

# DEWEWELL

GROUP

## Платформа бренда

Позиционирование бренда	3
Атрибуты бренда	5
Характер бренда	8
Ценности бренда	10
Манифест бренда	12
Суть бренда	14
Пирамида бренда	16

## Идентификация бренда

Логотип	18
Основная версия	19
Построение и охранное поле	20
Сервисная версия логотипа	21
Построение и охранное поле	22
Фирменный знак	23
Построение и охранное поле	24
Допустимые цветовые сочетания	25
Недопустимое применение	27

## Шрифт и типографика 29

Фирменные шрифты	30
Пример использования	31

## Фирменные цвета 32

Палитра и основные сочетания	33
Пример использования	34

## Принципы верстки макетов 35

Горизонтальная ориентация	36
Вертикальная ориентация	38

## Носители 40

Хординг	41
Городская наружная реклама	43
Полиграфия	46
Digital форматы	50
Альтернативные наружные носители	51
Мерч	54



# Позиционирование бренда

Более 10 лет мы строим концептуальные жилые комплексы, применяем новые инженерные решения и развиваем комфортную городскую среду.

В нашей команде - инициативные новаторы, которые живут своим делом, и проверенные временем надежные партнеры.

Нас отличает скрупулёзный подход к разработке и реализации каждого проекта. Мы прорабатываем детали, продумываем инфраструктуру и тщательно подбираем материалы. Делаем ставку на качество и концепт, чтобы создать эксклюзивный продукт для людей с высоким уровнем насмотренности и чувством прекрасного.

И в этой ежедневной кропотливой работе мы ощущаем причастность к чему-то большему, чем просто строительство. Мы причастны к глобальным переменам, которые сделают жизнь города и наших клиентов по-настоящему прекрасной.



причастность  
**DE`**

к прекрасному  
**WELL**

# Атрибуты бренда

## Продукт

Наш продукт - современные жилые комплексы.

В основе каждого проекта - уникальная базовая идея с поправкой на реальные потребности людей и потенциал локации.

Вокруг этой идеи мы выстраиваем концепцию дома с востребованными атрибутами комфортной жизни и работы.

Наши дома отличает авторская архитектура и актуальные продуктовые решения. Именно поэтому они становятся новой городской доминантой и точкой притяжения, меняя привычные маршруты и наполняя локации новыми смыслами.

Атрибуты доказывают, что бренд может выполнить свои обещания. Это детали, элементы, с которыми может контактировать потребитель. Это основные причины верить нашему бренду.

## Персоналии

Наша компания - это команда единомышленников и вовлеченных профессионалов, для которых каждый проект - это новый вызов и новая вершина.

Это проверенные временем, надежные партнеры, которые разделяют наши принципы и философию.

Это жители наших комплексов, настоящие и будущие. Время и люди - главные цензоры результатов нашей работы. А значит, вектор развития девелопмента и то, каким будет наш следующий продукт, определяем мы вместе.

## Подход



Наш главный принцип - делать своё дело хорошо.

Поэтому в глобальном стремлении создать максимально комфортную среду мы сосредоточены на деталях.

Начиная работу над каждым проектом, мы всегда визуализируем будущих жителей по собственной сегментации, прорабатываем их жизненный трек и стараемся заглянуть в будущее. Мы готовы выделять дополнительные ресурсы (временные, человеческие, финансовые) на максимальную проработку проекта, чтобы в итоге реализовать наиболее релевантное решение.

Наш бренд — это пока небольшая, но амбициозная компания, которая работает на собственное имя, поэтому делает ставку на качество, а не на количество.



## Экспертиза

Мы понимаем, что профессиональный рост и экспертность каждого члена команды напрямую влияет на уровень проектов и динамичное развитие компании.

Более того, эти аспекты влияют на совершенствование отрасли в целом.

Поэтому в нашей команде - эксперты в индустрии с многолетним опытом и реализованными проектами.

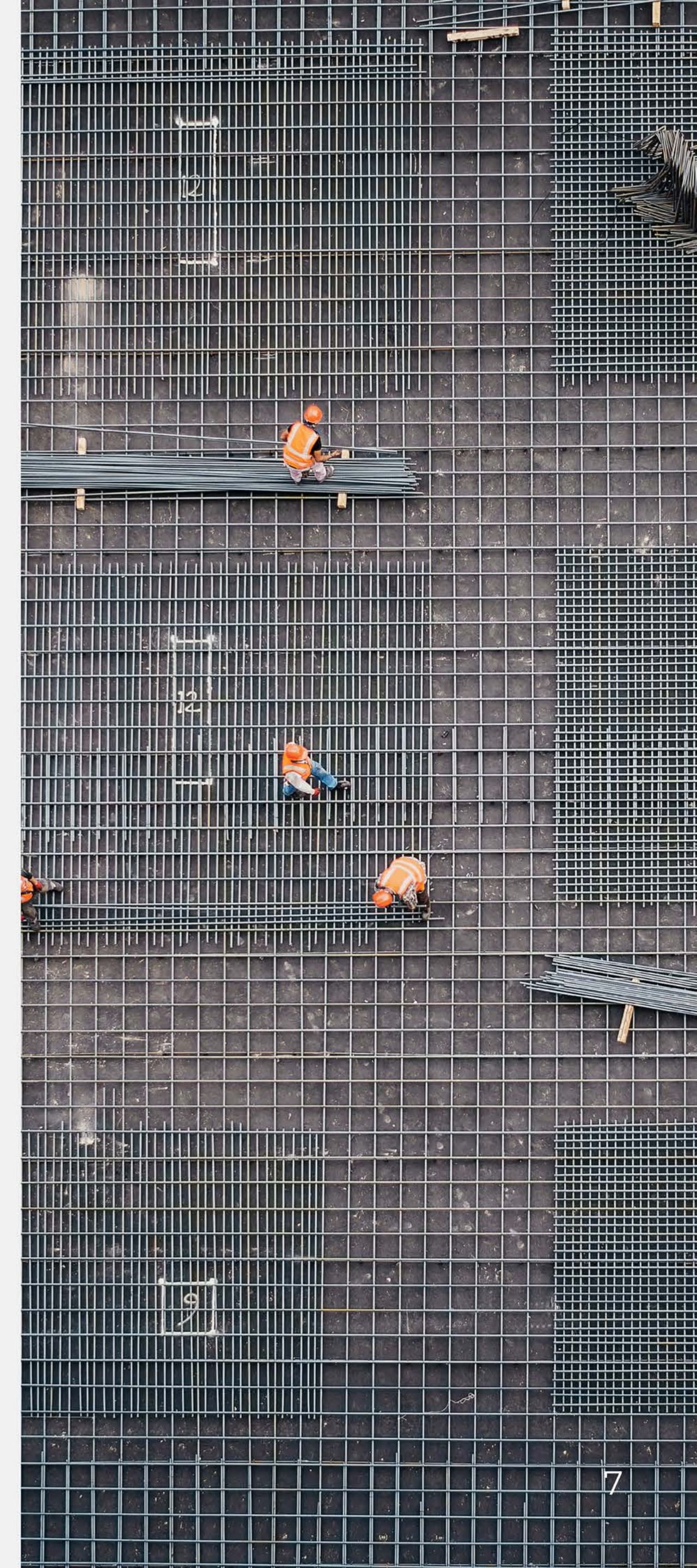
Не останавливаясь на достигнутом, мы регулярно посещаем урбан-туры и изучаем успешные практики, чтобы предложить нашим клиентам лучшее из возможного в современном жилищном строительстве.

Атрибуты доказывают, что бренд может выполнить свои обещания. Это детали, элементы, с которыми может контактировать потребитель. Это основные причины верить нашему бренду.

## Репутация

За годы успешной деятельности мы выработали собственный почерк и сформулировали ценности, которые транслируем в работе и жизни.

Надежность, клиентоориентированность, желание слушать и умение слышать свою аудиторию, а также держать свое слово - вот основы нашей репутации.



Характер  
бренда



# Характер бренда\*

\* Характер бренда — это персонификация, одушевление бренда. Это определенная стилистика, которой подчинены все материалы и коммуникации бренда.

Экспертный

Скрупулезный

Прогрессивный

Эмпатичный

Стабильный



# Ценности бренда

## Ценности бренда\*

### Самобытность

у нашего бренда собственный характер, собственная философия и собственный путь развития - компании и проектов.

### Развитие

всей индустрии строительства, нашего города и региона, наших партнёров и подрядчиков, наших сотрудников и главное — наших жителей. Мы развиваем нашу аудиторию, потому что даем ей возможность выстраивать и развивать жизнь в самых комфортных условиях.

\* Ценности бренда — это его основа. Ценности придают бренду уникальность и выделяют его среди конкурентов

### Чувство превосходства

в нашей трактовке это когда результат превосходит ожидания. Нам всегда приятно слышать от клиентов: «Получилось лучше, чем на картинке!». И да - наши дома действительно всегда такие же, как в рекламных рендерах, а зачастую даже лучше.

### Искусство в мелочах

потому что мы - про внимание к деталям, про тщательный и скрупулезный подход к строительству, про тонкое “непотоковое” восприятие мира



# Манифест бренда

# DO WELL DEVELOPMENT

делать своё дело хорошо



**Суть бренда**

Суть бренда\*

# КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДЕВЕЛОПМЕНТ ДЛЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КЛИЕНТА

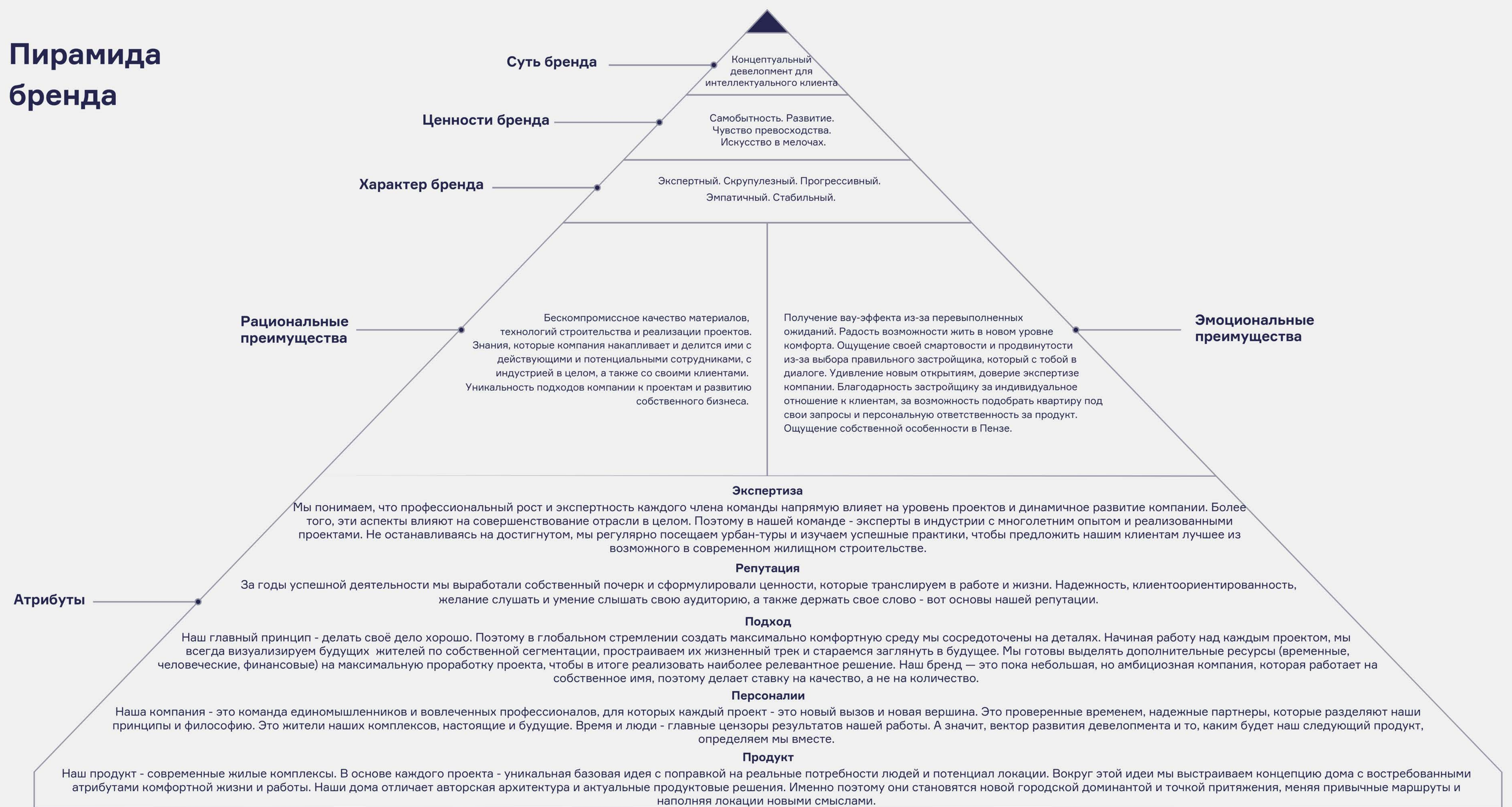
\* Суть бренда — результирующее убеждение, ключевое обещание бренда потребителю. Суть бренда определяет позицию бренда в сознании представителей целевых аудиторий в поле значимых для них характеристик относительно конкурентов бренда.



# Пирамида бренда



# Пирамида бренда



# ЛОГОТИП

Основная версия

Построение и охранное поле

Сервисная версия логотипа

Построение и охранное поле

Фирменный знак

Построение и охранное поле

Допустимые цветовые сочетания

Недопустимое применение

Логотип - основополагающий элемент фирменного стиля. В качестве дополнительного варианта использования логотипа, возможно применение основной версии с теглайном.

Не допускается любая деформация, непропорциональное масштабирование или применение к логотипу эффектов, не указанных в гайдлайне.

**DEWELL**

**DEWELL**  
**GROUP**

Минимальные размеры для логотипа и логотипа с теглайном по ширине и высоте:

40 px  
14 мм

**DEWELL**

300 px 105 мм

65 px  
25 мм

**DEWELL**  
**GROUP**

300 px 105 мм



Охранное поле логотипа рассчитывается, исходя из высоты букв и составляет значение X по ширине и высоте. Теглайн вписывается в охранное поле логотипа и всегда кратен значению X по высоте.

Весь логотип в ширину - 7,5x. Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.



Для идентификации внутренних структурных подразделений бренда возможно применение основной версии логотипа с теглайном сбоку.

Не допускается любая деформация, непропорциональное масштабирование или применение к логотипу эффектов, не указанных в гайдлайне.

**DEWELL** TEAM

Минимальные размеры для логотипа и логотипа с теглайном по ширине и высоте:

45 px  
15 мм

**DEWELL** TEAM

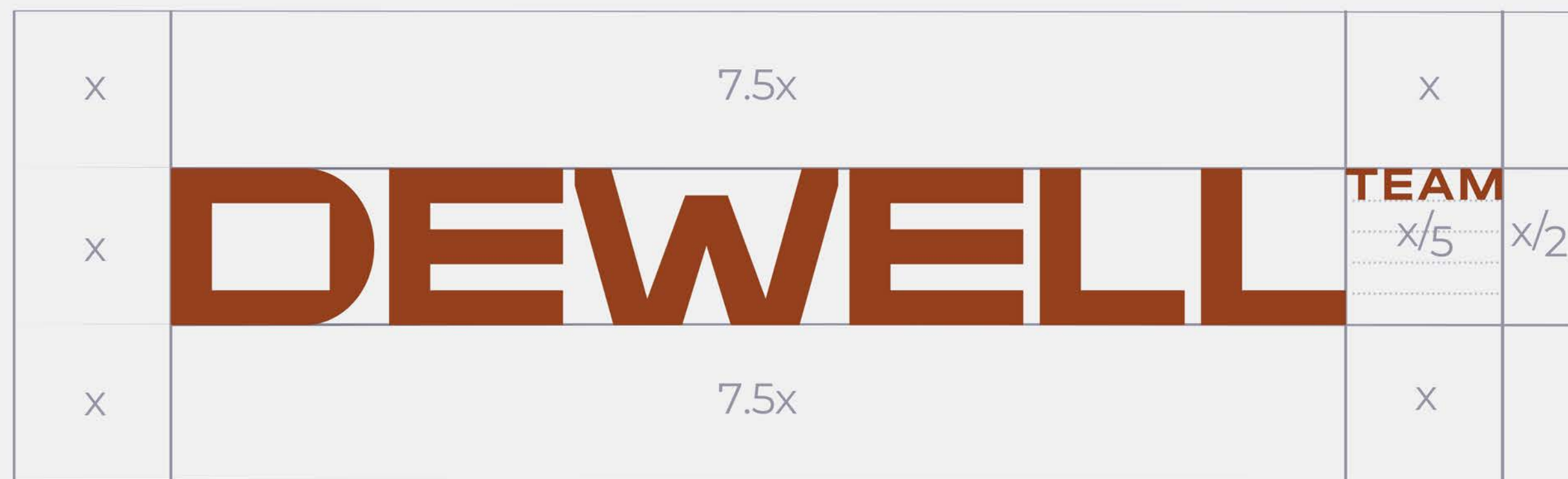
380 px 135 мм



Охранное поле логотипа с теглайном рассчитывается, исходя из высоты букв и составляет значение X по ширине и высоте. Теглайн вписывается в охранное поле логотипа и всегда кратен значению X по высоте.

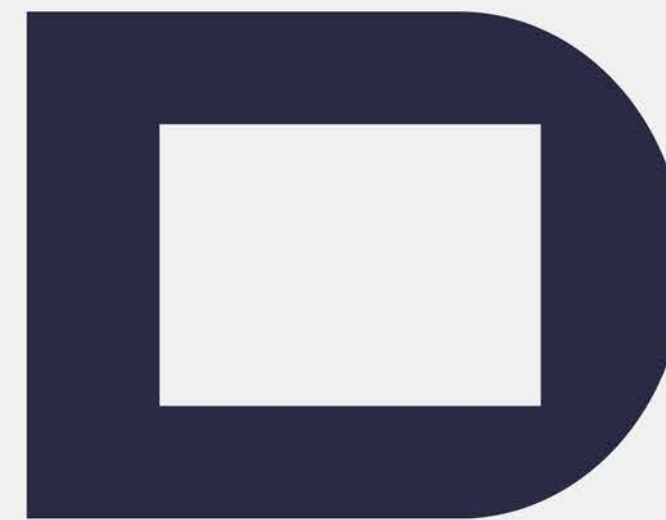
Весь логотип в ширину - 7,5x. Не допускается

размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.



У бренда также разработан фирменный знак,  
который может существовать отдельно от логотипа.

Не допускается любая деформация,  
непропорциональное масштабирование,  
изменение положения внутреннего пространства  
знака или применение к знаку эффектов,  
не указанных в гайдлайне.

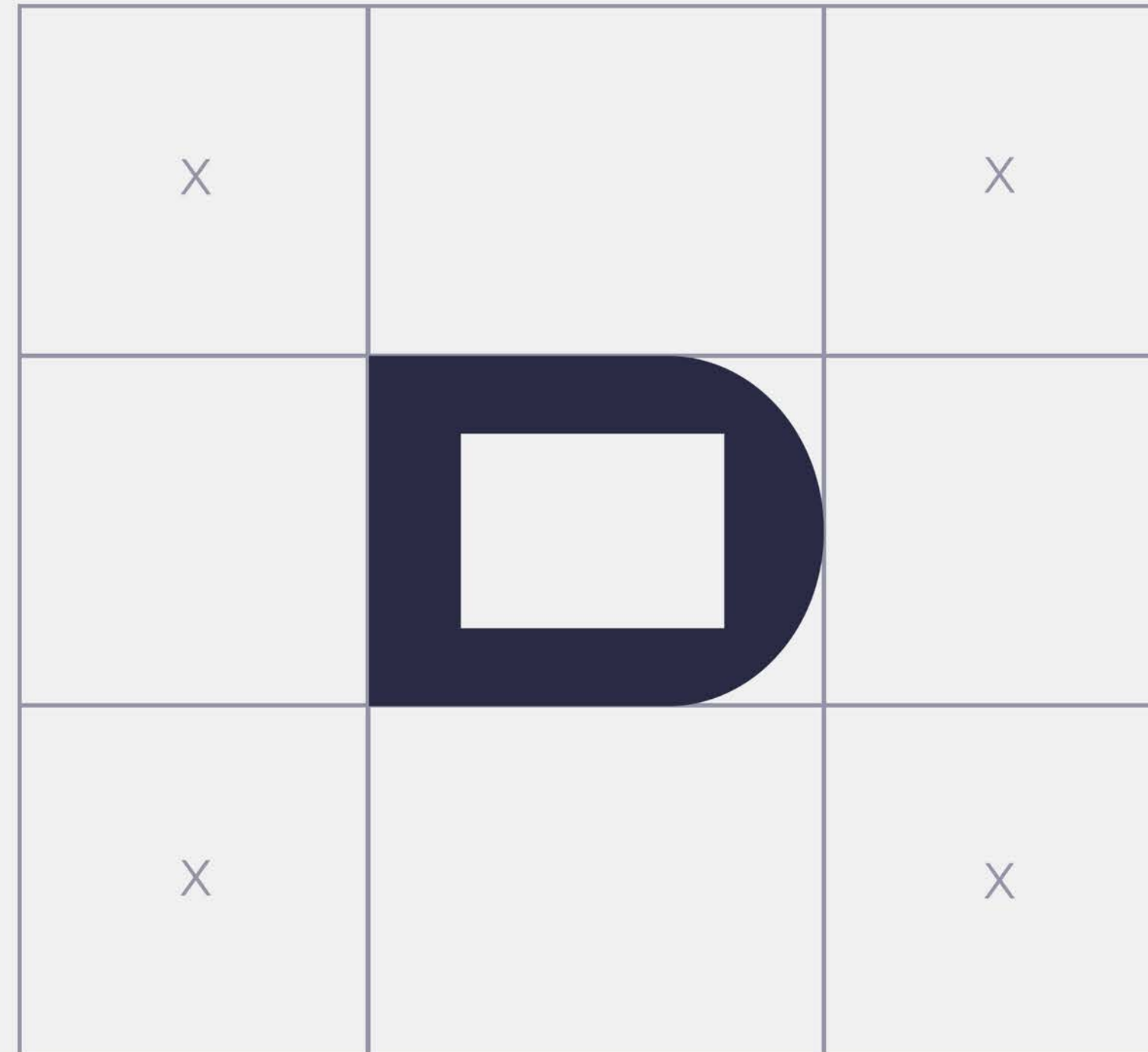


Минимальные размеры для фирменного  
знака по ширине и высоте:



Охранное поле знака рассчитывается, исходя из высоты знака и составляет значение X по ширине и высоте.

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле знака.





Логотип следует использовать в 6 допустимых вариантах цветового сочетания:

Размещение логотипа в светлом цвете на синем акцентном фоне

Размещение логотипа в светлом цвете на черном акцентном фоне

Размещение логотипа в светлом акцентном цвете на коричневом фоне

Размещение логотипа в акцентном синем цвете на светлом фоне

Размещение логотипа в акцентном черном цвете на светлом фоне

Размещение логотипа в акцентном коричневом цвете на светлом фоне

Размещение знака в акцентно белом цвете вышележащим слоем над изображением, где размещен заливочный черный слой прозрачностью 40%



Фирменный знак следует использовать в 8 допустимых вариантах цветового сочетания:

Размещение знака в светлом цвете на синем акцентном фоне

Размещение знака в светлом цвете на черном акцентном фоне

Размещение знака в светлом акцентном цвете на коричневом фоне

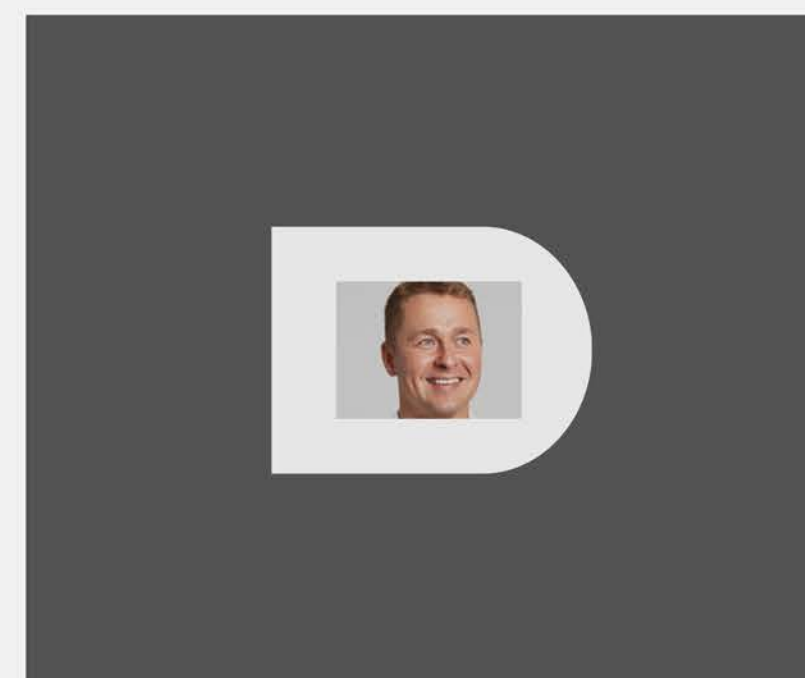
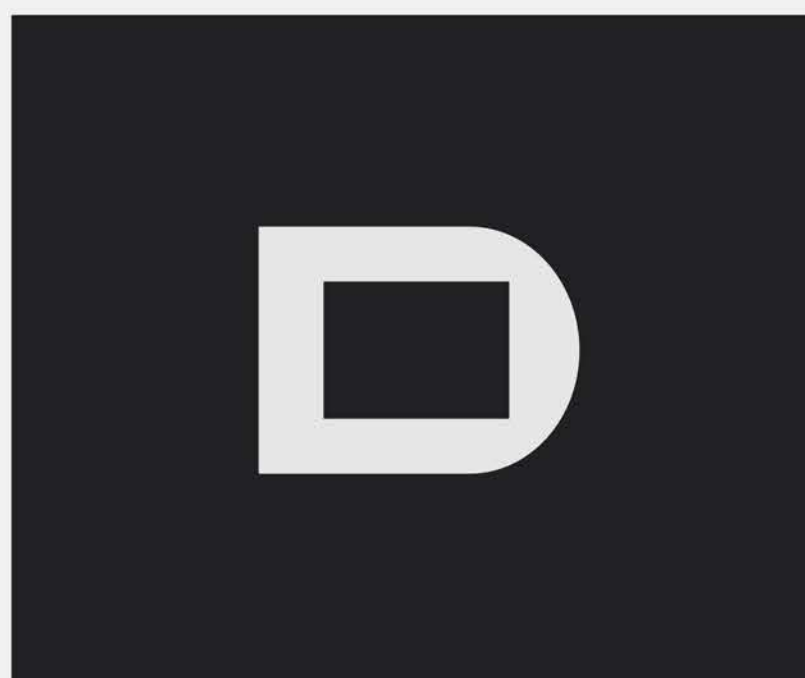
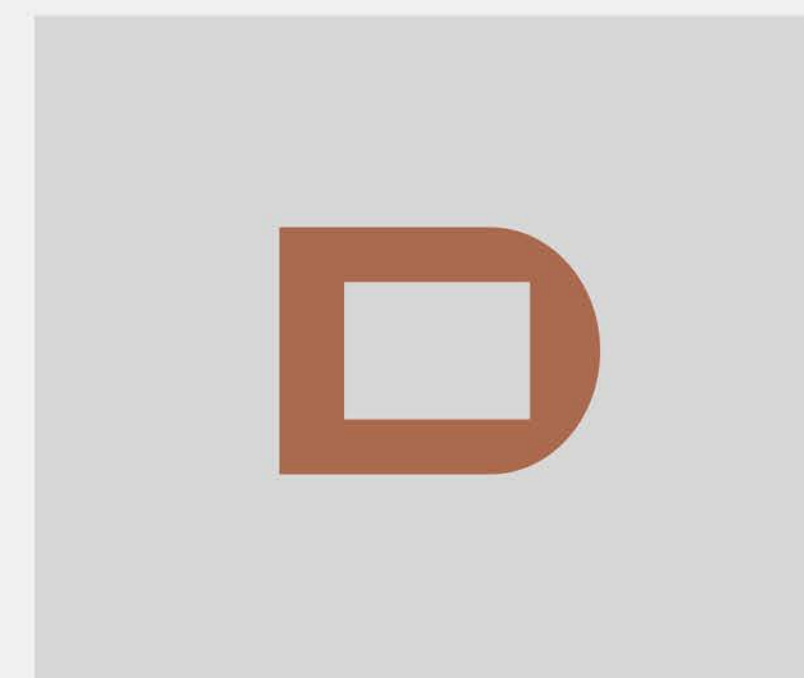
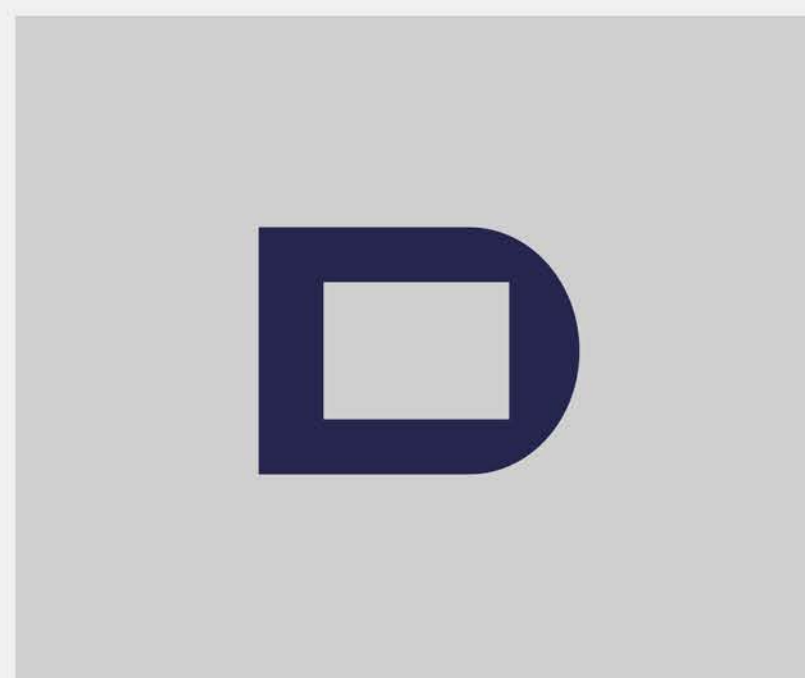
Размещение знака в акцентном синем цвете на светлом фоне

Размещение знака в акцентном черном цвете на светлом фоне

Размещение знака в акцентном черном цвете на светлом фоне

Размещение знака в акцентно белом цвете вышележащим слоем над изображением, где размещен заливочный черный слой прозрачностью 40%

Размещение изображения во внутренней части фирменного знака



## Недопустимое использование логотипа:

Использование на логотипе каких-либо эффектов

Изменение положения теглайна относительно логотипа

Размещение логотипа на неконтрастном фоне

Изменение шрифта в логотипе или теглайне

Использование цветовых сочетаний не указанных в настоящем брендбуке

Искажение пропорций логотипа



**DEWELL**  
GROUP



**DEWELL**  
GROUP



DEWELL  
GROUP



**DEWELL**  
GROUP



**DEWELL**  
GROUP



**DEWELL**  
*GROUP*



## Недопустимое использование фирменного знака:

Использование на знаке каких-либо эффектов

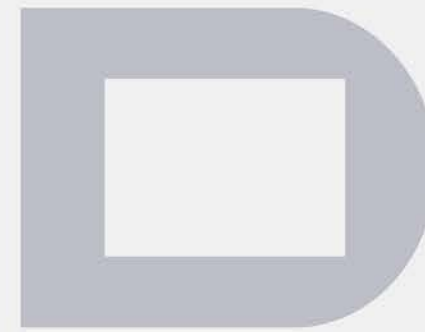
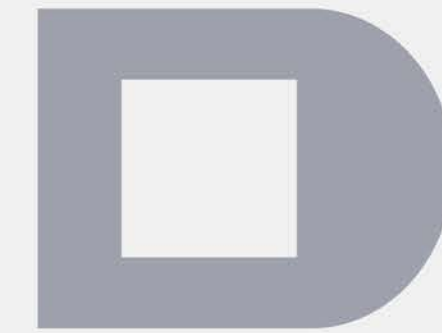
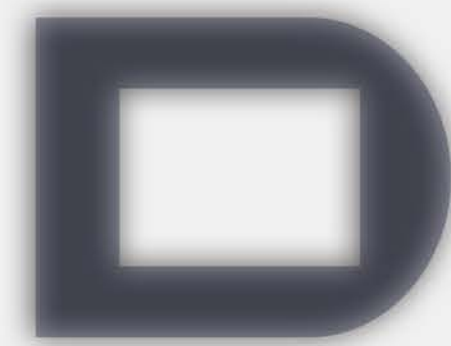
Изменение формы внутреннего пространства знака

Размещение знака на неконтрастном фоне

Использование фирменного знака в качестве обтравочного элемента

Использование цветовых сочетаний не указанных в настоящем гайдбуке

Искажение пропорций знака



# Шрифты и типографика

Фирменные шрифты  
Пример использования

Фирменным шрифтом бренда являются Halvar Breitschrift Regular для акциденции и Formular Regular для набора текста. При необходимости палитра начертаний может быть расширена.

Ссылки на шрифты:

- [Halvar Breitschrift](#)
- [Formular](#)

# Halvar

# Breitschrift

## Medium

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗз  
КкЛлМмНнОоПпРрСсТт  
УуФфХхЦцЧчШшЩщЪъ  
ЫыЬьЭэЮюЯя  
1234567890 (%№@?!)

## Formular Regular

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзКкЛлМм  
НнОоПпРрСсТтУуФфХхЦцЧчШш  
ЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя  
1234567890 (%№@?!)



Пример использования:

### Шрифт Halvar Breitschrift Medium

Заголовок 90pt | трекинг\* -40

Подзаголовок 50pt | трекинг -20

### Шрифт Formular Regular

Наборный текст 35pt | трекинг 0

# ХОРОШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

## Жилой комплекс

Уникальный формат жизни в стиле целый город в одном здании позволяет по-новому устроить свой быт, экономя время и силы на то, что действительно важно и интересно.

\* Трекинг — это настройка расстояния между всеми символами (буквами, цифрами, знаками препинания) в границах одного слова.



# Фирменные цвета

Палитра и основные сочетания  
Пример использования



Палитра бренда состоит из четырех акцентных и двух заливочных базовых цветов, которые сочетаются между собой.

Не рекомендуется использование каких-либо других цветов в качестве фирменных внутри стиля или видоизменение текущих.

RGB | 40 40 80  
CMYK | 92 90 40 37  
Pantone | 2748 C

RGB | 36 33 36  
CMYK | 72 68 62 72  
Pantone | Neutral Black C

RGB | 138 65 30  
CMYK | 28 82 100 24  
Pantone | 7526 C

RGB | 207 207 207  
CMYK | 18 14 14 0  
Pantone | 427 C

RGB | 239 236 234  
CMYK | 5 5 5 0  
Pantone | P 179-2 U



Пример использования цветовой палитры в макетах верстки.

RGB | 207 207 207  
CMYK | 18 14 14 0  
Pantone | 427 C

RGB | 40 40 80  
CMYK | 92 90 40 37  
Pantone | 2748 C



# Принципы верстки макета

Горизонтальная ориентация  
Вертикальная ориентация

## Вариант №1 (горизонтальная ориентация)

Сетка из 16 строк x 16 столбцов.

Всегда равные отступы от краев, которые составляют высоту одной строки и являются охранной зоной макета, где не допускается размещать текст.

Следует применять один контрастный цвет текста по отношению к одноцветной плашке.

Знак логотипа следует привязывать к нижнему правому углу цветного блока.

Все блоки с текстом привязаны к левому краю макета. Рекомендуется набирать 1-4 строки.

Использовать шрифт Halvar Breitschrift.

Блок с изображением занимает оставшуюся часть макета и композиционно привязывается к разбивочной сетке.



## Вариант №2 (горизонтальная ориентация)

Сетка из 16 строк x 16 столбцов.

Всегда равные отступы от краев, которые составляют высоту одной строки и являются охранной зоной макета, где не допускается размещать текст.

Следует применять один контрастный цвет текста по отношению к одноцветной плашке.

Знак логотипа занимает всю ширину разбивочной сетки макета.

Использовать шрифт Halvar Breitschrift.

Блок с изображением занимает оставшуюся часть макета и композиционно привязывается к разбивочной сетке.



### Вариант №3 (вертикальная ориентация)

Сетка из 16 строк x 8 столбцов.

Всегда равные отступы от краев, которые составляют половину ширины одной строки и являются охранной зоной макета, где не допускается размещать текст.

Следует применять один контрастный цвет текста по отношению к одноцветной плашке.

Знак логотипа занимает всю ширину разбивочной сетки макета.

Использовать шрифт Halvar Breitschrift.

Блок с изображением занимает оставшуюся часть макета и композиционно привязывается к разбивочной сетке.



DO WELL  
DEVELOPMENT

DEWELL  
GROUP



## Вариант №4 (вертикальная ориентация)

Сетка из 16 строк x 8 столбцов.

Всегда равные отступы от краев, которые составляют половину ширины одной строки и являются охранной зоной макета, где не допускается размещать текст.

Фирменный знак бренда композиционно привязывается к разбивочной сетке в центре макета.

Знак логотипа занимает всю ширину разбивочной сетки.

Все блоки с текстом

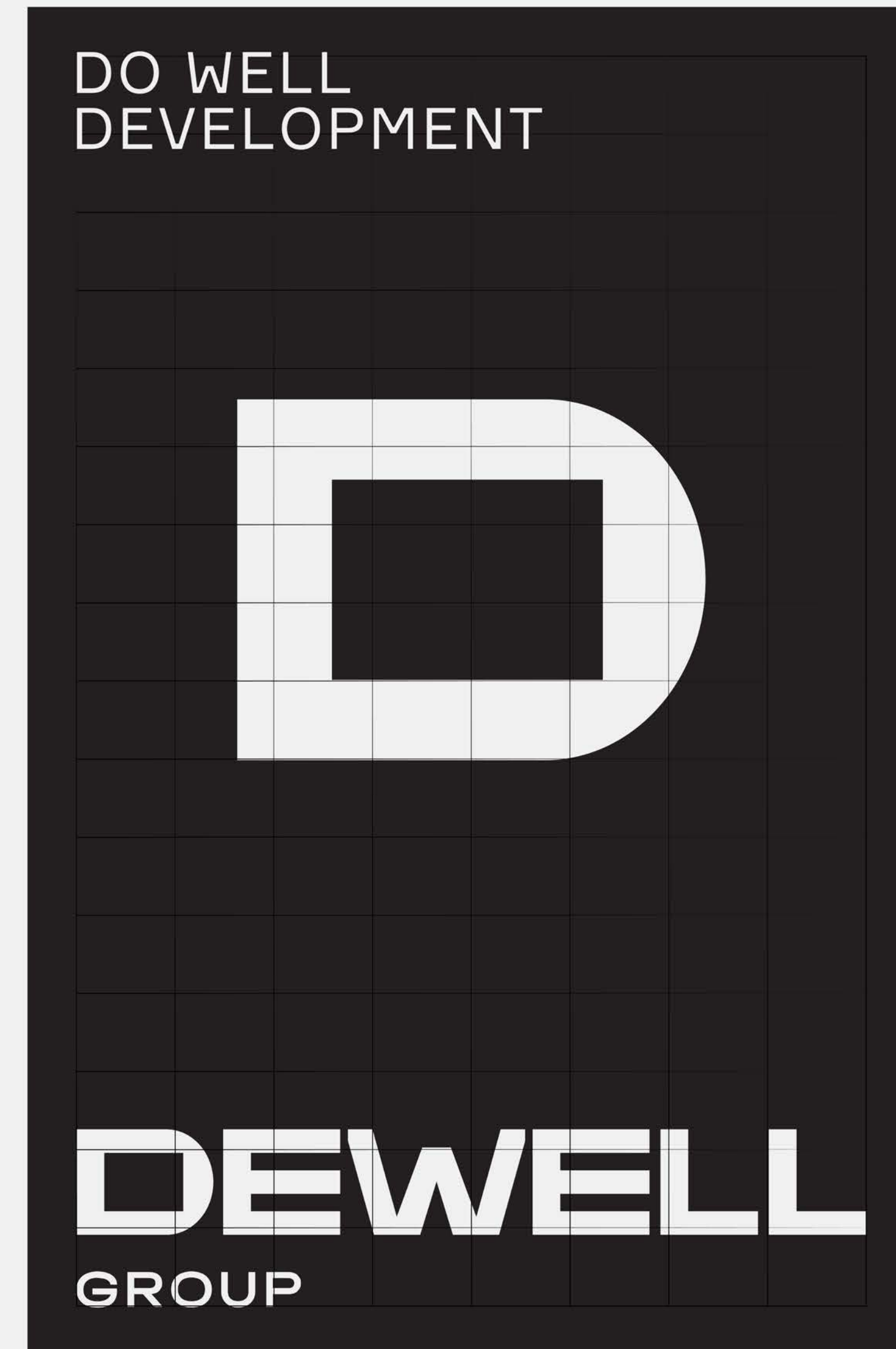
привязаны к левому краю макета.

Использовать шрифт Halvar Breitschrift.

Блок с изображением занимает всю площадь макета и формируется из двух слоев:

–Изображение, композиционно привязываемое к разбивочной сетке.

–Заливочный черный слой с прозрачностью 40%



# Носители

Хординг

Городская наружная реклама

Полиграфия

Альтернативные наружные носители

Сувенирная продукция



## Хординг

В построении хординга горизонтальные макеты чередуются с визуализациями.



**DEWELL**  
GROUP



DO V  
DEVE

DEWELL.RU

WELL  
EVELOPMENT



**DEWELL**  
GROUP



## Хординг

В построении хординга горизонтальные макеты чередуются с визуализациями.



**DEWELL**  
GROUP

## Городская наружная реклама

Сити формат 1200x1800мм Вариант верстки вертикального носителя.



## Городская наружная реклама

Сити формат 3000х6000мм Вариант верстки горизонтального носителя.



## Городская наружная реклама

Сити формат 3000х6000мм Вариант верстки горизонтального носителя.



# DEWELL

## GROUP

DEWELL.RU



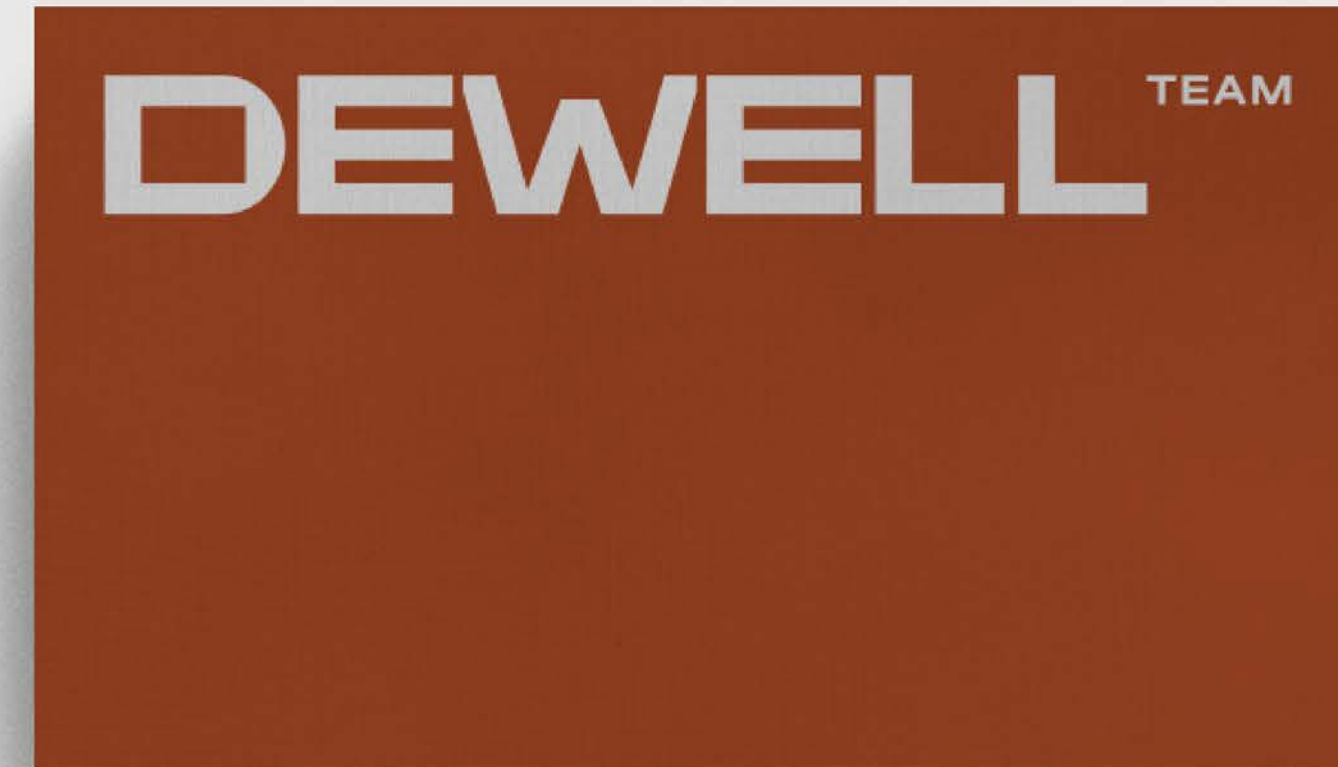
## Полиграфия

Основой визитной карточки служит плотный текстурный картон плотностью не менее 200г/м<sup>2</sup>. Используются две версии визиток: в синем и в кирпичном цвете с оборотной черной стороной. Везде светлая типографика. Формат 90х50мм. Пример реализации.



## Полиграфия

Основой визитной карточки служит плотный текстурный картон плотностью не менее 200г/м2. Используются две версии визиток: в синем и в кирпичном цвете с оборотной черной стороной. Везде светлая типографика Формат 90x50мм. Пример реализации.



## Полиграфия

Персональный бейдж. Цифровая печать на бумаге плотностью не менее 120г/ м2. Формат 70x100мм Пример реализации.





## Флаг

Пример реализации. Шелкография по текстилю. Материал хлопчатая ткань, шелк, атлас, синтетические ткани в состав которых входит не менее 80% полиэстерового волокна. Плотность не менее 130г/м<sup>2</sup>.



## Digital форматы

Пример реализации.  
Формат 1920x1080px.



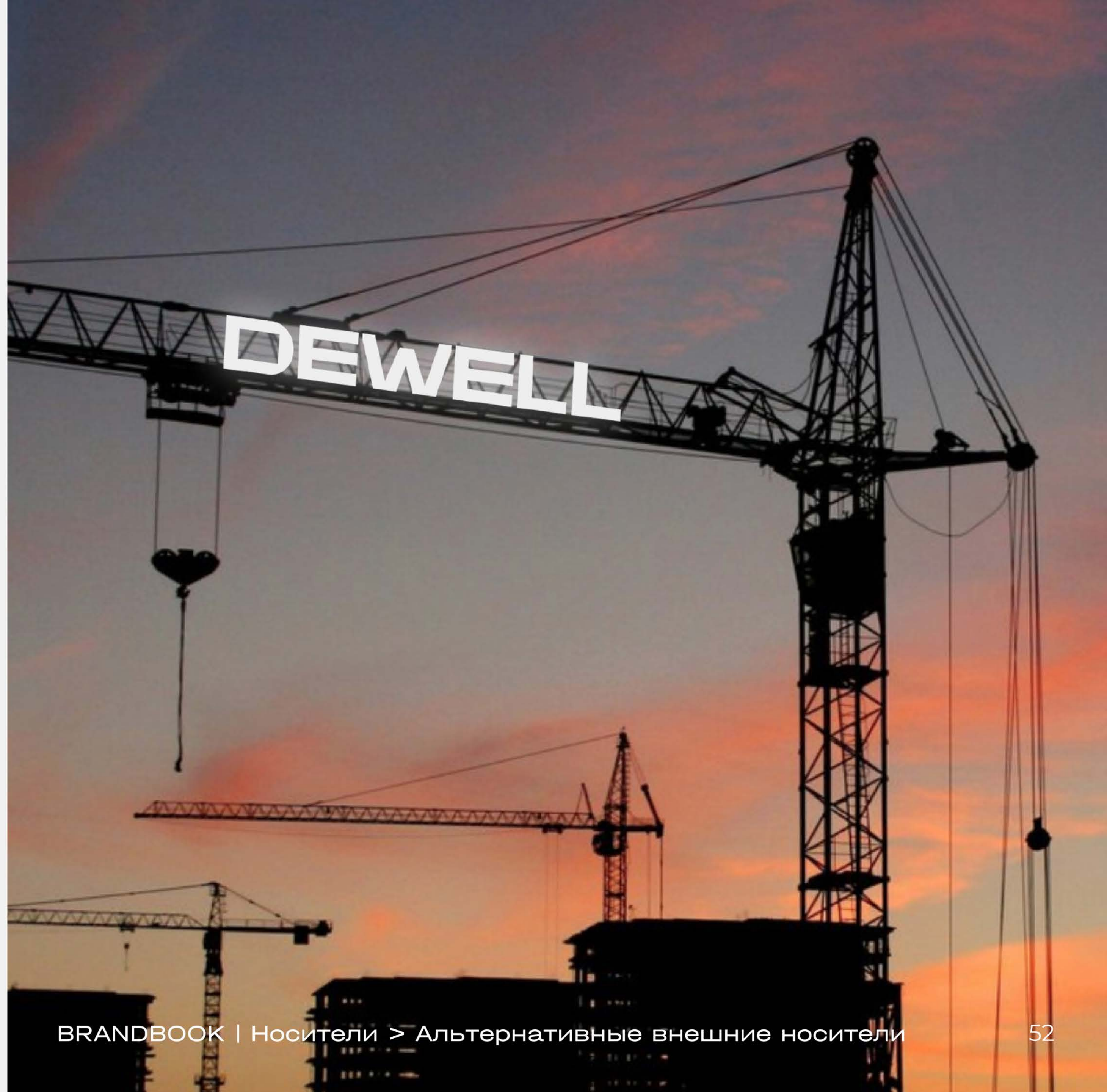
## Вывеска на здании

Пример реализации.



## Строительные механизмы

Пример реализации.



## Строительная каска

Метод нанесения горячая деколь/гравировка  
Пример реализации.



## Сувенирная продукция

Шелкография/цифровая печать по текстилю плотностью не менее 130г/м<sup>2</sup>.  
Пример реализации.



## Сувенирная продукция

Шелкография/цифровая печать по текстилю плотностью не менее 130г/м2.  
Пример реализации.



## Сувенирная продукция

Шелкография/цифровая печать по текстилю плотностью не менее 130г/м2.  
Пример реализации.





## Сувенирная продукция

Пример реализации.



## Сувенирная продукция

Метод нанесения горячая деколь/  
гравировка. Пример реализации.



