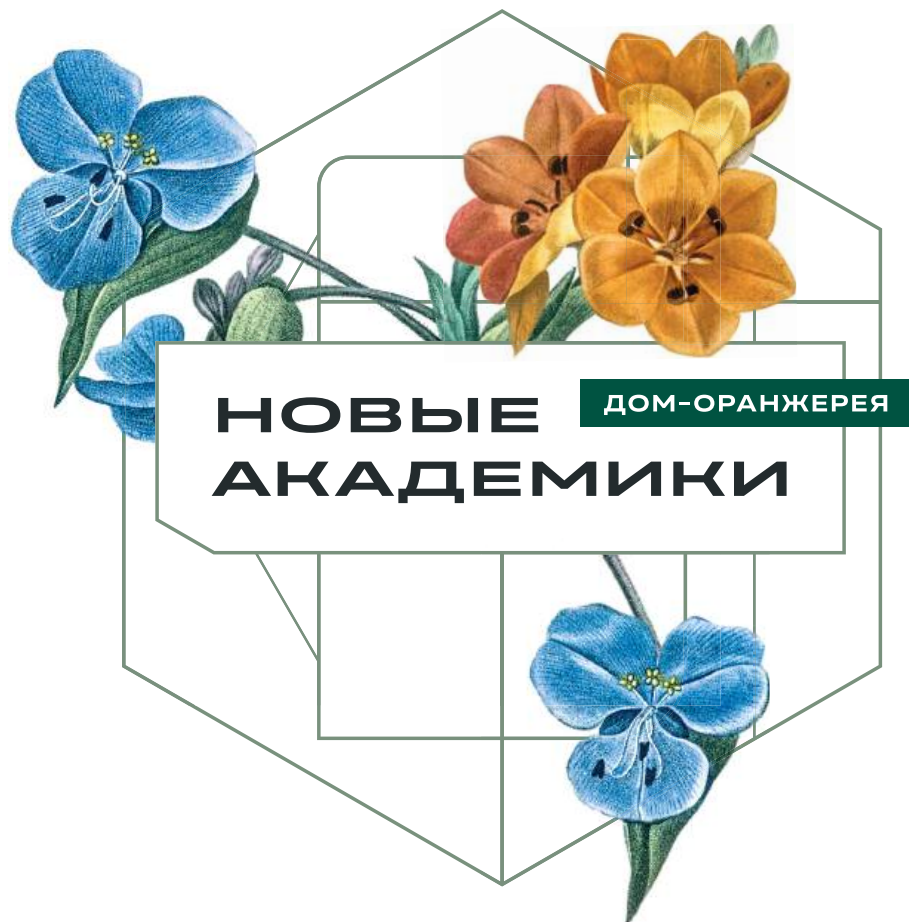




**НОВЫЕ  
АКАДЕМИКИ**

ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ



О проекте

**Новые Академики** — это жилой комплекс в экологически-чистом районе Москвы, в котором красота природы и плюсы загородного образа жизни сочетается с элегантностью современной архитектуры и городской динамикой.

Проект должен стать настоящей находкой для аудитории — они мечтали о просторной академической даче, искали при этом большую квартиру для всей семьи, а нашли новое, неожиданное решение, которое превзошло все их ожидания.



« Архитектурная концепция проекта выполнена в стиле, сочетающем наследие и современную архитектуру. При этом в центре внимания остается главное — сообщество.

Современные башни перетекают в разнообразные террасы, соединяющиеся с подиумом, окружающим внутренний двор — сердце проекта. Дизайн внутреннего двора разработан таким образом, чтобы стать не только местом встреч для жителей, но центром притяжения для жителей близлежащих районов.

**uns**  
UNSTUDIO



« Гостеприимный внутренний двор в сочетании с общественными «кварталами в небе» и оранжерейными террасами создают многофункциональное открытое пространство, поддерживающее активный и здоровый образ жизни жителей.

Пространство максимально задействовано в любое время суток и в любое время года благодаря продуманным решениям в инфраструктуре. От уголков для уединения до игровых ландшафтов и кинотеатра на открытом воздухе.

**uns**  
UNSTUDIO



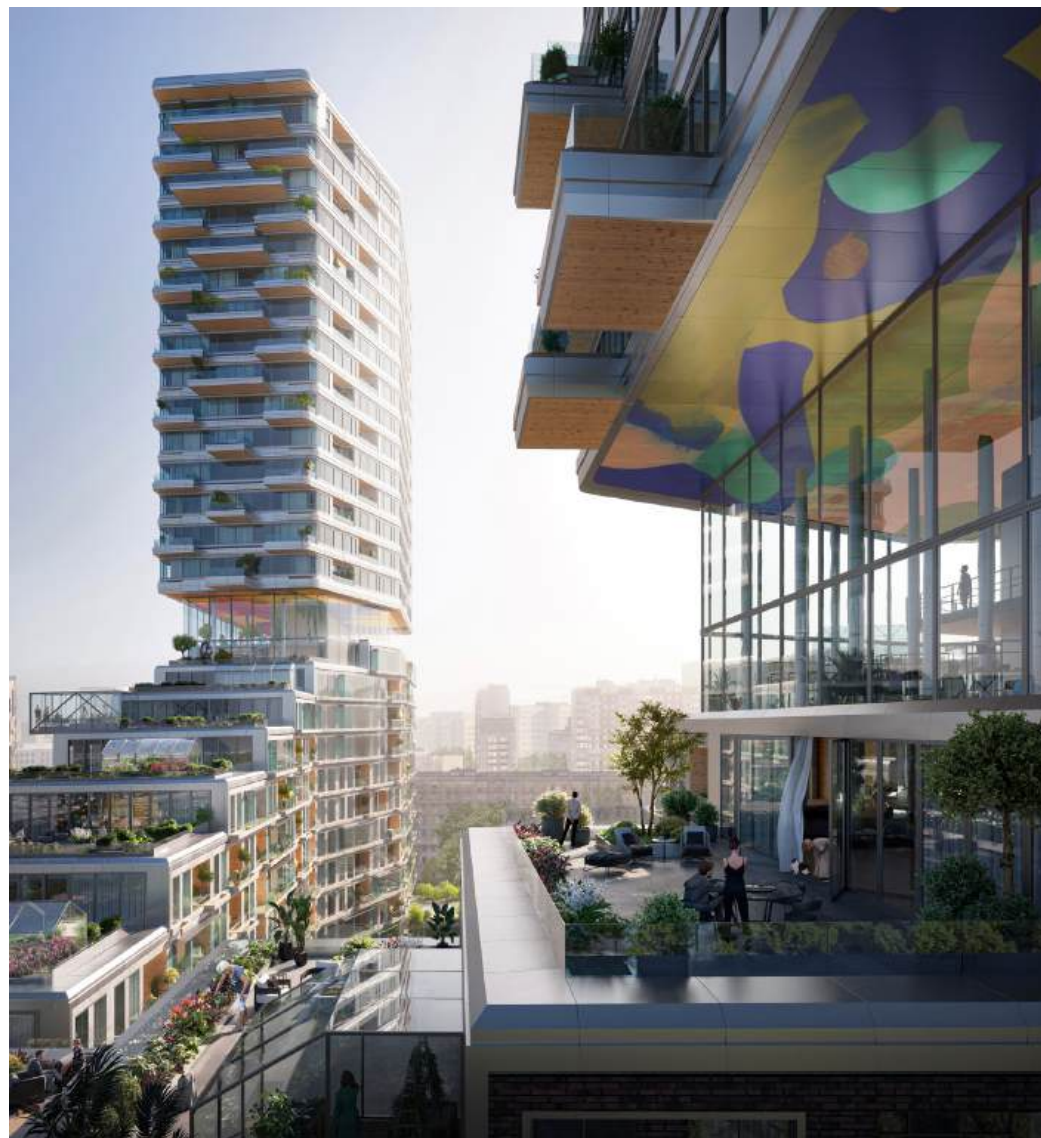
« Открытое пространство, соединенное с крышей верхнего этажа, создает дополнительную ценность.

Спроектированное как сад на крыше, оно дает возможность выйти на улицу и создать свою персональную среду обитания в соответствии с собственными желаниями.

Новые террасы и оранжереи на крыше связаны с личностью новых владельцев и их увлечениями.

Набор дополнительных стеклянных объемов делает террасу желанной и действующей круглый год.

**uns**  
UNSTUDIO



## « Городской лес

Жители смогут наслаждаться этим уголком природы посреди городского ландшафта.

Лес будет полон света благодаря использованию деревьев с открытыми кронами, белыми стволами и цветами. Кустарники и растения также будут цвести белым цветом, чтобы нижняя часть леса оставалась светлой и яркой.



## « Террасы

В проекте запланированы три типологии оранжерей, которые будут расположены во всех квартирах с террасами, соединяясь с интерьером квартиры.

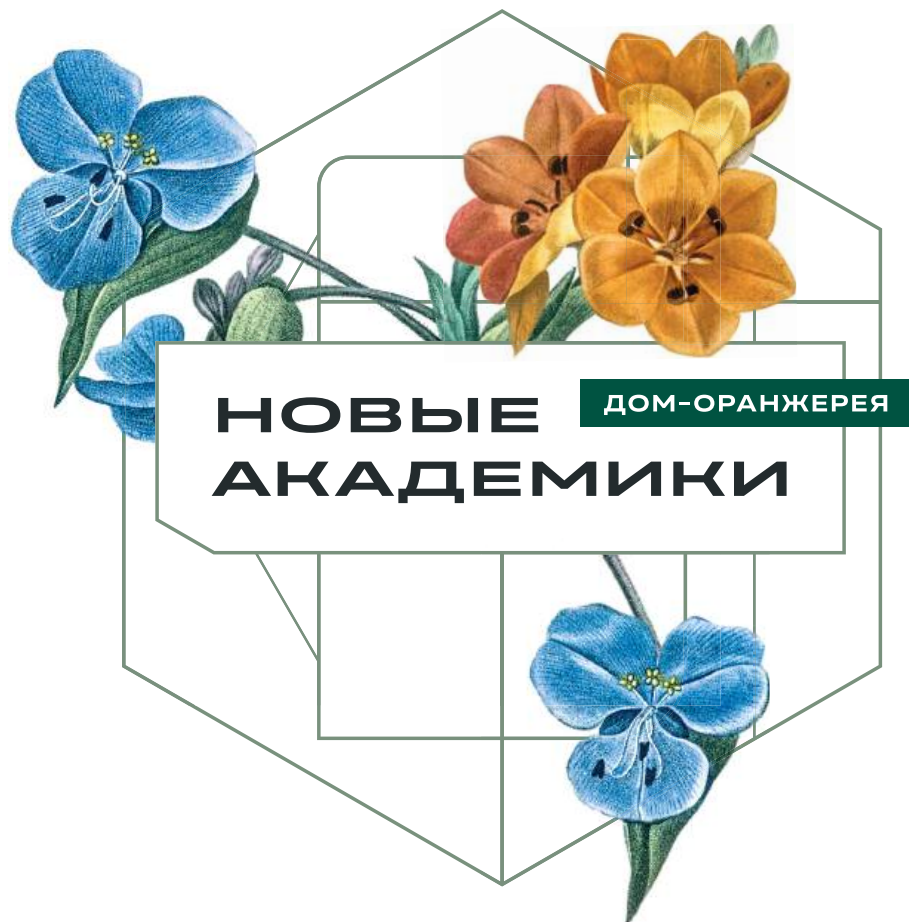


**UNS**  
UNSTUDIO



Террасы





Аудитория

## Целевая аудитория

Высокообразованные, мотивированные профессионалы, живущие насыщенной жизнью, семьей и детьми.

Возраст ядра — 35...45 лет

Интеллектуальный творческий труд

Амбициозность и мечтательность

Семья и дети

---

### Ценности аудитории:

- Семья и близкие отношения
- Финансовое благополучие
- Здоровье и экология
- Уважение к границам личности
- Интеллектуальная и творческая работа
- Время

---

### Запрос аудитории

Эти люди ищут новую квартиру.

Их мечты связаны с загородным образом жизни. Они с удовольствием бы переехали в просторный загородный дом, и, возможно, у них уже есть такой.

Но им важно сохранять динамику и мобильность, связь с городом и его многообразием — как для себя, так и для своих детей.

---

### Потребности аудитории:

- Принадлежность к сообществу
- Безопасность
- Возможности роста
- Личные границы
- Экологичная среда
- Мобильность
- Много места



Кто такие — новые академики?

**Если кратко, то это как «старые» академики, только с интернетом и нейросетями. И это меняет вообще всё.**

Если подробнее, то это — ученые и высокообразованные профессионалы вообще, которые действуют вне традиционных академических институтов.

Ценностно они ничем не отличаются от «старых» академиков. Но интернет и новые технологии позволяют им не зависеть от традиционных структур.

Их мир — больше и насыщеннее, их научный и жизненный ландшафт — богаче и разнообразнее.



### Обещание бренда

**В коммуникации бренд в первую очередь говорит не об особенностях проекта, а о мечтах и потребностях аудитории.**

Не нужно идти на компромиссы, выбирая между загородом и просторной квартирой в Москве.

Все плюсы можно сложить в «Новых Академиках», и реализовать все мечты в одном месте.



### **Платформа бренда**

Здесь вы будете жить в окружении природы благополучной семейной жизнью: в спокойном умственном и творческом труде, счастье и процветании, безопасности и обеспеченности.

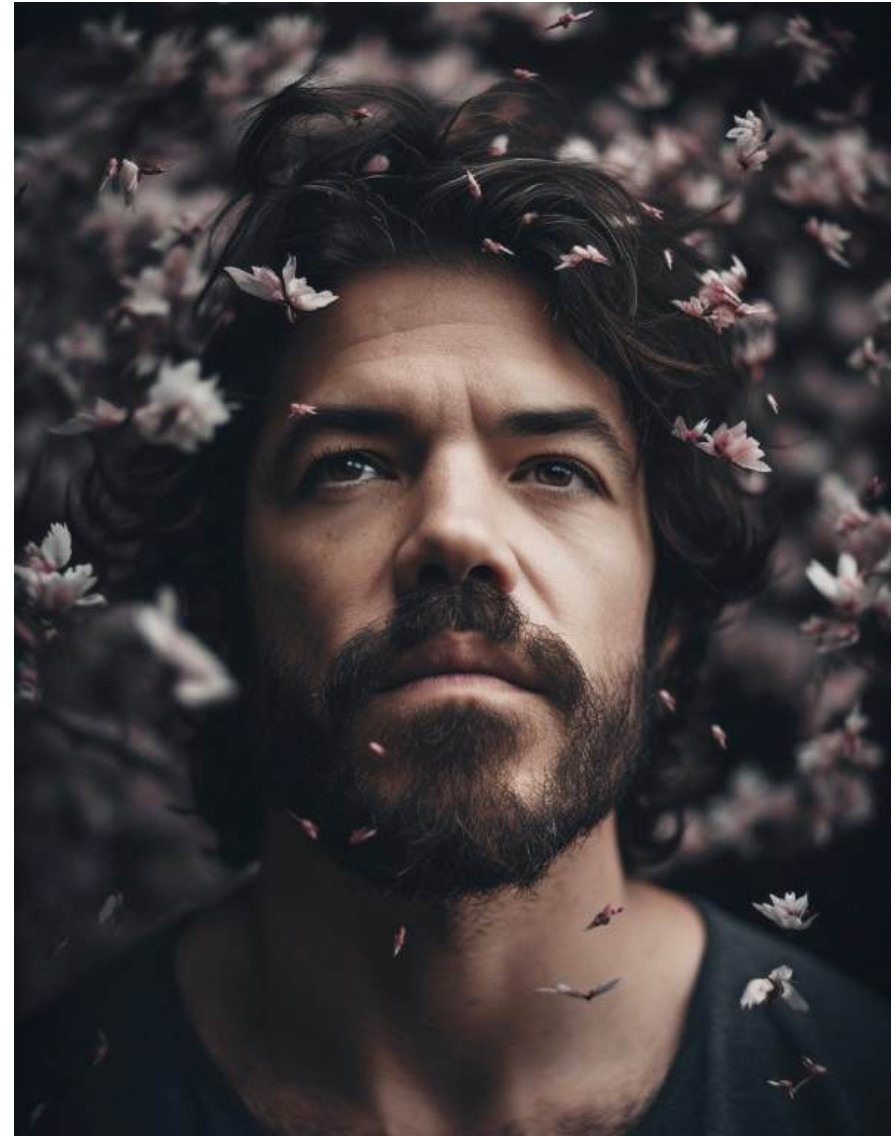
Это не достижение, не хвастовство, не амбиция напоказ. Это реализация нескольких мечтаний сразу.



### **Характер бренда**

Ответственный, взрослый и реализовавшийся.

Но по-прежнему романтик, мечтатель, влюблен в жизнь, и очень хочет делиться ее красотой со своими близкими. Он ценит момент, замечает пение птиц и аромат цветущей вишни, но его внутренний взгляд устремлен в будущее.



### **Базовая версия логотипа**

Логотип представляет собой прямоугольник со скошенным углом, повторяющий форму одной из башен в плане.

Сверхширокий гротеск, которым набрано название, говорит о современности подходов в дизайне проекта. Дискриптор «дом-оранжерея» размещается на зеленой плашке, выходящей за рамку логотипа.





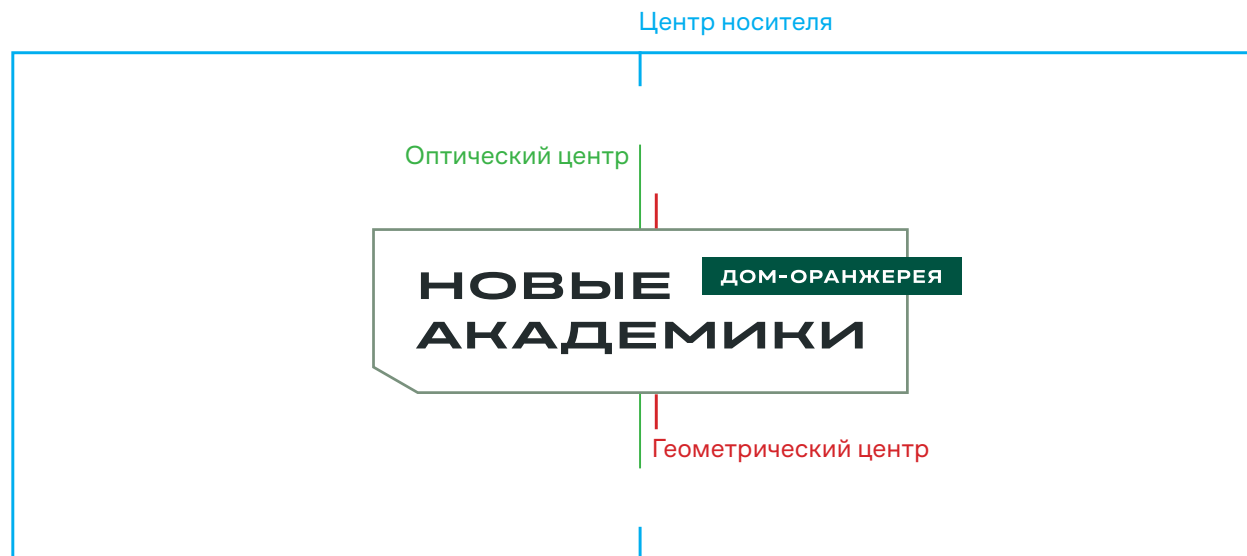
Монохромная и инвертированная версии

**НОВЫЕ** **ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ**  
**АКАДЕМИКИ**



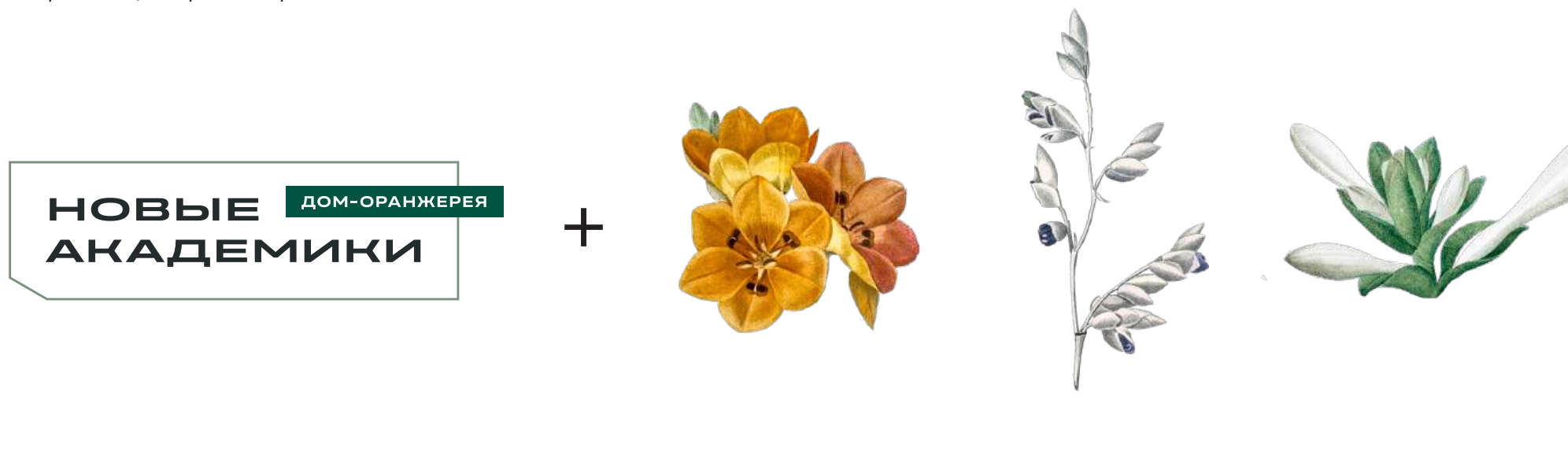
### Оптический центр

Из-за «хвостика», который выступает из основного прямоугольника, оптический центр логотипа не совпадает с геометрическим. Это следует учитывать при размещении логотипа.



### Расширенная версия логотипа

Логотипу можно добавить живости и настроения. Для этого просто добавьте одно растение из библиотеки под рамку логотипа. Также вы можете использовать любое другое изображение растения, которое вам нравится.





**НОВЫЕ** ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ  
**АКАДЕМИКИ**



**НОВЫЕ** ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ  
**АКАДЕМИКИ**

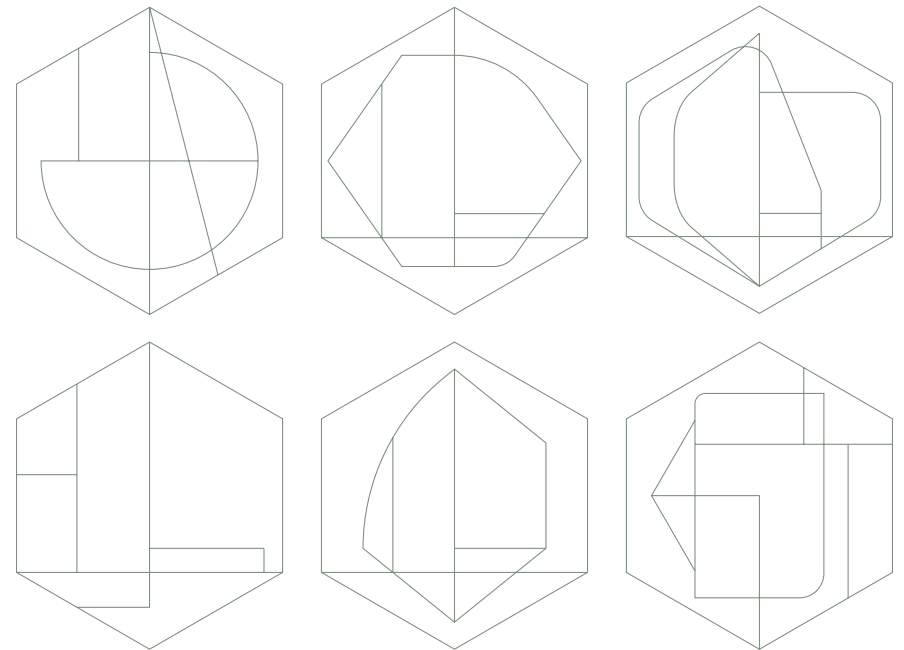


**НОВЫЕ** ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ  
**АКАДЕМИКИ**



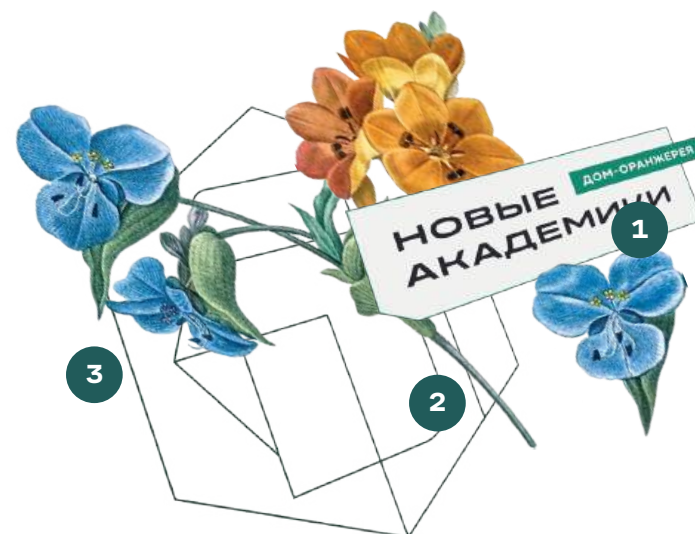
**НОВЫЕ** ДОМ-ОРАНЖЕРЕЯ  
**АКАДЕМИКИ**

Полная версия логотипа



### Полная версия логотипа

В случаях, когда места много, а других иллюстративных материалов не требуется (например, обложка папки или блокнота), можно использовать полную версию логотипа.



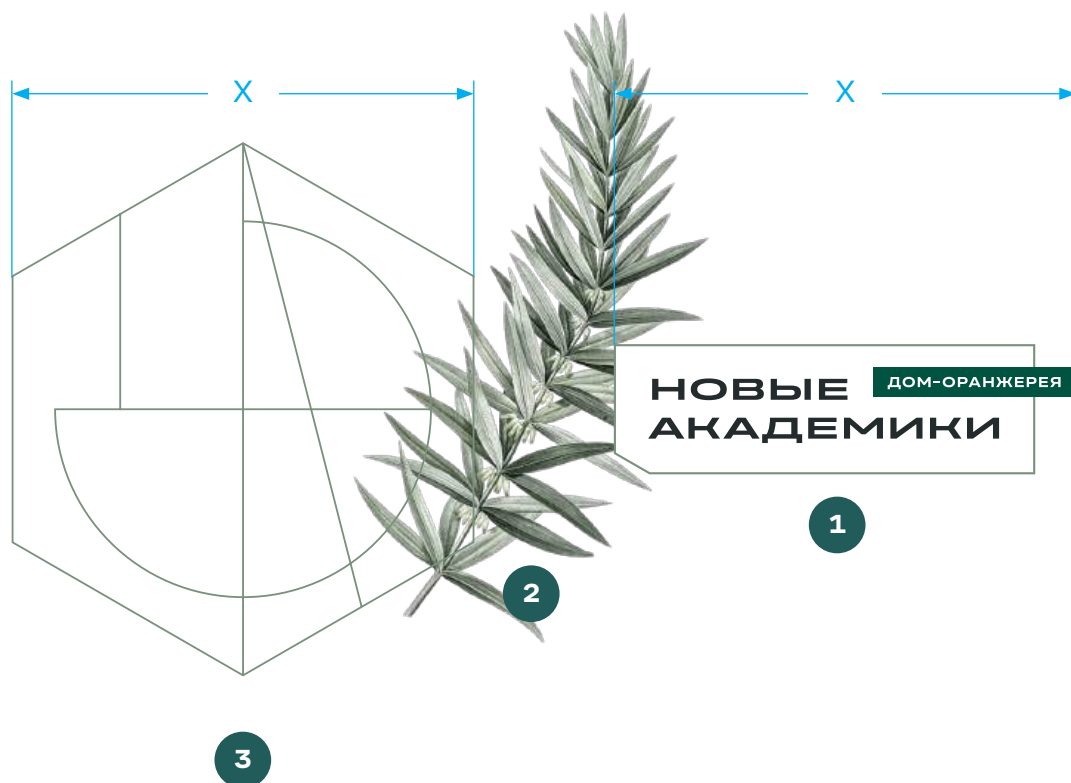
### Схема сборки полной версии логотипа.

Он собирается из трех элементов — (1) основной версии логотипа, (2) любых растений из графической оранжереи, и (3) любой рамы, которые предложены в этом руководстве.

### Полная версия логотипа

Ширина рамы (3) и базовой версии логотипа (1) — равны. Размеры и количество изображений растений — произвольные, на ваш вкус.

Базовая версия логотипа размещается внутри рамы симметрично посередине. Хвостик дискриптора при этом игнорируется, и выравнивается только прямоугольник рамки логотипа относительно рамы (3).



### Несколько примеров

Собирать такие композиции —  
очень увлекательно! Попробуйте сами.

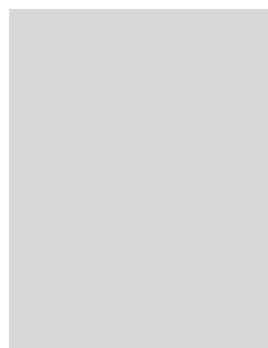




### Цветовая палитра

Основной тон — зеленый. Как растения имеют разные оттенки зеленого, так и в стиле дома-оранжереи нет фиксированного цвета: все растения прекрасны.

Бумага никогда не используется отбеленная — а всегда слегка сероватая, подчеркивая собственную натуральность.



## Шрифт

Фирменный шрифт «Новых Академиков» —  
гарнитура CoFo Sans.

# CoFo Sans

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

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз  
Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп  
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш  
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

1234567890

Aa Aa Aa

Aa Aa Aa

Aa Aa Aa

## Типографика

Охарактеризовать типографику «Новых Академиков» можно как тихую: все набирается одним кеглем с едва увеличенным интерлиньяжем. Для выстраивания визуальной иерархии используются только различные начертания шрифта.

---

Заголовок	КВАРТИРЫ
Подзаголовок	<b>Квартира для родителей с ребенком, у которого чуткий сон</b>
Текст	Ребенок уходит спать в десять вечера, а ваш день продолжается: вы отстаиваете свою точку зрения на поздней видеоконференции с командой из другого часового пояса, смотрите первую серию нового детективного сериала и ставите на проигрыватель пластинку того самого музыканта, который выступал в Noor на прошлых выходных.
Цитата	<p>Из окон дома будут видны сталинки, и в планировках мы хотели сохранить все, что в них было хорошего.</p> <p>При этом чуткий сон ребенка ничто не тревожит: в этой квартире спальни специально разнесены, чтобы все могли ночью заниматься чем хотят и не беспокоить друг друга.</p>

## **Вербальный язык**

Умный, литературный и остроумный.

Мы знаем, что хороший умный текст может доставить много удовольствия, и мы стремимся наполнить общение с аудиторией остроумными и пронизательными наблюдениями, ссылками на литературу, цитатами и аллюзиями.

## **БРЕНД «НОВЫЕ АКАДЕМИКИ»:**

Любит русский язык, наслаждается им. Его речь литературная, ясная.

Соблюдает пунктуацию и орфографию русского языка— пишет безупречно грамотно.

Обращается на вы (да, со строчной буквы), уважительно и близко, как со старым знакомым.

Может быть ироничным, но только над собой.

Не стесняется цитат и отсылок, но не пестрит ими — использует их только тонко и по-делу.

Не бросается именами.

Не использует канцеляриты.

Не льет воды, говорит содержательно и функционально.

Не боится быть кратким.

## **Структура предложений.**

Не стесняйтесь создавать сложные, логически связанные конструкции, использовать разнообразные грамматические формы так, чтобы они звучали гармонично и мелодично.

## **Используйте образы и метафоры.**

Вводите в текст образы, неожиданные ассоциации и остроумные метафоры, чтобы усилить впечатление, вызвать создать эмоциональный отклик у читателя. Избегайте пошлости и прямолинейности. Отдавайте предпочтение остроумной самоиронии.

## **Соблюдайте целостность.**

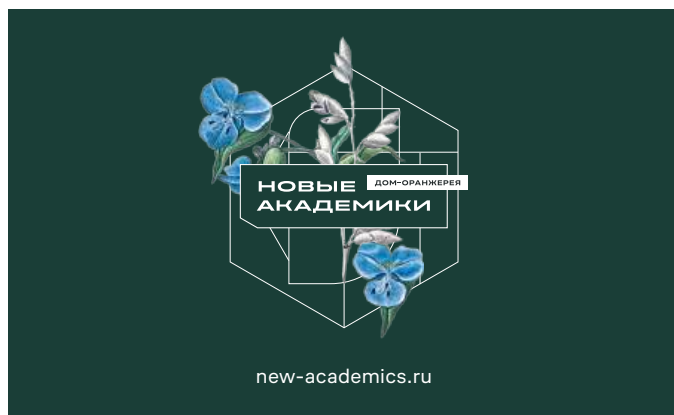
Поддерживайте консистентность в использовании языка, чтобы коммуникация была единообразной и узнаваемой.

## **Редактируйте!**

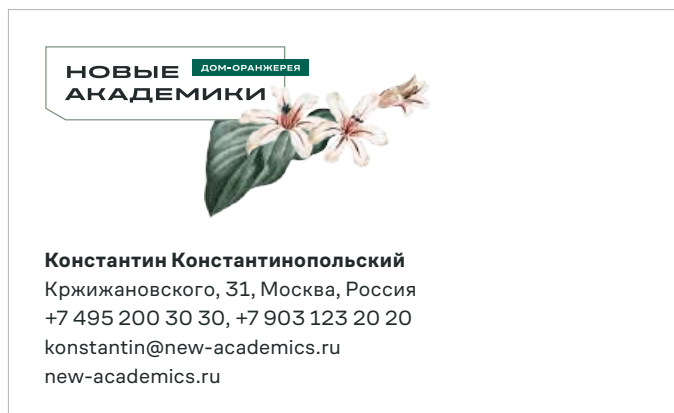
Отдавайте предпочтение качеству, а не количеству. Редактируйте свои тексты, чтобы сделать их более точными и выразительными.

## Визитные карточки

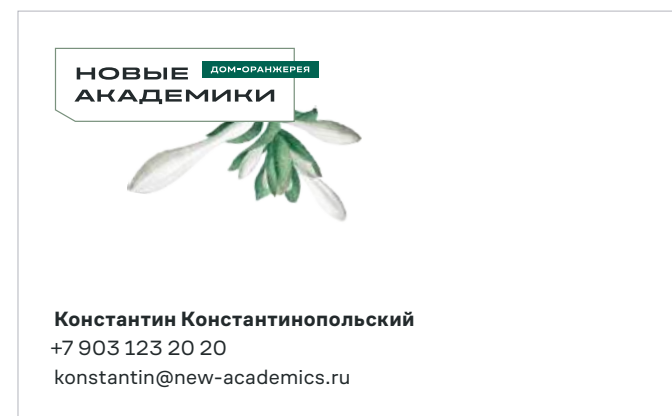
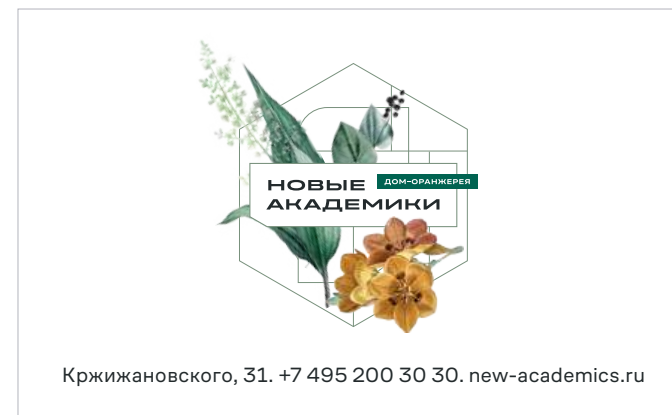
Визитные карточки должны быть выполнены на пухлой дизайнерской бумаге сортов Cotton с приятными тактильными свойствами. Плотность не менее 350 гр/м<sup>2</sup>.



Односторонняя  
визитная  
карточка ЖК



Односторонняя  
персональная  
визитная карточка



Двусторонняя  
визитная карточка

## Бланки

Бланки должны быть выполнены на той же дизайнерской бумаге, что и визитные карточки, но плотности около 120 гр/м<sup>2</sup> будет достаточно.



Лицевая сторона бланка

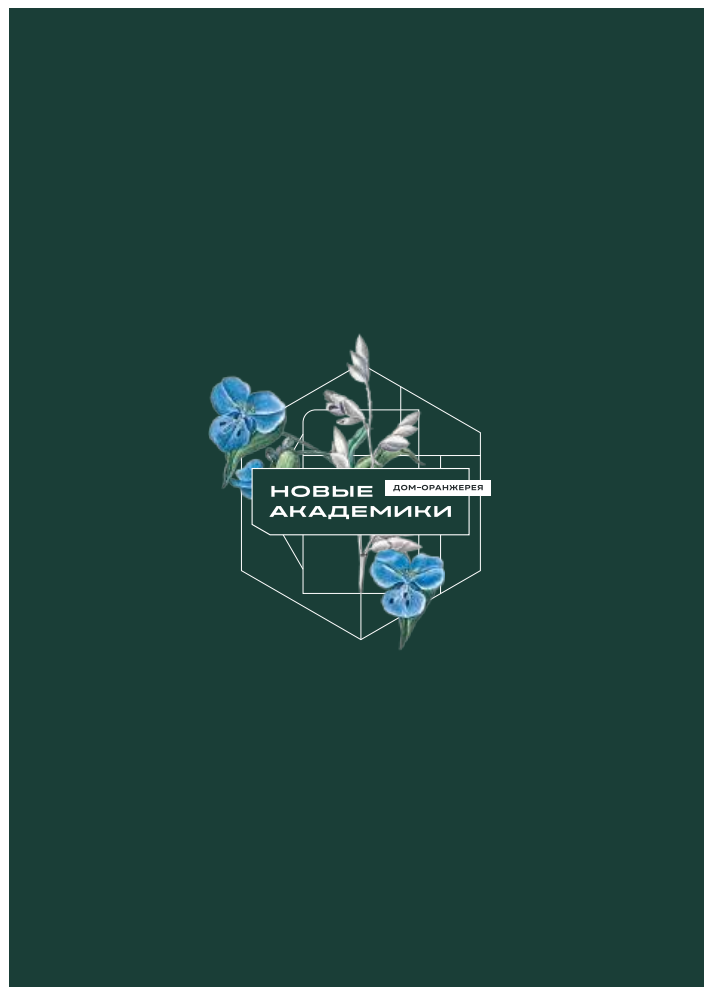


Оборотная сторона бланка

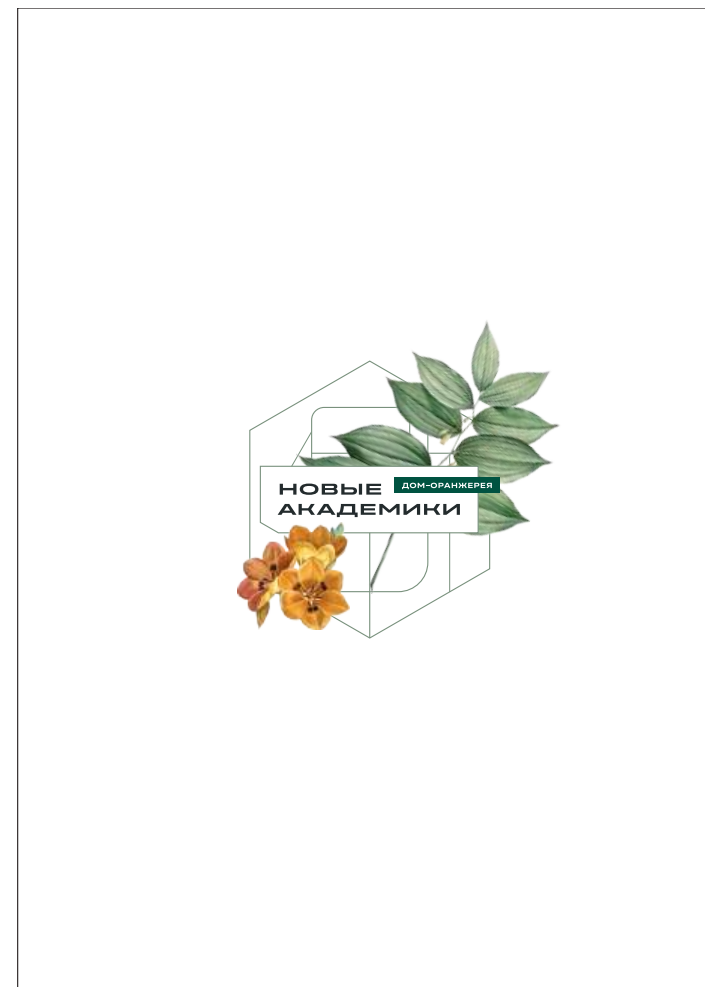
## Папки

Папки должны быть выполнены на той же дизайнерской бумаге, что и визитные карточки.

Для зеленой папки следует использовать бумагу краше-ную в массу.



Папка из зеленого картона



Папка из белого картона

## Блокнот и ручка

Обложка блокнота выполняется из той же бумаги, что и папка. Блок — из бумаги для бланков. Листы блока — чисто белые.



Блокнот с белой обложкой



Блокнот с обложкой-паттерном



Ручка или карандаш



### Чашка для чая

Качество фарфора должно соответствовать бренду. Например, Villeroy Boch, отлично подойдет по качеству и дизайну.



Худи



Зонт



Паттерн



Графическая оранжерея



Графическая оранжерея



Графическая оранжерея

