

hide

BRANDBOOK

OUT



ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, ЧТО ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ КОНТЕНТ ПРЕДОСТАВЛЕН ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИИ И ПРОСМОТРА, А ОТДЕЛЬНЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ МОГУТ ПРИНАДЛЕЖАТЬ ТРЕТЬИМ ЛИЦАМ И НЕ МОГУТ БЫТЬ ВОСПРОИЗВЕДЕНЫ КАКИМ-ЛИБО ОБРАЗОМ БЕЗ НАЛИЧИЯ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ЛИЦЕНЗИИ.

Позиционирование

Взгляд на известный проект Hide с нового ракурса. Unhide — удобная среда, которая не призывает человека скрываться, а позволяет человеку чувствовать себя безопасно, а значит свободно и благодаря этому раскрываться.

UNHIDE

Суть бренда

hide OUT — это бунтарь, который продвигает стабильность. Ключевая идея — это стабильность вопреки внешним факторам поддерживается бунтарским духом как бренда, так и жителей дома. Парадокс дома: это возможность скрыться, для того чтобы раскрыться.

hide **OUT**

Слоган

Слоган hide OUT в прописном написании —
«Именно такой».

ИМЕННО
ТАКОЙ

Характер и ценности бренда

Наиболее характерный атрибут категории:

Категория атрибутов

Ценности, которые подтверждены атрибутами.
Зачем мы это делаем?
Потому что для нас важны:

Характер, который сформирован ценностями.
Бренд делает так, потому что он:

Приватная, бесплатная инфраструктура Social Hub

Поддержание активного образа жизни для разных интересов

Свободолюбие
Отличает от других потому что: мы новый независимый игрок, мы мыслим и делаем по-своему

Смелый и яркий
Задаёт тон и настроение

Увеличенное количество лифтов

Забота об удобстве жителей

Эмпатия
Отличает от других потому что: Конкуренты не эмпатичны, а эгоцентричны

Внимательный
Продумывает детали, замечает то, что важно и актуально

Коммерческая инфраструктура в доме

Функциональность пространства и разумный премиум

Осознанность
Отличает от других потому что: Мы выросли из fee-девелопера, и лучше обычных девелоперов мыслим рационально

Аккуратный и интеллигентный
Не добавляет лишнего, фокусируется на адекватности, простоте и разумности

Бомбоубежище

Стратегический подход к системам работы ЖК

Ценность жизни и здоровья
Отличает от других потому что: мы соответствуем актуальной реальности

Продуманный и основательный
Не стоит на месте, постоянно думает и анализирует

Рациональные и эмоциональные преимущества

Рациональные преимущества:

Дом с акцентом на жизни

Никаких лишних счетов

Безопасность без компромиссов

Уникальное архитектурное решение

Эмоциональные преимущества:

Чувство дома
Создаем место, где можно проявлять себя настоящего и ощущать себя собой

Удовлетворенность (все работает, все справедливо)
Даем увидеть, что все прозрачно и нет скрытых платежей

Защищенность и стабильность
Даем прочувствовать обеспеченность всем необходимым для надежности

Гордость
Являемся символом хорошего выбора и вкуса

Обещание бренда

Мы обещаем построить ЖК, где купив не просто квартиру, а самый настоящий дом, ты не будешь чувствовать себя обманутым. Ты будешь четко видеть, понимать и осознавать, за что ты заплатил и ты посмотришь по-новому на понятие премиальность.

Как бренд мы обещаем сделать все, чтобы в новой реальности обеспечить тебя спокойствием и уверенностью, не нарушая твои личные границы, принципы и не навязывая тебе чуждое видение.

Пирамида бренда

Суть бренда

UNHIDE

Характер бренда

Внимательный, смелый, яркий, аккуратный, интеллигентный, продуманный, основательный

Ценности

Ценность жизни и здоровья

Осознанность

Ценность жизни и здоровья

Свободолюбие

Рациональные
преимущества:

Дом с акцентом
на жизни

Безопасность
без компромиссов

Никаких лишних
счетов

Уникальное
архитектурное решение

Эмоциональные
преимущества:

Чувство дома

Защищенность
и стабильность

Удовлетворенность

Гордость

Атрибуты

Забота об удобстве жителей

Функциональность
пространства и разумный
премиум

Поддержание активного
образа жизни для разных
интересов

Стратегический подход
к системам работы ЖК

ОГЛАВЛЕНИЕ

01 ЛОГОБЛОК

01.1 Основная версия логотипа.....	11
01.2 Охранное поле логотипа.....	12
01.3 Минимально допустимые размеры.....	13
01.4 Монохромная версия логотипа.....	14
01.5 Размещение на фоне.....	16
01.7 Недопустимые варианты использования	17

02 ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

02.1 Фирменные цвета.....	19
---------------------------	----

03 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

03.1 Шрифтовая пара.....	21
03.2 Основной шрифт.....	22
03.3 Размещение на фонах.....	25

01.1 Основная версия логотипа

Логотип — основной идентификатор бренда hide OUT, он является обязательным элементом для всех носителей фирменного стиля. Логотип hide OUT — самодостаточный и независимый как и его жители. Блок OUT отражает идею гибкости и динамичности на рынке недвижимости.



01.2 Охранное поле логотипа

Рекомендуемое охранное поле фирменного блока равно ширине буквы *i* из логотипа. Охранное поле задает минимальные отступы, и в него не должны попадать логотипы других брендов, контрастные элементы фотографии или графики, мешающие считыванию фирменного блока.

При использовании охранного поля важно учитывать, что на некоторых носителях охранное поле может быть меньше для корректного считывания логотипа.



01.3 Минимально допустимые размеры

Минимальный размер логотипа составляет 40 px/ 12 мм в высоту. Не рекомендуется использовать логотип меньше этого размера, так как элементы перестают считываться.

Экстремальный размер логотипа составляет 25 px/ 9 мм в высоту и допустим к использованию только на носителях малого формата. Не рекомендуется использовать экстремальный размер логотипа в других носителях.



25 мм/80 px

15,6 мм/60 px

min 12 мм/40 px

extra min 9 мм/25 px

01.4 Монохромная версия логотипа

Монохромная версия логотипа представляет собой логотип, окрашенный всего в один цвет. Логотип может быть окрашен в основные цвета бренда Hide Blue и Neon Green (см. раздел 2. Фирменные цвета). Монохромная версия логотипа используется, когда нет возможности использовать логотип в цветной версии.



01.4 Монохромные версии логотипа

Монохромные версии логотипа используются, когда нет возможности использовать логотип в цветной версии, например, при печати на офисном принтере.

Монохром светлый

hide **OUT**

hide **OUT**
ИМЕННО
ТАКОЙ

Монохром темный

hide **OUT**

hide **OUT**
ИМЕННО
ТАКОЙ

01.5 Размещение на фоне

Логотип может располагаться на фоне фирменных цветов (см. 02. Фирменные цвета). При расположении на фонах логотип должен хорошо считываться, поэтому в зависимости от фона используется монохромная версия или основная версия логотипа.

При расположении на белом, сером или синем фонах используется основная версия логотипа. На фоне в цвете Neon Green используется монохромная версия логотипа.

Когда логотип располагается на двухцветном фоне, логотип окрашивается в основные фирменные цвета. Блок hide на фоне Hide Blue в Neon Green, а OUT на Neon Green в цвет Hide Blue, соответственно.

hide **OUT**

hide **OUT**

hide **OUT**

hide **OUT**

hide **OUT**

hide **OUT**

01.6 Недопустимые варианты использования

Чтобы логотип не терял своей узнаваемости, а его внешний вид соответствовал стилю, нельзя допускать некоторых распространённых ошибок.

×



Не допускается применять графические эффекты к логотипу (обводка, тени и другие)

×



Не допускается деформация пропорций логотипа

×



Не допускается менять цвет шейпа в нефирменных цветах

×



Не допускается использовать логотип без плашки круга

×



Не допускается изменять компоновку логотипа и менять соотношение элементов логоблока

×



Не допускается использование логотипа, набранного другим шрифтом

hide

ФИРМЕННЫЕ
ЦВЕТА

OUT

02.1 Фирменные цвета

Hide Blue и Neon Green — главные цвета бренда. Цвета соответствуют ценностям бренда и не могут использоваться в более светлых, тёмных тонах, а также частичной прозрачности. Hide Blue — вдумчивый тёмный цвет, Neon Green — энергичный цвет бренда.

Расширенная палитра состоит из свежих и открытых, чистых цветов, которые используются в фирменных клеймах.

Важно сохранять значения цветов, указанные в гайдлайне. Не используйте инструмент «пипетка» для выбора цветов. Для печати используйте модель Pantone и CMYK. Для печати неоновых цветов рекомендуется использовать Pantone Neon. В digital-носителях используйте RGB и HEX для корректной цветопередачи.

Hide Blue

PANTONE 534C
RGB 19 23 50
CMYK 99 96 38 45
HEX #131732
RAL 5003
ORACAL 518

Neon Green

PANTONE NEON 802C
PANTONE 375C
RGB 145 255 0
CMYK 60 0 100 0
HEX #91FF00
RAL 230-3
ORACAL 063

hide

ФИРМЕННЫЕ
ШРИФТЫ

OUT

03.1 Шрифтовая пара

Шрифтовая пара акцидентного шрифта Canela и гротеска Circe — узнаваемая и уникальная часть фирменного стиля.

Использование фирменных шрифтов помогает создать индивидуальный и единый стиль в коммуникациях бренда. Используется на всех носителях фирменного стиля.

CANELA FONT
CIRCE FONT

03.2 Основной шрифт

Акцидентный фирменный шрифт — Canela.
Семейство Canela – это лёгкий и монументальный, мягкий и острый шрифт, предназначенный для мелких кеглей, который сохранил все выразительные возможности заголовочных семейств.

Canela/ Regular

ДОМ,
ГДЕ МОЖНО
БЫТЬ СОБОЙ

Text Regular

Акцидентное начертание,
используется для заголовков
и выделения важной информации
в прописном наборе с трекингом (-10).

03.2 Основной шрифт

Фирменный шрифт — Circe. Геометрический гротеск с удобным и гибким характером набора.

Использование фирменного шрифта Circle используется в шрифтовой паре с Canela и самостоятельно в текстовых наборах в начертаниях Regular и Bold.

Circe/ Bold

**ДОМ,
ГДЕ МОЖНО
БЫТЬ СОБОЙ**

Text Bold

Акцидентное начертание, используется для заголовков и выделения важной информации в прописном и строчном наборе.

Text Regular

Основное начертание. Используется в текстовом наборе.

03.3 Размещение шрифта на фонах

Шрифтовая пара акцидентного шрифта Canela и гротеска Circe распалагается на фонах фирменного цвета Hide Blue и Green Blue. На Hide Blue шрифт окрашивается в Neon Green, а на Neon Green в Hide Blue.

ИМЕННО
ТАКОЙ

ИМЕННО
ТАКОЙ

ИМЕННО
ТАКОЙ

ИМЕННО
ТАКОЙ

ИМЕННО
ТАКОЙ

