



**РУКОВОДСТВО  
ПО ВИЗУАЛЬНОЙ  
ИДЕНТИФИКАЦИИ  
БРЕНДА ЗАСТРОЙЩИКА  
«КИНО»**

**2024**

Платформа бренда

Цвет

Фотостиль

Наружная реклама

Имиджевая

Логотип

Шрифт

Планировки

Полиграфия

продукция

Знак

Иллюстрации

Построение макетов

Коммуникационные материалы

**РУКОВОДСТВО**

Общее смысловое поле бренда. Описание его уникальных отличительных свойств, включающих в себя идею, эмоциональные характеристики, голос бренда и другие атрибуты бренда.

# ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Мы — строительная компания, которая впечатляет на всех этапах нашей работы. Поэтому мы уделяем больше внимания масштабным идеям и приятным деталям. Все для того, чтобы у горожан появилось больше поводов для впечатлений.

**СТРОИМ ТАК, ЧТОБЫ ДАТЬ  
БОЛЬШЕ ПОВОДОВ ДЛЯ  
ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

# ВАУ – ПРОДУКТЫ

ИДЕЯ

**ВАУ-АРХИТЕКТУРА**, способная зацепить, заинтересовать посмотреть еще раз. А потом еще раз.

**ВАУ-МОПЫ**, что даже не верится, что так может быть!

## ВПЕЧАТЛЯТЬ РЕШЕНИЯМИ

**ВАУ-МАФЫ**, чтобы разделять впечатления с близкими.

**ВАУ-ПЛАНИРОВКИ**, хотим слышать от покупателей: «Эта планировка нам идеально подходит!».

# ВОТ ЭТО ДА – СЕРВИС

ИДЕЯ

## ВПЕЧАТЛЯТЬ ОБЩЕНИЕМ

**ВОТ ЭТО ДА – ЗВОНОК**, не заученные скрипты, а живой разговор, где слышат потребности покупателей.

**ВОТ ЭТО ДА – РАССЫЛКА**, не массовый спам, а точечные оповещения, учитывая запросы и интересы.

# НИЧЕГО СЕБЕ – ПРОДАЖИ

ИДЕЯ

## РАСКРЫВАТЬ ВОЗМОЖНОСТИ

**НИЧЕГО СЕБЕ – МЕНЕДЖЕР**, свой, приятный, не мучает предложением, а искренне вникает в потребности покупателя.

**НИЧЕГО СЕБЕ – ОФИС**, не только чай или кофе, но еще смузи и лимонады. Тут совсем не страшно купить квартиру.

# ОГО – МАРКЕТИНГ

ИДЕЯ

## РАДОВАТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ

**ОГО – САЙТ**, нативный и предугадывающий вопросы. Тут есть все, что волнует, и в то же время есть что-то необычное и цепляющее.

**ОГО – РЕКЛАМА**, не просто информирует, а поднимает настроение, вызывает интересную мысль.



**СОЗДАВАТЬ ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ  
ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ЛУЧШЕГО  
КАЧЕСТВА ЖИЗНИ, СЛЕДУЯ  
ТРЕНДАМ УРБАНИСТИКИ.**

## ВЕРА В СЕБЯ И КОМАНДУ

Верим в то, что всё получится. Сохраняем позитивный настрой.

## ИНТЕРЕС

Работаем с интересом, нам важно реализоваться профессионально и личносно.

## РАЗВИТИЕ

Растем в знаниях, изучаем рынок, ориентируемся на лучший опыт.

## ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Мы выполняем свои обещания. Всегда и во всём.

## КОМАНДНАЯ ИГРА

Поддерживаем тёплые отношения, признаём потенциал каждого. Мы все движемся к единой цели, заботясь о гармонии в работе вместе.

## ДОВЕРИЕ

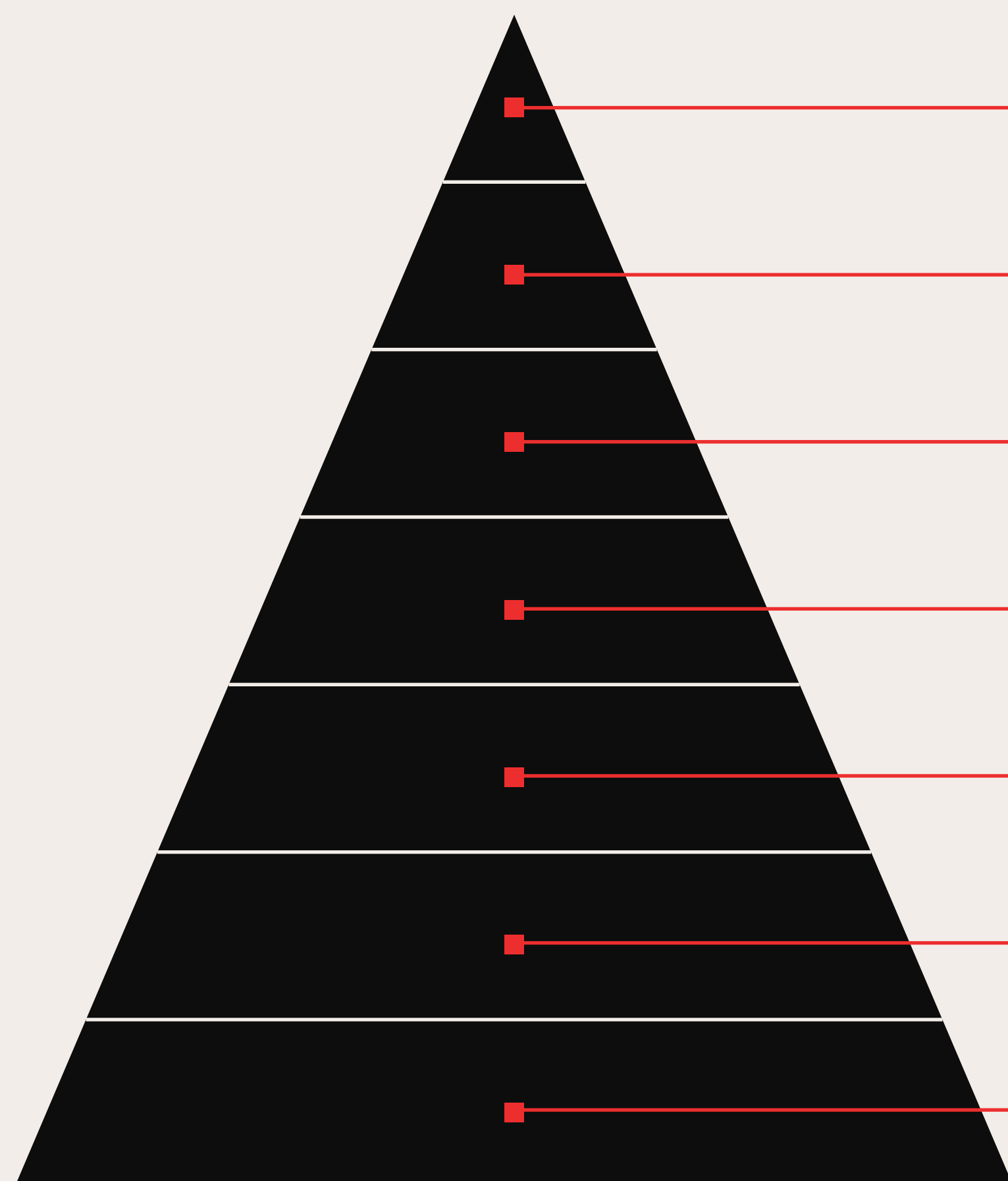
Мы ценим командный подход, поэтому тщательно отбираем подрядчиков и работаем только с теми, на кого можно положиться.

**ВПЕЧАТЛЯЕМ**

**СВОИМИ**

**РЕШЕНИЯМИ**

# ПИРАМИДА БРЕНДА



**ОБЕЩАНИЕ:** строим так, чтобы было больше поводов для впечатлений.

**ХАРАКТЕР:** яркий, уверенный, активный, изобретательный.

**ЦЕННОСТИ:** развитие, интерес, любопытство, командность, ответственность.

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:** благожелательная атмосфера для впечатлений, комфорт и забота, уверенность.

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:** внимательный подход к проектированию, решениям и сервисам, внимание к деталям, своевременность и надежность.

**RTB:** больше необходимого, дополнительные BAУ-решения, удобство взаимодействия с компанией в различных каналах, системное развитие территорий, ответственность.

**СУТЬ БРЕНДА:** впечатляем своими решениями.

**МЫ ЛЮБИМ ТО, ЧТО ДЕЛАЕМ.  
И РАССКАЗЫВАЕМ ОБ ЭТОМ, КАК БУД-  
ТО ПОВЕСТВУЕМ ИСТОРИЮ  
ПРИЯТЕЛЮ. ВЕДЕМ ДИАЛОГ  
ОТ «МЫ» И НА «ВЫ».**

## ТЕПЛОТА И ЧЕСТНОСТЬ, ВМЕСТО РЕКЛАМНОЙ ИСТЕРИКИ

### ДА

Уже на этой неделе мы открываем продажи в новом жилом комплексе Горьковский! Посмотреть планировки можно тут:...

### НЕТ

Все ждали и наконец-то это свершилось!!! Ура! Весь город на ушах от этой новости, а вы до сих пор не знаете? Долгожданный старт продаж нового ЖК Горьковский уже на этой неделе!

## АДЕКВАТНЫЙ ВЕС ПРЕИМУЩЕСТВ

### ДА

Wi-Fi во дворе станет приятным бонусом для жителей ЖК Вишневый сад.

### НЕТ

Главная фишка ЖК Вишнёвый сад — Wi-Fi во дворе. Что может быть лучше, чем отдохнуть вечером под раскидистой яблоней, “залипая” в телефончике, пролистывая ленту важных новостей.

## ИНТЕРЕСНЫЕ ПОДРОБНОСТИ, А НЕ ЛЕНИВЫЕ КЛИШЕ

### ДА

Дизайн-проект подъездов разработала студия «МОРЕ». Мы выбрали стиль Баухаус, в котором тёплые оттенки и натуральные материалы сочетаются с лаконичными, строгими формами. Особое внимание мы уделили зоне ожидания, два больших дивана кирпичного цвета...

### НЕТ

В домах на Горького современные, комфортные подъезды, выполненные по специальному, авторскому дизайн-проекту. Это не только красиво, но и функционально. Витражное остекление входных групп наполнит холлы естественным светом.

## ПРАВДА, А НЕ ОБЕЩАНИЕ СЧАСТЬЯ

### ДА

Наша УК работает ответственно, поэтому по утрам в наших дворах пахнет скошенной травой.

### НЕТ

Наша УК заботится о каждом своем жителе, поэтому каждое утро благоухающий запах свежескошенной травы будет наполнять вас жизненной энергией и хорошим настроением.

# ЛЮДИ ЛЮБЯТ КИНО

ИМЯ БРЕНДА



В нем эмоции и впечатления, а еще разные сценарии и новые миры. Хорошее кино запоминается и оставляет след в нашем сознании, который можно пронести через всю жизнь.

КИНО проектирует среду так, чтоб у людей было больше разнообразия в повседневной жизни. Предусматривает как можно больше сценариев, чтобы людям оставалось только одно — впечатлиться и разделить эти моменты с близкими.

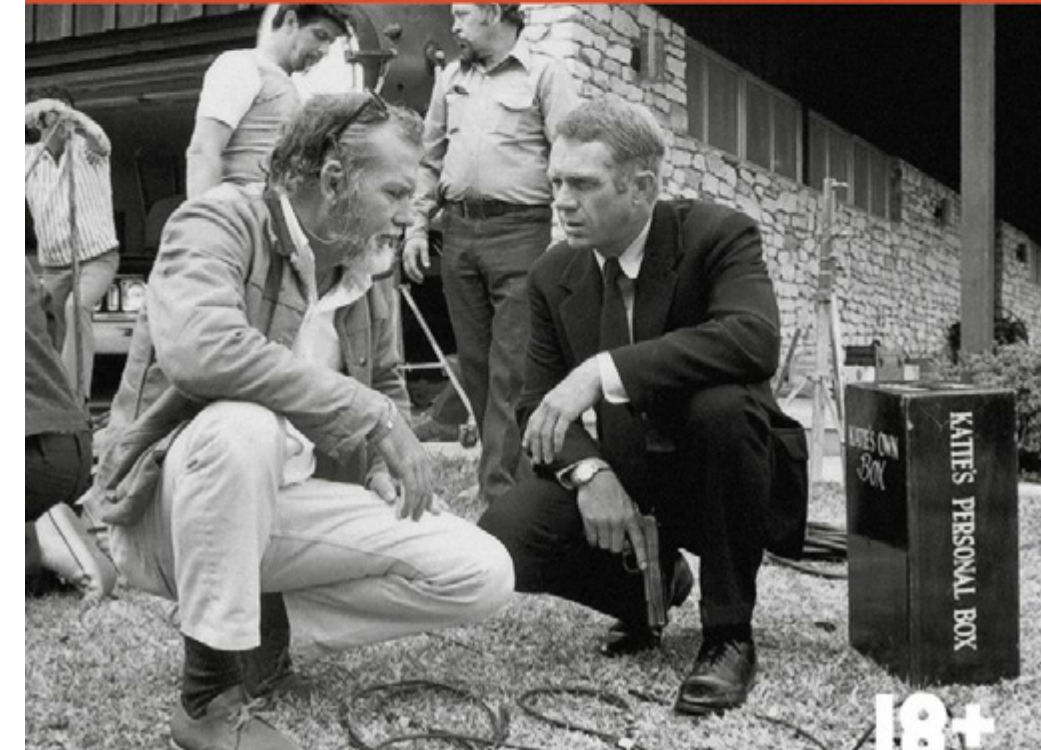
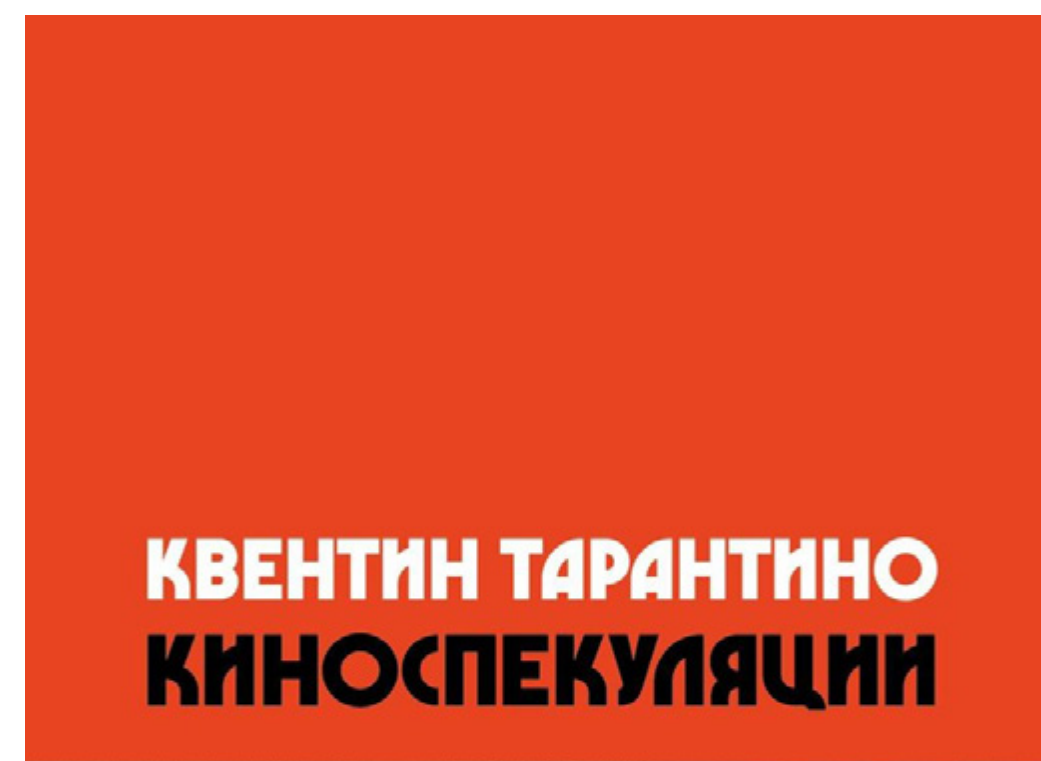


**ИМЯ БРЕНДА**

**КИНО**



**ИМЯ БРЕНДА**



Логотип — это графическое изображение, которое служит «лицом» или визитной карточкой компании. Он символизирует определенную концепцию, разрабатывается для легкой узнаваемости бренда, привлечения внимания и отличия от конкурентов.

# ЛОГОТИП

# ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

Логотип содержит жирные и массивные буквы, чтобы подчеркнуть силу и уверенность компании. Его угловатые формы придают логотипу современный и гротескный вид.

В совокупности это добавляет драматичности и вызывает внимание. Буква **К**, которая в дальнейшем используется как знак, неочевидно стилизована под кинотехнику.

# КИНО

# ЛОГОТИП С ДЕСКРИПТОРОМ

Дескриптор сопровождает графическую часть логотипа и используется в случаях, когда нужно объяснить деятельность компании.

**КИНО**  
**ДЕВЕЛОПМЕНТ**

# МОНОХРОМНЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Монохромная конфигурация применяется в тех случаях, когда макет не позволяет эффективно использовать цветные версии логотипа и цветной фон.

**КИНО**

**КИНО**

# МОНОХРОМНЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

Монохромная конфигурация применяется в тех случаях, когда макет не позволяет эффективно использовать цветные версии логотипа и цветной фон.

**КИНО**  
**ДЕВЕЛОПМЕНТ**

**КИНО**  
**ДЕВЕЛОПМЕНТ**

# ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ ЛОГОТИПА

Данная конфигурация используется для идентификации бренда во всех основных материалах.

**КИНО**

**КИНО**

**КИНО**

**КИНО**

[Скачать](#)



# ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ ЛОГОТИПА

Данная конфигурация используется для идентификации бренда во всех основных материалах.

**КИНО**  
ДЕВЕЛОПМЕНТ

**КИНО**  
ДЕВЕЛОПМЕНТ

**КИНО**  
ДЕВЕЛОПМЕНТ

**КИНО**  
ДЕВЕЛОПМЕНТ

[Скачать](#)

# МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Минимальная ширина  
логотипа в полиграфии

**КИНО**

25 MM

Рекомендациями предусмотрен минимальный размер логотипа для печатных носителей и цифровой среды. Размеры указаны без учёта охранного поля.

Не рекомендуется использовать логотипы меньших размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

Минимальная ширина логотипа  
для цифровой среды

**КИНО**

100 PX

# МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР

Минимальная ширина  
логотипа в полиграфии

**КИНО**  
**ДЕВЕЛОПМЕНТ**

50 мм

Для лучшей читаемости дескриптора минимальный размер логотипа увеличен.

Не рекомендуется использовать логотипы меньших размеров. Также необходимо учитывать технические требования, предъявляемые типографиями для разных способов печати.

Минимальная ширина логотипа  
для цифровой среды

**КИНО**  
**ДЕВЕЛОПМЕНТ**

200 px

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОНА

Рекомендации по выбору логотипа в зависимости от насыщенности фона.

Свет | Четверть тона

На светлом фоне рекомендуется использовать стандартные версии знака

Полутона

Рекомендуется избегать полутонов либо использовать монохромные версии знака

Три четверти тона | Тень

На темном фоне рекомендуется использовать инверсные варианты знака

\*монохромная версия логотипа используется в случаях, когда цветная печать невозможна.

Цветная версия

Монохромная версия\*

**КИНО**

**КИНО**

Белый фон/  
свет

**КИНО**

**КИНО**

Светло-серый/  
четверть тона

**КИНО**

**КИНО**

Серый/  
полутона

**КИНО**

**КИНО**

Темно-серый/  
три четверти тона

**КИНО**

**КИНО**

Черный/  
тень

# ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Это пространство, в пределах которого не должны размещаться какие-либо объекты (текст, графические элементы и т.д.). Поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным  $1/2$  ширины ножки буквы **К**.

В редких случаях допускается не учитывать охранное поле, например, в имиджевой продукции, когда иллюстрация может зайти за логотип.



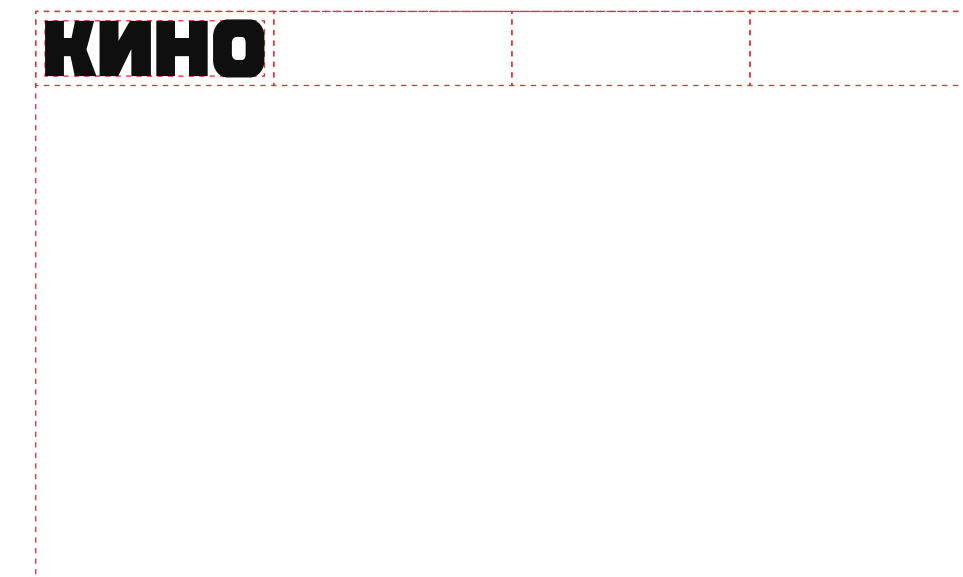
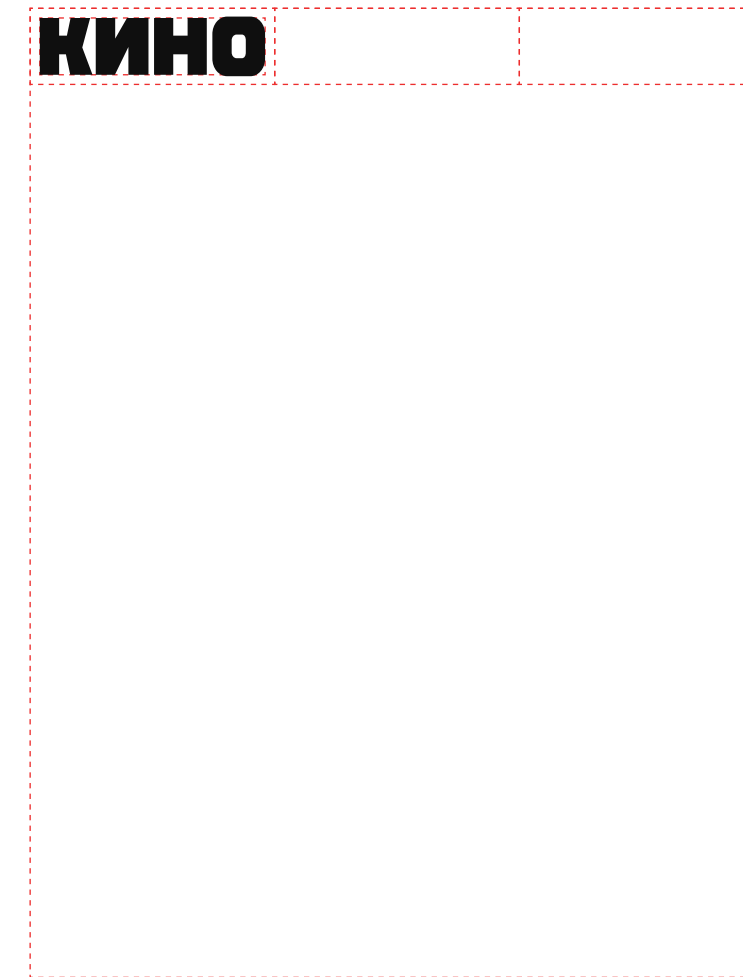
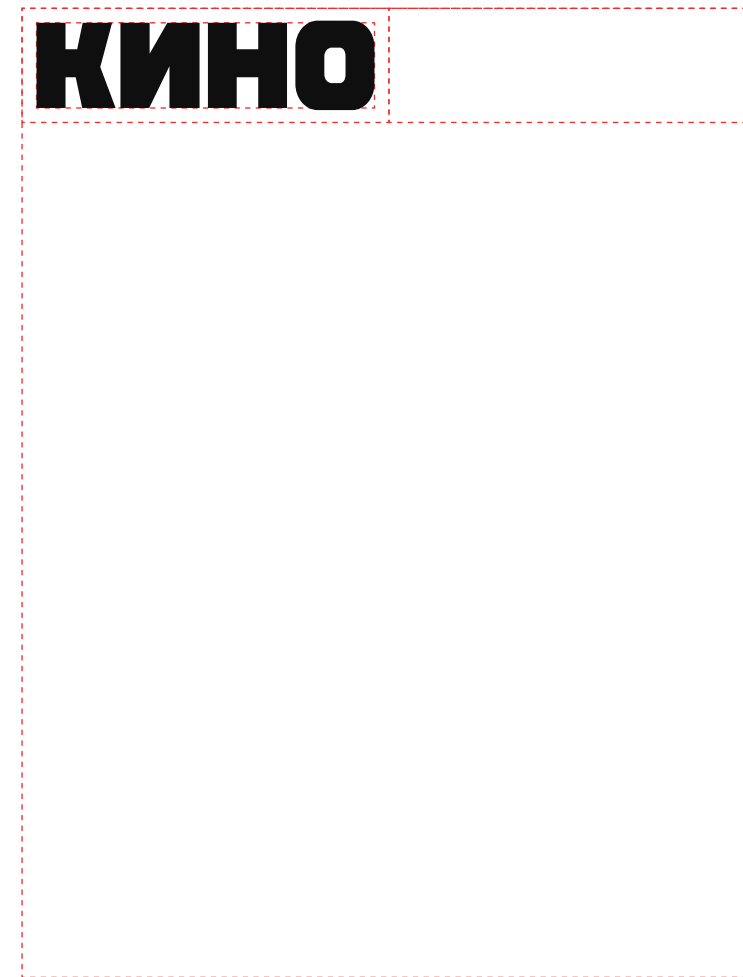
# НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ



1. Запрещается деформировать логотип, исказить пропорции составляющих его элементов, отсоединять элементы друг от друга.
2. Запрещается увеличивать кегль отдельных букв в логотипе и изменять их взаиморасположение.
3. Не размещайте логотип на пестрых фотоизображениях и сложных фонах. Соблюдайте правила использования фона.
4. Не накладывайте тень и иные эффекты на логотип.
5. Запрещается изменять цвет элементов логотипа. Используйте только цвета основной фирменной палитры. Недопустимо использование иных цветов в изображении логотипа.
6. Недопустимо размещать логотип на неконтрастном фоне. На темных фонах используйте инверсию. Отступать от требований возможно в производстве сувенирной продукции.
7. Запрещено использовать разные цвета фирменного стиля в одном элементе логотипа.
8. Недопустимо добавление обводки логотипа.

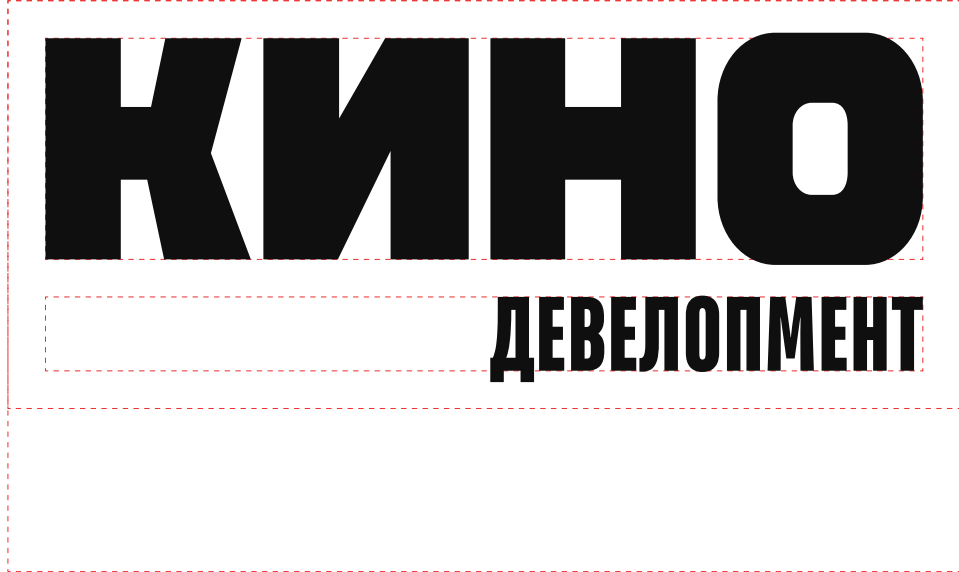
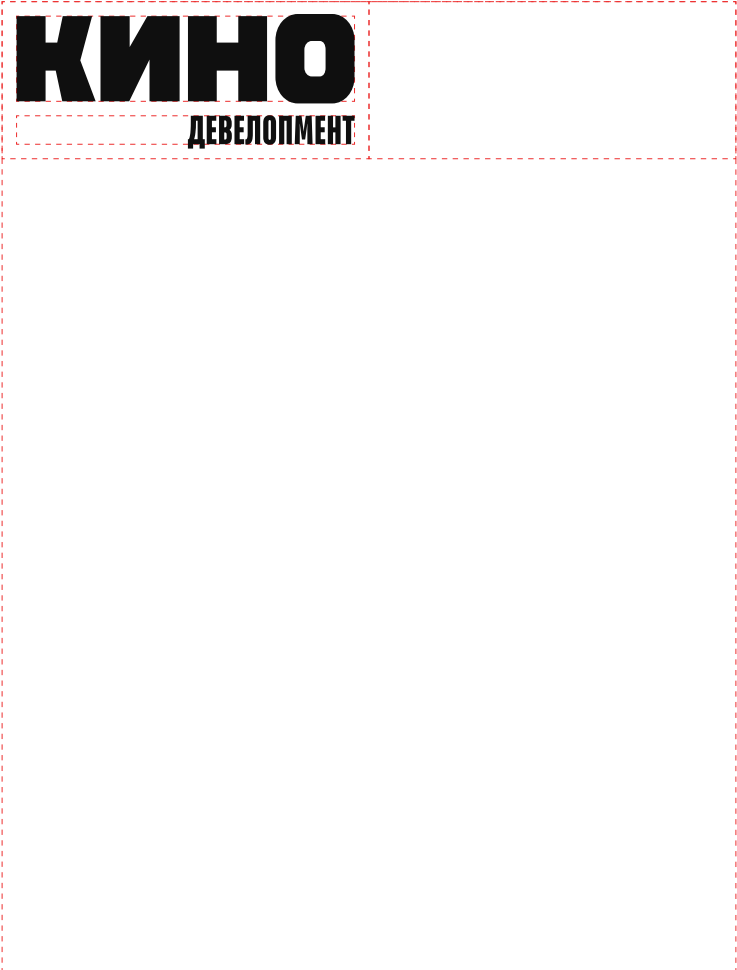
# РАСПОЛОЖЕНИЕ НА МАКЕТАХ

Важно располагать логотип так, чтобы он легко считывался и дополнял макет, но при этом не сливался с основным текстом. В большинстве случаев расположение логотипа относительно макета определяется охранным полем, при этом он должен быть кратен «3х» значению ширины макета в вертикальных макетах и «4х» в горизонтальных. Также основной логотип может располагаться в центре макета с соблюдением тех же условий.



# РАСПОЛОЖЕНИЕ НА МАКЕТАХ

Так же, как и основной логотип, расположение логотипа с дескриптором относительно макета определяется охранным полем, при этом он должен быть кратен «3х» значению ширины макета в вертикальных макетах и «4х» — в горизонтальных. В центре макета такой логотип не размещается. Самое важное, что необходимо учитывать, — это размеры макета и минимальный размер логотипа с дескриптором относительно него.





# ЗНАК

Знак применяется, когда ограниченное пространство не позволяет эффективно использовать основную версию логотипа или в ней нет необходимости.

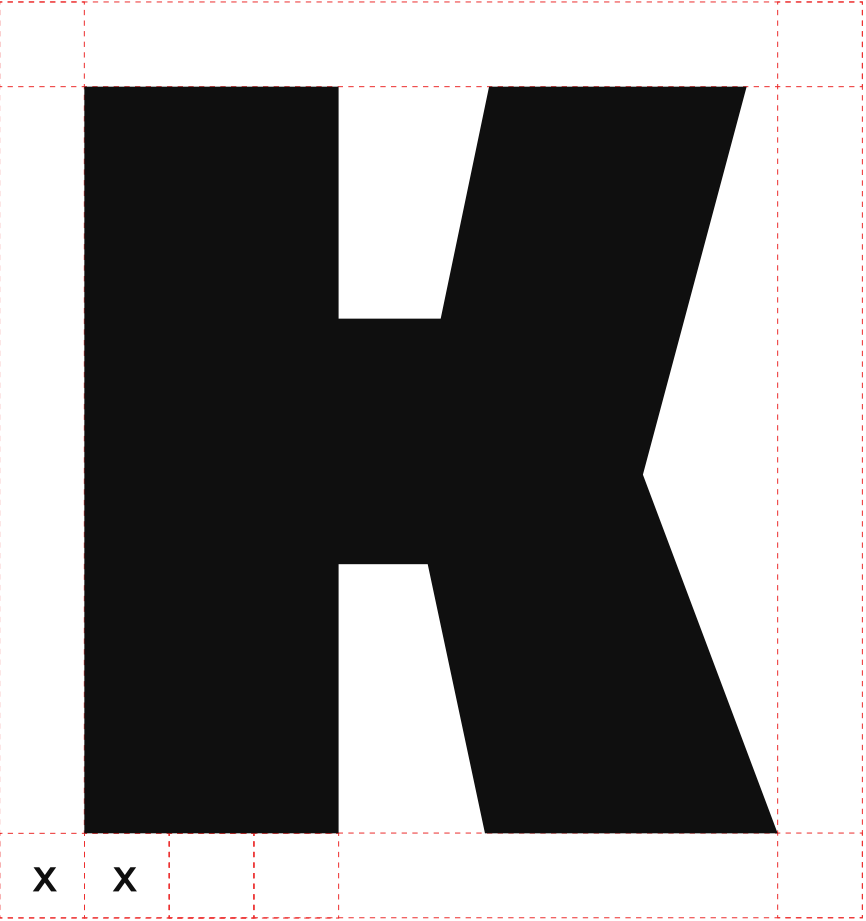
# О ЗНАКЕ



[Скачать](#)

В качестве знака выбрана буква **К** из логотипа, символизирующая кино. Как и упоминалось выше, буква **К** стилизована под киношную аппаратуру: камеру и свет.

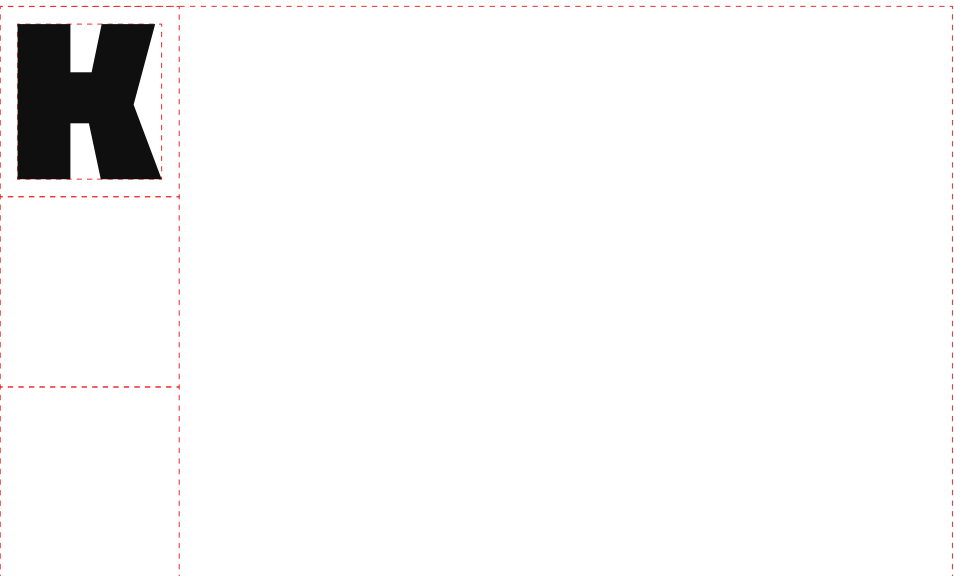
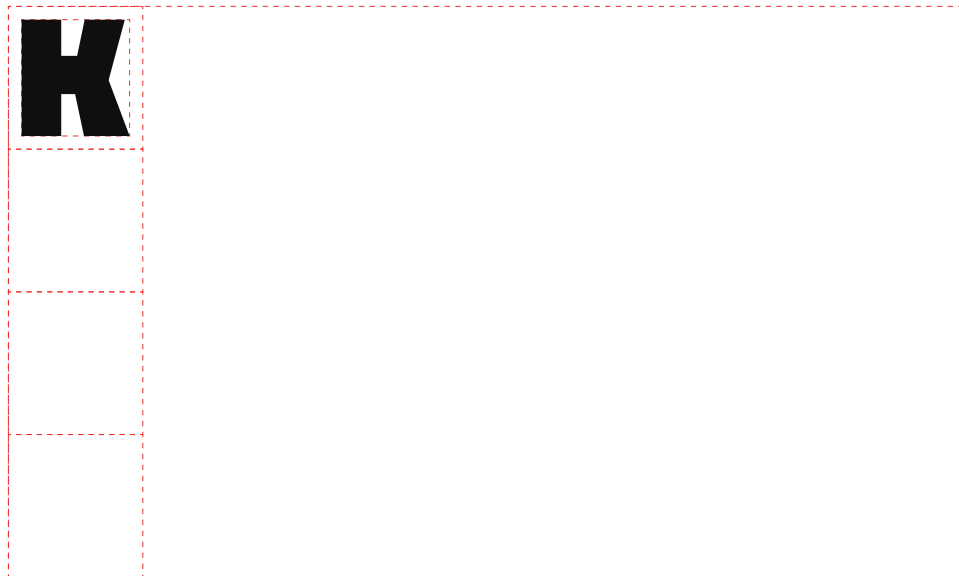
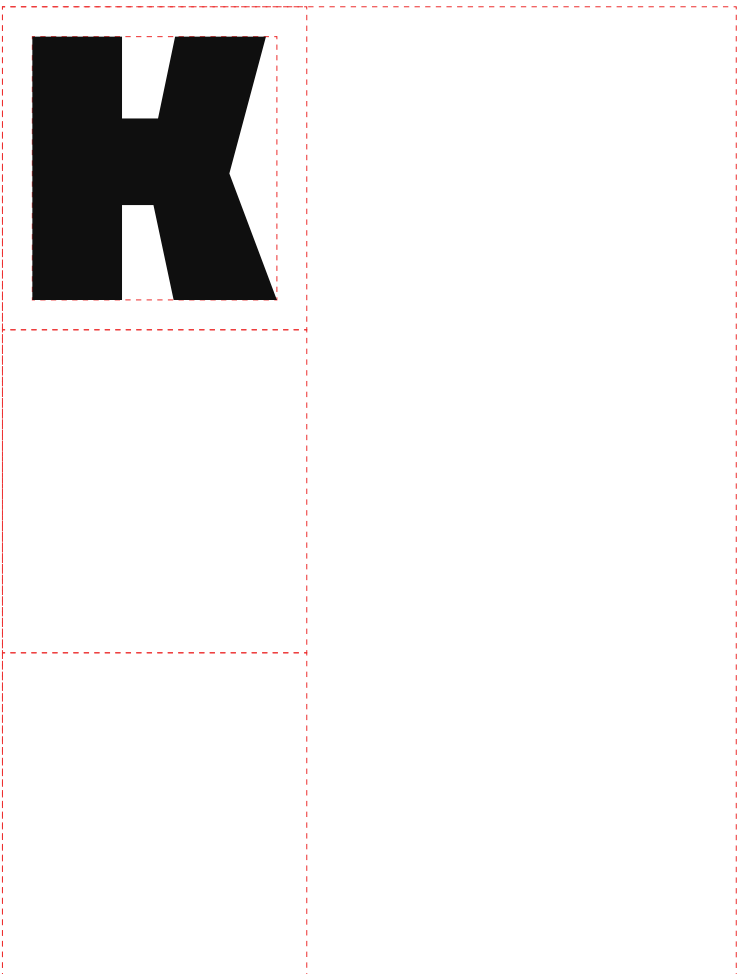
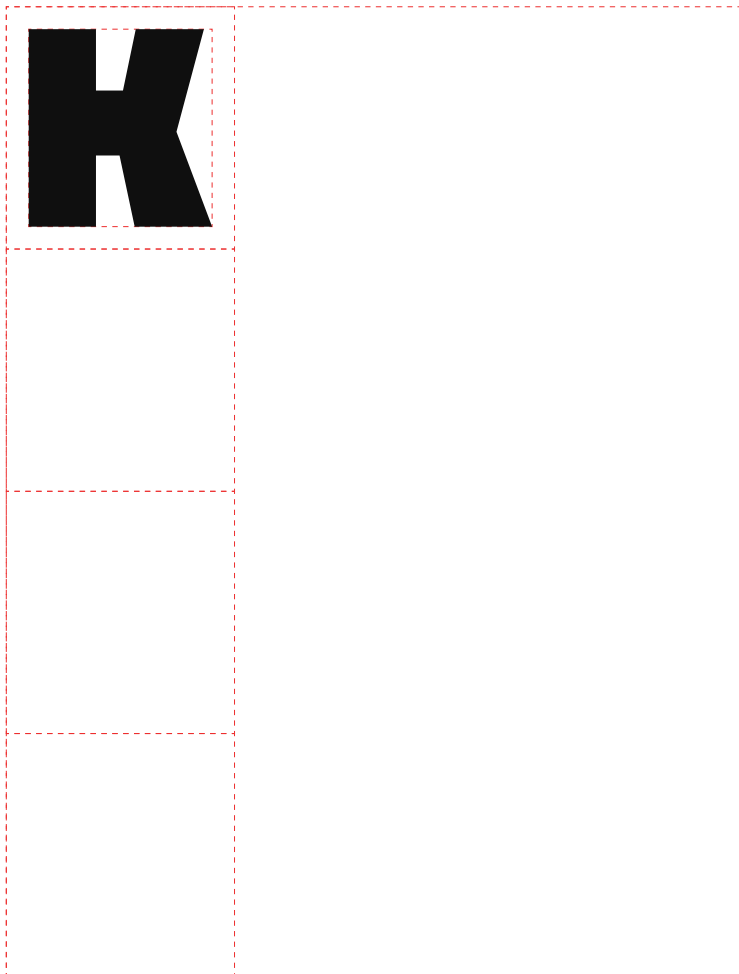
# ОХРАННОЕ ПОЛЕ ЗНАКА



В случае знака, поле безопасности формируется расстоянием с каждой стороны, равным  $\frac{1}{3}$  ширины ножки буквы **К**.

Так же, как и с логотипом, в редких случаях допускается не учитывать охранное поле, например в имиджевой

# РАСПОЛОЖЕНИЕ НА МАКЕТАХ



В большинстве макетов расположение знака относительно макета определяется охранным полем и «5х» значения высоты до нижнего края в вертикальных макетах и «4х» значения высоты — в горизонтальных. Не используйте знак совместно с логотипом, исключением является сайт.

# ЦВЕТА

Цвета фирменного стиля — то, что выделяет компанию на фоне конкурентов и делает узнаваемой на рынке. Для данного бренда были определены четыре основных цвета, отражающие образ впечатлений и кинематографа.

[Скачать](#)

**Pearl**

Pantone White  
CMYK 6/5/9/0  
RGB 241/238/231  
HEX F1EEE7

Основной цвет бренда – бежевый. Он используется в качестве фона. Бежевый подчеркивает теплоту и уют жилых пространств.

**Dark**

Pantone Black 6 C  
CMYK 82/72/68/89  
RGB 15/15/15  
HEX 0F0F0F

Черный - символ силы, элегантности и роскоши. Он ассоциируется с изысканностью и утонченностью дизайна.

**Red**

Pantone Warm Red C  
CMYK 0/91/81/0  
RGB 237/46/46  
HEX ED2E2E

Красный - символ энергии и силы. Используется для привлечения внимания, добавляя динамики и яркости общему впечатлению.

**White**

Pantone White  
CMYK 0/0/0/0  
RGB 255/255/255  
HEX FFFFFFFF

Белый цвет ассоциируется с чистотой, светом и гармонией. Он позволяет усилить контрастность при необходимости или заменить бежевый цвет (например, в полиграфии).

При визуальной организации информации во всех макетах выбор шрифта имеет большое значение. Его легкая читаемость и ассоциативность с предметом сообщения обеспечивает качественное восприятие информации, а также ее запоминаемость.

**ШРМФТ**

# ОСНОВНОЙ ШРИФТ БРЕНДА

Универсальный и функциональный гротеск TT Norms® Pro обладает явно выраженным характером, но при этом без слишком ярких всплесков или перегибов — он и не слишком нейтрален, и в меру ярок. TT Norms® Pro удобен в использовании за счёт функциональности. Шрифт содержит 38 OpenType фиц, в том числе:

- большое количество лигатур;
- дроби, нумераторы, суперскрипты;
- сеты стилистических альтернатив.

# TT Norms® Pro

## TT Norms® Pro Regular

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } ? < > . / ,

## TT Norms® Pro Medium

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } ? < > . / ,

## TT Norms® Pro Bold

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } ? < > . / ,

[Скачать](#)

\*шрифт разработан студией шрифтового дизайна TypeType. Студия разрабатывала шрифты для Венецианского кинофестиваля, Mail.ru Group, Лаборатории Касперского, Вконтакте, банка Точка и бренда UNIQLO.

\*в случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, бланк или презентация), допускается использование системного шрифта **Corbel**.



# ЗАГОЛОВКИ

**TT Bluescreens** — это геометрический гротеск с узкими пропорциями. Шрифт обладает запоминающимся характером, при этом сохраняет нейтральность, поэтому может использоваться на разных носителях.

**TT Bluescreens** в начертании ExtraBold используется в качестве основного шрифтового начертания для создания заголовков первого уровня.

# TT BLUESCREENS

## TT Bluescreens ExtraBold

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 Ъь Ыы Ьь Ээ Юю Яя 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } ? < > . / ,

[Скачать](#)

\*шрифт разработан студией шрифтового дизайна TypeType. Студия разрабатывала шрифты для Венецианского кинофестиваля, Mail.ru Group, Лаборатории Касперского, Вконтакте, банка Точка и бренда UNIQLO.

\*в случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, бланк или презентация), допускается использование системного шрифта **Corbel**.

# ИЕРАРХИЯ ШРИФТОВ

Семейство **TT Norms Pro** используется в качестве основного наборного шрифта и заголовков второго и третьего уровней.

100+% / 72 pt+

## ЗАГОЛОВОК ПЕРВОГО УРОВНЯ

интервал между строками 100% / 72 pt

50% / 36 pt

## Заголовок второго уровня

интервал между строками 100% / 36 pt

30% / 24 pt

## Заголовок третьего уровня

интервал между строками автоматический

20% / 14 pt

Впечатление – это образ, оставляемый в сознании предметами и явлениями внешнего мира.

интервал между абзацами 10 px

Мы – строительная компания, которая впечатляет. Впечатляем архитектурными решениями и организацией пространства во дворах, планировками, отделкой, условиями покупки и сервисом. Мы впечатляем отношением к своим жителям на всех этапах выбора квартиры и совершения покупки.

\*шрифт разработан студией шрифтового дизайна TypeType. Студия разрабатывала шрифты для Венецианского кинофестиваля, Mail.ru Group, Лаборатории Касперского, Вконтакте, банка Точка и бренда UNIQLO.

\*в случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, бланк или презентация), допускается использование системного шрифта **Corbel**.

# ИЕРАРХИЯ ШРИФТОВ

Данное шрифтовое начертание используется в качестве основного коммуникативного инструмента.

**TT Bluescreens** в начертании ExtraBold используется в качестве основного шрифтового начертания для создания заголовков первого и второго уровня.

100+% / 72 pt+

## ЗАГОЛОВОК ПЕРВОГО УРОВНЯ

интервал между строками 100% / 72 pt

50% / 36 pt

## ЗАГОЛОВОК ВТОРОГО УРОВНЯ

интервал между строками 100% / 36 pt

30% / 24 pt

Мы — строительная компания, которая впечатляет. Впечатляем архитектурными решениями и организацией пространства во дворах, планировками, отделкой, условиями покупки и сервисом. Мы впечатляем отношением к своим жителям на всех этапах выбора квартиры и совершения покупки.

интервал между строками автоматический

интервал между абзацами 10 px

\*шрифт разработан студией шрифтового дизайна TypeType. Студия разрабатывала шрифты для Венецианского кинофестиваля, Mail.ru Group, Лаборатории Касперского, Вконтакте, банка Точка и бренда UNIQLO.

\*в случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, бланк или презентация), допускается использование системного шрифта **Corbel**.

Иллюстрации важны для создания привлекательного и понятного образа проекта, который способствует эффективной коммуникации с потенциальными клиентами. Они служат, как вспомогательный элемент для поддержки офферов и слоганов бренда, использовать их часто не нужно. В данном разделе приведены четыре иллюстрации, по примеру которых можно создавать и другие.

# ИЛЛЮСТРАЦИИ

# ИЛЛЮСТРАЦИИ



Живые иллюстрации выполнены в технике скетчинг. Данная техника позволяет создать небрежные, естественные линии и местами непропорциональные объекты, которые передают весь спектр неуловимых эмоций, как в КИНО. Подобная техника скетчинга активно используется в кинематографе.



# ИЛЛЮСТРАЦИИ



На иллюстрациях можно изображать людей в интерьерах, семью за ужином или прогулкой, а также строителей и строительную площадку.



В рамках концепции проекта важно учитывать основную философию, транслируемую через использование контента, который подчеркивает голос бренда и его ценности. Например, для рекламных кампаний мы можем использовать кинематографичный контент, не связанный со стройкой, но связанный с впечатлениями и эмоциями. А для стандартной наружной рекламы более жизненный контент.

# ФОТОСТИЛЬ



Используйте темные и насыщенные цвета, которые создают атмосферу кино. Можно также использовать специфические цветовые фильтры для достижения желаемого эффекта.

[Скачать](#)





Работайте с освещением, чтобы создать кинематографический эффект. Это включает в себя игру света и тени, контролируемое освещение и т.д.

[Скачать](#)



Сосредоточьтесь на передаче эмоций и чувств через фотографии, чтобы создать связь с аудиторией. Фотографии должны передавать определенное настроение, характерное для кино: интрига, драматизм, романтика и т.д.

[Скачать](#)



Используйте кинематографические техники композиции, такие как крупные планы, планы общего вида, игра света и тени для создания драматичности и глубины.

[Скачать](#)

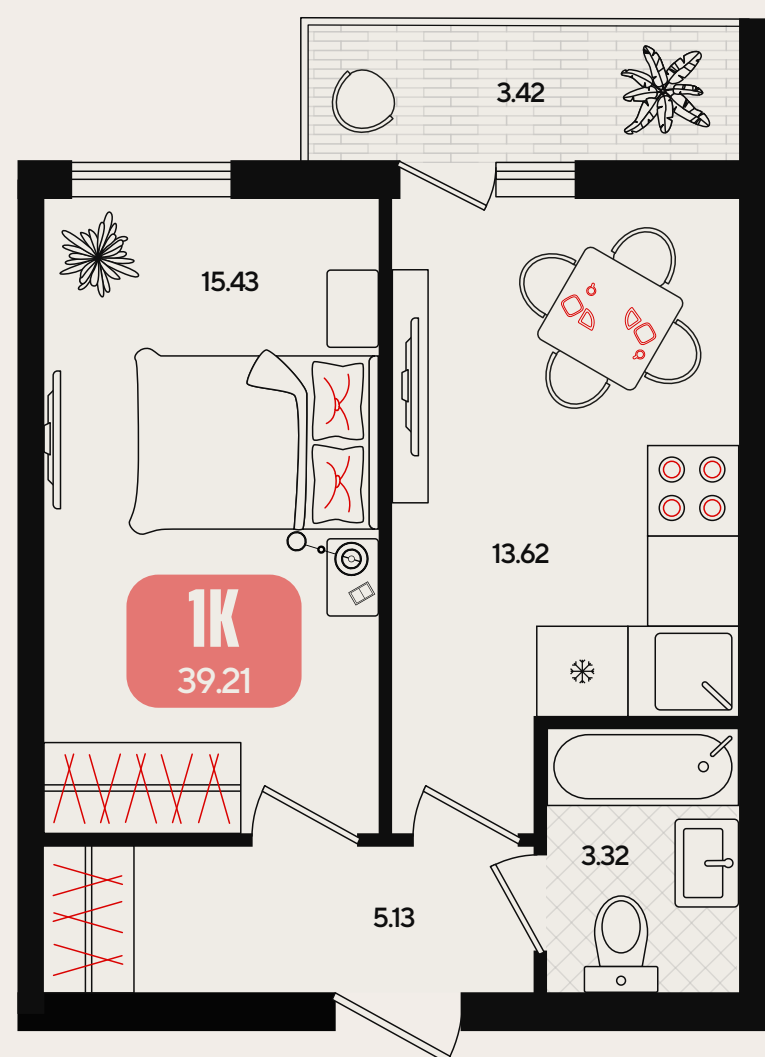
При оформлении планировок необходимо использовать фирменные сочетания цветов. Подписи с типом комнаты и площадью размещаются в середине максимально крупного свободного пространства помещения.

Не допускается использование жирных линий, а пропорции мебели и других элементов интерьера должны соответствовать инженерным планам. Некоторые элементы интерьера можно выделять фирменным красным цветом, это позволяет отобразить уникальность планировок.

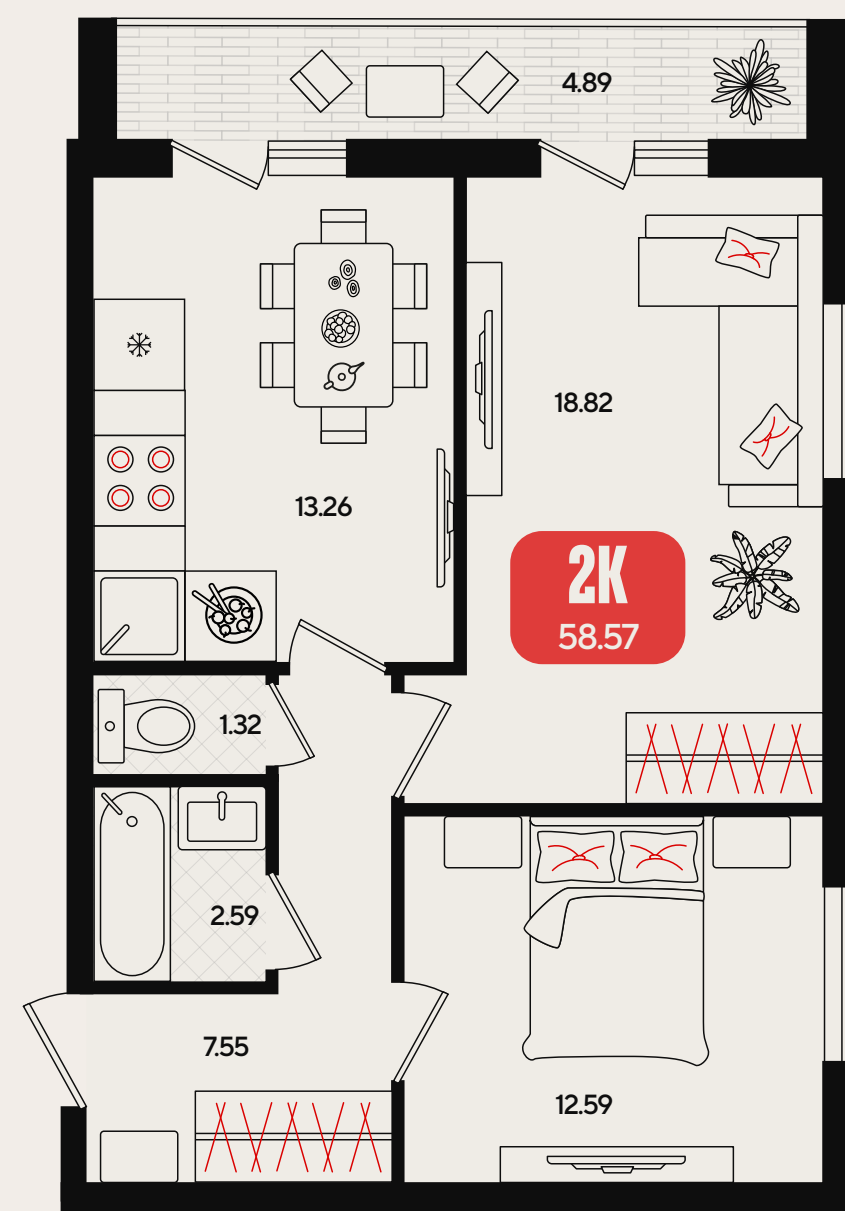
# ПЛАНИРОВКИ

# ПЛАНИРОВКИ

Не допускается использование жирных линий, а пропорции мебели и других элементов интерьера должны соответствовать инженерным планам. Некоторые элементы интерьера можно выделять фирменным красным цветом, это позволяет отобразить уникальность планировок.



1-КОМНАТНАЯ  
КВАРТИРА  
**39,21 м<sup>2</sup>**



2-КОМНАТНАЯ  
КВАРТИРА  
**58,57 м<sup>2</sup>**



3-КОМНАТНАЯ  
КВАРТИРА  
**76,81 м<sup>2</sup>**

[Скачать](#)

\*элементы интерьера можно скачать в отдельном файле с планировками.

Брендбук позволяет нам использовать графические элементы свободно и независимо друг от друга, при этом каждый элемент является важным и подчеркивает особенность и характер макетов. В разделе приведены основные принципы, которые позволяют не выйти за рамки брендбука и остаться уникальными.

# ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ

# ПРИНЦИПЫ ВЁРСТКИ

Выделяйте контрастные элементы, например, логотип или плашки

Скругляем углы фотографий везде, кроме макетов, где контент размещен на всём пространстве



Соблюдайте иерархию шрифтов

Охранная зона макетов всегда равна, либо больше охранной зоны логотипа

Соблюдайте иерархию шрифтов



Используйте иллюстрации

В некоторых случаях допускается использовать вертикальные заголовки, например, в содержании



Приём с титрами взят из кинотеатральных афиш. Ими можно выделить людей, которые занимались проектом



Одной из основных фишек вёрстки текста являются дополнения к заголовкам, это могут быть контакты или какие-то дополнения к основному УТП



Единый фирменный стиль при разработке наружной рекламы предусматривает совокупность художественных приемов, разработанных на базе визуального стиля (цвет, шрифт, контент).

Важным аспектом наружной рекламы является контент и крупный оффер. Важно учитывать цель носителя, если мы привлекаем внимание к УТП, то оно не должно быть маленьким.

В разделе приведены примеры разной верстки наружной рекламы.

# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

# КВАРТИРЫ В ГОТОВОМ ДОМЕ

**К**

**KINO.DEV**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

**КИНО**

# ЗЯНКИНА 19 СТАРТ ПРОДАЖ

**21-18-16**

**KINO.DEV**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф



**КВАРТИРЫ  
В ГОТОВОМ  
ДОМЕ**

**К**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

**KINO.DEV**

1001619



ПСК на момент заключения Договора от 12,8% до 18,6% годовых. Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Ипотека предоставляется совместно с ПАО "Банк Уралсиб". Стоимость квартиры 4179170Р. ПВ-40%. Срок кредитования 30 лет. Ставка на период строительства 2,99% (семейная ипотека) далее 6%. Генеральная лицензия Банка №30 выдана 10.09.2015 г.

**КИНО**

**ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС НА ГОРЬКОГО**



ПСК на момент заключения Договора от 12,8% до 18,6% годовых. Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Ипотека предоставляется совместно с ПАО "Банк Уралсиб". Стоимость квартиры 4179170Р. ПВ-40%. Срок кредитования 30 лет. Ставка на период строительства 2,99% (семейная ипотека) далее 6%. Генеральная лицензия Банка №30 выдана 10.09.2015 г.

**ГОТОВЫЕ** KINO.DEV  
**КВАРТИРЫ**  
**В ЖИЛОМ** 21-18-16  
**КОМПЛЕКСЕ**  
**НА ГОРЬКОГО**

ПСК на момент заключения Договора от 12,8% до 18,6% годовых. Проектная декларация на сайте наш.дом.рф. Ипотека предоставляется совместно с ПАО "Банк Уралсиб". Стоимость квартиры 4179170Р. ПВ-40%. Срок кредитования 30 лет. Ставка на период строительства 2,99% (семейная ипотека) далее 6%. Генеральная лицензия Банка №30 выдана 10.09.2015 г.

# ГОТОВЫЕ KINO.DEV КВАРТИРЫ В ЖИЛОМ 21-18-16 КОМПЛЕКСЕ НА ГОРЬКОГО

ПСК на момент заключения Договора от 12,8% до 18,6% годовых. Проектная декларация на сайте нашдом.рф. Ипотека предоставляется совместно с ПАО "Банк Уралсиб". Стоимость квартиры 4179170Р. ПВ-40%. Срок кредитования 30 лет. Ставка на период строительства 2,99% (семейная ипотека) далее 6%. Генеральная лицензия Банка №30 выдана 10.09.2015 г.

# КИНО

## ВСТРЕТИМСЯ В КИНО



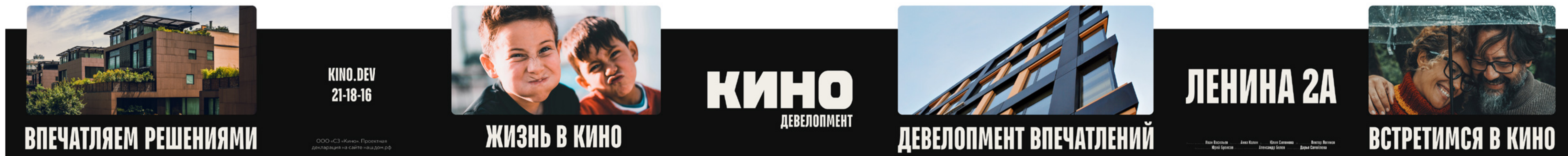
ГОТОВЫЕ  
КВАРТИРЫ  
В ЖИЛОМ  
КОМПЛЕКСЕ  
НА ГОРЬКОМ

100 кв. м. однокомнатная квартира, 100 кв. м. двухкомнатная, 120 кв. м. трехкомнатная, 150 кв. м. четырехкомнатная. Цена от 2,5 млн руб. Статус: элитный. Адрес: г. Москва, м. Горький, вл. 10. Контакт: +7 (495) 123-4567

# ЗАБОР

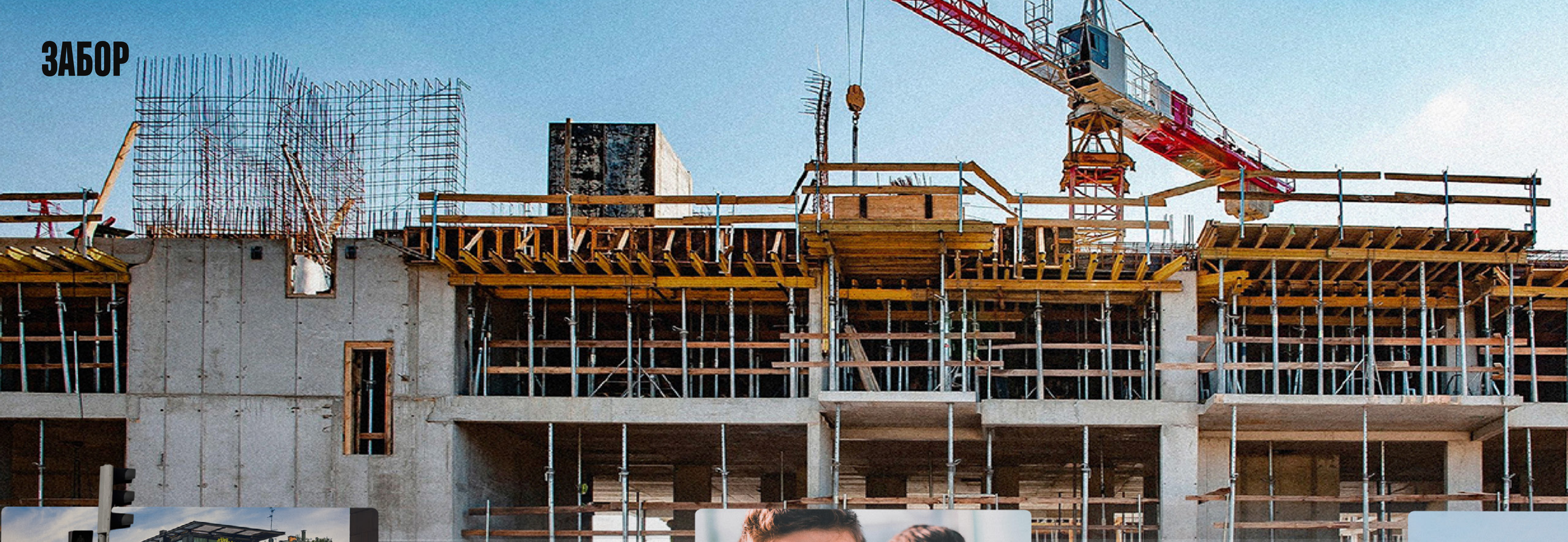
Формат и цвета забора зависят от класса жилья. Например, премиум-класс рекомендуется оформлять в темных строгих тонах, а средний класс — в стандартном бежевом и красном цвете.

Некоторые элементы, например, логотип или фотографии, рекомендуется делать объемными, это поможет сделать забор более динамичным.



[Скачать](#)

**ЗАБОР**



**ВПЕЧАТЛЯЕМ РЕШЕНИЯМИ**

**KINO.DEV**  
**21-18-16**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф



**ЖИЗНЬ В КИНО**

**КИНО**  
ДЕВЕЛОПМЕНТ



**ДЕВЕЛОПМЕНТ**





# ИМИДЖЕВЫЕ ПОСТЕРЫ

# КИНО

РЫ НА ГОРЬКОГО



В КИНО С 20 АПРЕЛЯ

Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**

# КИНО

## ВСТРЕТИМСЯ В КИНО



Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**

# КИНО

## ВПЕЧАТЛЯЕМ РЕШЕНИЯМИ



Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**

# КИНО

## ДЕВЕЛОП- МЕНТ ВПЕЧАТ- ЛЕНИИ



Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**

# КИ

Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**

В данном разделе показана концепция печатных макетов. При вёрстке буклетов важно соблюдать иерархию шрифтов, а также использовать различные приёмы расположения текста. Во всех макетах необходимо соблюдать стиль используемых фотографий.

# ПОЛИГРАФИЯ

# НАШИ РЕШЕНИЯ ПРОДУМАНЫ В КАЖДОМ КАДРЕ

Впечатление – это образ, оставляемый в сознании предметами и явлениями внешнего мира.

Мы стремимся к лучшему во всем: от красивой архитектуры до почтового ящика. Именно детали формируют впечатляющее пространство.



**ДЕТСКИЕ  
ПЛОЩАДКИ**

**ПРИРОДА  
РЯДОМ**

**СПОРТИВНЫЕ  
ПЛОЩАДКИ**

**СПОРТИВНЫЕ  
ПЛОЩАДКИ**



Главный архитектор **Иван Васильев** Архитектор **Анна Калин** Дизайнер **Юлия Симонова** 3D-визуализатор **Виктор Логинов**  
Главный инженер **Юрий Броисов** Инженер-теплоэнергетик **Александр Белов** Отдел продаж **Дарья Самойлова**



# НАШИ ЛЮДИ В БУЛОЧНУЮ НА ТАКСИ НЕ ЕЗДЯТ

Жить, работать, ходить по магазинам, развлекаться, встречаться с друзьями — все это можно делать, не покидая жилой комплекс!

Мы предусмотрели коммерческие помещения в шаговой доступности: кафе, пекарни, рестораны, магазины, аптеки и другие полезные сервисы для наших жителей.



# МЕСТО ВСТРЕЧИ ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ!

Мы создаем центры притяжения так, чтобы вызвать эмоциональный отклик у жителей, подарить им приятный повод прогуляться по улице с друзьями или с семьей, а также познакомиться с соседями.

Мы уделяем большое внимание организации общественного пространства, чтобы подарить уют и сблизить людей друг с другом.



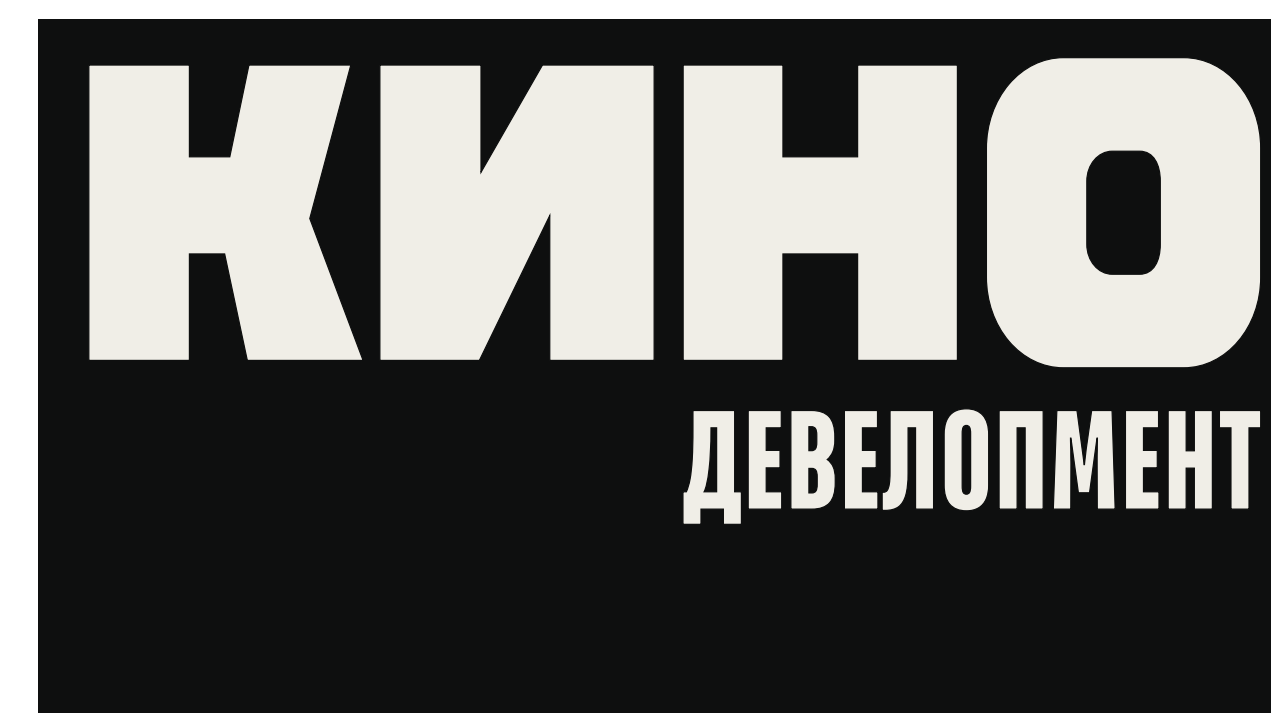
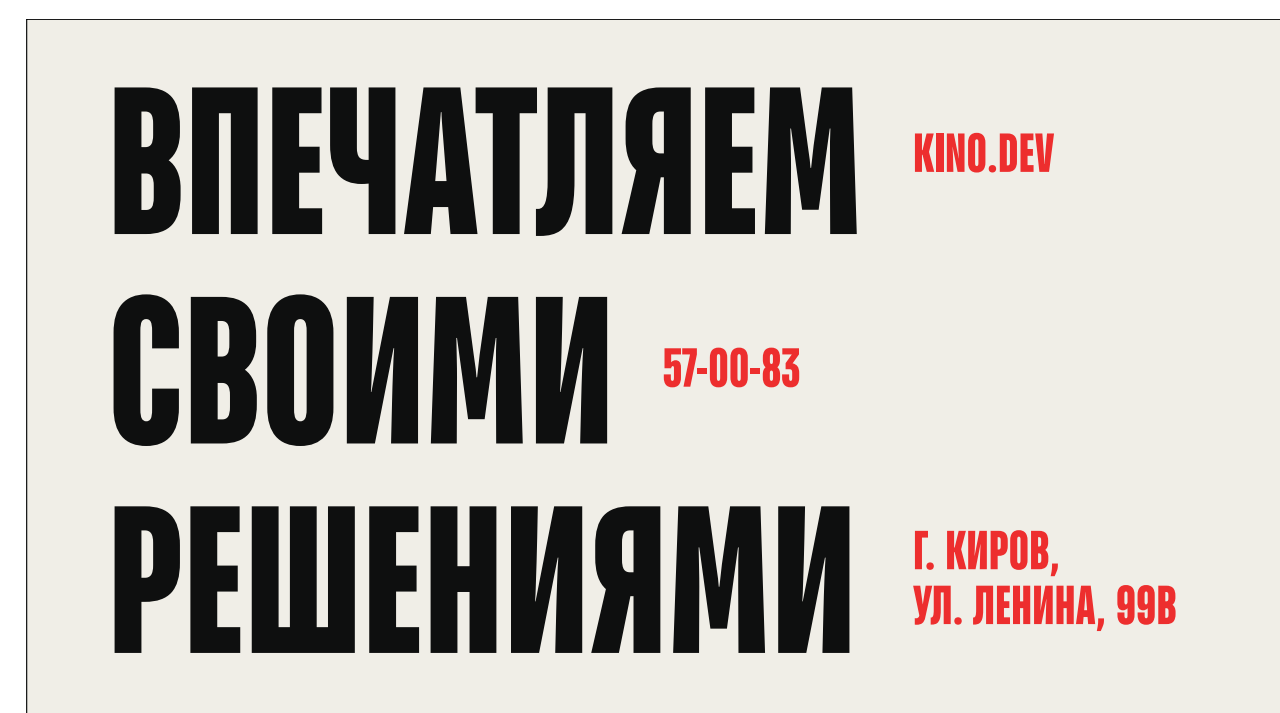


# МЕСТО ВСТРЕЧИ ИЗМЕНИТЬ НЕЛЬЗЯ!

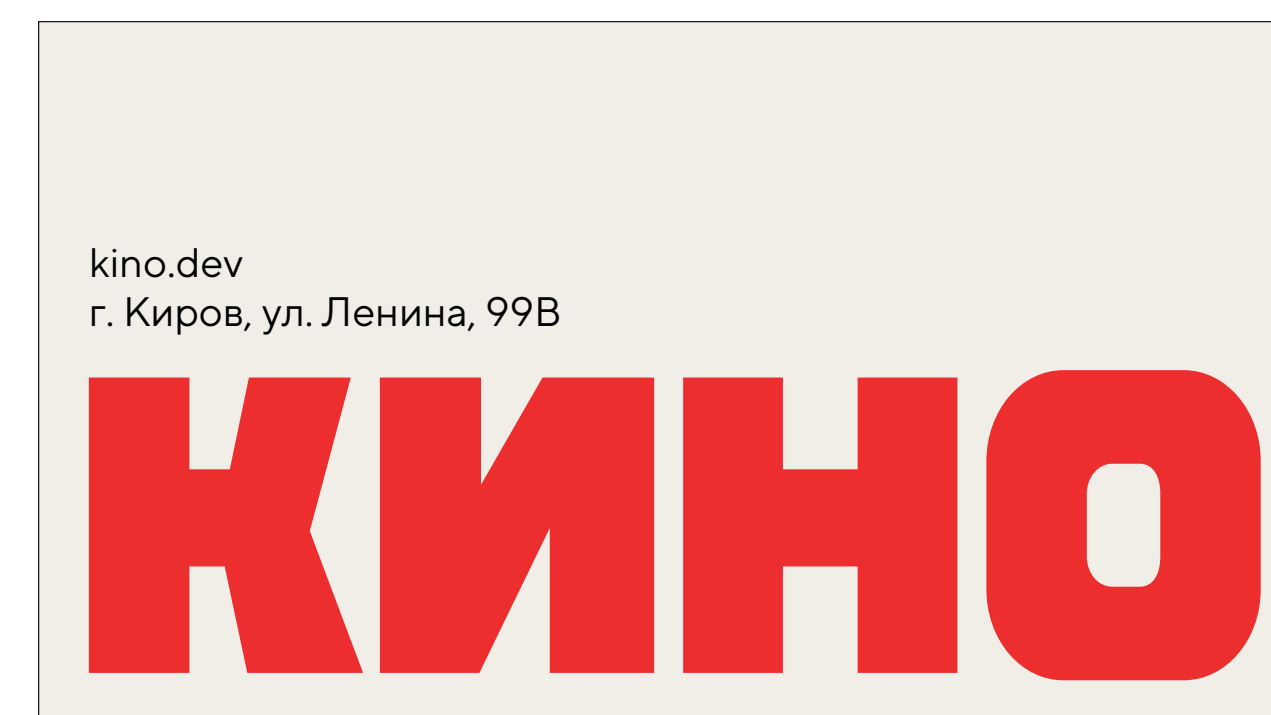
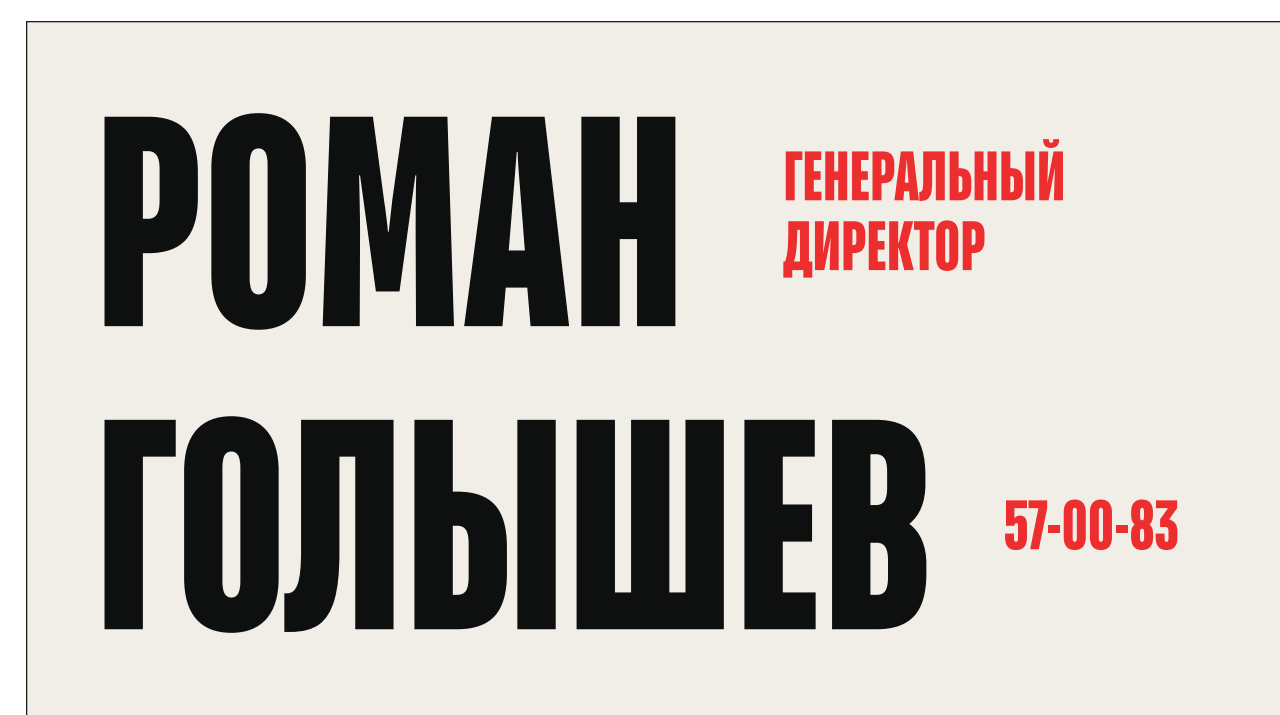
Мы создаем центры притяжения так, чтобы вызвать эмоциональный отклик у жителей, подарить им приятный повод прогуляться по улице с друзьями или с семьей, а также познакомиться с соседями.

Мы уделяем большое внимание организации общественного пространства, чтобы подарить уют и сблизить людей друг с другом.

Общая визитка



Индивидуальная визитка












# КОММУНИКАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В данном разделе показаны концепции коммуникационных материалов. Так же, как и на других носителях, коммуникация строится через демонстрацию логотипа, текстов и слоганов.




**КИНО** Проекты Квартиры Акции Контакты   




**КИНО** Выгода до 7% при обмене квартиры в Кино

**НА ГОРЬКОГО**

[Подробнее](#)




**КИНО** Проекты Квартиры Акции Контакты   




**ИПОТЕКА ОТ 2,9%** Выгодное вложение в недвижимость

[Выбрать квартиру](#)

**БАННЕР НА САЙТ**

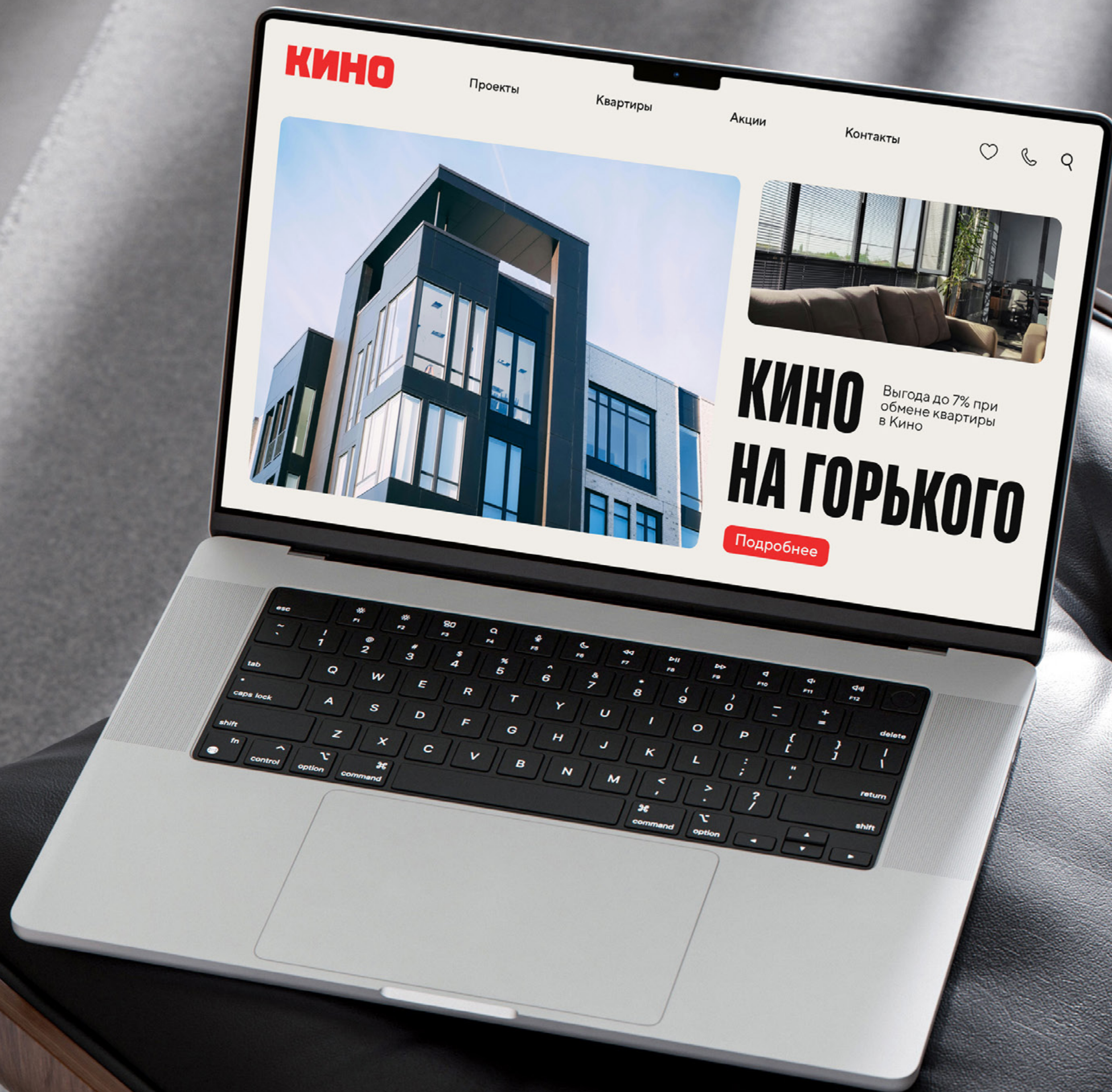
**КИНО**    Проекты    Квартиры    Акции    Контакты      



**ИПОТЕКА ОТ 2,9%**    Выгодное вложение  
в недвижимость

[Выбрать квартиру](#)

**БАННЕР НА САЙТ**



**КИНО**


В КИНО –  
С 20 АПРЕЛЯ



**СТАРТ ПРОДАЖ НОВОГО ЖК**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

**КИНО**



**РЕМОНТ В ПОДАРОК**

ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

**КИНО**


**УДОБНЫЕ ПЛАНИРОВКИ**



ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

**КИНО**

**КВАРТИРЫ В ГОТОВОМ ДОМЕ**



ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф

# КИНО

## УДОБНЫЕ ПЛАНИРОВКИ



ООО «СЗ «Кино». Проектная декларация на сайте наш.дом.рф



ВПЕЧАТЛЯЕМ РЕШЕНИЯМИ

**K**

A03

Building will perform with  
3D printers, 3D visual  
building engineering &  
design project is completed  
as skills.

Handwritten notes:

1. 10. 2017

10. 10. 2017	10. 10. 2017
10. 10. 2017	10. 10. 2017
10. 10. 2017	10. 10. 2017



В данном разделе показан формат применения стиля в рамках разработки имиджевой продукции. Узнаваемость имиджевой и сувенирной продукции основана на фирменных цветах и логотипе. Помимо логотипа можно использовать знак. Важно не перебарщивать с количеством графических элементов на носителях, соблюдайте принцип минималистичности и чистоты.

# ИМИДЖЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ

ХУДИ





**ЕЖЕДНЕВНИКИ**



**ЭКО-СУМКА**



**ЖИВУ**

**ЖИВУ  
В КИНО**



ТЕРМОКРУЖКА



# ЗНАЧКИ







[Скачать все файлы](#)

# КИНО

РАЗРАБОТАНО ТОМ YORКУ

2024