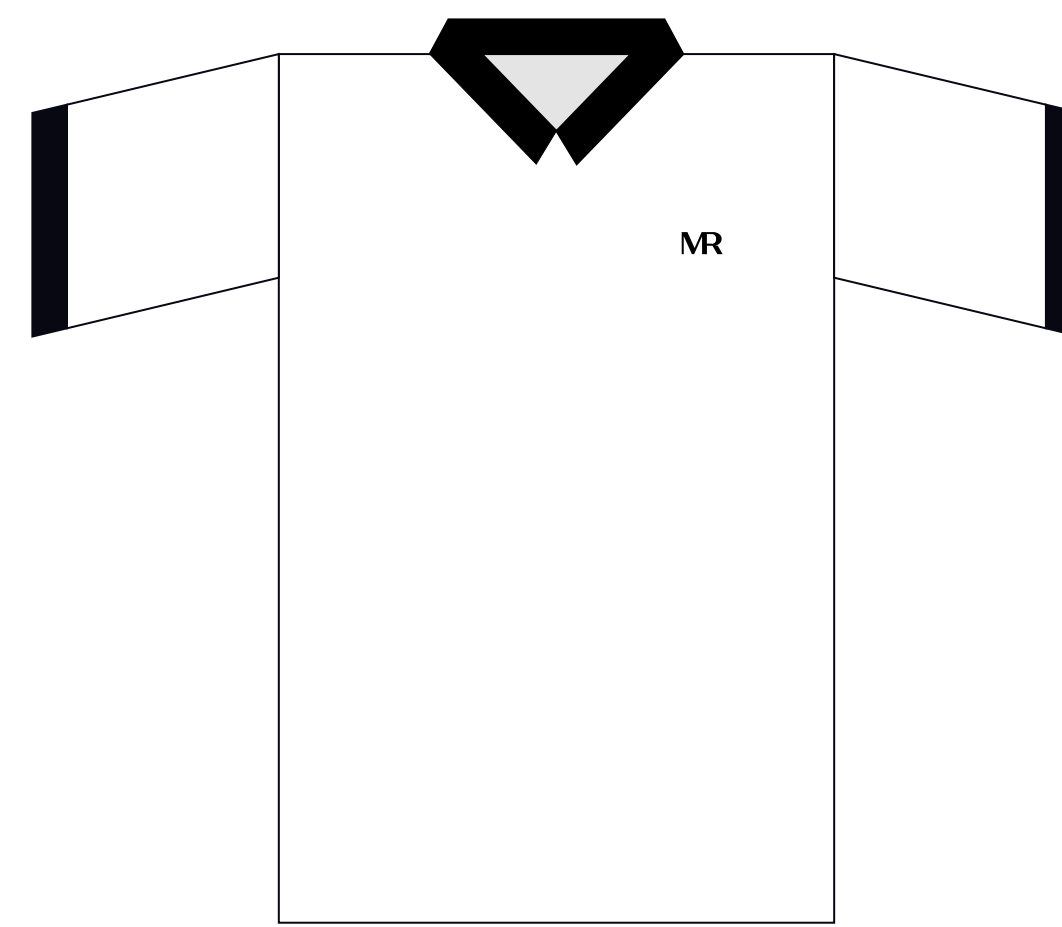




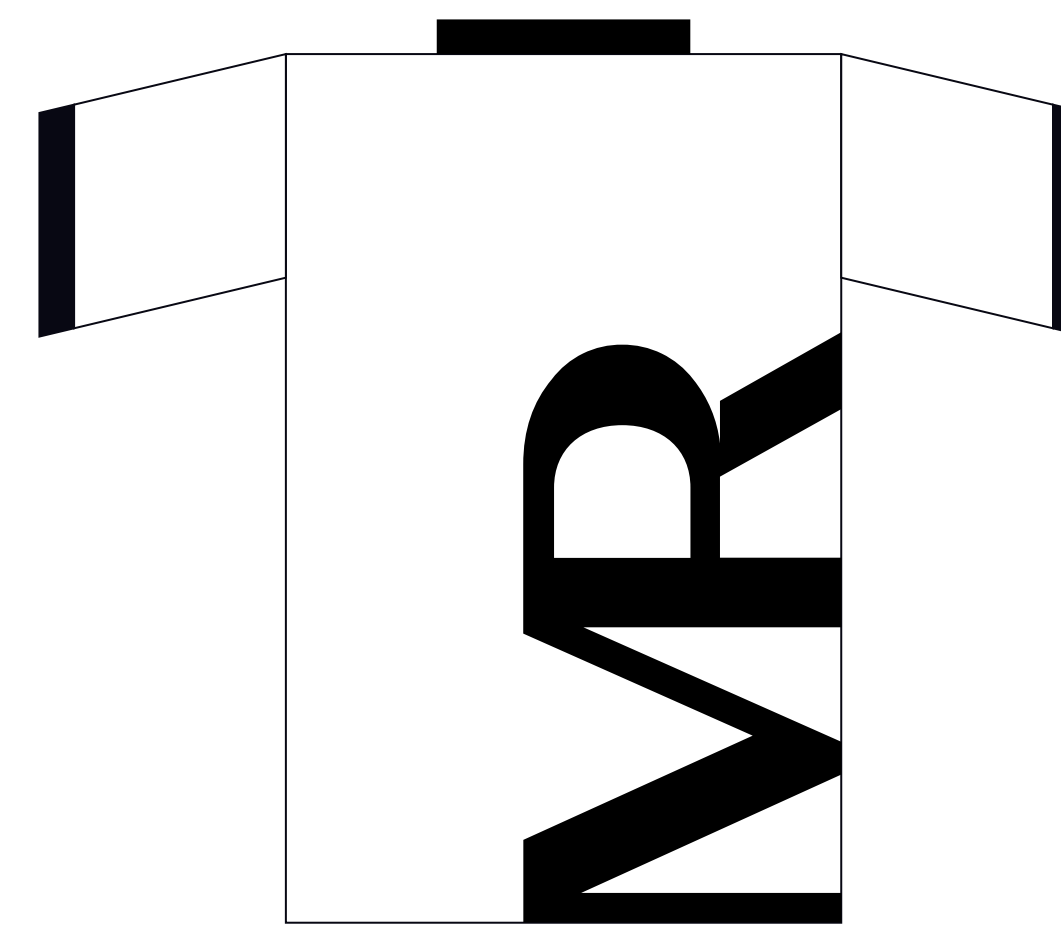
Мерч



1.



2.



3.



Фирменное поло. 3 варианта дизайна.

1. Запечатка градиентом с двух сторон. На левой стороне груди размещён знак MR, может быть напечатан вместе с градиентом или вышит – диапазон ширины стежков ограничен и начинается от 1 мм.

2. Белое поло с чёрными манжетами и воротничком. На спинке крупно печать логотипа MR. На передней стороне – вышивка/печать/значок.

3. Чёрное поло с белыми манжетами и воротничком. Без печати. Для брендирования используем только металлический значок с логотипом MR на груди.









Шоппер сохраняет ключевые элементы айдентики. Рекомендуется использовать приятную на ощупь экологичную хлопчатобумажную ткань. Швы не должны выделяться.

В первом варианте на лицевой стороне расположен логотип. На оборотной стороне – слоган и фирменный градиент.

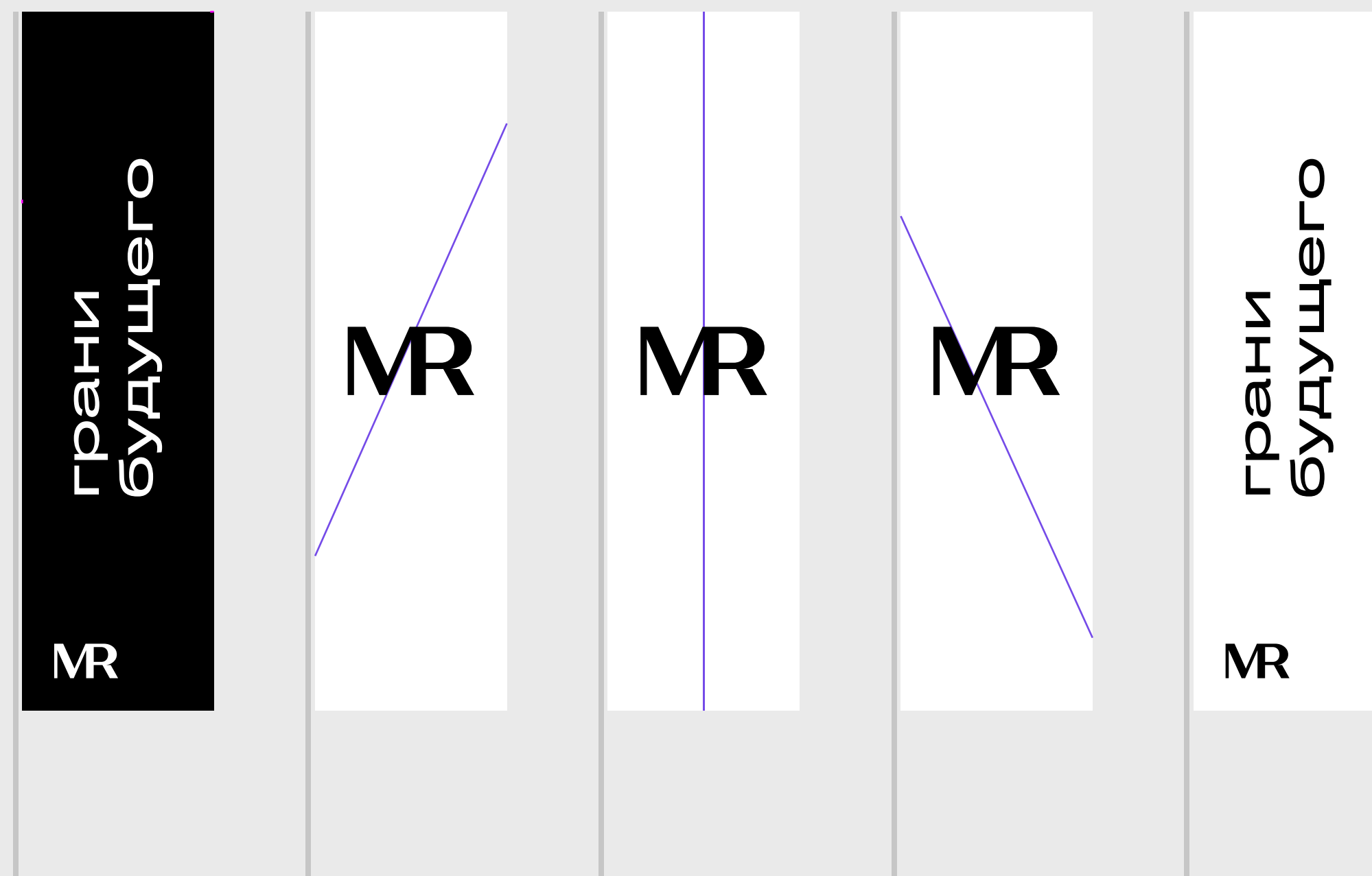
Во втором варианте на лицевой стороне расположен логотип и фиолетовая линия. На оборотной стороне – слоган и фирменный градиент, на ручки нанесён текст.

СТИЛЬ  
в среде

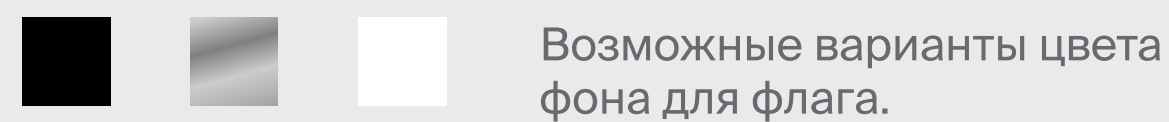


Вертикальный формат

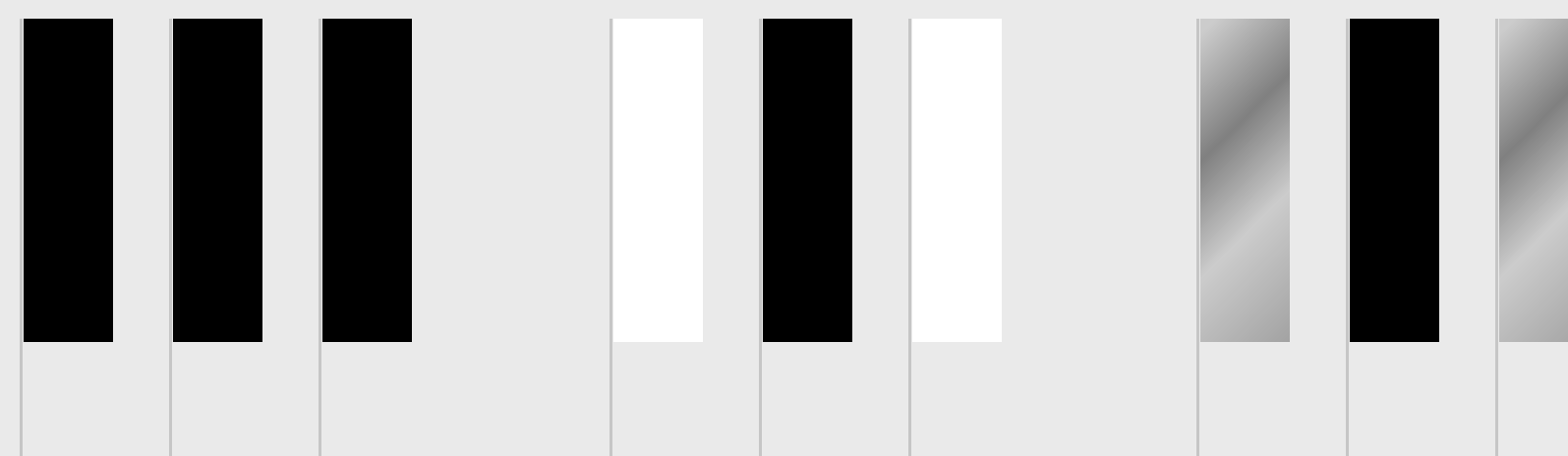
Горизонтальный формат



Возможная форма флага.

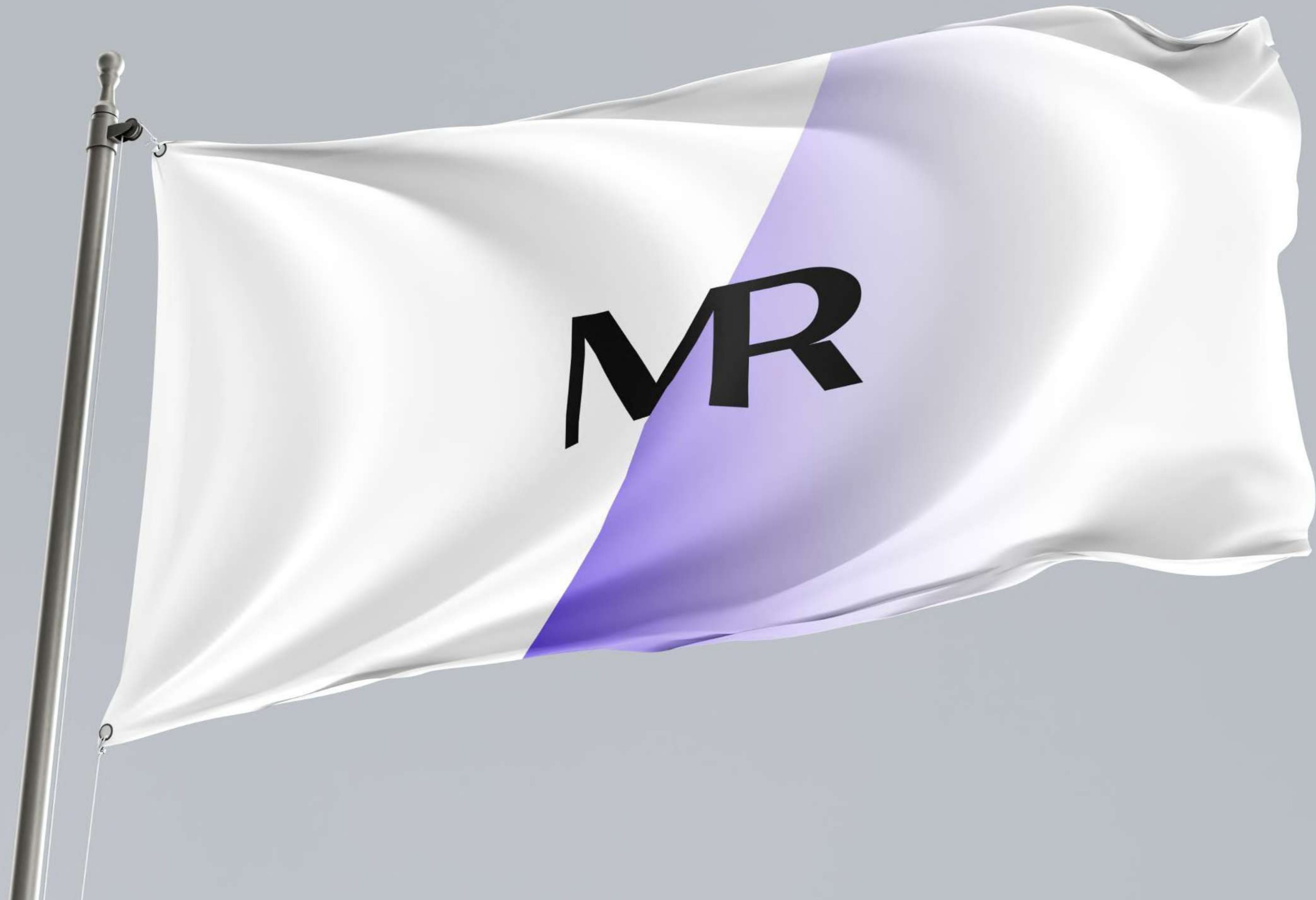


Предусмотрены варианты для вертикального и горизонтального формата флага. Рекомендуется чередовать имиджевый макет с крупным логотипом и макет со слоганом. Двусторонняя печать: на одной стороне логотип, на другой – слоган. Обратная сторона выполнена в том же цвете, что и лицевая.



▲  
Варианты цветовых схем. Количество флагов не ограничено.

Рекомендуем использовать серебряную ткань для серебряного флага.



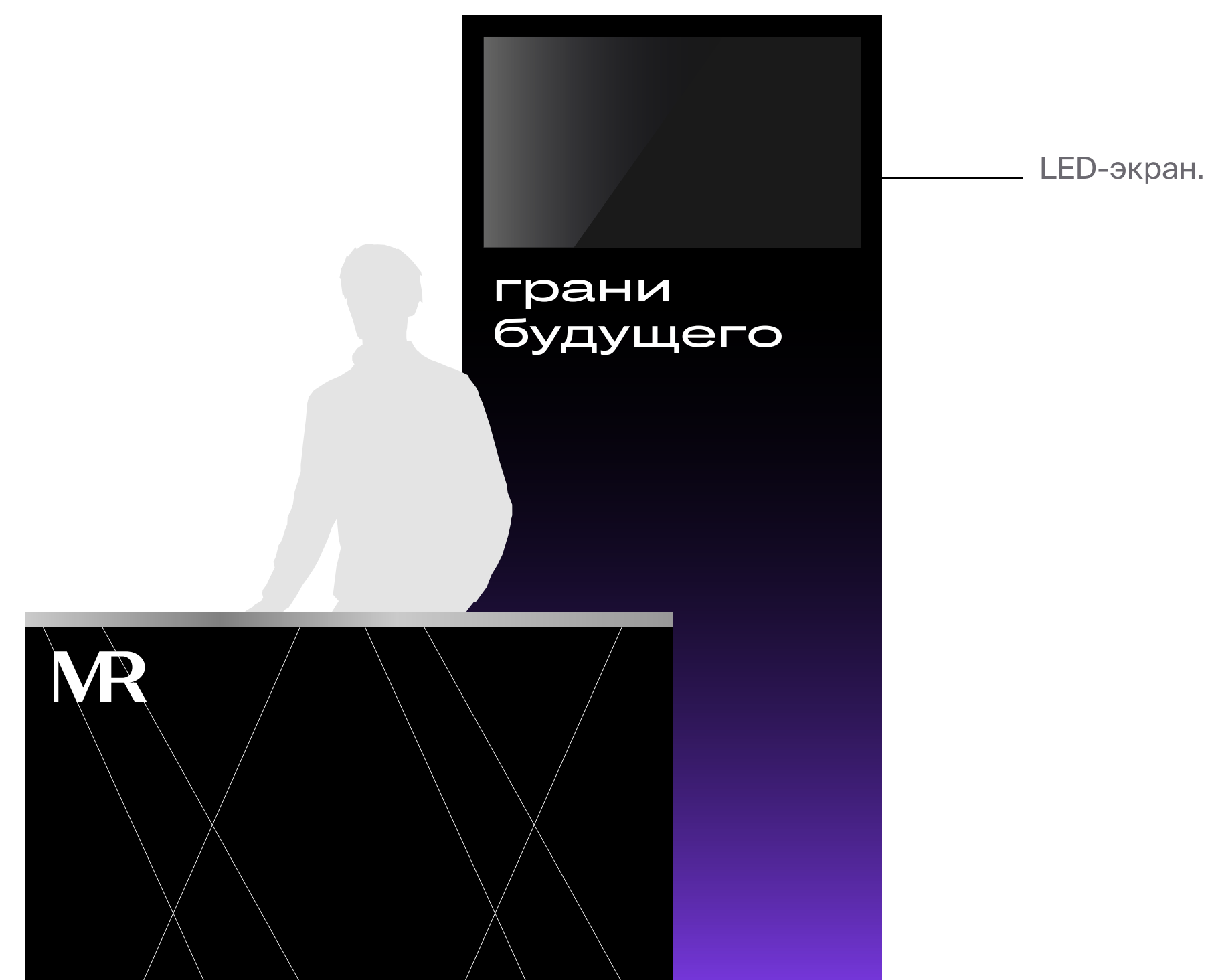
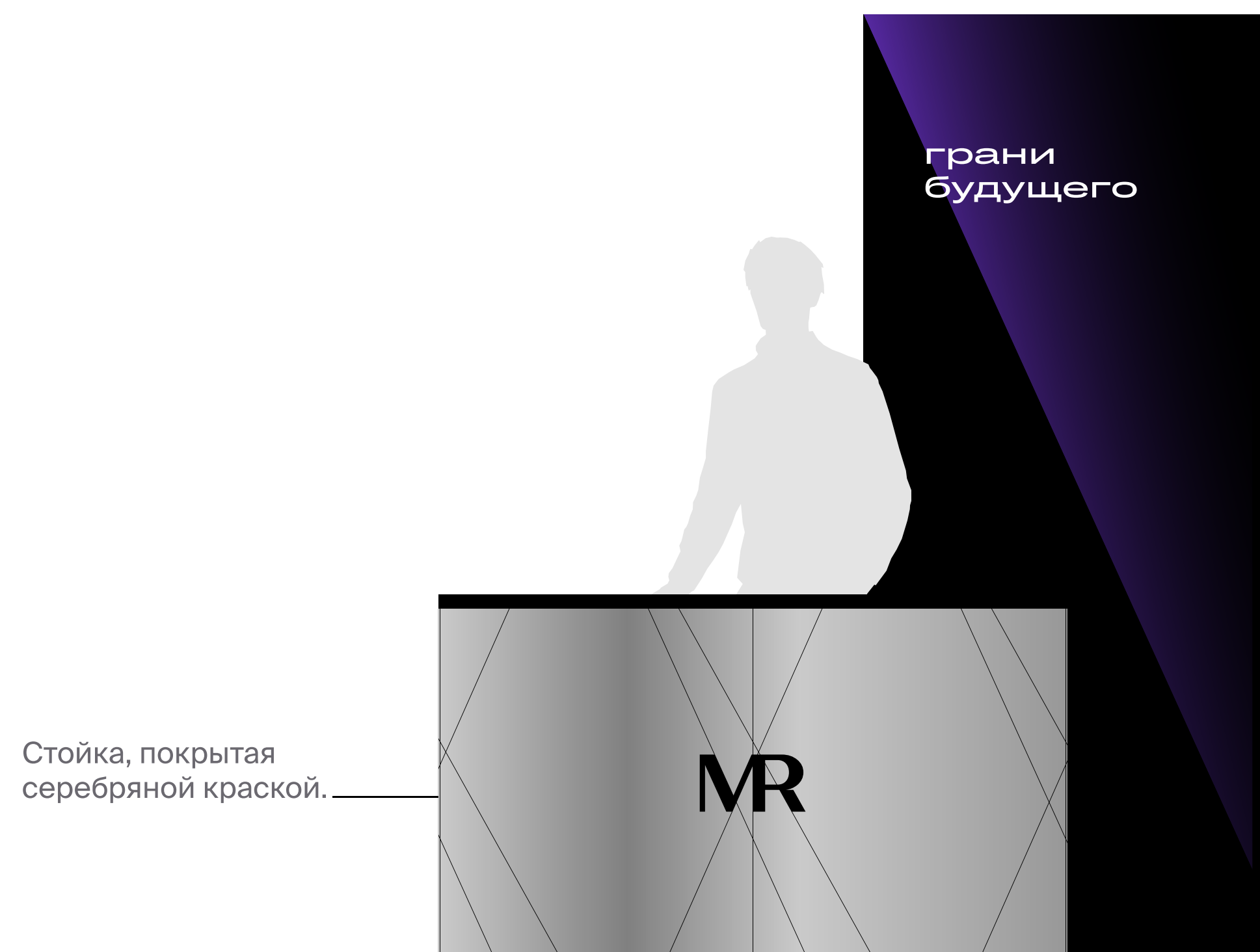


## Мобильный стенд

## носители

вариант 1

вариант 2



Предусмотрены два варианта мобильной стойки. В первом на стенде размещена графика и слоган. Во втором – встроен LED-экран. В качестве материалов рекомендуем использовать дерево, МДФ, пластик, металл.

Логотип может быть объёмным и подсвечен внутри (вариант 2) или иметь подсветку боковых выступов (вариант 1).

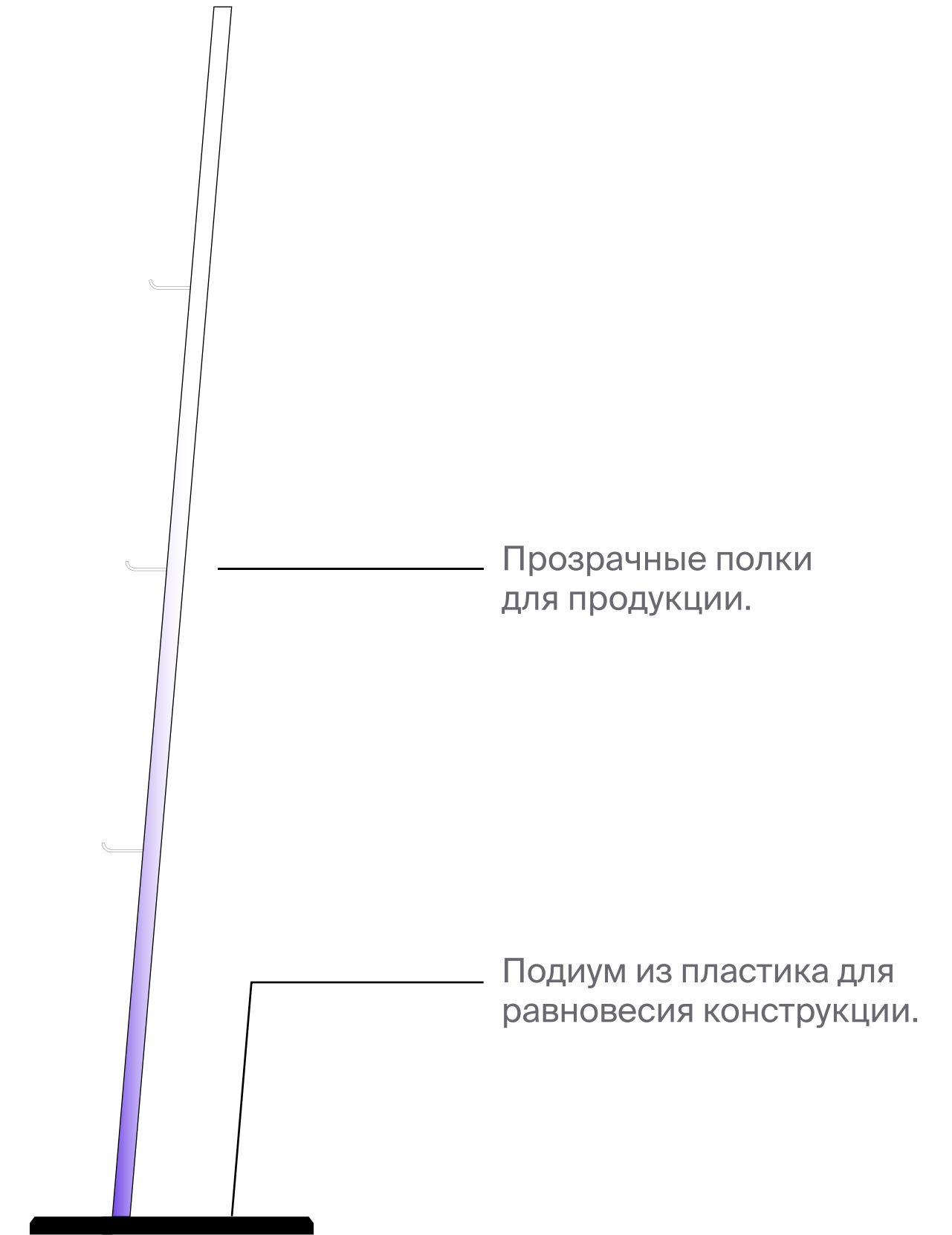
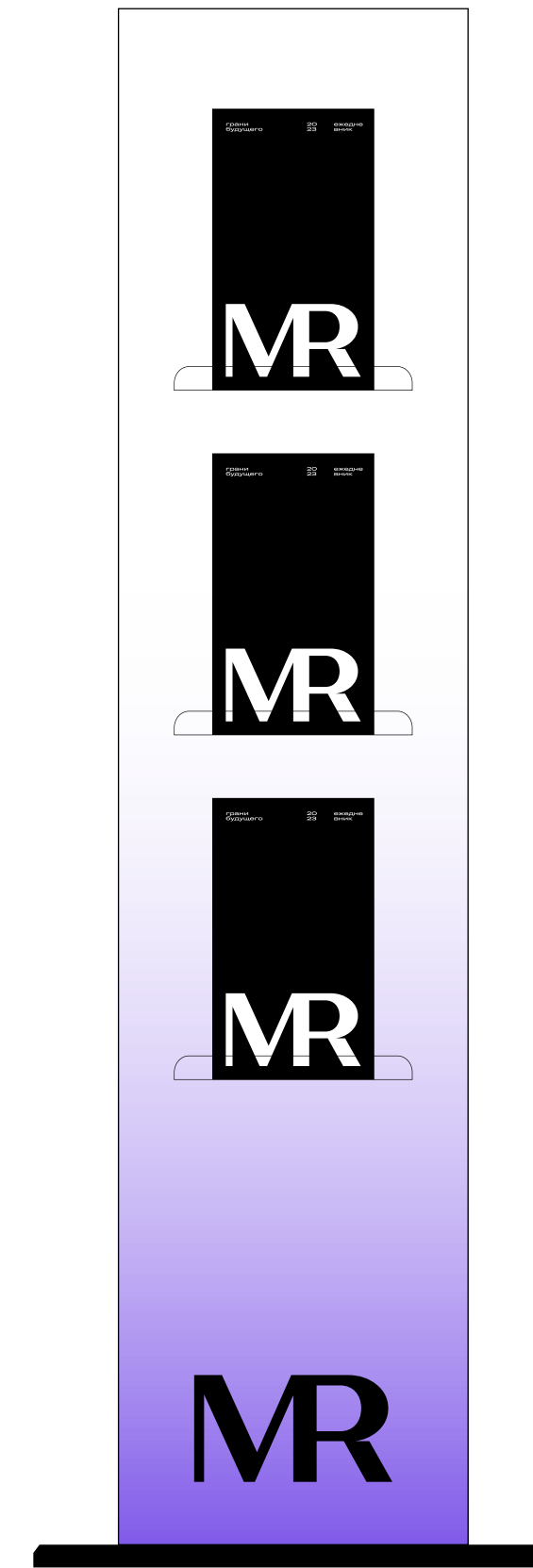
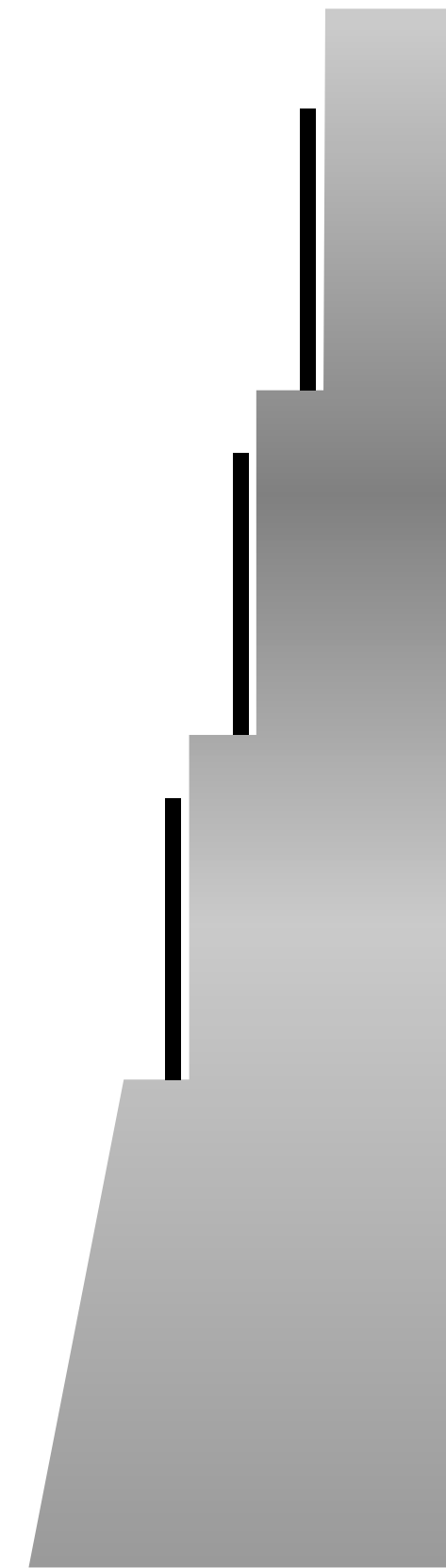
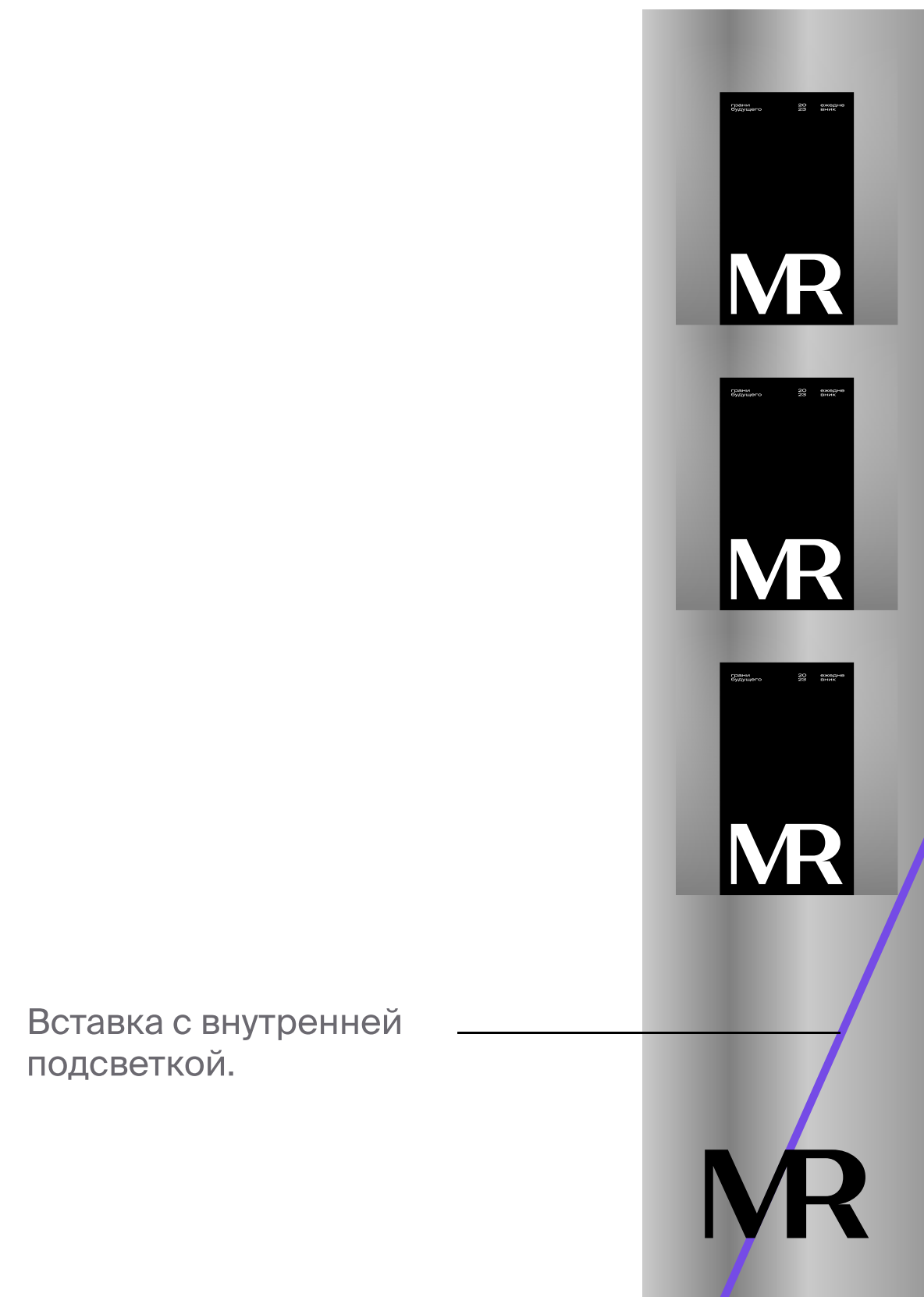
Конструкция может быть как монолитной, так и состоять из двух отдельных частей.

# Стойка для промоматериалов

## НОСИТЕЛИ

вариант 1

вариант 2



Конструкция должна транслировать позиционирование и отражать визионерский дух бренда. Это касается дизайна и выбора используемых материалов.

Для первого варианта рекомендуем использовать металл. Во внутреннем пространстве можно складировать рекламные материалы.

Во втором варианте использован прозрачный пластик с фиолетовым напылением.



Стенд на ресепшн встречает гостей и является лицом компании. Важно уделить его дизайну особое внимание.

Первый вариант – имеющийся дизайн, но с обновлённым логотипом.

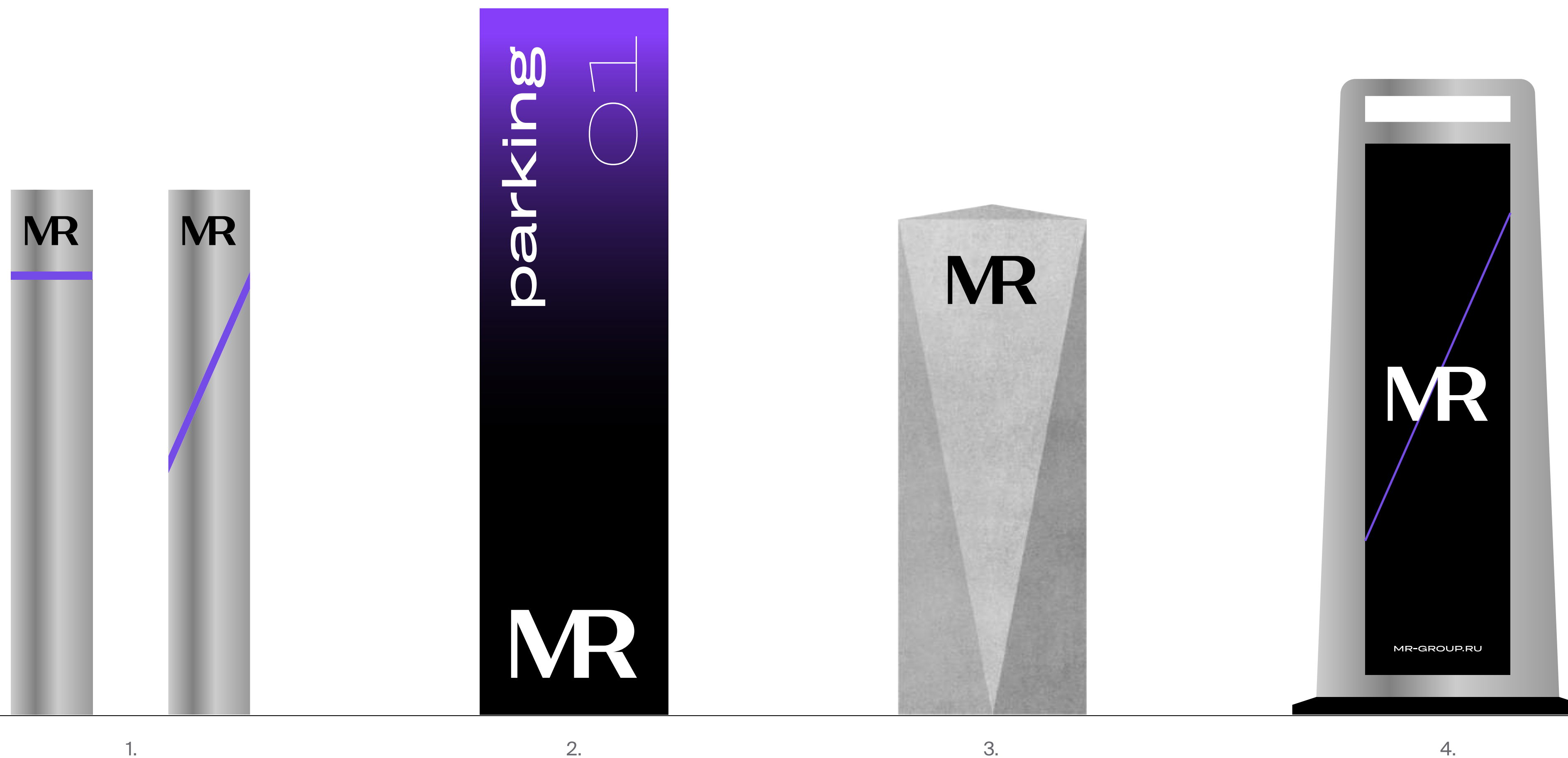
Второй вариант ориентирован на новую айдентику. Он лаконичнее, при этом не лишён роскоши и стиля. Допустима декоративная отделка панно камнем, металлическими вставками, а также декоративная подсветка. Для тумбы и столешницы используется мрамор.

MR



## Парковочный столбик

## носители



Функции каждого варианта отличаются в зависимости от задачи. Парковочные столбики — один из первых элементов, встречающих гостей, поэтому важно уделить этому элементу должное внимание.

Допускается использование светодиодной подсветки белого или фирменного фиолетового цвета.

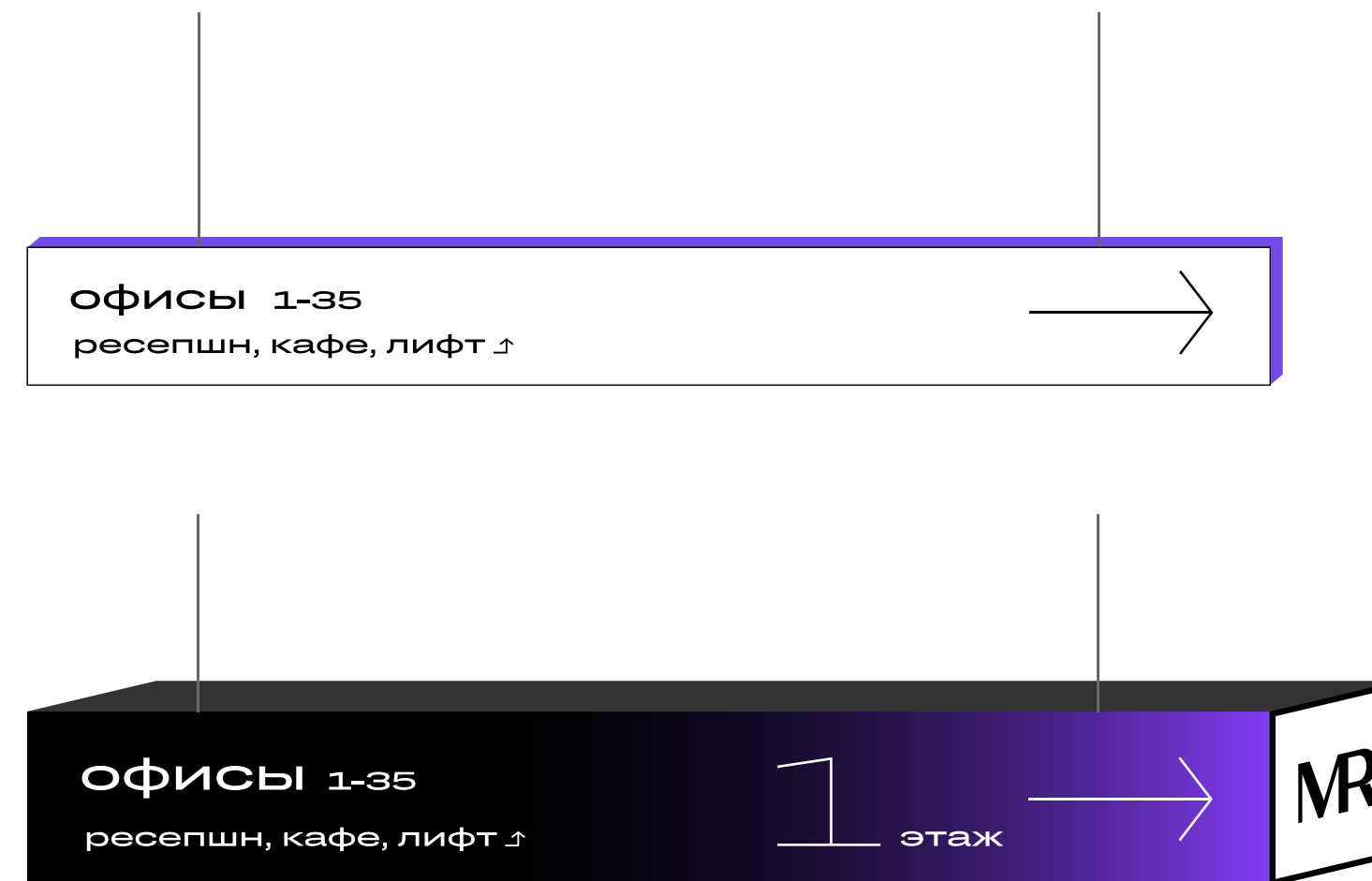
Выбор материала обусловлен окружающей средой. К примеру, рядом с офисным зданием лучше использовать металлические или каменные ограждения.





MR





В навигации акцент делается на типографику. Но присутствуют и другие фирменные графические элементы: линия, градиент, пиктограммы. Важно уделять внимание подсветке: это может быть подсветка отдельных частей макета (лого, шрифта, иконок), а также всей площади макета.

В приоритете натуральные качественные материалы: дерево, металл, МДФ.

Допускается использовать как белую, так и прозрачную основу для информации. Выбор фона обусловлен окружающей средой/освещением.

офисы 1-35  
ресепшн, кафе, лифт ↗



MR

← | ۲۹ | ресторан

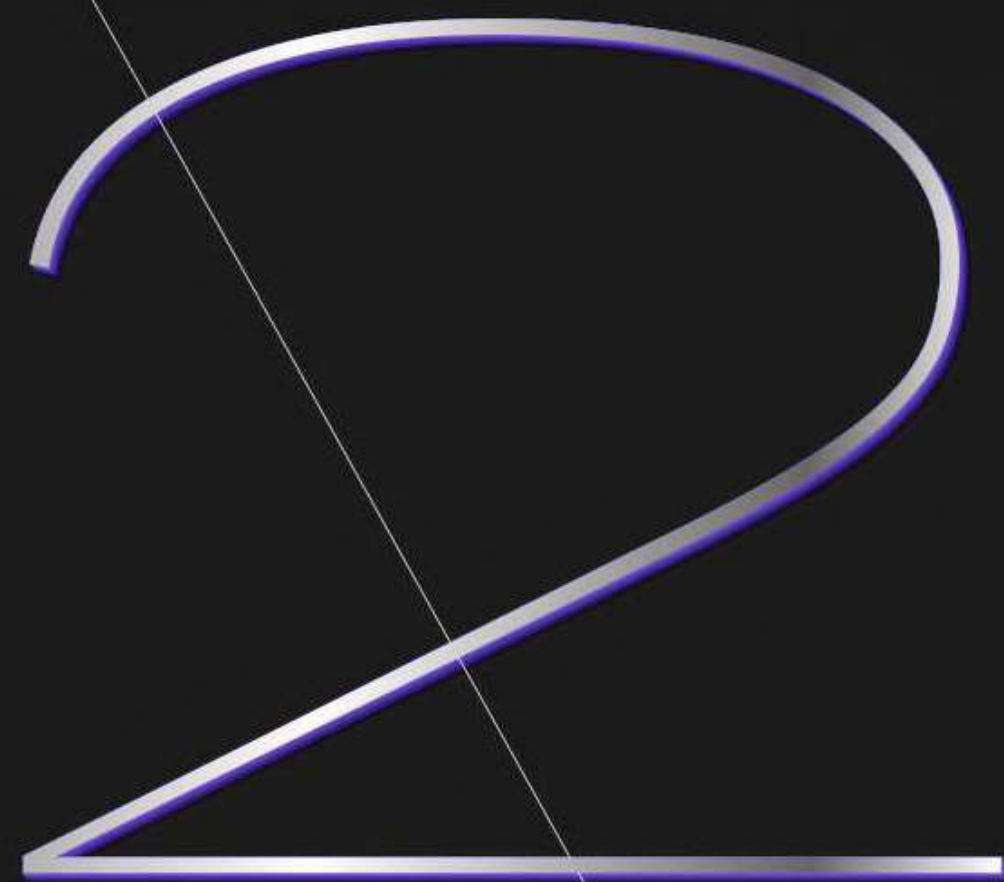
♿ | ♀ | ♂ | ↗ | туалет

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam eorummy nibh  
maimod 5000000 et laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim

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

1

2



офисы 23-45  
переговорные 1-10

этаж

MR



# Правила размещения лого партнёров

## НОСИТЕЛИ

Скачать макет

Принцип компоновки логотипов

Возможные варианты цвета для логотипов

На этой странице показаны правила использования MR с другими логотипами проектов компании. Для удобства существует два способа размещения логотипа в специальном поле: выравнивание по горизонтали (подходит для широких лого) и вертикали (1/3 высоты поля размещения). Рекомендуется размещать композицию на значительной высоте от пола (~1,5 м).

Логотипы можно располагать в произвольном порядке, можно придерживаться определённой иерархии и при необходимости менять порядок размещения.

Принцип компоновки логотипов для Chess & Jazz

В виде исключения допускается увеличивать размер небольших логотипов.

Принцип расположения логотипов в квадратном формате также имеет два варианта компоновки, но для горизонтальных логотипов нужны отступы с краёв. Логотипы MR и Chess & Jazz специально отличаются по размеру.

**MR**

**метрополия.**

**SLAVA**

**CITY BAY**

**iCITY**

**ПАВЕЛЕЦКАЯ СИТИ**

**SYMPHONY 34**

**hide**

**FAMOUS**

**mod.**



2023

**MR**