

БРЕНДБУК

К Ó С М О



СОДЕРЖАНИЕ

ПЛАТФОРМА БРЕНДА	3
Позиционирование	4
Архетип	5
Миссия	6
Видение будущего	7
ЛОГОТИП	8
Версия с дескриптором	10
Версия без дескриптора	11
Сокращенная версия логотипа (знак)	12
ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА	13
ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ	15
ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА	17
Принцип работы фирменной формы	18
Фирменный градиент	19
ФОТОСТИЛЬ	20

ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ	23
Визитка	24
Пакет	25
Куртка	26
Чехол для телефона	27
Вертикальные флаги	28
Оформление социальных сетей	29
Макеты оформления Вконтакте	31
Интернет-баннер	32
Наружная реклама	34
Сити-формат	37
Вывеска	38

Содержание интерактивное.
Кликните по разделу чтобы
перейти на него.



ПЛАТФОРМА БРЕНДА

01

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.



Аудитория

Нескучные минималисты с большой мечтой и сильным характером.

Жизнь идет на взлет, полет нормальный. Они планируют свою жизнь и планируют над сложностями. Чувство полета для них — это метафора жизни: не переносят скуку, обожают фантастику и путешествия. Бывали в разных странах, любят привносить в жизнь новое. Каждая перемена — это продуманный и осознанный тактический шаг.

Дружелюбные лидеры со своим мнением, они идут по своему пути, не стесняются заявлять о себе, любят минималистичные и технологичные бренды, которые подчеркивают их стиль, обеспечивают повседневный комфорт и не создают лишнего визуального шума.

Я в поиске нового места, где смогу построить свое будущее.





Позиционирование

Проект, который
заботится о твоём
будущем на этой
планете

Квартал с видами
на будущее





Метафора бренда

Космическая Одиссея

В период турбулентности, происходящей в мире, важно, чтобы дом оставался местом, в котором ты находишь свою стабильность и продолжаешь жить в настоящем, оставаясь верным себе и стремлениям. Так появляется управляемость, а за ней открываются перспективы вокруг.

Метафорическая реальность

Жители — Космонавты

Двор — Астероидное поле
Галактический двор

Дома — Космические станции/
корабли/корпуса

Парковка — Ангар приземления

Район - Орбита

Подъезд — Космодром/
шлюз/портал

Детская площадка — Центр
подготовки космонавтов

Спортивная площадка — Арена

УК — Центр управления

Сотрудники — Экипаж/пилоты

Конкуренты — Инопланетные
цивилизации

Старт продаж — Ступень



Вербальная концепция

КОСМО

Атмосферный
квартал

**Невесомые цены —
весомые скидки**

Невесомые планировки
У нас своя гравитация

**Невесомые заботы —
Весомые достижения**

Развитие с космической
скоростью
Жизнь обретает невесомость
Счастье невесомо

**Космос открытый
людям**

Ты на другой планете
Жизнь идет на взлет



02

Логотип — основополагающий элемент фирменного стиля, отвечающий за узнавание и запоминание бренда потребителем.

Он представляет собой уникальное текстовое начертание и графический знак.





1.1 Версия с дескриптором

КÓСМО
атмосферный квартал

Основная версия логотипа с дескриптором используется во всех форматах. Важное условие применения — сохранить читабельность дескриптора.

Поле безопасности



У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов. Поле безопасности равно высоте литеры «О» в логотипе.

Минимальный размер

КÓСМО
атмосферный квартал

Рекомендуемый минимальный размер логотипа по ширине: при печати — 40 мм, на экране — 100 пикс.



1.2 Версия без дескриптора

К Ó С М О

Рекомендуется 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.

Поле безопасности



У каждой версии логотипа существует поле безопасности. Это пространство, в пределах которого не должно размещаться каких-либо объектов. Поле безопасности равно высоте литеры «О» в логотипе.

Минимальный размер

К Ó С М О

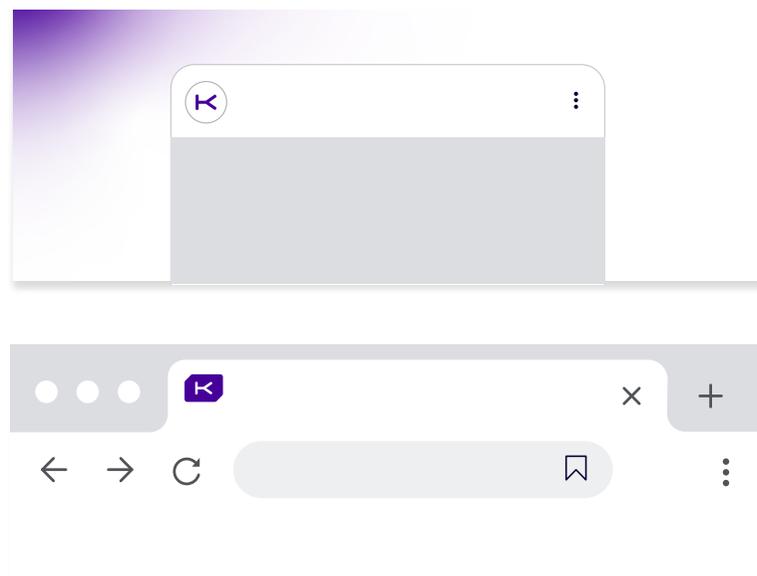
Рекомендуемый минимальный размер логотипа по ширине: при печати — 25 мм, на экране — 70 пикс.



1.3 Сокращенная версия логотипа (знак)

Сокращенная версия логотипа может использоваться в качестве значка, шильдика или при нанесении на одежду.

Также может использоваться для оформления социальных сетей и в иной цифровой среде.





03

Фирменные цвета являются важнейшим элементом фирменного стиля, одним из компонентов общего образа проекта.

Цвет может привлекать, отталкивать, вселять чувство спокойствия, комфорта. Это означает, что с помощью определенных цветосочетаний можно управлять отношением потребителя к бренду.

Цвет делает фирменный стиль более привлекательным и запоминающимся, позволяющим оказать сильное эмоциональное воздействие.



3.1 Основные цвета

Рекомендуется последовательно использовать фирменные цвета. Значения в RGB используются для экранного дизайна, Pantone — для печати.

RGB 70 0 153
HEX 460099
CMYK 97 100 0 4
Pantone 2091

RGB 29 25 58
HEX 1D193A
CMYK 97 100 15 72
Pantone 5255

RGB 0 0 0
HEX FFFFFFFF
CMYK 0 0 0 0
Pantone white



04

Фирменный шрифт — важная составляющая визуальной узнаваемости бренда. Его систематическое и верное использование помогает составить целостное восприятие бренда.

Для всех видов коммуникаций используется шрифт Steppe.

Стиль заголовков и подзаголовков должен отличаться от наборного текста для достижения акцента.

Для оформления текстов и в прочих случаях рекомендуется использовать предложенное далее сочетание шрифтов и их стилей.



4.1 Фирменный шрифт

Шрифт для заголовков
Steppe Semi Bold

Скачать шрифт
<https://steppetype.ru/>

Шрифт для наборного текста
Steppe Light

Скачать шрифт
<https://steppetype.ru/>

Атмосферный квартал

В период турбулентности, происходящей в мире, важно, чтобы дом оставался местом, в котором ты находишь свою стабильность.

А а В в С с



05

Графический мотив — это основной элемент дизайна, используемый при создании и оформлении носителей фирменного стиля компании, рекламных материалов ее проектов.

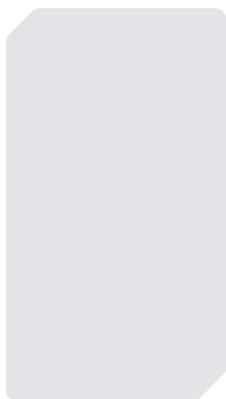
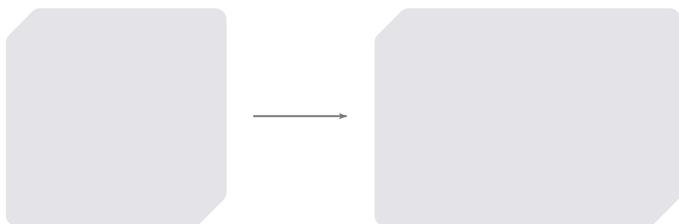
Основные принципы в графическом мотиве — это фирменная форма, контурная рамка и градиент.

Градиент рекомендуется использовать только в диджитал-среде и в качестве брендирования мерча.



4.1 Принцип работы фирменной формы

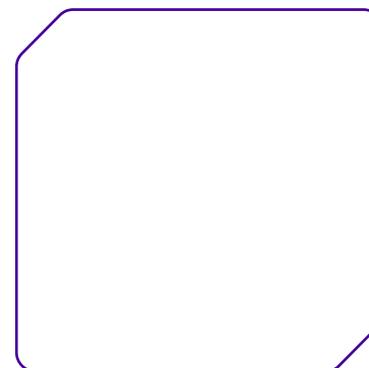
Формы и контурные рамки могут использоваться для контента в качестве фрейма для фотографий.



В зависимости от формата носителя форму и рамку можно масштабировать



Форма



Контурная рамка



4.2 Фирменный градиент

Градиент точечный. Создавать такой градиент нужно в специальных редакторах. Он состоит из фирменных цветов. Используется в мерче и имиджевых точках контакта.



06

Фотография — ключевой элемент фирменного стиля, который подчеркивает метафору проекта. Атмосферу космоса лучше передавать через минимализм, простоту форм и обилие «воздуха» в кадре.

При съемке архитектуры можно использовать перспективу, естественный свет, ракурс снизу вверх.

Для фото людей выигрышным будет ракурс сверху вниз, светлые тона и минимум контраста. «Живые» фото, которые передают чувство умиротворения, свободы.



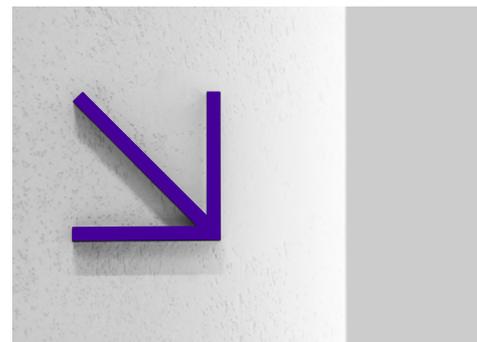
Перспектива



Красивый естественный свет



Взгляд снизу вверх



Цветной акцент на минималистичных фотографиях. Крупный план



Светлый тон, минимум контраста



Воздух, спокойствие



Ракурс сверху



Свобода, живые эмоции



ФИРМЕННЫЕ НОСИТЕЛИ

07

Носители фирменного стиля — объекты, на которых размещены фирменные графические элементы.

Эти объекты могут быть как материальными, так и нематериальными (диджитальными).

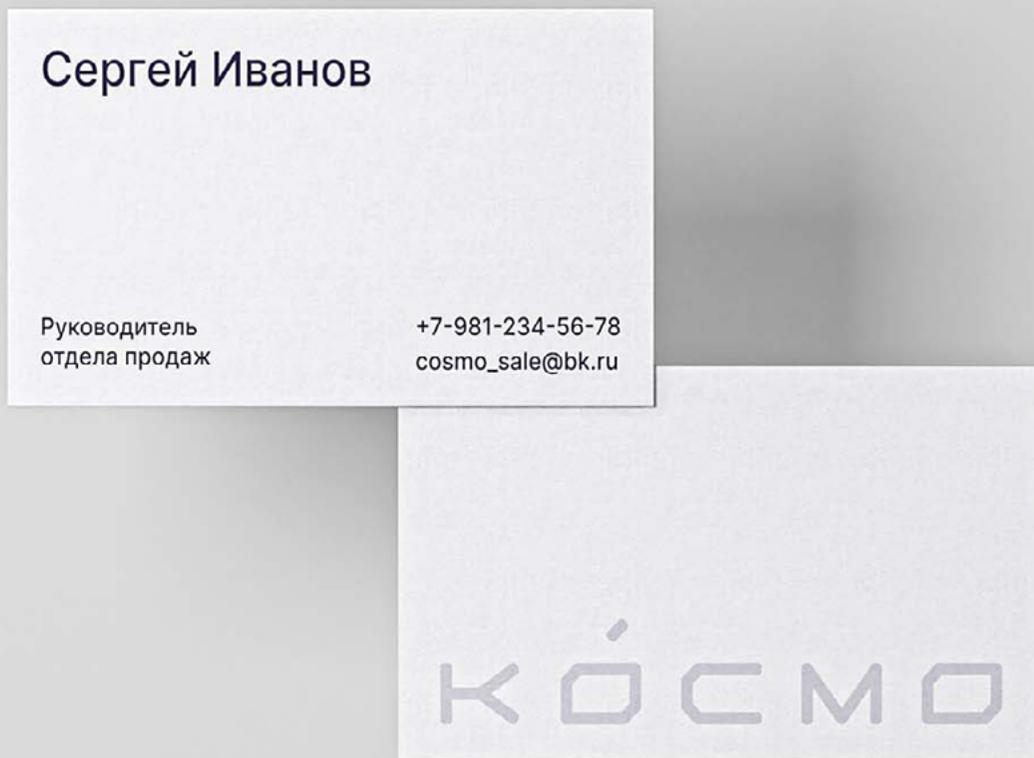


Визитка

Визитные карточки изготавливаются из плотной матовой бумаги 300 г/м².

Размер визиток: 90 x 50 мм.

Минимальное значение кегля в макете для текста с контактными данными — 8 pt.



Пакет

Мелованная бумага 130–170 г/м²,
офсетная печать 4 + 0,
матовая ламинация 32 мкм.
Сборка: ручка — лента.





Куртка

Материал — светоотражающая или водоотталкивающая ткань.

Тип нанесения: сублимация на ткани или термоперенос.





Чехол для телефона

Материал — матовый пластик.



Вертикальные флаги

Флаги изготавливаются из плотной ткани, устойчивой к влаге и порывам ветра.

Флаги размещаются у офиса продаж, а также по периметру места строительства комплекса.

Размер флагов 500 x 1500 мм.

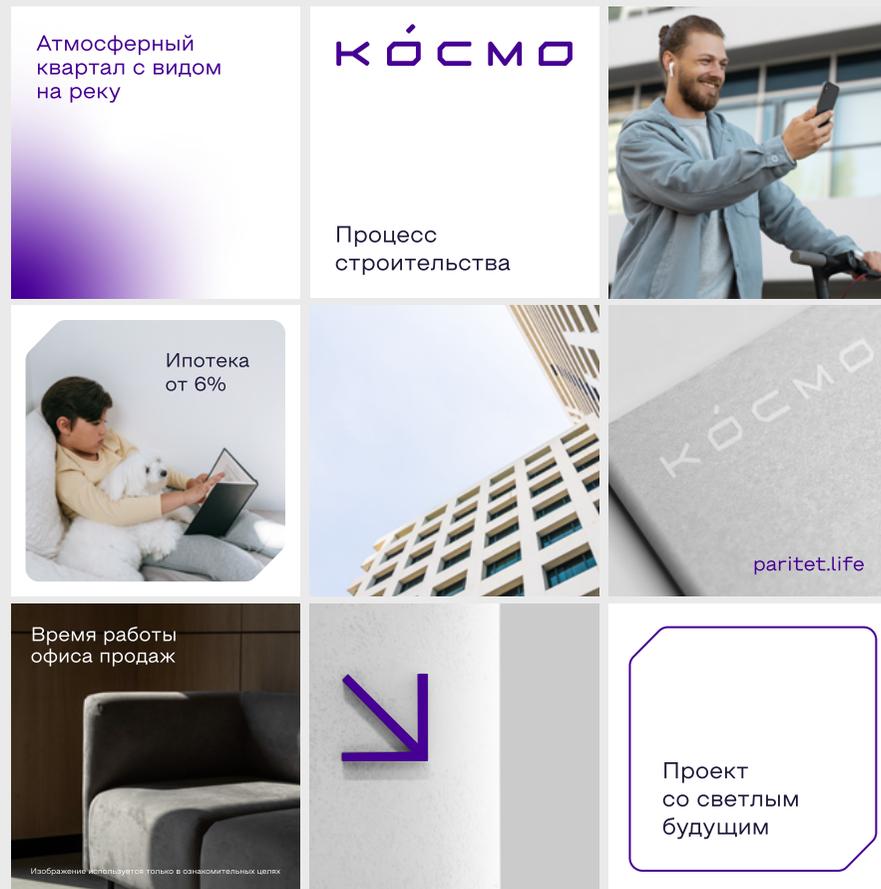




Оформление социальных сетей

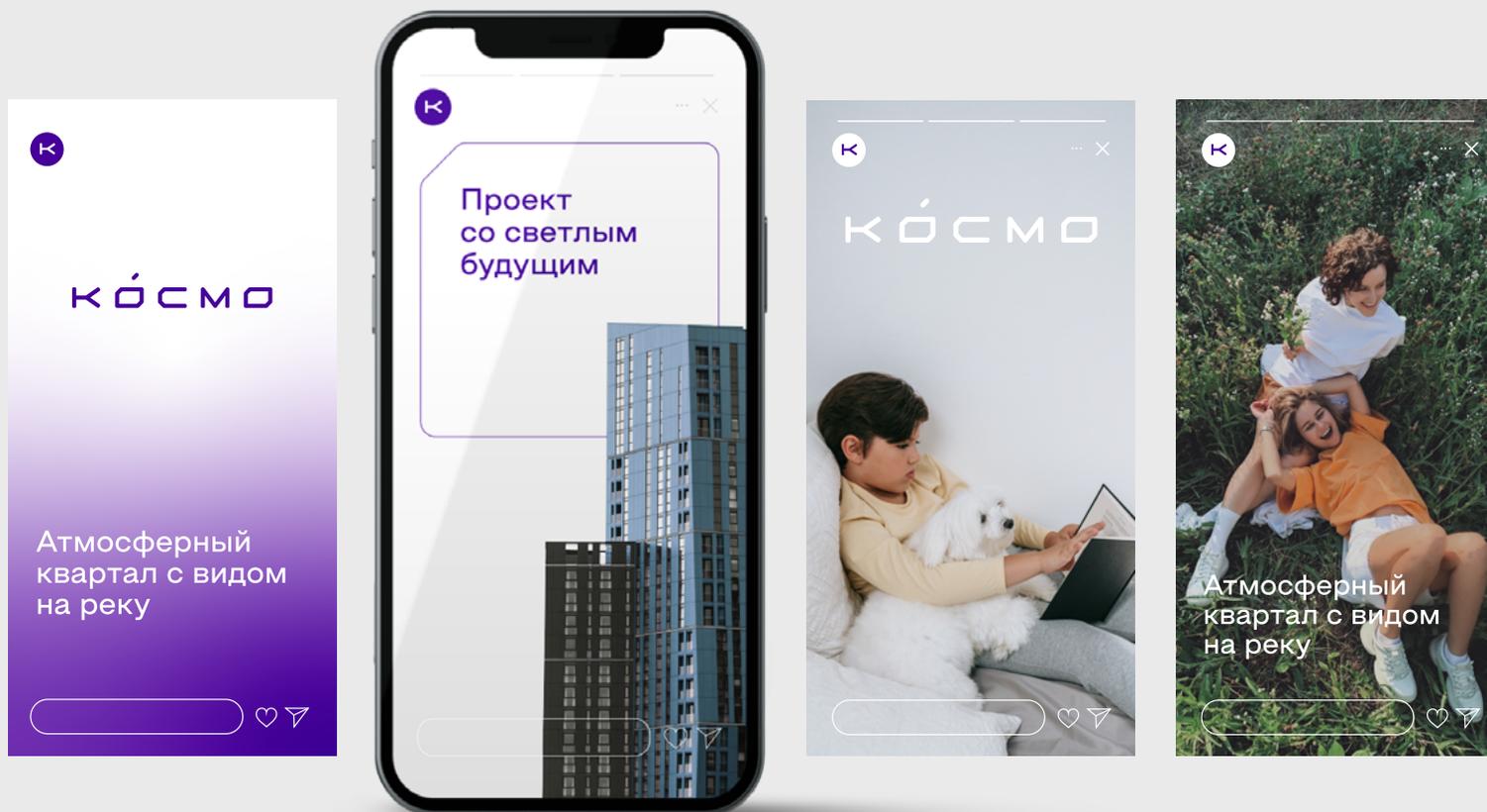
Для оформления постов в социальных сетях используются следующие шаблоны:

- текст + фото
- текст + фирменный градиент
- текст + графический мотив
- фото





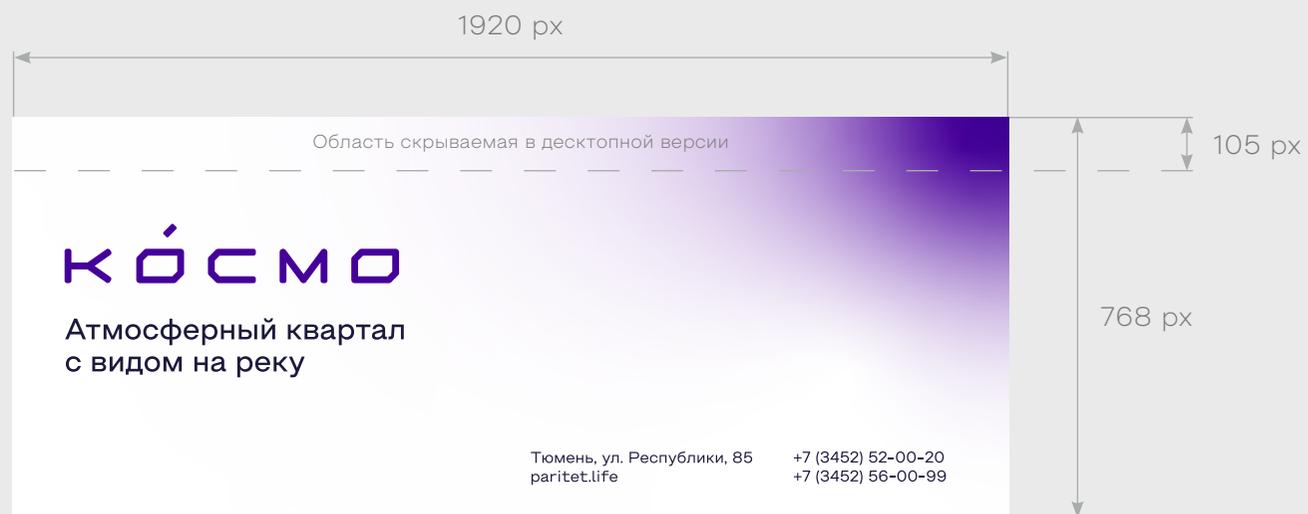
Оформление социальных сетей





Макеты оформления ВКонтакте

Размер обложки для сообщества
или группы ВКонтакте

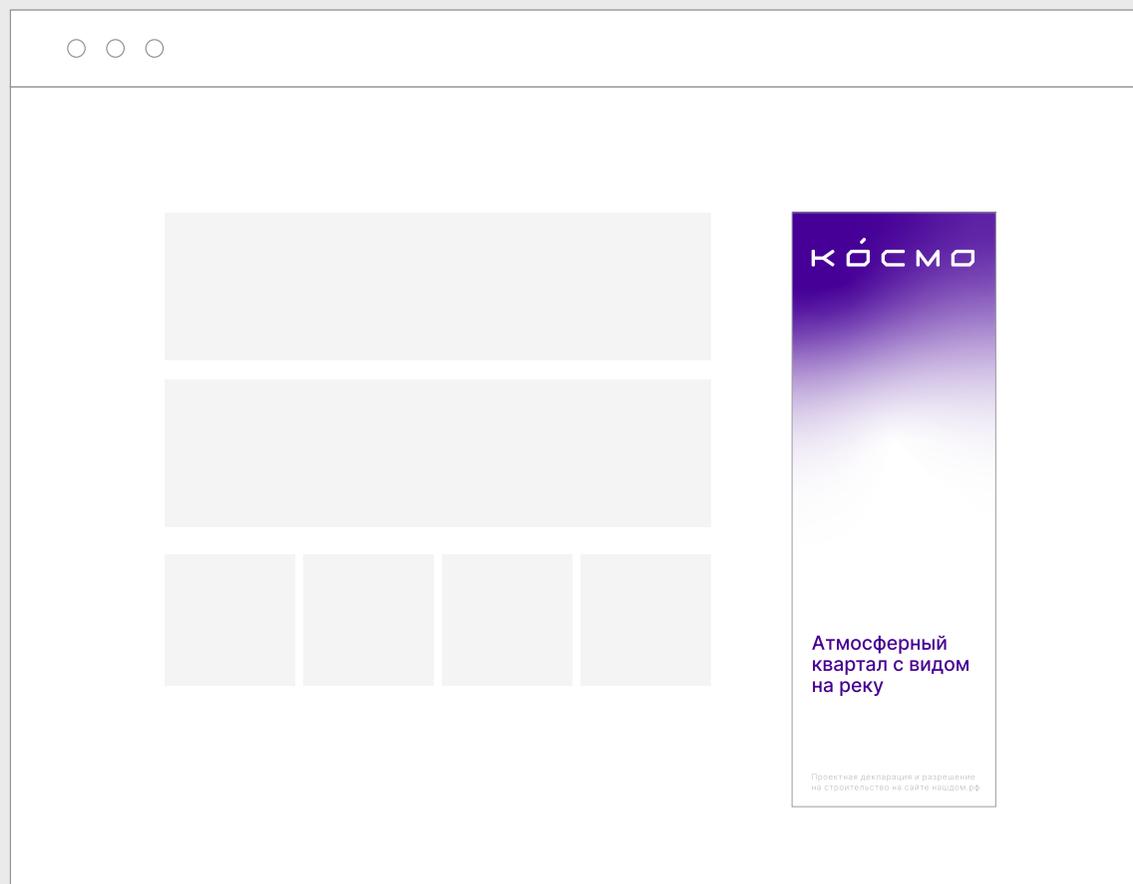


Userpic



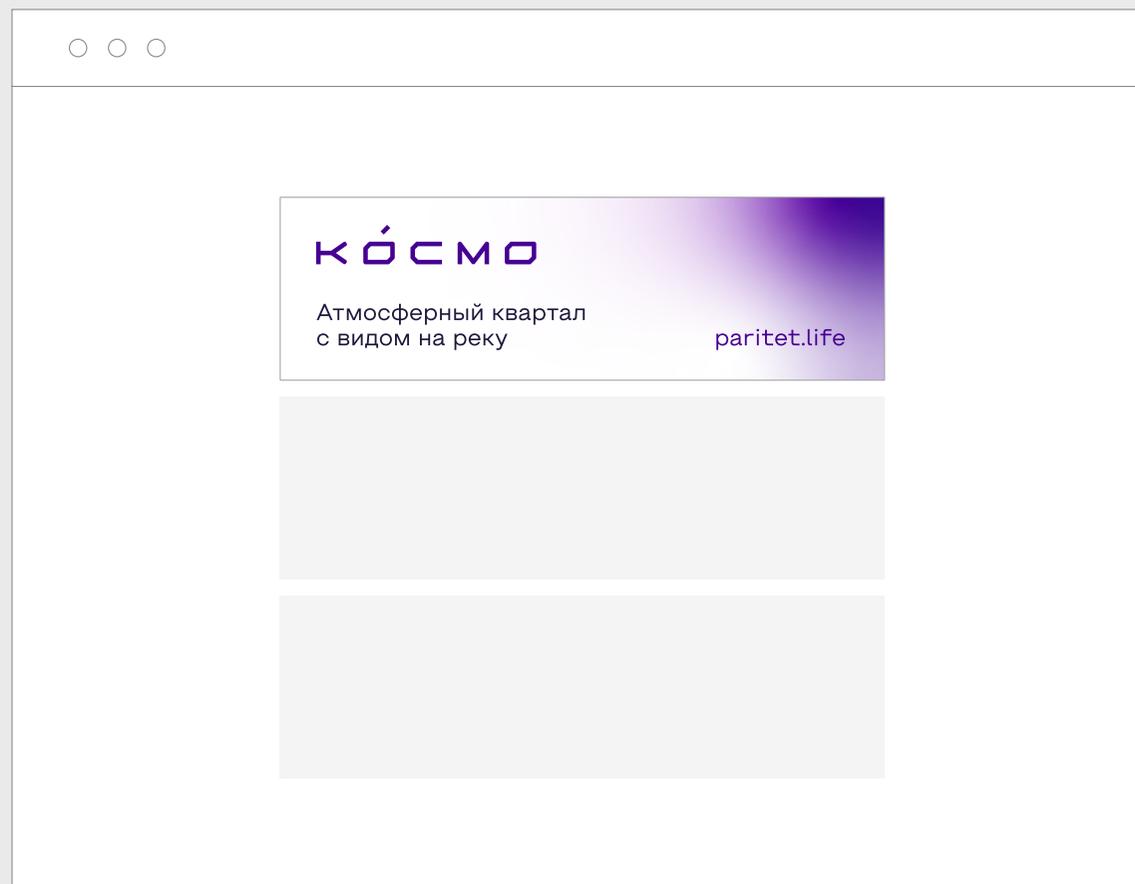


Интернет-баннер (вертикальный)





Интернет-баннер (горизонтальный)





Проект
со светлым
будущим

Старт продаж



КОСМО
атмосферный квартал

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
И РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО
НА САЙТЕ НАШДОМ.РФ

ПАРИТЕТ
ДЕВЕЛОПМЕНТ



Типовые макеты наружной рекламы





Ключевой посыл

Проект со светлым будущим

Старт продаж

Логотип

Юридический блок

Фотография в фирменной форме

Логотип девелопера

КОСМО
атмосферный квартал

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
И РАЗРЕШЕНИЕ НА СТРОИТЕЛЬСТВО
НА САЙТЕ НАШДОМ.РФ

ПАРИТЕТ
ДЕВЕЛОПМЕНТ



Сити-формат



Вывеска

Отдельные объемные буквы с подсветкой внутри.

Основные материалы: светорассеивающий акрил, вспененный листовый ПВХ, внутренняя светодиодная подсветка, внутренний металлический каркас.

Буквы крепятся вплотную к стене. За буквами виден фасад, количество цветов и элементов конструкции вывески, мешающих восприятию архитектурного облика здания, сведено к минимуму.



DEVISION