

Природа

экодевелопер



Брендбук

2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛАТФОРМА БРЕНДА	3	ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ	19
Позиционирование	4	ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА	21
Архетип	5	Семантика	22
Миссия	6	Фирменный паттерн	23
Видение будущего	7	Графический мотив	24
ЛОГОТИП	8	ФОТОСТИЛЬ	26
Правила использования логотипа (основная версия с дескриптором)	9	ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ	28
Правила использования логотипа (основная версия без дескриптора)	10	Типовой макет наружной рекламы	30
Правила использования логотипа (сокращенная версия с дескриптором)	11	Имиджевые постеры	33
Правила использования логотипа (сокращенная версия без дескриптора)	12	Шаблон оформления социальных сетей (лента инстаграм)	34
Поле безопасности	13	Шаблон оформления социальных сетей (сторис)	35
Минимальный размер (основная версия)	14	Email-рассылка	36
Минимальный размер (сокращенная версия)	15	Футболка	37
Фирменный знак	16	Сумка-шоппер	38
ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА	17	Строительный контейнер	39
Фирменные цвета	18	Забор строительной площадки	40
		Зона ожидания в офисе продаж	41

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Платформа бренда — это исчерпывающее описание бренда, его характеристик, миссии. Она позволяет зафиксировать ключевые смыслы и образы бренда. Помогает определить, чем бренд принципиально отличается от конкурентов, а также является основой для всех последующих коммуникаций: от точек контакта до ведения соцсетей. Все виды коммуникаций соотносятся с платформой бренда и иллюстрируют её.

Компания-экодевелопер

**Девелопер, использующий
экотехнологии в строительстве**

Основатель

**Амбассадор
экодевелопмента**

Искатель и творец

Для поиска собственного пути важно постоянно рисковать и двигаться вперед. Для создания чего-то вечного и совершенного важно творить и развиваться.

Ценности

Развитие

Забота

Эффективность

Честность

Эстетика

Характер

Амбициозный

Эмпатичный

Организованный

Открытый

Вдохновляющий

**Построить будущее,
где экологически устойчивое
строительство станет нормой,
приносящей счастье людям.**

Люди вдохновляют,
Природа создает

**Экодевелопер, формирующий
зеленые тренды на рынке недвижимости**

ЛОГОТИП

Логотип — это основной визуальный идентификатор бренда, который передает его ценности и характер, гармонично сочетается со всеми элементами фирменного стиля и универсален для любых носителей. Именно логотип позволяет клиенту быстро узнавать бренд среди конкурентов.

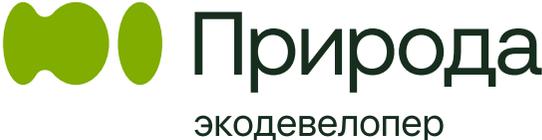
Логотип представляет собой знак и шрифтовое начертание. Также предусмотрены дополнительные версии логотипа.

Правила использования логотипа

Основная версия с дескриптором

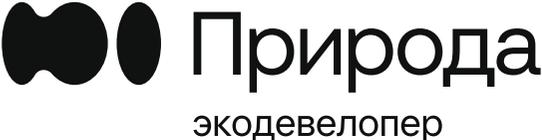
Основную версию логотипа с дескриптором можно использовать во всех форматах. Главное — сохранить читабельность всех элементов.

Основная версия



Монохромную версию логотипа рекомендуем использовать только при черно-белой печати.

Монохромная версия



Правила использования логотипа

Основная версия
без дескриптора

Рекомендуем использовать версию логотипа в случаях, когда однозначно понятен контекст и товарная категория в макете. Либо когда логотип размещается на поверхности или объекте, относящихся к деятельности компании.

Основная версия



Монохромную версию логотипа рекомендуем использовать только при черно-белой печати.

Монохромная версия



Правила использования логотипа

Логотип

Сокращенная версия
с дескриптором

Рекомендуем использовать сокращенную версию логотипа, если в макете используется графический мотив, а рекламное сообщение содержит слово «экодевелопер», чтобы исключить повторения.

Версия с выравниванием
по левому краю

Природа
экодевелопер

Версия с выравниванием
по центру

Природа
экодевелопер

Версия без дескриптора

Природа

Природа
экодевелопер

Природа
экодевелопер

Природа

Правила использования логотипа

Сокращенная версия
без дескриптора

Рекомендуем использовать сокращенную версию логотипа, если в макете используется графический мотив, а рекламное сообщение содержит слово «экодевелопер», чтобы исключить повторения.

Природа



Поле безопасности

Поле безопасности — это пространство вокруг логотипа, внутри которого запрещено размещение любых элементов. Поле помогает сохранить четкость и узнаваемость логотипа, по размеру равно высоте знака.

При необходимости поле безопасности можно сократить по одной из четырех сторон с сохранением пропорций остальных трех сторон. Данное поле безопасности актуально для всех версий логотипа.

Рекомендуемое поле безопасности

Ситуационное поле безопасности



Минимальный размер

Основная версия

У логотипа есть минимальный размер, который гарантирует корректное отображение всех элементов без искажений. Обратите внимание, указанный ниже размер не учитывает пространство для поля безопасности вокруг логотипа.

Минимальный размер логотипа с дескриптором для печатной среды



Минимальный размер логотипа без дескриптора для печатной среды



Рекомендуем всегда сохранять пропорции логотипа и уточнять в типографии технические требования для разных способов печати. Это позволит печатать логотип без потери качества изображения.

Минимальный размер логотипа с дескриптором для цифровой среды



Минимальный размер логотипа без дескриптора для цифровой среды



Минимальный размер

Сокращенная версия

Логотип

Минимальный размер логотипа
с дескриптором для печатной среды

Природа
экодевелопер

25 мм

Минимальный размер логотипа
с дескриптором для цифровой среды

Природа
экодевелопер

64 px

Минимальный размер логотипа
без дескриптора для печатной среды

Природа

12 мм

Минимальный размер логотипа
без дескриптора для цифровой среды

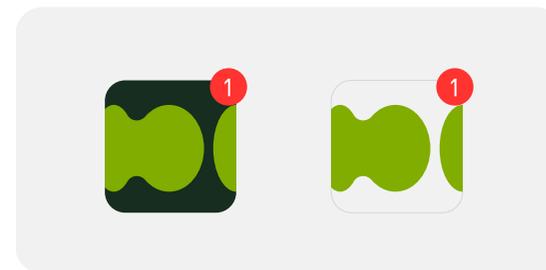
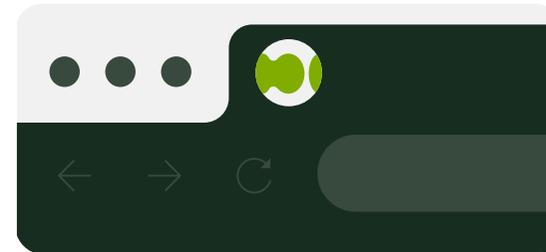
Природа

35 px

Фирменный знак

Логотип

Знак используется для оформления сувенирной продукции, в цифровой среде и прочих случаях, когда указание основного логотипа является необязательным.

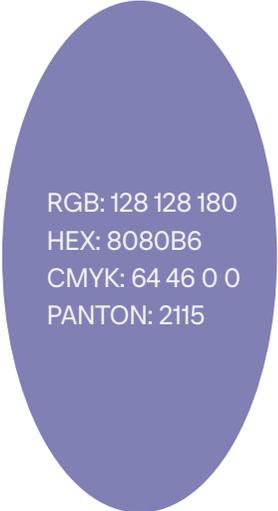


ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Фирменные цвета — ключевой элемент айдентики бренда. Они вызывают определенные эмоции или воспоминания, что можно использовать для передачи желаемого настроения бренда. Уникальные фирменные цвета помогают выделить бренд среди конкурентов, сделать его более запоминающимся.

Фирменные цвета

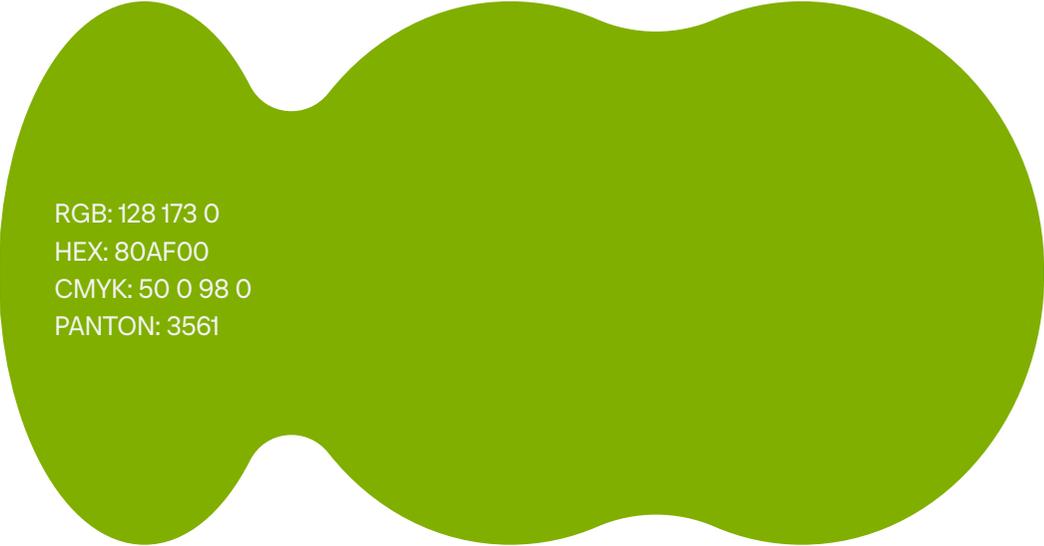
Основными цветами выступают зеленый и темно-зеленый. В качестве дополнительных – светло-серый и фиолетовый.



RGB: 128 128 180
HEX: 8080B6
CMYK: 64 46 0 0
PANTON: 2115



RGB: 241 241 241
HEX: F3F3F3
CMYK: 4 2 4 8
PANTON: Cool Gray 1



RGB: 128 173 0
HEX: 80AF00
CMYK: 50 0 98 0
PANTON: 3561



RGB: 22 45 31
HEX: 162D1F
CMYK: 94 28 74 73
PANTON: 3308

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Фирменный шрифт — неотъемлемая часть фирменного стиля. Он помогает выделить бренд среди конкурентов, привнести гармонию в визуальный образ всех точек контакта. Фирменный шрифт делает образ бренда более привлекательным, улучшает читаемость и облегчает запоминание бренда потребителями.

Стиль заголовков и подзаголовков должен отличаться от наборного текста для большего акцента на информации.

Варианты использования фирменного шрифта с примерами представлены ниже.

Для всех видов коммуникаций
используется шрифт TT Neoris Regular.

Скачать шрифт:
<https://typetype.ru/fonts/tt-neoris/>

Если использование фирменного
шрифта в веб-формате невозможно,
рекомендуем выбрать
Montserrat Medium.

Скачать шрифт:
[https://fonts.google.com/specimen/
Montserrat](https://fonts.google.com/specimen/Montserrat)

Люди вдохновляют, Природа создает

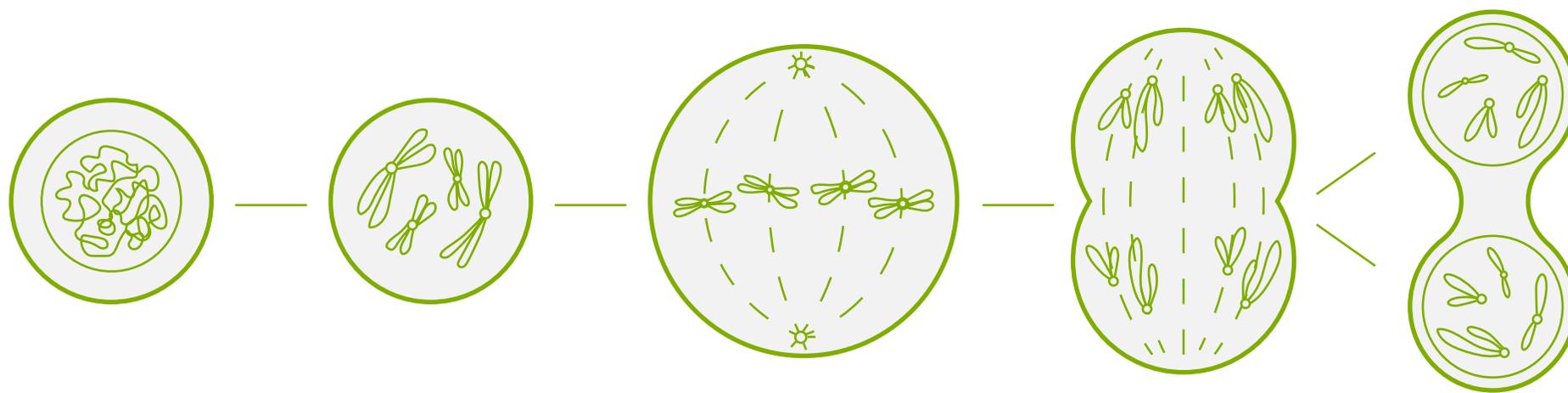
Строим счастливое будущее,
где экодевелопмент станет нормой.

Люди вдохновляют, Природа создает

Строим счастливое будущее,
где экодевелопмент станет нормой.

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

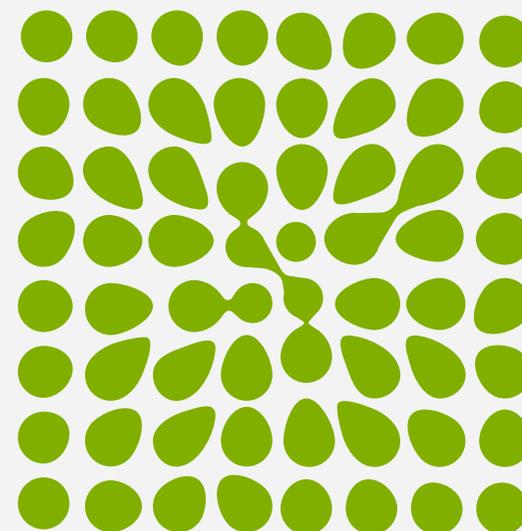
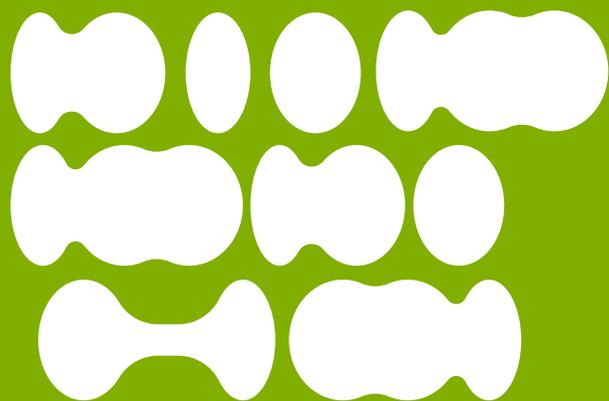
Графический мотив — это основной элемент дизайна, который используют в точках контакта: визитных карточках, упаковке, мерче и других материалах. Он помогает создать целостный образ бренда, связывая все элементы вместе. Рекомендуем использовать графический мотив для узнаваемости бренда, так как потребители будут ассоциировать его со всеми продуктами и услугами компании.



Процесс деления клетки

Фирменный паттерн

Фирменный паттерн представляет собой имитацию деления и объединения клеток.



Графический МОТИВ

Графический мотив строится на живых формах, аналогичных знаку. Такие формы могут быть контейнером для фото, дополнительной графикой на макете.



Предусмотрен 3D-вариант
графического мотива.

Фирменная графика

ФОТОСТИЛЬ

Выбирайте фотографии с живыми эмоциями и избегайте стоковых изображений с застывшими улыбками и срежиссированными позами. Используйте однотонный фон в фирменных цветах проекта. Возможны бытовые сюжеты фото, для них фоном могут стать двор, квартира, фасад дома, строительная площадка.

Рекомендуем понятные ракурсы архитектуры и благоустройства, чистые цвета, горизонт без «заваливания». Для демонстрации геометрии и глубины пространства используйте перспективу, линии которой сходятся в центре кадра. Акцент на деталях можно получить с помощью игры света и тени. Это создает глубину и фактурность здания или отдельных его элементов. Несовершенства окружения лучше ретушировать.

Рекомендуем использовать фотографии с приглушенным, не ярким освещением. Также фактуры и текстуры, напоминающие природные объекты.



НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Носители фирменного стиля — объекты, на которых размещены фирменные графические элементы. Они могут быть материальными и диджитальными.

Сила природы

экодевелопер в Чите

Застройщик: ООО «Природа». Разрешение на строительство
и проектная декларация опубликована на сайте www.наш.дом.рф

Природа



Типовой макет наружной рекламы

Фирменные носители

Графический
мотив



Дисклеймер

Застройщик: ООО «Природа». Разрешение на строительство
и проектная декларация опубликована на сайте www.наш.дом.рф

Природа

Ключевой
посыл

Логотип

Типовой макет наружной рекламы

Фирменные носители

Ключевой посыл —

Природа создаёт
экоквартиры
от 4 млн ₽

Дисклеймер —

Застройщик: ООО «Природа». Разрешение на строительство и проектная декларация опубликована на сайте www.наш.дом.рф

Природа

— Фотография в фирменной плашке

— Логотип

Строим естественно

Первый
экодевелопер
в Чите

природа.рф

Имиджевые постеры

Фирменные носители

Демонстрационные
макеты

Ключевой
посыл



Дополнительная
информация

Сайт

Имиджевое
изображение



Ключевой
посыл

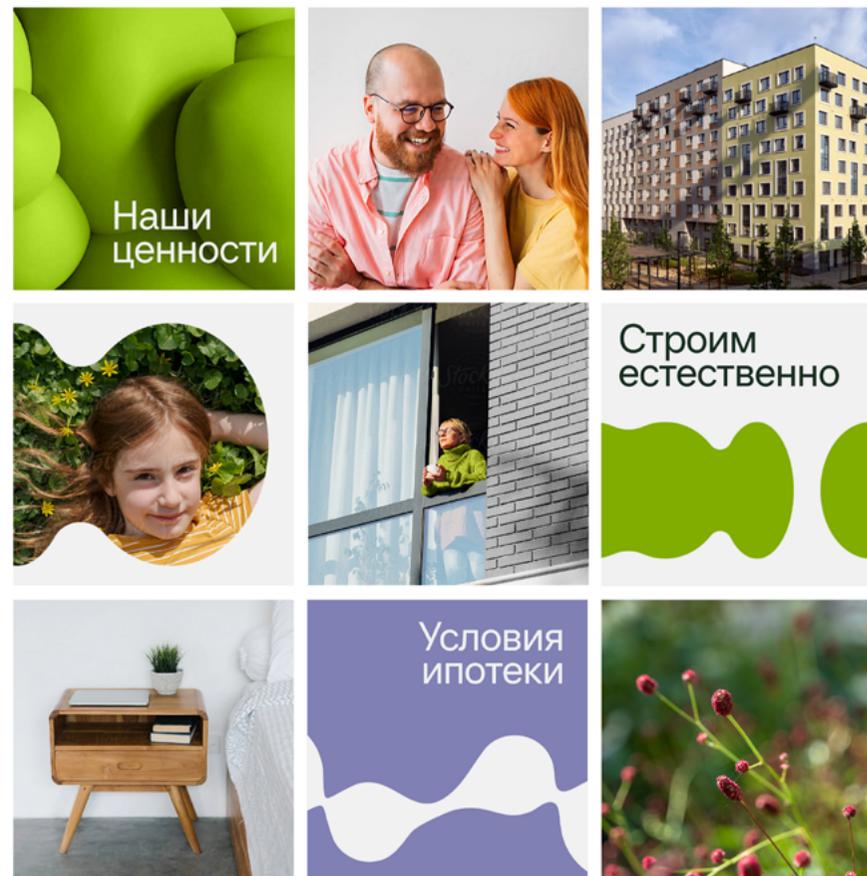
Графический
мотив

Шаблон оформления социальных сетей (лента инстаграм*)

Фирменные носители

Для оформления постов в социальных сетях используется следующие шаблоны:

- текст + графический мотив
- фото в фирменной плашке
- фото

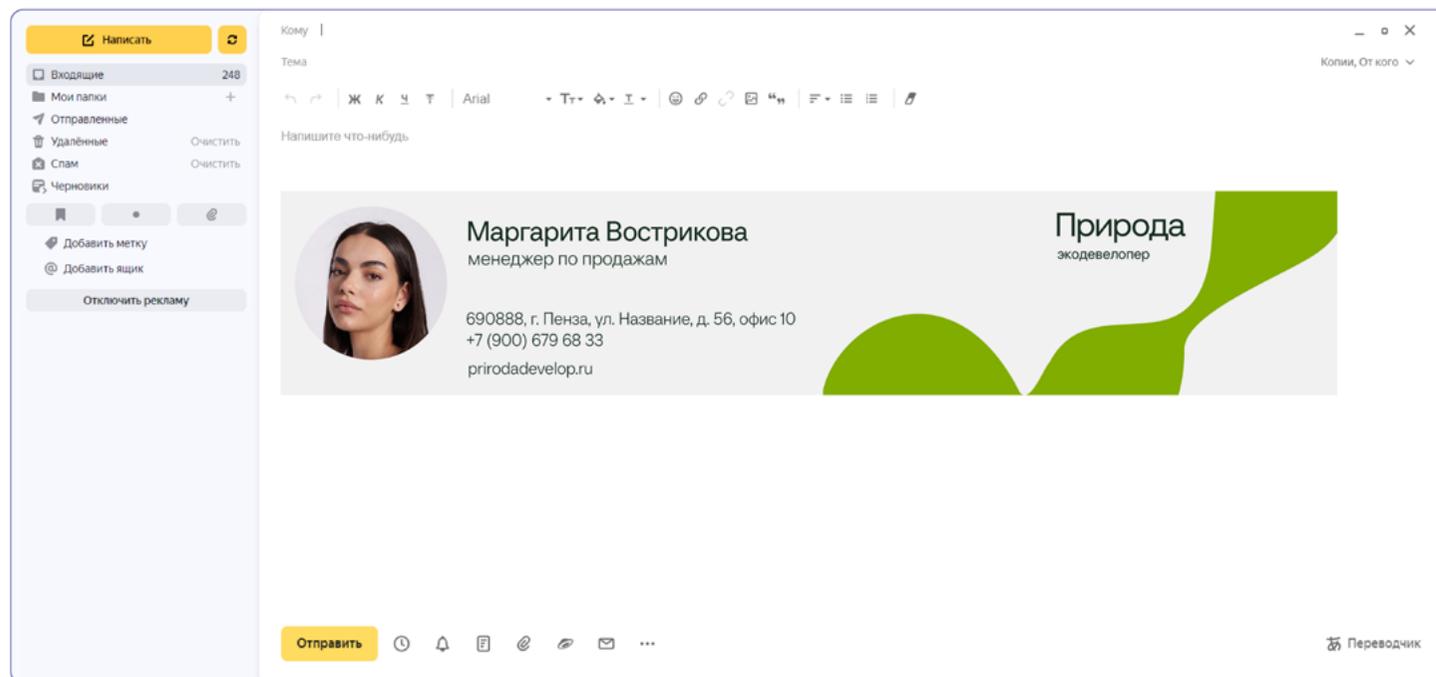


Шаблон оформления социальных сетей (сторис)

Фирменные носители



Демонстрационный
макет



Футболка

Фирменные носители

Футболка из органического хлопка.
Тип нанесения – рефлексивная
термонаклейка.



Сумка-шоппер

Фирменные носители

Сумка-шоппер из органического хлопка.
Тип нанесения – сублимация по ткани.



Строительный
контейнер

Фирменные носители



Забор строительной площадки

Фирменные носители

Для оформления забора на строительной площадке рекомендуем использовать модули в фирменном стиле девелопера.

Соотношение сторон модулей — 1:2.

Природа

Развиваем
город естественно

priroda.dev



Зона ожидания в офисе продаж

Фирменные носители



DEVISION