

# Руководство по применению элементов фирменного стиля

ЭЧКО

прео  город  
в слободе

# Манифест

---

В 2013 году мы первые начали преобразовать эту территорию: возводили новые дома, продумывали благоустройство и архитектуру, прописывали сценарии жизни. Уже тогда мы знали, что этот район будет современным и качественным местом для будущих жителей.

За 10 лет освоения мы возвели 30 домов, в которых живут более 15 000 наших клиентов.

Многие из них выросли, женились, завели детей, перевезли поближе родителей — их жизненные сценарии складывались вместе с изменением района. Площадки для спорта, развития и игр, соседский центр, инфраструктура для работы и досуга — мы находимся в контакте с нашими жителями. На протяжении всего времени преобразования территории мы развиваем отношения с ними и продолжаем развиваться сами.

Сейчас пришло время расширять горизонты для новых жизненных сценариев.

# Стратегическая идея проекта

В 2023 году мы выходим на освоение новых земель и наш проект соединит территорию в единое целостное пространство, создавая полноценный город в этой локации, прокладывая философию «всё связано».

- Объединяем городскую связь с новыми решениями;
- Объединяем людей схожих ценностей;
- Объединяем практики с комфортной жизнью и находимся в системе координат «девелопмента отношений».

Это уже не просто район, а сеть кварталов, объединенных общими ценностями, общим именем. Независимо от того, в каком жилом комплексе Тюменской Слободы не жил бы человек, он называет свой район Преображенский.

## Город в слободе

Новая сетка кварталов от ЭНКО объединяет пространство в одну территорию. Масштаб проекта растет и наш район за счет этого становится доминантой, столицей района Тюменская слобода.





Мы слышим нашу аудиторию и стремимся быть современнее. Быть понятнее, доступнее и ближе, говорить на языке клиента. Проект на рынке уже 10 лет: за это время он модернизировался и стал лучшей версией себя.

Поначалу это был район для тех, кто выбирал своё первое жильё. В последние пять лет мы превратили его в центр притяжения, подняли престиж локацию, добавили новые жизненные сценарии. Сейчас изменился и сам рынок, наша аудитория существенно помолодела: ядро тех, кто принимает решение, сместилось с 35-45 до 25-35 лет. Рожденные с 1981 по 1996 год стремительно привносят в мир новые ценности: открытость, экологичность и инновации.

Теперь это не авторитетный родитель, от которого ожидают опоры в трудную минуту, а «такой же как ты», открытый миру, переменам и развитию. Это оптимист и друг, член сообщества, готовый всегда оказать поддержку и сделать работу вместе.

Краткость и конкретность имени дают нам скорость и стремительность, одновременно упрощают сложное и отбрасывают лишнее.

«Прео» звучит просто и демократично. Именно так и называют район жители между собой.

Пришла пора дать району новое, современное имя, которое будет отражать главную ценность компании — задавать правила и стандарты.

Поэтому в новую главу района «Преображенский» мы зашли с коротким, звучным и народным названием — «Прео».

Никаких барьеров. Вместо этого — дворы для общения и знакомства. Соседские центры — для развития новых увлечений и хобби. Полюбившиеся планировки — чтобы не ограничивать себя и свои возможности.

# Видение проекта

---



Семантика локации, её контекст и понимание целевой аудитории соединяются с решениями, проверенными временем, – свободой и лёгкости пространства.

## Сила бренда

Пространство для людей, которые ценят качество, выбирают комфортную жизнь, выбирают надёжность.

## Окружение

Как локации – зоны рекреации, сформированная инфраструктура, сильные якоря-бренды, так и жители внутри проекта — со схожими интересами, ценностями и культурой.

## Принципы

Синтез лучших практик девелоперского проекта со свежими решениями для локации.



# Ценности проекта

**прео**  
город в слободе



## Решения, проверенные временем и людьми

Здесь созданы пространства и сервисы для семей с самыми разными сценариями жизни.

## Связь поколений

Создаем продукт, который готовы рекомендовать своим близким и знакомым. Объединяем людей, предоставляем возможность быть ближе к друг другу.

## Общественные пространства

В каждом проекте уделяем внимание не только качествам комфортного жилья, но проектируем и реализуем места притяжения — парки, пешеходные бульвары и дворовые пространства.

## Планировки для жизни

Мы умеем эффективно использовать квадратные метры и продумываем места для хранения так, что вся площадь становится полезной.

## Соседское комьюнити

Все в мире стремятся строить сообщества. Поэтому в районе уже существует общественный центр, которым распоряжаются жители. В результате там есть мастерская, кухня, пространство для спорта и йоги, детский клуб.



# Ценности аудитории

Благодаря масштабу, разнообразию и гибкости решений, проект подойдет для семьи каждого цикла и возраста, сохраняя связь с близкими и отвечая всем запросам клиента, подбирая сценарий для каждого.

Ценности аудитории проекта

семья-дети

в начале пути

связь поколений

прео   
город в слободе

Основной месседж должен работать на решение стандартных задач рекламы девелоперского проекта — раскрывать ценность развития локации и уникальные особенности самого проекта через сценарии жизни людей.

Локация теперь работает сама на себя и дополнительные драйверы не требуются. Людям не нужно рассказывать, где это находится. Рассказываем о проекте с позиции доминирующих преимуществ района.

Новый район со школой?

*У нас их 2.*

Детский сад?

*В проекте их три — два открылись, один проектируется.*

Поликлиника?

*Рядом с домом.*

Дорожная сеть?

*Рассказываем про выезды, расширение объездной дороги, подземную магистраль, связывающую центр и наш район.*

Основной вектор раскрытия УТП района — через истории людей.

# Аудитория проекта

# Базовые психотипы аудитории

Район, аффинитивный  
для романтиков,  
но близкий консерваторам.

Выборка 17427  
пользователей по данным  
Data Fuel.

19%

Новатор

46%

Романтик

27%

Консерватор

7%

Прагматик



# Аудитория проекта

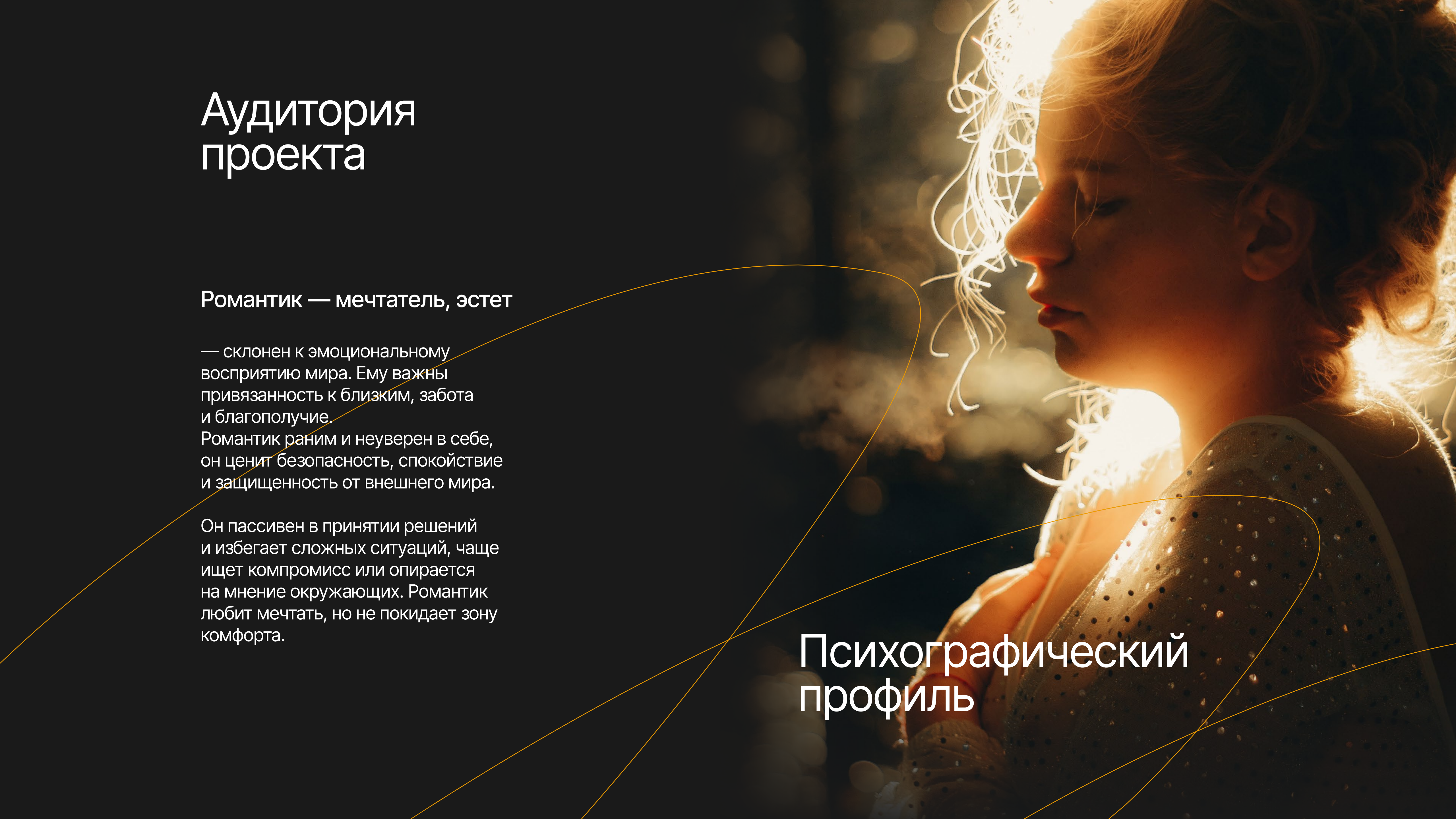
## Романтик — мечтатель, эстет

— склонен к эмоциональному восприятию мира. Ему важны привязанность к близким, забота и благополучие.

Романтик раним и неуверен в себе, он ценит безопасность, спокойствие и защищенность от внешнего мира.

Он пассивен в принятии решений и избегает сложных ситуаций, чаще ищет компромисс или опирается на мнение окружающих. Романтик любит мечтать, но не покидает зону комфорта.

# Психологический профиль





# Аудитория проекта

Ключевые ценности:

защищенность

благополучие

миролюбие и экология

принадлежность

Близкие ценности:

накопление

удержание

контроль

традиции и порядок

## Чего боится?

Ответственности, открытой конкуренции и риска. Романтик не любит выделяться из толпы, ему комфортнее не высказывать мнения и тем самым — не привлекать к себе внимания.

## Как рискует?

Неохотно и вынужденно, по возможности избегает рисков. Если другого выхода нет — долго сомневается, нервничает и старается максимально снизить ставку.

## Как общается?

Деликатно и осторожно. Романтик реагирует на все нюансы и оттенки речи. Он предпочитает камерное, тёплое общение.

## Как мыслит?

Непоследовательно и ситуативно. Романтик склонен к частой смене точки зрения, ему легче принять авторитетное или общественное мнение.

## Как принимает решения?

Эмоционально, робко, опираясь на свои чувства. Ранимый и неуверенный в себе романтик долго сомневается в выборе и избегает ответственности за результат.

## Как тратит деньги?

Осторожно, не рискуя большой суммой. Романтик выбирает наиболее распространенные товары. Товары, привлекающие романтика, чаще популярны и носят бытовой характер.

# Психологический профиль





**ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ**  
жилой район

Авторитетный родитель. Обособленный, но надёжный. Консервативный и традиционный. Район только для семей и пенсионеров.



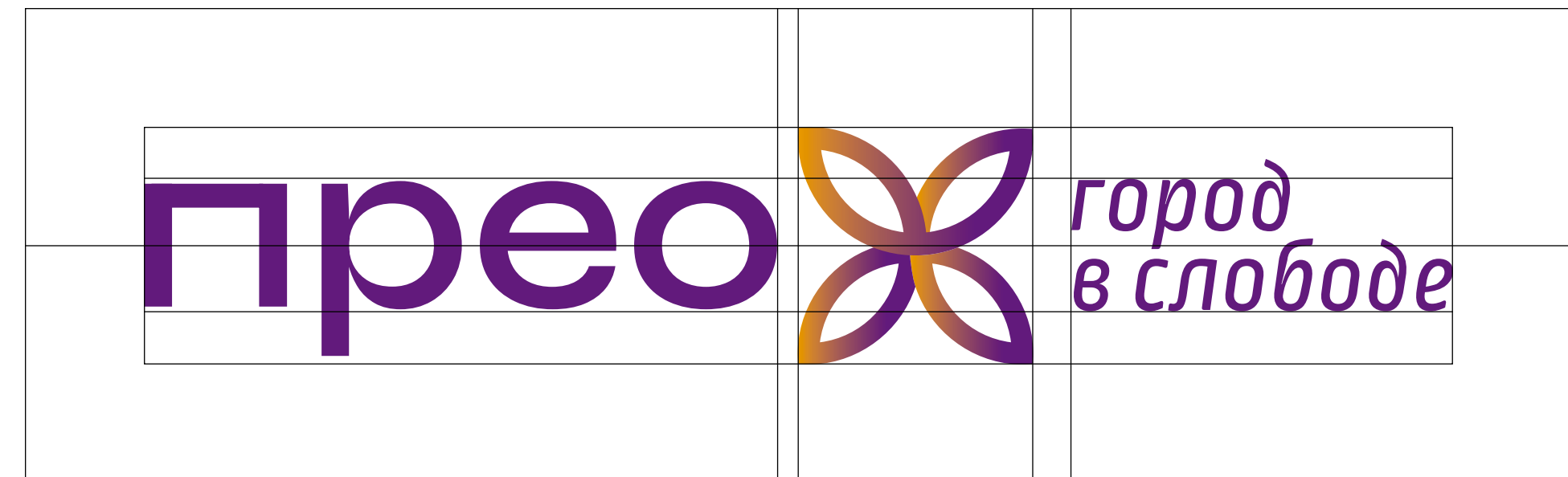
Свободный, открытый и современный. Никаких барьеров. Вместо этого — дворы для общения и знакомства. Соседские центры — для развития новых увлечений и хобби. Полюбившиеся планировки — чтобы не ограничивать себя и свои возможности.

# Мастер-версия логотипа

Версия логотипа с логознаком  
основная, но подходит далеко  
не для всех макетов.

Например, он подойдет для вывески,  
сувенирной продукции, а также для  
макетов, где нет сложного сочетания  
цветов на заднем фоне

Охранное поле логотипа  
важно соблюдать, чтобы  
оно не уходило под обрез макета,  
либо на него не попадали текст  
либо соседствующие элементы.





# Версия логотипа с другой компоновкой

Версия логотипа с логознаком  
дополнительная, подходит в случае, когда  
для логотипа не так много места по длине  
или композиция должна быть выстроена  
по определенным модулям

Охранное поле логотипа  
важно соблюдать, чтобы  
оно не уходило под обрез макета,  
либо на него не попадали текст  
либо соседствующие элементы.



# Цветовые версии логотипа

1. Используйте всегда первоочередно главные цветовые версии, чтобы у аудитории выстроился узнаваемый образ бренда, с его цветами в том числе.

2. Так же предусмотрено цветовое решение в два однотонных цвета. Оно может быть использовано в тех случаях, когда нужно добиться хорошего контраста. Такой вариант может быть использован когда технически возможно выполнить только лаконичную заливку/вышивку.

3. Черно-белые версии допустимы в полиграфии и печати с цветовыми и прочими ограничениями.

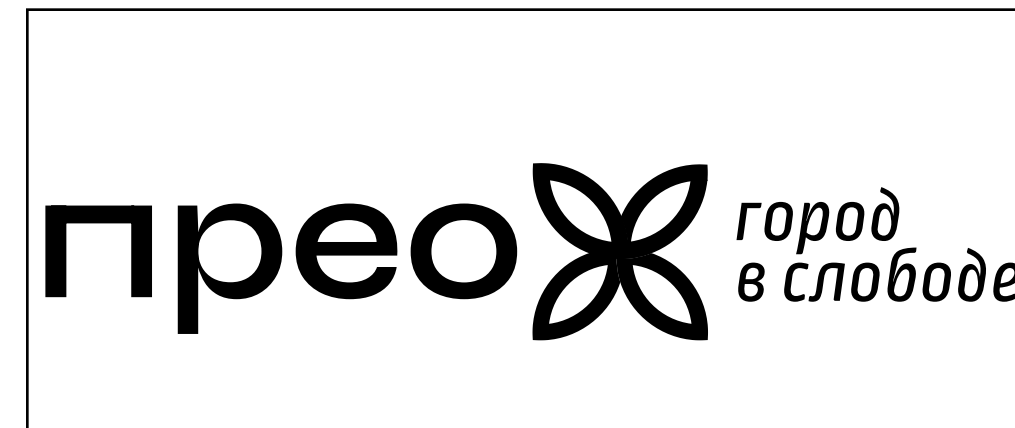




# Недопустимое использование логотипа



Оранжевый цвет при печати может оказаться светлее, лого потеряется



Не нарушайте границы охранного поля логотипа.



Не создавайте новые комбинации логотипа и не меняйте местами его элементы



Не размещайте лого поверх пестрых изображений, на которых он будет теряться и плохо читаться



Не используйте цвета и цветовые решения, отличные от фирменных



Не используйте абрис / обводку у логотипа



Не искажайте пропорции лого. Не сужайте, не расширяйте и не наклоняйте его



Не используйте абрис / обводку у логотипа

# Фирменные цвета

R 234 C 1  
G 153 M 49  
B 0 Y 93  
K 0

#ea9900

RAL  
060 70 70

R 93 C 77  
G 37 M 92  
B 122 Y 5  
K 1

#5d257a

RAL  
310 20 30

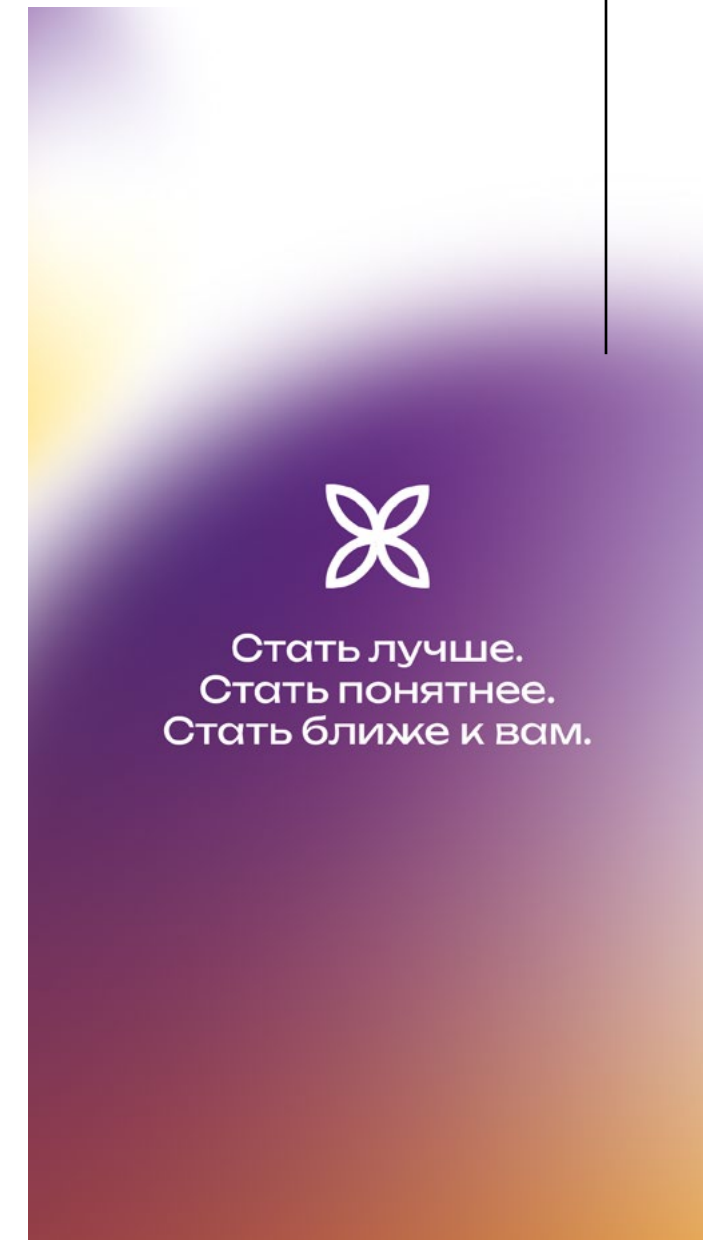
R 255 C 0  
G 255 M 0  
B 255 Y 0  
K 0



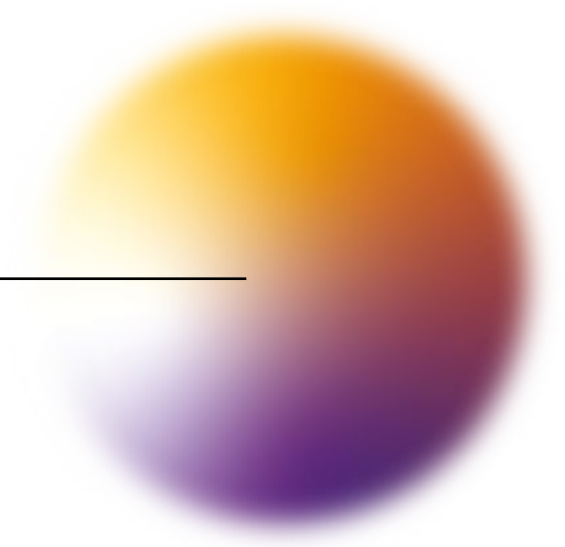
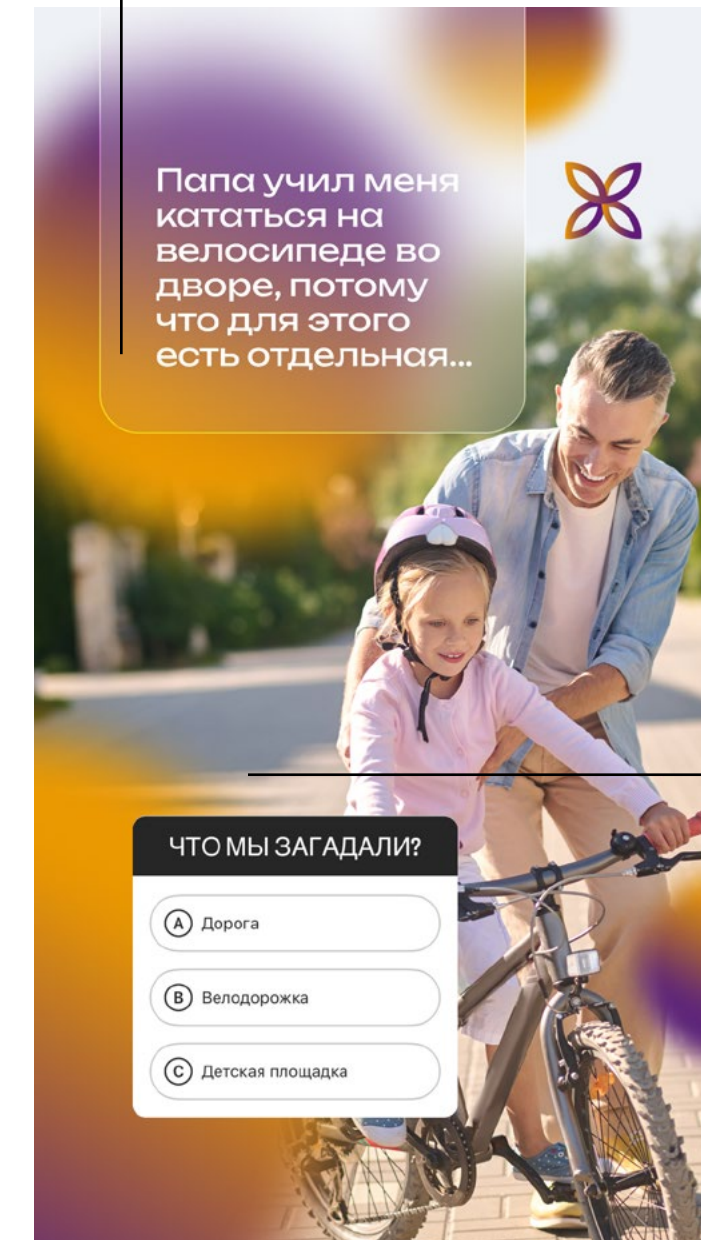


# Графические элементы используемые в диджитал

Произвольный  
градиент через  
белый цвет



Стекломорфизм



Фигура круга+Блюр

# Unbounded Regular

Arimo  
Regular

Заголовок, не используется написание Medium,  
регистр стандартный, без капителей

ссылка на скачивание шрифта Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Unbounded?query=Unbounded&subset=cyrillic&noto.script=Cyrl>

Наборный

ссылка на скачивание шрифта Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Arimo?query=Arimo&subset=cyrillic&noto.script=Cyrl>



# Голос бренда

## Первостепенная коммуникация:

Чувственная • Бережная • Лёгкая • Описательная •  
Естественная • Ровная и спокойная • Образная

## Второстепенная коммуникация:

Простая • Последовательная • Короткие фразы  
• Повторения • Описание процедур • Упор на  
популярные смысловые и культурные коды •  
Конкретная • Стандартная



## Фотоматериал

Основными тезисами для него остаются: легкость, теплота, открытость, жизнерадостность, семейность. Допустима ироничность, без пошлости и клипарта. Фотографии можно охарактеризовать как естественные и органичные. Должна сохраняться стилистическая особенность бренда, современное звучание.

## Поиск фото и параметры

- Сайт [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com)
- Ввод основных параметров на английском языке
- Пользуемся расширенным поиском и отмечаем необходимые параметры
- Не забываем смотреть рекомендации и похожие изображения



акцентная типографика,  
когда есть возможность

обтравка изображений

Мам,  
ставь  
чайник

К родителям на ужин  
в соседний дом

  
ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ  
Новая глава  
большой истории  
района.

Где всё  
просто  
и знакомо

Новое имя жилого  
района Преображенский  
от ЭНКО

**прео**   
город в слободе

**прео**   
город в слободе

Застройщик ООО «ЭНКО ФИНАНС». Проектная декларация на наш дом.рф. Предложение ограничено. Не оферта. **ЭНКО**

**прео**   
Новое имя  
любимого района.

Застройщик ООО «ЭНКО ФИНАНС». Проектная декларация на наш дом.рф. Предложение ограничено. Не оферта.

**ЭНКО**

подвижная средняя  
линия, выше или ниже  
середины изображения

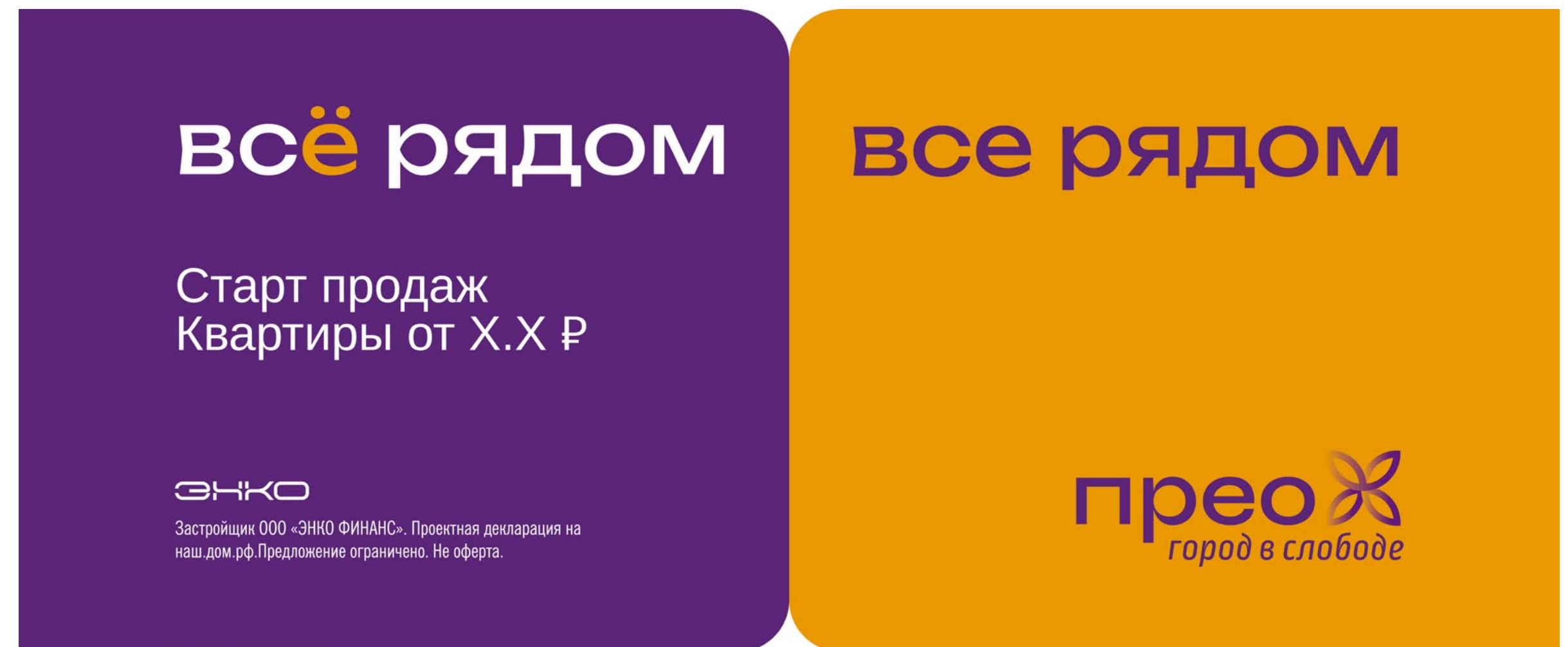
могут быть обоснованные  
композиционные исключения

использование  
градиента

блоки соприкасаются,  
не пересекаются



# Наружная реклама



ИМИДЖ

СБЫТ

Где всё  
просто  
и знакомо

прео   
город в слободе


Новое имя жилого  
района Преображенский  
от ЭНКО

Застройщик ООО «ЭНКО ФИНАНС». Проектная декларация  
на наш.дом.рф. Предложения ограничено. Не oferta.

ЭНКО





**прео**   
город в слободе

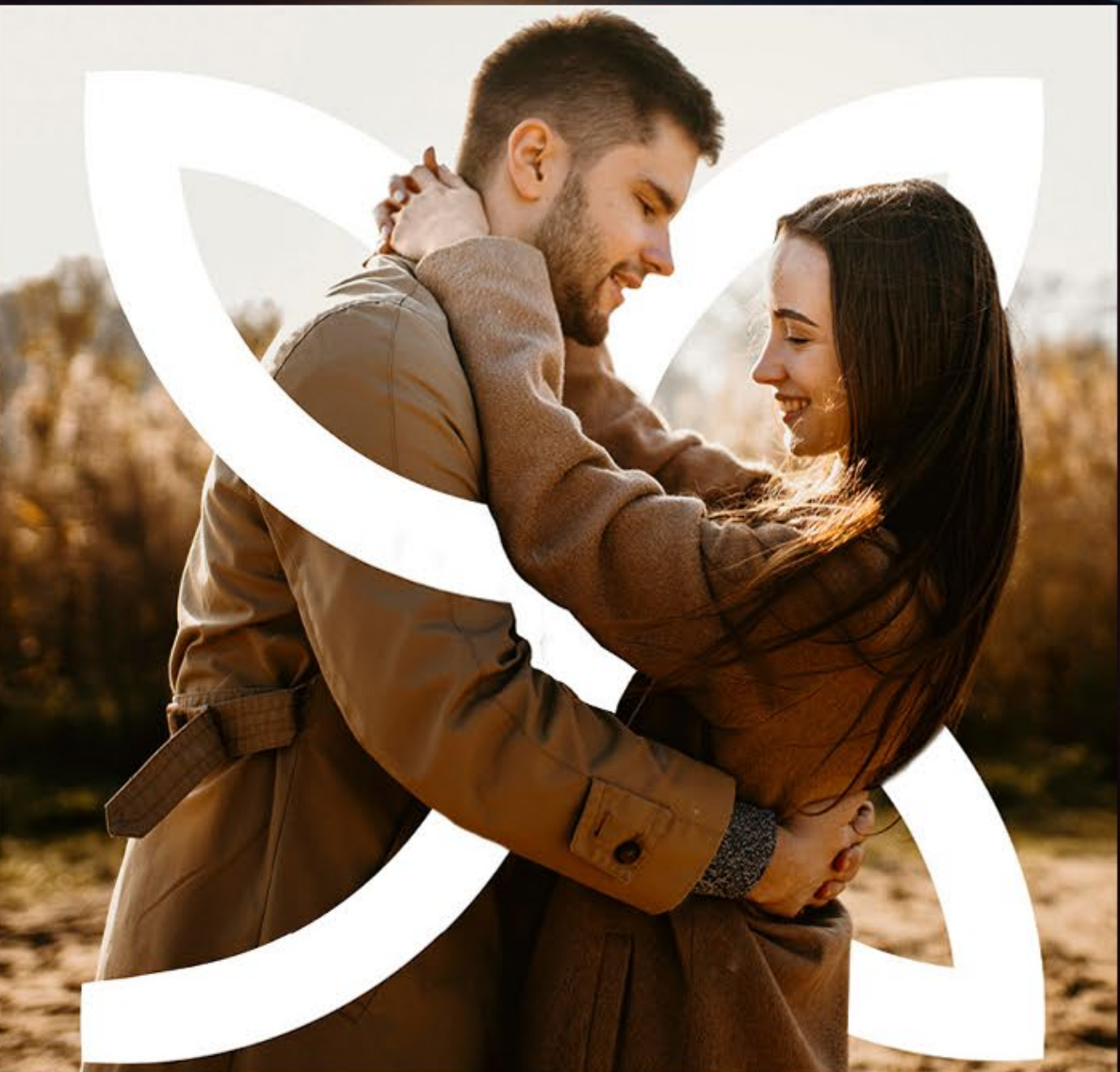
Новое имя жилого  
района Преображенский  
от ЭНКО


Быть частью  
большого

Стать  
большим

Застройщик ООО «ЭНКО ФИНАНС». Проектная декларация  
на наш.дом.рф.Предложение ограничено. Не оферта.

**ЭНКО**



News 

MS 4063 B

ДЕПО






**всё рядом**

Старт продаж  
Квартиры от Х.Х ₪

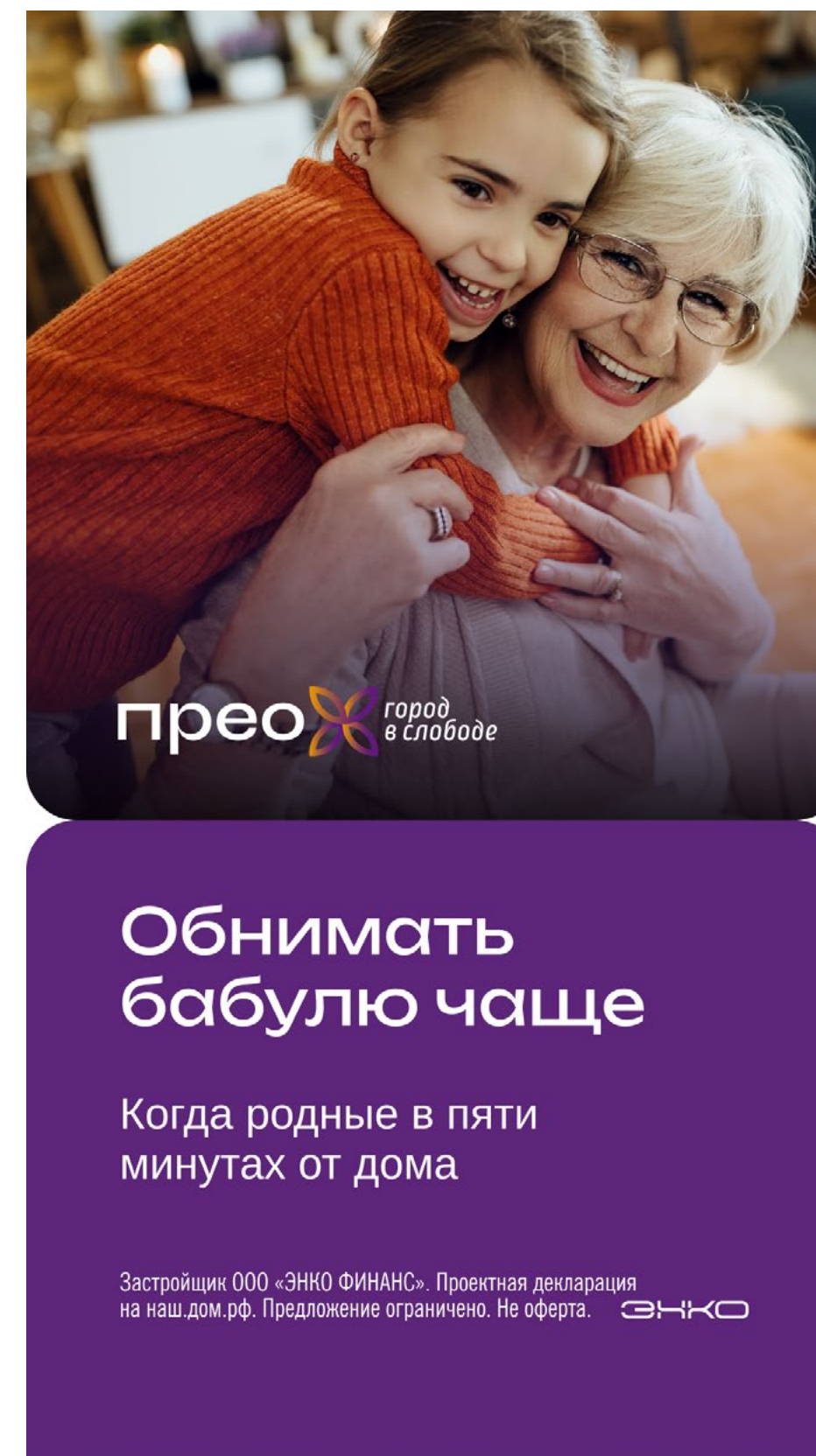
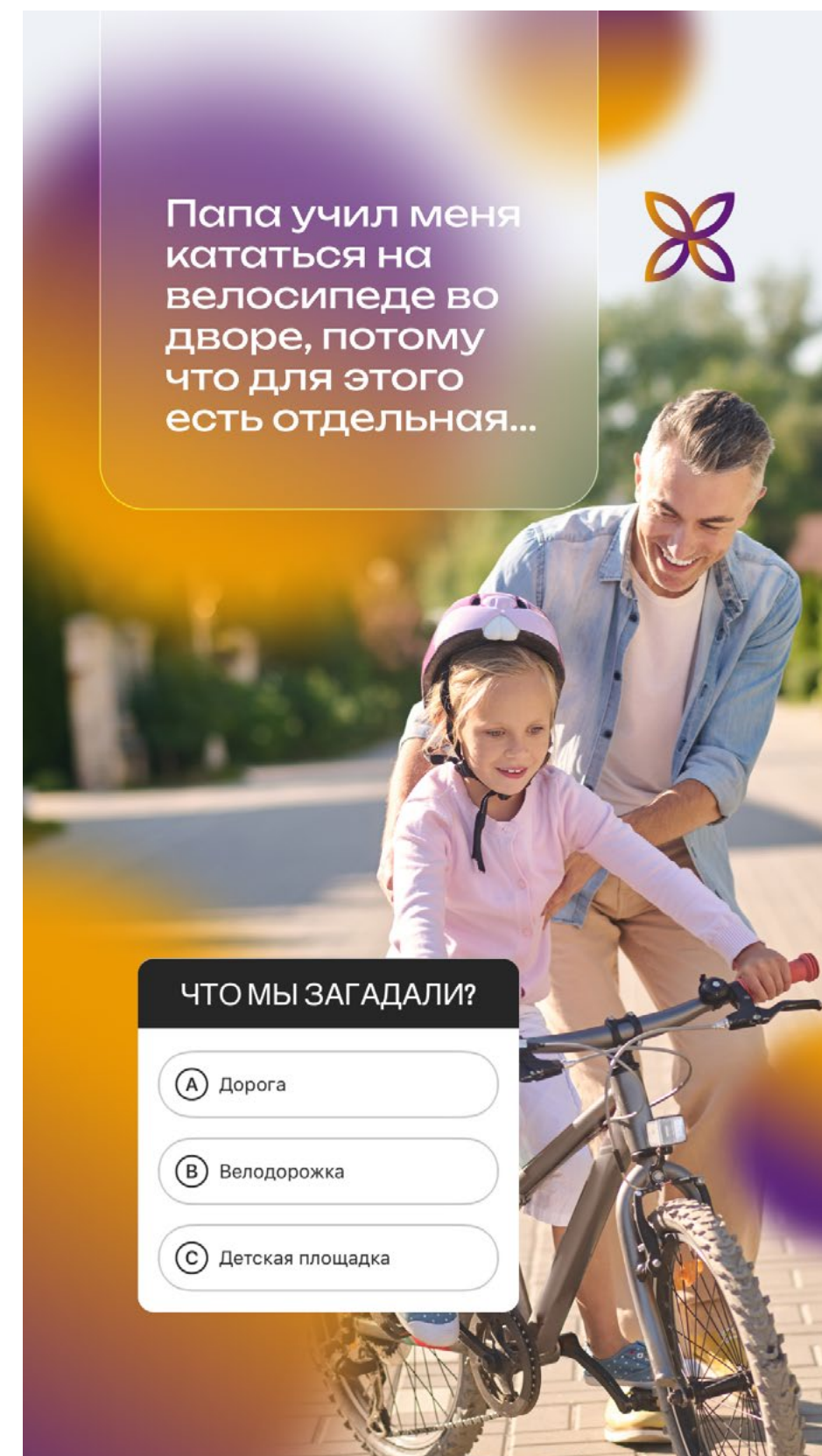
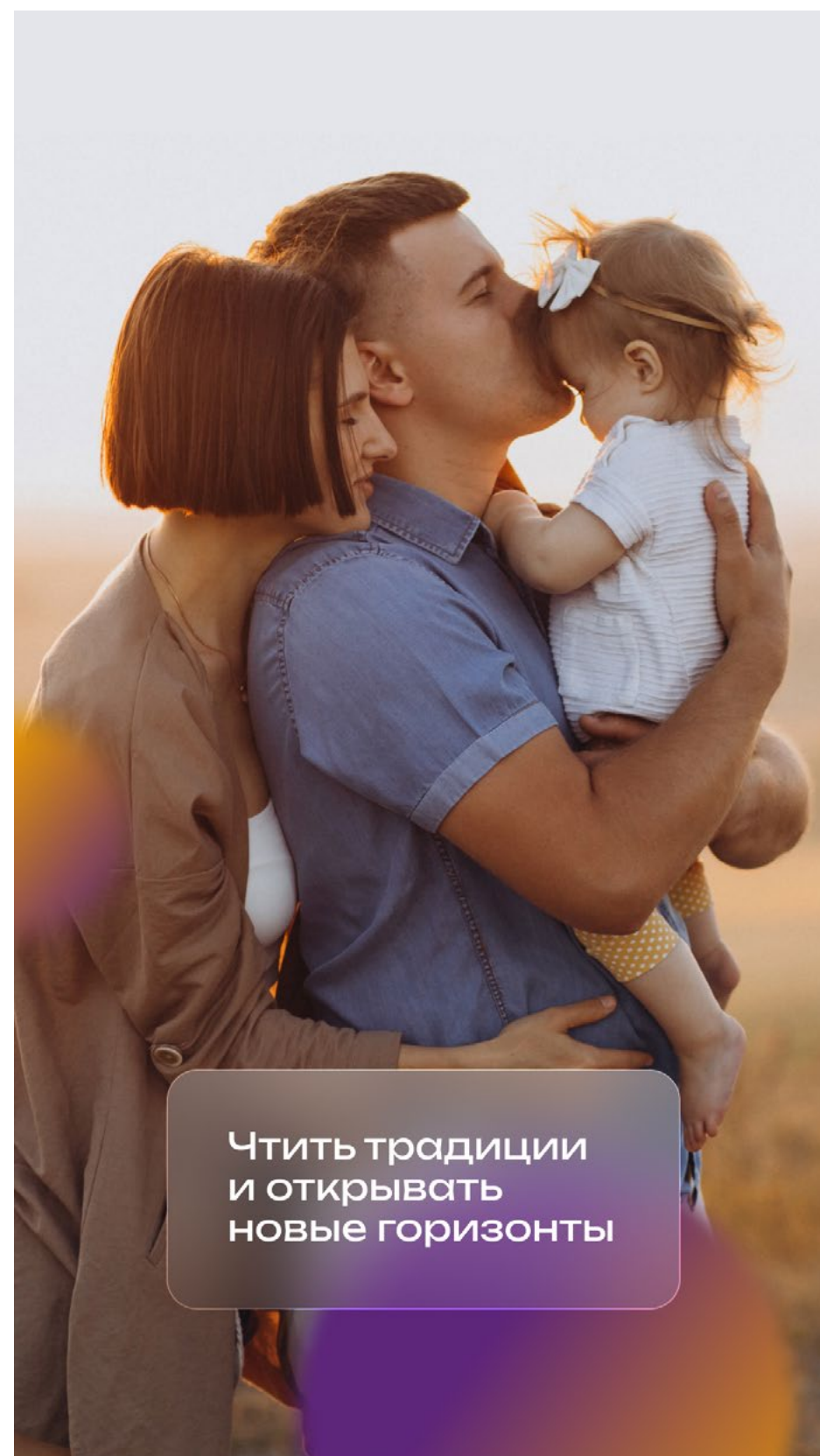
**ЭНКО**  
Застройщик ООО «ЭНКО ФИНАНС». Проектная декларация на наш дом.рф. Предложение ограничено. Не оферта.

**все рядом**

**прео**   
город в слободе



# Диджитал реклама







# Всё по-настоящему

В благоустройстве наших дворов мы используем такие материалы, чтобы большие и маленькие жители могли почувствовать всё по-настоящему. Потрогать, вдохнуть, увидеть.

Износостойкий газон	Мульча	Крупнозернистый песок	Хвойные деревья	Цветы	Клевер
ходить босиком	дышать лесом после дождя	строить замки и загорать	радоваться зелени круглый год	любоваться красотой и ароматом	найти счастливый четырёхлистник

16



прео  город  
в слободе

Мы строим «Преображенский» уже 10 лет: за это время его полюбили тысячи жителей и те, кто приезжает в гости. Он вырос, изменился и стал лучшей версией себя.

И поэтому в новую главу «Преображенского» мы зашли с новым именем района — коротким, звучным и народным — «Прео».

Где всё  
просто  
и знакомо



Новое имя жилого  
района Преображенский

ЭНКО





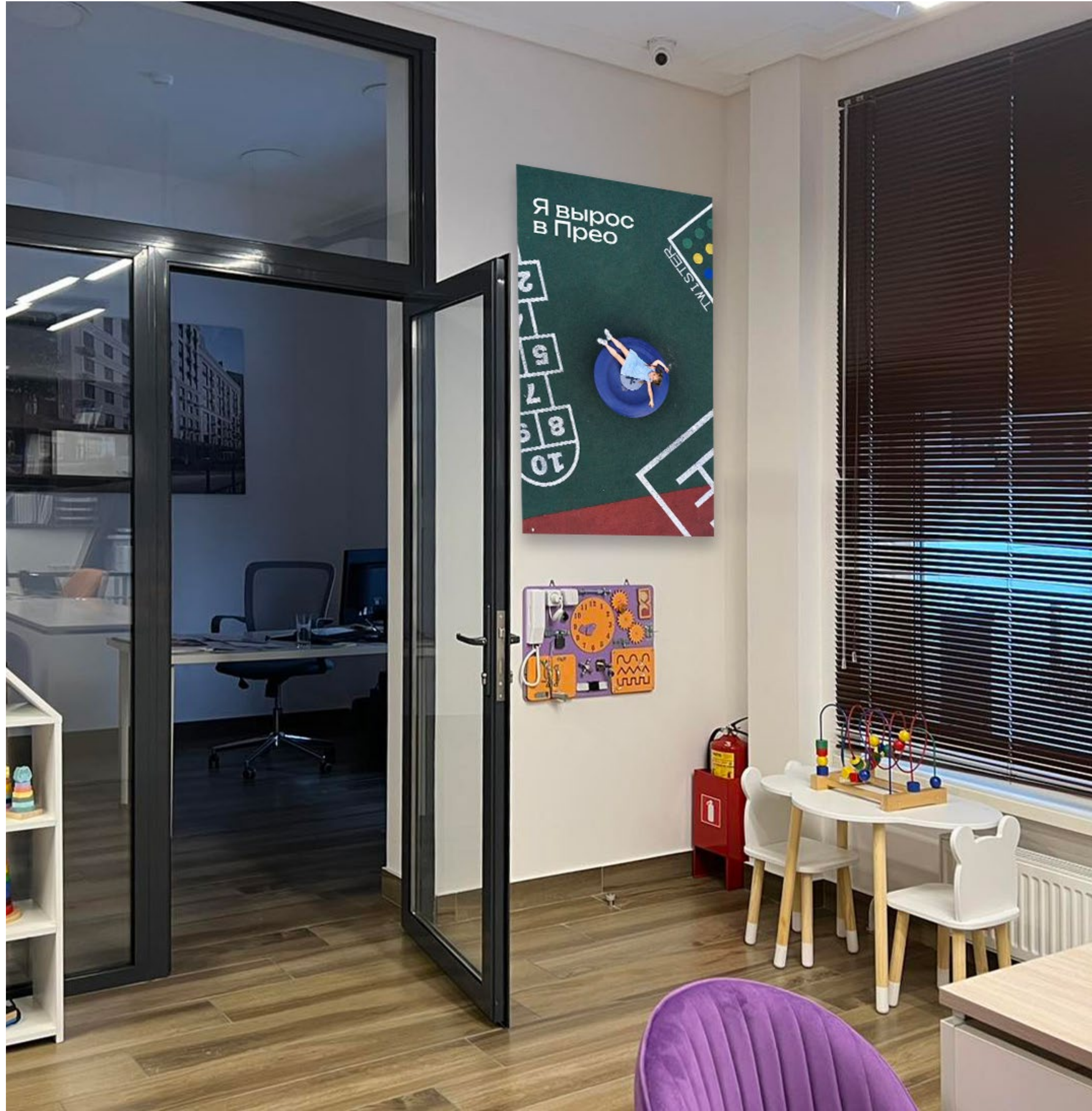




EЧКC



Оформление офиса продаж





прео
город в слободе

## ПАСПОРТ ОБЪЕКТА

прео
город в слободе

**НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА** Жилой район «Преображенский» в г. Тольятти, квартал 5, участок 72.17.1313004.1020. Многоэтажный жилой дом с нежилыми помещениями ПП-72.201.

**СРОКИ СТРОИТЕЛЬСТВА** 1 квартал 2023 года – 4 квартал 2024 года.

**РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО** №72.17.40.2023. Выдано Администрацией г. Тольятти от 07.03.2023 г.

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА**  
 Площадь земельного участка: 40 366 м<sup>2</sup>  
 Количество этажей: 18  
 Площадь застройки: 1 114,00 м<sup>2</sup>  
 Площадь в том числе: 1 114,00 м<sup>2</sup>  
 Количество квартир: 224 шт.  
 Из них: 1-комнатная – 100 шт.,  
 2-комнатная – 101 шт., 3-комнатная – 23 шт.  
 Площадь нежилых помещений: 126,36 м<sup>2</sup>

**ЗАКАЗЧИК** ООО «ЭНКО СТРОЙ», г. Тольятти, ул. Покровская, д. 19, 5 этаж, тел. 56-09-08

**ТЕХ. ЗАКАЗЧИК** ООО «ТЗ „ЭНКО“», г. Тольятти, ул. Покровская, д. 19, 5 этаж, тел. 56-09-08

**ГЕН. ПРОЕКТИРОВЩИК** ООО «АКБ МасштабПроект», 625023, г. Тольятти, ул. Орешкина, д. 612, тел. 29-77-05

**КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** Руководитель проекта: Бонес В.П., тел. +7 908 872-99-90

Наименование органа Администрации города Тольятти, уполномоченного в сфере градостроительной деятельности: Управление исполнения Государственного задания по Тольятти области ГУС ТО. Адрес: г. Тольятти, ул. Невская, 11. Телефон: 49-02-82.

**enco72.ru**

**НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА СТРОИТЕЛЬСТВА** Жилой район «Преображенский» в г. Тольятти, квартал 5, участок 72.17.1313004.1020. Многоэтажный жилой дом с нежилыми помещениями ПП-72.202.

**СРОКИ СТРОИТЕЛЬСТВА** 1 квартал 2023 года – 4 квартал 2024 года.

**РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО** №72.17.40.2023. Выдано Администрацией г. Тольятти от 07.03.2023 г.

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА**  
 Площадь земельного участка: 40 366 м<sup>2</sup>  
 Количество этажей: 18  
 Площадь застройки: 1 114,00 м<sup>2</sup>  
 Площадь здания: 14 770,00 м<sup>2</sup>  
 Количество квартир: 224 шт.  
 Из них: 1-комнатная – 100 шт.,  
 2-комнатная – 101 шт., 3-комнатная – 23 шт.  
 Площадь нежилых помещений: 126,36 м<sup>2</sup>

**ЗАКАЗЧИК** ООО «ЭНКО СТРОЙ», г. Тольятти, ул. Покровская, д. 19, 5 этаж, тел. 56-09-08

**ТЕХ. ЗАКАЗЧИК** ООО «ТЗ „ЭНКО“», г. Тольятти, ул. Покровская, д. 19, 5 этаж, тел. 56-09-08

**ГЕН. ПРОЕКТИРОВЩИК** ООО «АКБ МасштабПроект», 625023, г. Тольятти, ул. Орешкина, д. 612, тел. 29-77-05

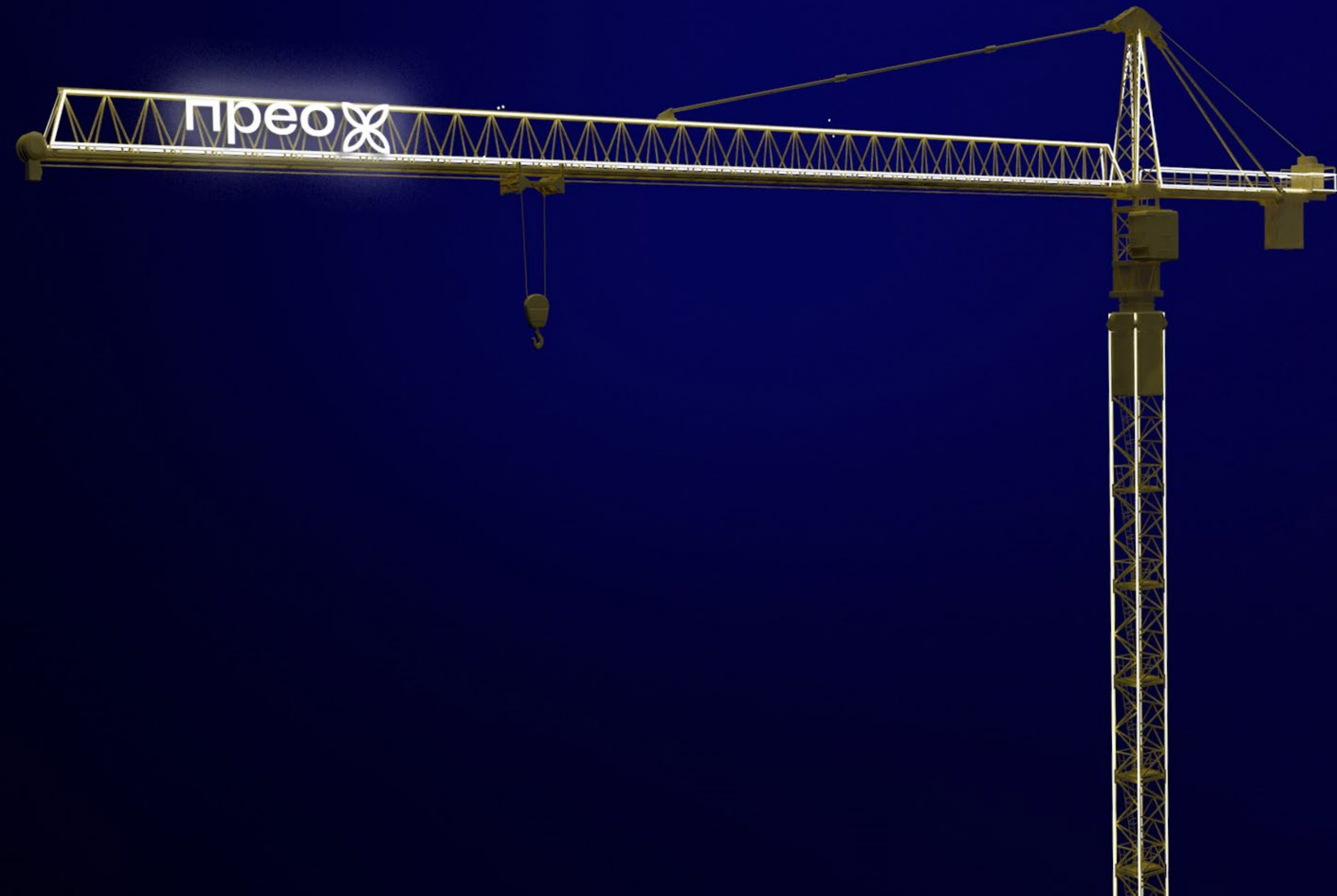
**КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** Руководитель проекта: Бонес В.П., тел. +7 908 872-99-90

Наименование органа Администрации города Тольятти, уполномоченного в сфере градостроительной деятельности: Управление исполнения Государственного задания по Тольятти области ГУС ТО. Адрес: г. Тольятти, ул. Невская, 11. Телефон: 49-02-82.

**enco72.ru**











**где всё просто и знакомо**

3-комнатные квартиры  
от 32,41 м<sup>2</sup>  
до 43,45 м<sup>2</sup>

Купите квартиру в удобном месте

1+, 43.82 м<sup>2</sup>    ГП-11

**всё рядом**

**все рядом**

2-комнатные квартиры  
от 54,12 м<sup>2</sup>  
до 77,15 м<sup>2</sup>

Купите квартиру в удобном месте

2+, 68.54 м<sup>2</sup>    ГП-11

**МАМ, СТАВЬ ЧАЙНИК**

К родителям на ужин в соседний дом

3-комнатные квартиры  
от 62,01 м<sup>2</sup>  
до 113,94 м<sup>2</sup>

Купите квартиру в удобном месте

3+, 90.29 м<sup>2</sup>    ГП-11

**Обнимать бабулю чаще**

Когда родные в пяти минутах от дома

4-комнатные квартиры  
от 137,02 м<sup>2</sup>  
до 156,70 м<sup>2</sup>

Купите квартиру в удобном месте

1 эт.    ГП-11

2 эт.    ГП-11

4, 156.79 м<sup>2</sup>    ГП-11



прео  город  
в слободе