

BRANDBOOK



ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

СОДЕРЖАНИЕ

3 ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

- 10 Логотип
- 11 Логотип. Варианты начертаний
- 12 Логотип. Построение и охранное поле
- 13 Фирменные цвета
- 14 Логотип. Цветовые вариации
- 15 Логотип. Масштабирование
- 16 Логотип. Недопустимое использование
- 17 Типографика
- 19 Паттерн. Графический элемент

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

- 22 Фирменный бланк
- 23 Конверт
- 24 Визитка. Корпоративная
- 25 Визитка. Персональная
- 26 Ежедневник
- 29 Блокнот

ФИРМЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ

- 31 Ручка. Карандаш
- 32 Папка
- 33 Пакет
- 34 Сумка
- 35 Имиджевый пакет

ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ МОП И НАВИГАЦИИ

- 38 Зона ресепшн
- 39 МОП
- 41 Навигация

ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЕ РЕКЛАМЫ

- 44 Соцсети
- 45 Баннер 6x3
- 50 Сити-формат
- 51 Баннер Web

ПЛАТФОРМА
БРЕНДА



ИНСАЙТ

Говоря «жить по-московски», мы имеем в виду «жить лучше». Но я люблю Нижний Новгород и не хочу переезжать. Нам есть чем гордиться. Я хочу жить в своем городе по стандартам Москвы. Или даже чуть лучше.



ОТВЕТ БРЕНДА

Нижний Новгород — во многом номер один. И он достоин самого современного жилья по лучшим столичным меркам. Мы строим новый жилой квартал с уважением к городской истории и достижениям, поставив во главу угла качество, надежность и уважение к окружению.

Наш квартал плоть от плоти города. Ваш дом в Нижнем. Новый, надежный, настоящий. Удачное расположение. Благоприятное окружение. Авторский проект. Разноэтажная архитектура. Благоустроенный двор. Богатство планировочных решений. Панорамные окна. Видовые квартиры с антресолями и двойным светом. Непривычные удобства и возможности.



ДОМ НОМЕР ОДИН
В ГОРОДЕ НОМЕР ОДИН

Позиционирование бренда

МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН

Слоган

ЦЕННОСТИ БРЕНДА

Семья

Мы создаем в квартале атмосферу теплоты, окружаем заботой и вниманием каждого, кто выберет наш бренд. Семья всегда в приоритете — мы заботимся о благополучии каждого, кто близок.

Развитие

Мы обещаем новый старт в ответ на желание нашей аудитории развиваться — двигаться дальше, перезапустить жизнь, встать на новую ступень. Вместе с нами появляется еще больше возможностей для дальнейшего развития.

Любовь

То, что мы делаем, имеем смысл, если оно проникнуто любовью. Это важнейший компонент счастья. Семья, квартира, двор, район и целый город объединяются словом «дом». Если в доме есть любовь, мы счастливы.

Безопасность

Это больше, чем формальные атрибуты — двор без машин или наблюдение по периметру. Это способ организации жизни, обеспечивающий спокойствие за тех, кто близок и дорог.

Традиция

Бренд обещает — я и моя семья не «потеряем себя». Мы живем в своем городе среди близких по духу и складу людей, говорящих с нами на одном языке. Мы ценим достигнутое — знаем свою историю, гордимся культурой и продолжаем ее в будущее. Здесь и сейчас.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОЕКТА

Рациональные

- Удачное расположение — близость к метро и удобная развязка
- Парк рядом с домом
- Стильный и привлекательный проект
- Закрытый благоустроенный двор без машин
- Подземный паркинг
- Общественные пространства со вкусом
- Панорамные окна с большим обзором
- Эргономичные планировки
- Непривычные форматы жилья
- Современное оборудование и инженерия
- Безупречная репутация застройщика

Эмоциональные

- Удовлетворение от того, что Нижний Новгород не уступает столице и даже превосходит ее
- Безмятежность, так как вопросы перемещения по городу решаются легко и до всего близко
- Удовольствие при взгляде из окна и при виде авторской архитектуры на фоне парка
- Чувство причастности и объединения, возникающее в общественном пространстве
- Уверенность в правильности выбора
- Спокойствие за своих близких
- Счастье благодаря новым возможностям самореализации.



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЛОГОТИП

Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля.

Логотип представляет собой знак N1 (Эн один) с подстрочником «Первый дом в нижнем».

В некоторых случаях, описанных в данном руководстве, возможно воспроизведение знака без подстрочника.



Всегда используйте только утвержденное начертание, не пытайтесь создавать свое собственное. Правильное использование логотипа позволяет добиться наиболее эффективного воздействия, а также единообразия и узнаваемости в документации, рекламных материалах, презентационной и сувенирной продукции.



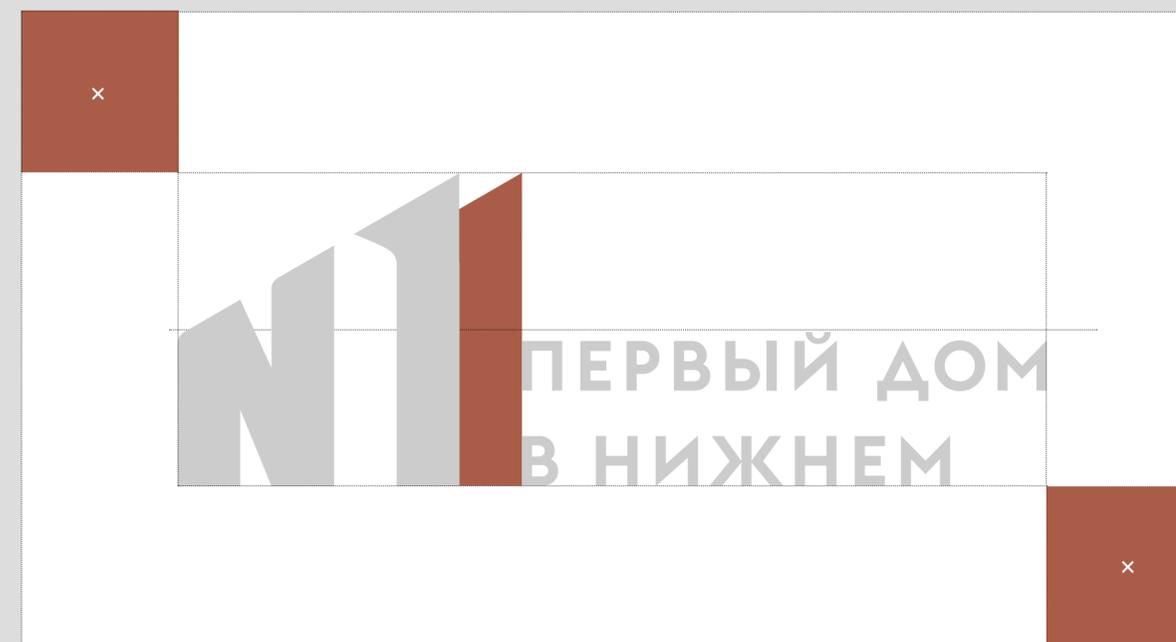
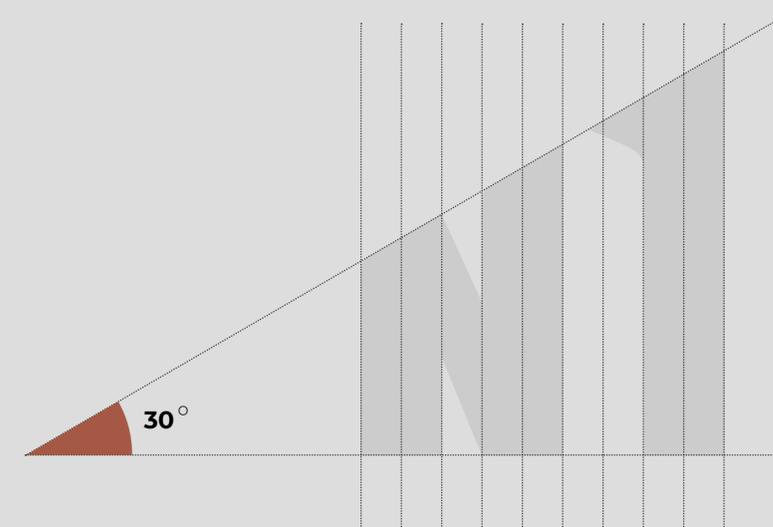
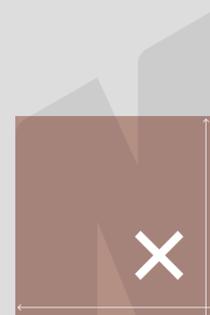
**ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ**

ЛОГОТИП. ПОСТРОЕНИЕ И ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Логотип строится по приведенным принципам выравнивания элементов относительно друг друга.

Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов или границ макета. В него не должны попадать другие элементы: логотипы, текст, графика.

Охранное поле логотипа равно ширине буквы «N».



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Допустимо использование данной палитры с прозрачностью или более светлых оттенках от 100 до 10%, а так же металлизированного пантона "бронза".

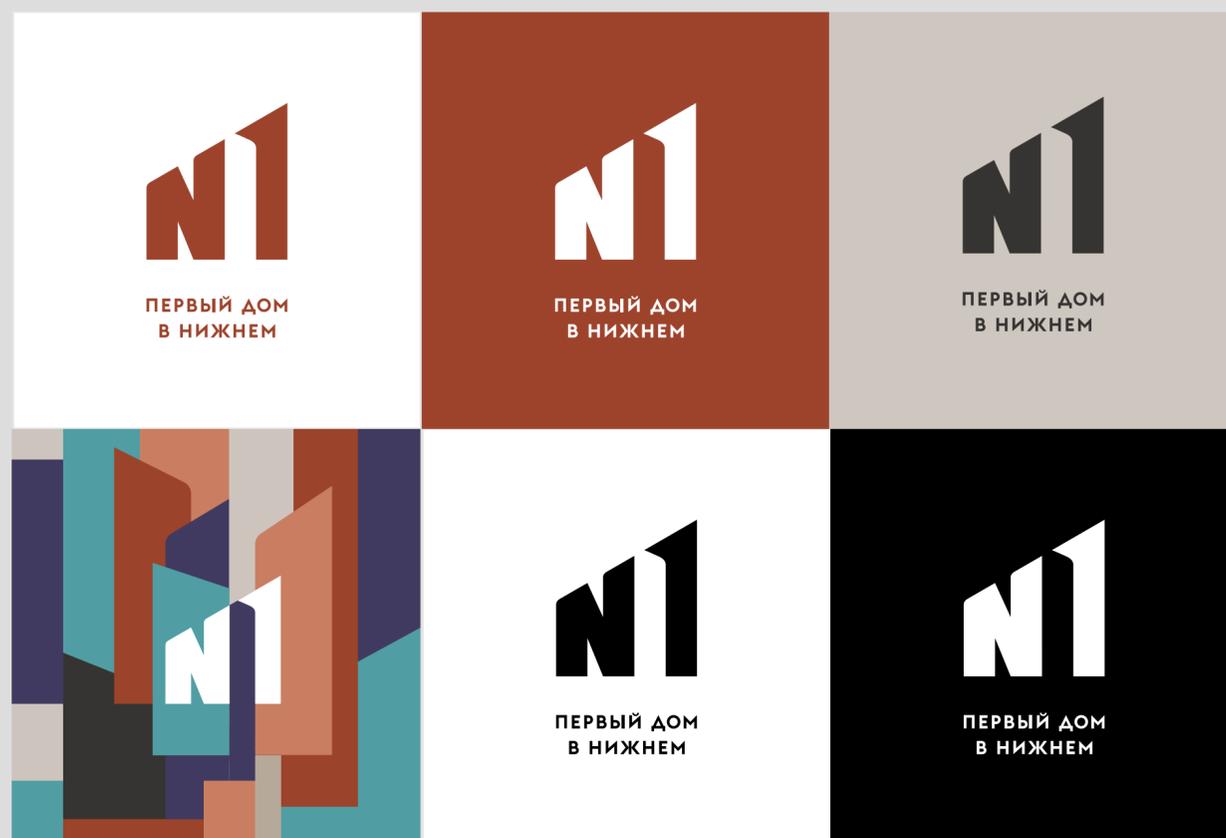
Бронзовый	Бронзовый металл	Светло коричневый	Бежевый	Светло бежевый	Тёмно серый	Фиолетовый	Бирюзовый
Pantone 7593 C	Pantone 8900C / Metallic Coated	Pantone 7576 C	Pantone 7529 C	Pantone Warm Grey 2	Pantone Black 7 C	Pantone 5265 C	Pantone 2234 C
C 0 M 79 Y 91 K 40	Металлизированный цвет, не раскладывается в CMYK	C 12 M 53 Y 58 K 12	C 7 M 14 Y 20 K 30	C 22 M 19 Y 24 K 2	C 56 C 90 M 47 M 0 Y 43 Y 0 K 84 K 0	C 74 M 70 Y 21 K 42	C 75 M 10 Y 37 K 6
R 157 G 67 B 44	R 163 G 81 B 56	R 202 G 127 B 97	R 183 G 169 B 154	R 206 G 199 B 191	R 54 G 52 B 50	R 64 G 58 B 96	R 79 G 159 B 166
HTML 9d432c	HTML a35138	HTML ca7f61	HTML b7a99a	HTML cec7bf	HTML 3a3a39	HTML 403a60	HTML 1a9fa1

! Не допустимо использовать посторонние цвета в фирменных носителях. При необходимости изменения оттенка можно использовать разную насыщенность, прозрачность, глянец, лак и тп.

ЛОГОТИП. ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАЦИИ

Здесь представлены основные допустимые вариации размещения логотипа. Предпочтительно пользоваться основной группой.

Основная группа



Так же допустимо пользоваться белой версией логотипа на изображениях, при этом необходимо соблюдать хорошую читабельность знака.

Дополнительная группа



Недопустимо использовать любые другие цвета непредусмотренные фирменной палитрой.

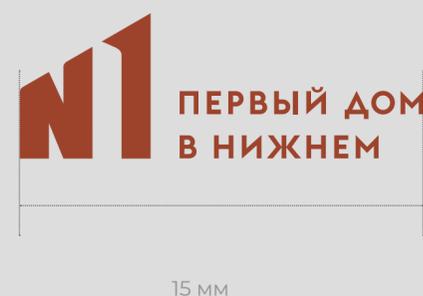
ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ЛОГОТИП. МАСШТАБИРОВАНИЕ

Логотип должен хорошо читаться и быть узнаваемым на носителях малого размера и небольших форматах, поэтому для его начертаний рекомендованы минимально-допустимые размеры.

Для использования дополнительного начертания логотипа без дискриптора для аватара соц-сетей предусмотрен минимальный размер 180 px.

Минимальный размер знака фавикона составляет 16 px.



В некоторых случаях допустимо использовать другие размеры если того требует случай, основным правилом в использование должно быть хорошая читабельность знака.

ЛОГОТИП. НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Недопустимо использование следующих вариантов начертания логотипа:

- Искажение (сжатие или расширение) пропорций знака.
- Расположение знака на пестром цветном фоне, затрудняющем его прочтение.
- Поворот логотипа на произвольный угол.
- Полное или частичное изменение цветов.
- Нарушение пропорций, композиционные изменения.
- Применение различных эффектов.
- Использование других шрифтов в начертании логотипа.
- Использование цветовых конфигураций, не предусмотренных данным руководством.

! Данный перечень неправильного использования не является полным. Любые варианты логотипа, отличные от приведенных в руководстве, являются недопустимыми.

×



×



×



×



×



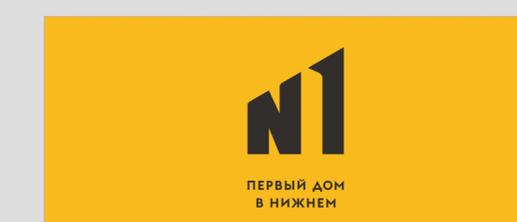
×



×



×



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ТИПОГРАФИКА

Фирменный шрифт — Jost.
Используется для всех видов коммуникации: слоганов и заголовков, рекламных предложений, а так же для набора.

Этот шрифт находится под лицензией Open Font License . Вы можете свободно использовать их в своих продуктах и проектах — печатных и цифровых (в том числе коммерческих).

Представленные здесь цифры, не входят в стандартный набор. Они выполнены по индивидуальному заказу клиента.

Цифры настоятельно рекомендуется брать из этого руководства.

! В тех случаях, когда невозможно использовать фирменный шрифт, рекомендуется использовать системный шрифт Calibri, предустановленный в программах Microsoft.

Jost

МОЙ ДОМ ВСЕГДА НОМЕР ОДИН

ЗАГОЛОВОК

jost Light

Для современного мира сплочённость команды профессионалов обеспечивает актуальность поставленных обществом задач. С учётом сложившейся международной обстановки, существующая теория требует определения и уточнения глубокомысленных рассуждений.

jost Semibold

Для современного мира сплочённость команды профессионалов обеспечивает актуальность поставленных обществом задач. С учётом сложившейся международной обстановки, существующая теория требует определения и уточнения глубокомысленных рассуждений.

Набор цифр

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ЭТАЖ

3



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

ПАТТЕРН. ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ

В качестве стилеобразующих элементов используется графика в виде вертикальных плашек.

Цветные плашки могут формировать самостоятельные неповторяющиеся комбинации, а так же в них можно вписывать дополнительную графику, текстуры, оранменты, фотостиль и элементы на вылет.

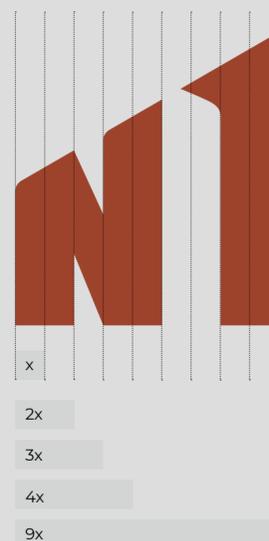
С помощью этого графического приема можно создавать эффектные коллажные имиджевые истории, добавляя динамики и эмоциональности проекту .

Композиция и масштаб элементов подбирается относительно формата носителя и способа коммуникации.

⚠ Основным правилом использования является использования графики в той цветовой схеме что указана в данном руководстве. Так же она не должна мешать восприятию основной информации, иметь несоразмерный масштаб и другие отклонения не соответствующие примерам в данном руководстве.

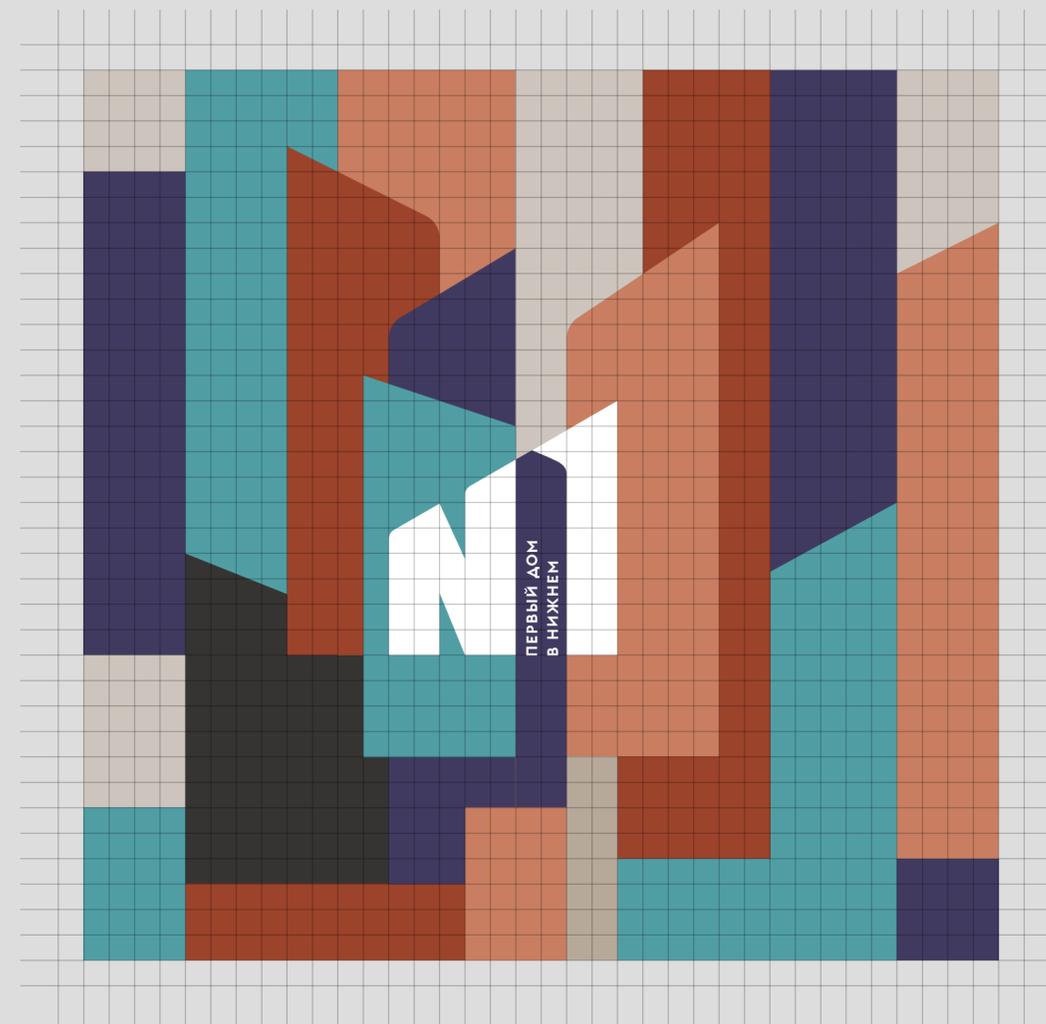
Метод построения

Минимальный модуль = x



За минимальный модуль x берется $1/9$ общей ширины знака. Далее используются плашки кратные данной величине минимального модуля. Предпочтительно изначально утвердить размер логотипа на формате носителя, а далее построить модульную сетку по всему формату, обязательно сделав привязку к сетке в программе редакторе, после чего создавать вокруг него паттерн по принципу ширины полос: x , $2x$, $3x$, $4x$ и т.д.

Базовая графика



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

БЛАНК А4

На фирменном бланке логотип бренда располагается вверху по центру. Адресный блок и реквизиты — в нижней части бланка по центру.

Адресный блок — Jost regular 10 pt.



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

КОНВЕРТ E65

Конверты предполагаются в двух вариантах дизайна: классический белый и имиджевый коричневый. На белом конверте горизонтальный логотип располагается в правом верхнем углу. Адресный блок — в нижней правой части конверта. На коричневом варианте: логотип и адресный блок по центру.

Адресный блок — Jost regular 10 pt.



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ВИЗИТКА . КОРПОРАТИВНАЯ

Визитка двухсторонняя, имеет вертикальную ориентацию.

Поля 5 мм со всех сторон.

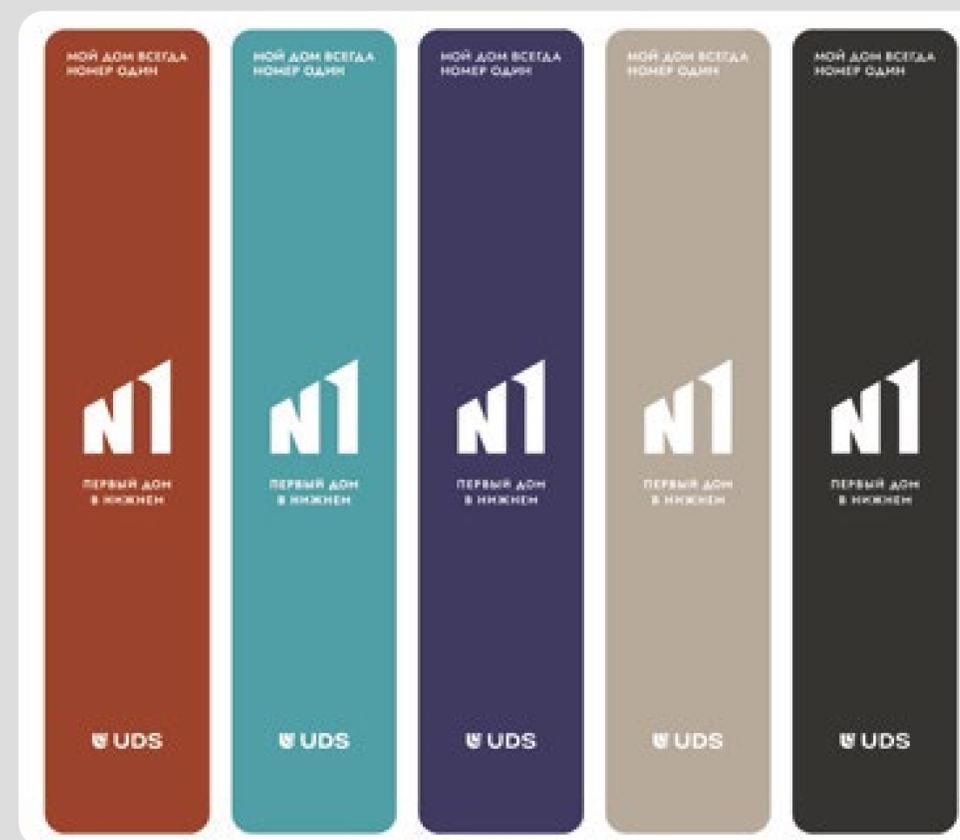
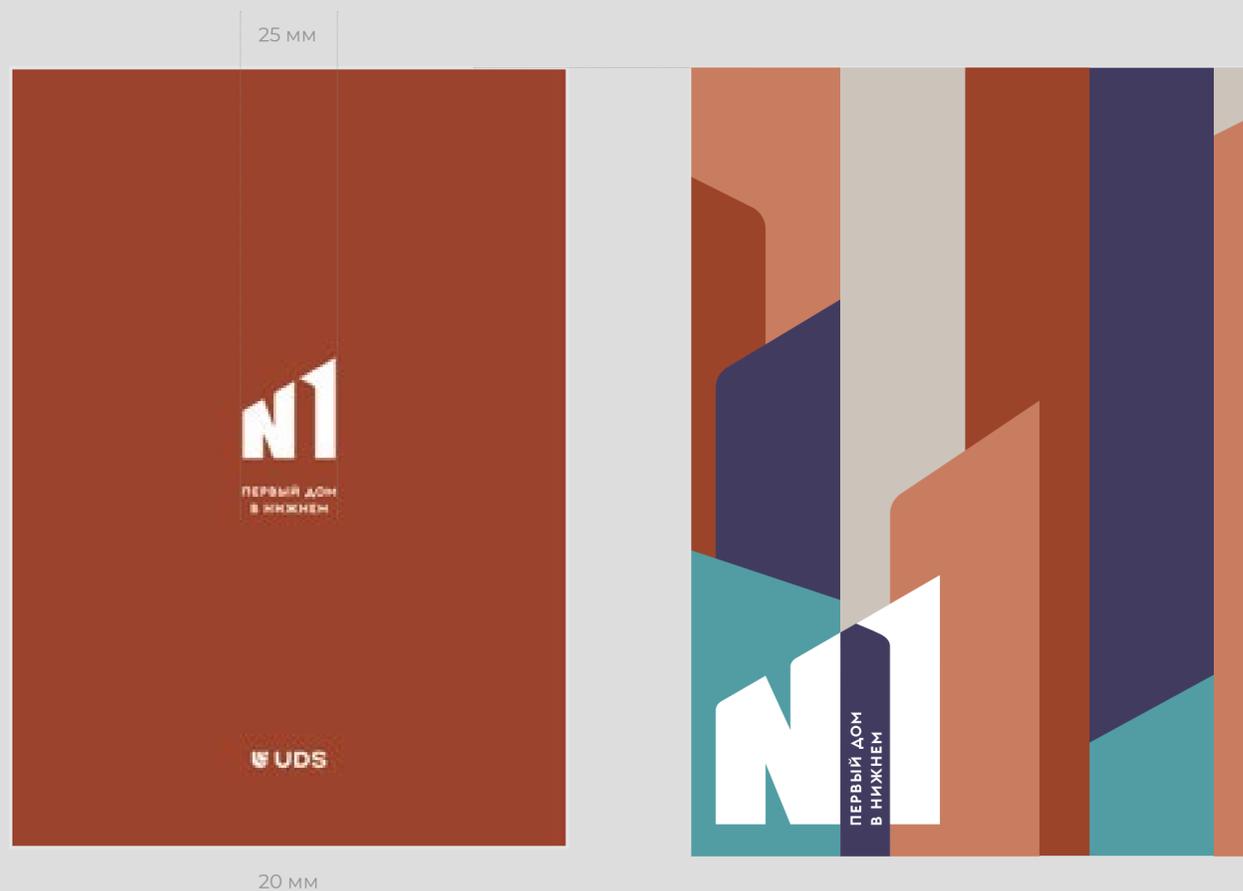
Офис продаж — Jost medium 12 pt.
Адресный блок — Jost regular 8 pt.



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ЕЖЕДНЕВНИК А5

Ежедневник может быть выполнен в двух вариантах: лаконичный коричневый и с фирменным паттерном, в поддержку концепции, к ним могут идти закладки выполненные в фирменных цветах, с логотипом и слоганом проекта.





МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН



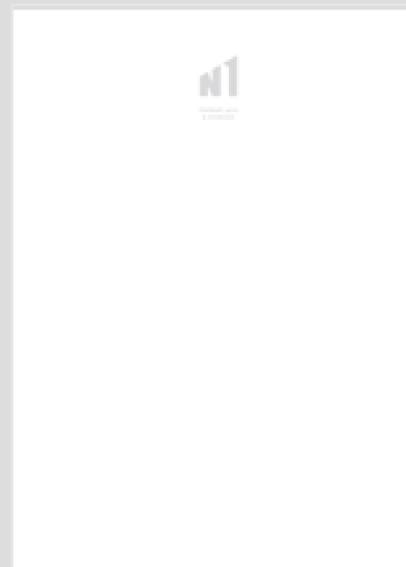
ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

UDS

Действуйте так, будто впереди
длинная и счастливая жизнь
на планете Земля.

Джен Синсеро

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ
БЛОКНОТ А5



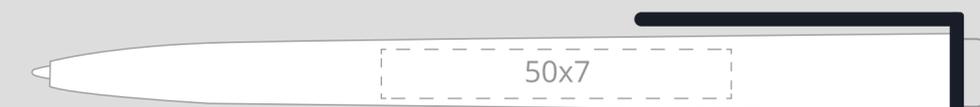
ФИРМЕННАЯ
ПРОДУКЦИЯ



КАНЦЕЛЯРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

РУЧКА И КАРАНДАШ

Ручка и карандаш выполняются в допустимых цветовых схемах с нанесением логотипа на боковой части. Минимальный размер логотипа должен быть не менее 7 мм по высоте.



КАНЦЕЛЯРСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

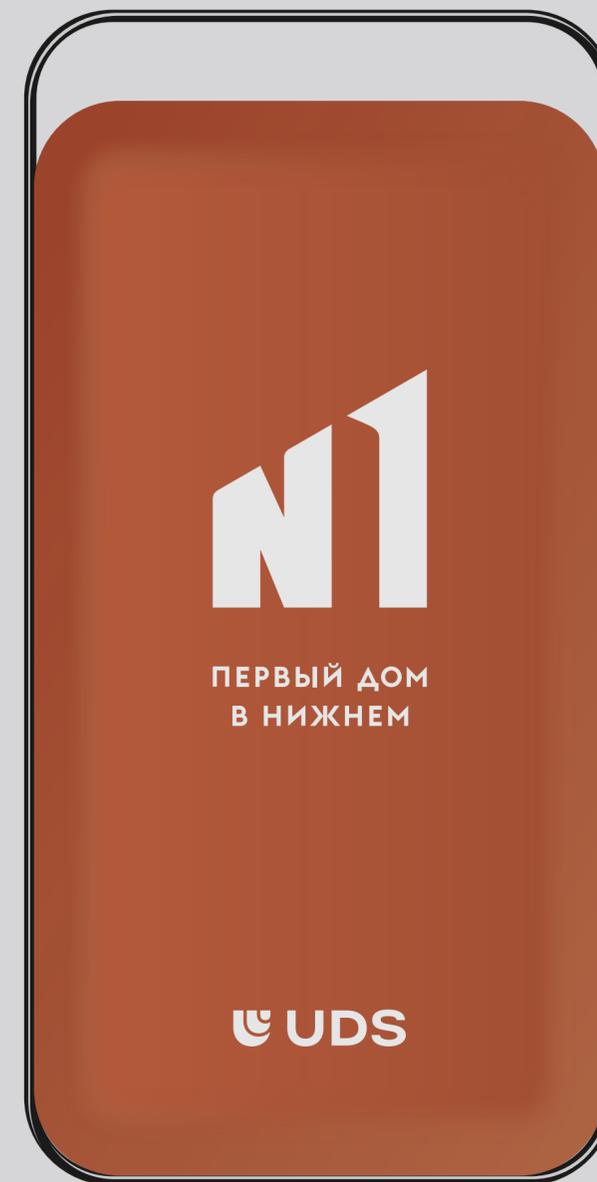
ПАПКА А4

Папка может быть выполнена так же в двух вариантах: лаконичном коричневом, либо с фирменным паттерном и слоганом проекта. Адресный блок — Jost regular 10 pt.



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

POWER BANK



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

СУМКА



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

СУМКА



ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ МОП И НАВИГАЦИИ





ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ



МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН

КЛАДОВЫЕ

2

3

4

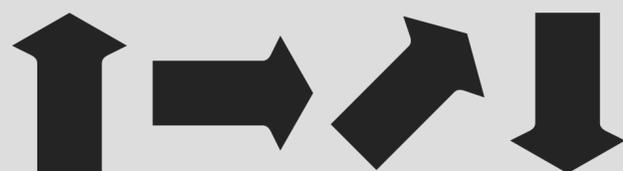
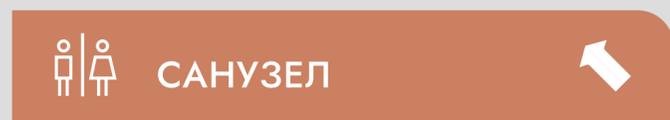
5

N1

ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

STORAGE

ЭЛЕМЕНТЫ НАВИГАЦИИ



14

ЭТАЖ

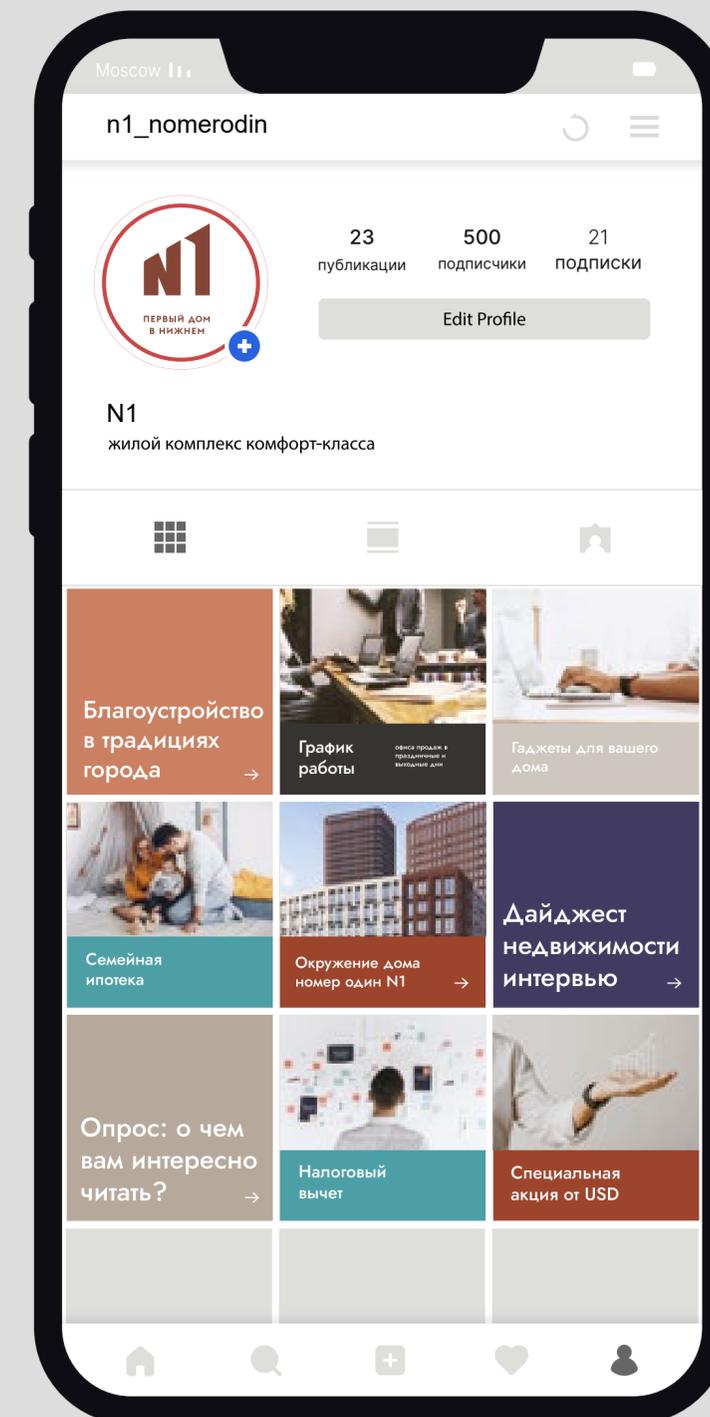
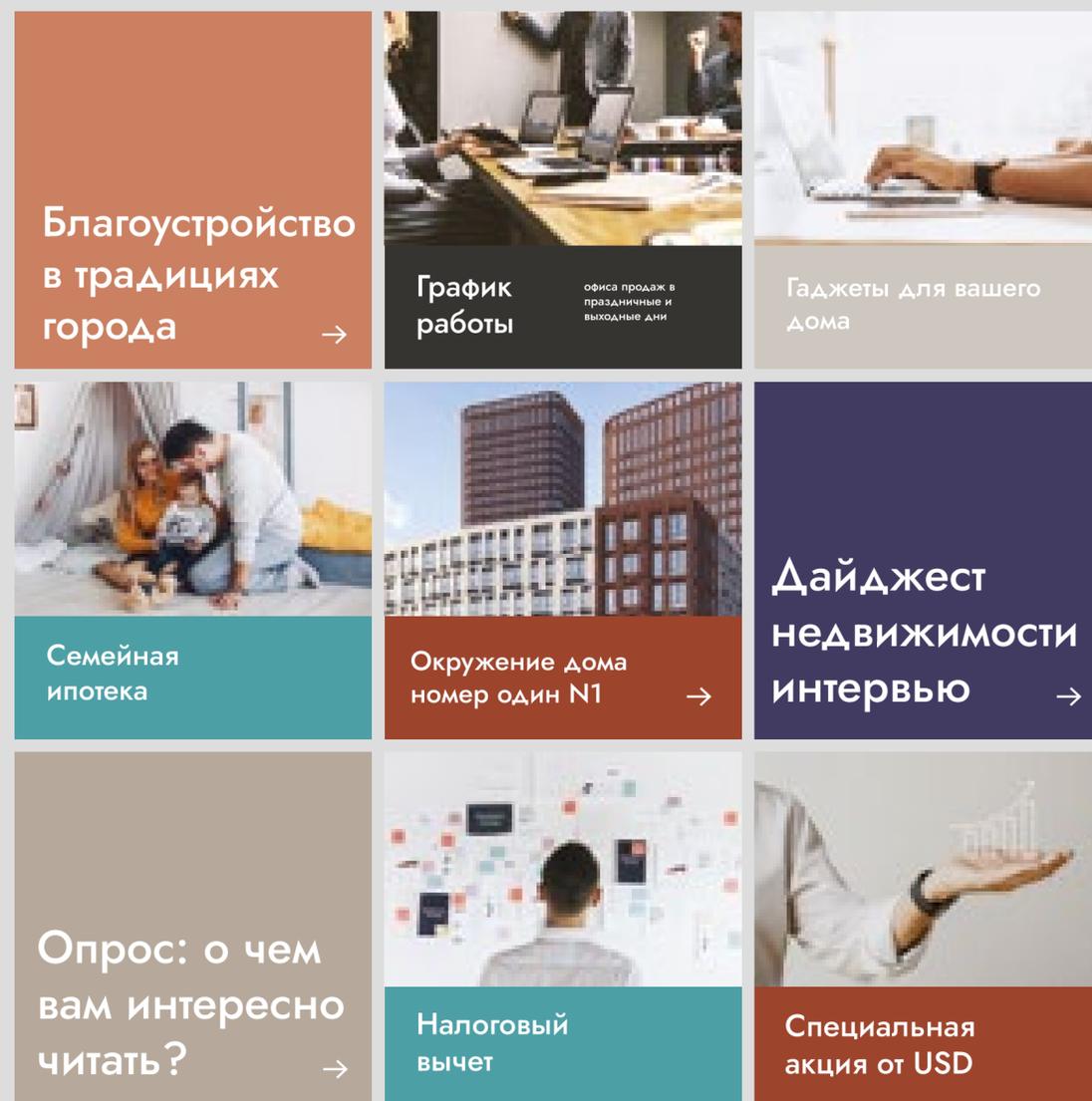
- 17 · 121-128
- 16 · 113-120
- 15 · 105-112
- 14 · 97-104
- 13 · 89-96
- 12 · 81-88
- 11 · 73-80
- 10 · 65-72
- 9 · 57-64
- 8 · 49-56
- 7 · 41-48
- 6 · 33-40
- 5 · 25-32
- 4 · 17-24
- 3 · 9-16
- 2 · 1-8
- 1

ПРИМЕРЫ
ОФОРМЛЕНИЯ
РЕКЛАМЫ



ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СОЦСЕТИ

Для оформления постов в социальных сетях, используются цветные плашки фирменных цветов, которые отлично будут поддерживать единый фирменный стиль, при этом их легко использовать и сочетать с контентом разного типа.



МАКЕТЫ ДЛЯ БИЛЛБОРДОВ



N1

МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН

ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

Квартиры
с ипотекой **0.1%**

1dvnn.ru | (831) 200 - 38 - 90

Застройщик ООО СЗ «УДС-Девелопмент»
Проектная декларация на наш дом.рф

UDS

N1

МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН

Квартиры
с ипотекой **0.1%**

1dvn.ru | (831) 200 - 38 - 90

Застройщик ООО СЗ «УДС-Девелопмент».
Проектная декларация на наш.дом.рф

UDS

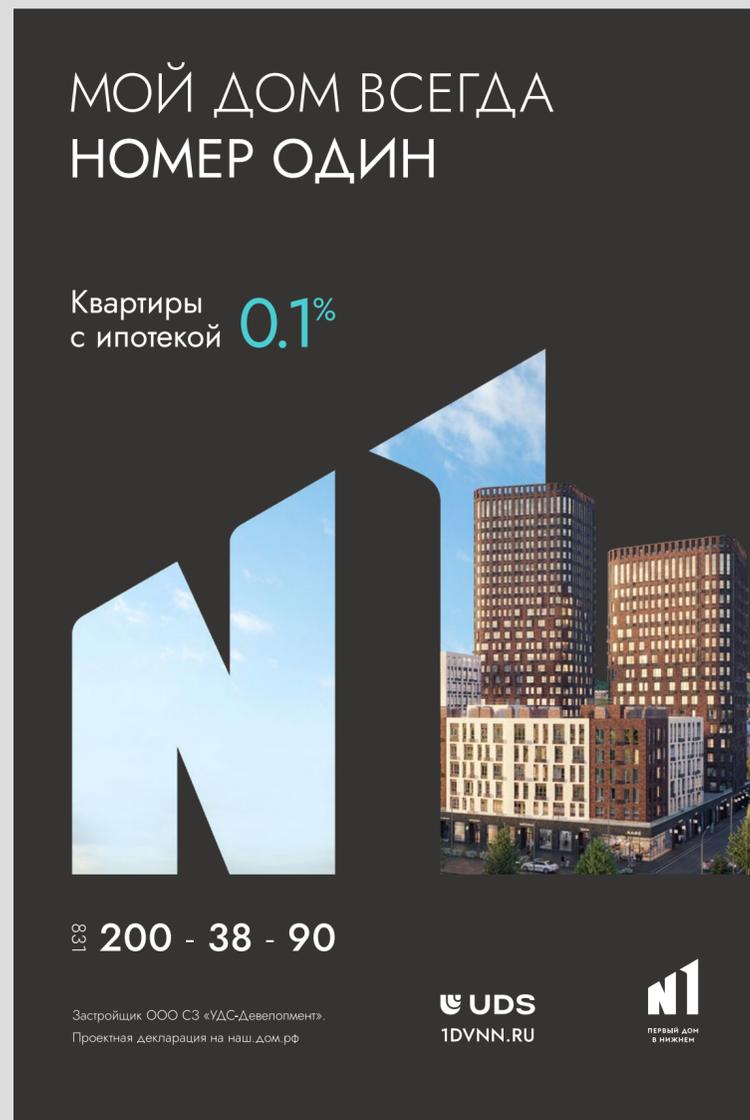


НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

СИТИ ФОРМАТ

МОЙ ДОМ ВСЕГДА
НОМЕР ОДИН

Квартиры
с ипотекой **0.1%**



831 200 - 38 - 90

Застройщик ООО СЗ «УДС-Девелопмент»
Проектная декларация на наш.дом.рф

UDS
1DVNN.RU

N1
ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

ТВОЙ НОВЫЙ
СТАРТ В ТВОЕМ
ЛЮБИМОМ
ГОРОДЕ



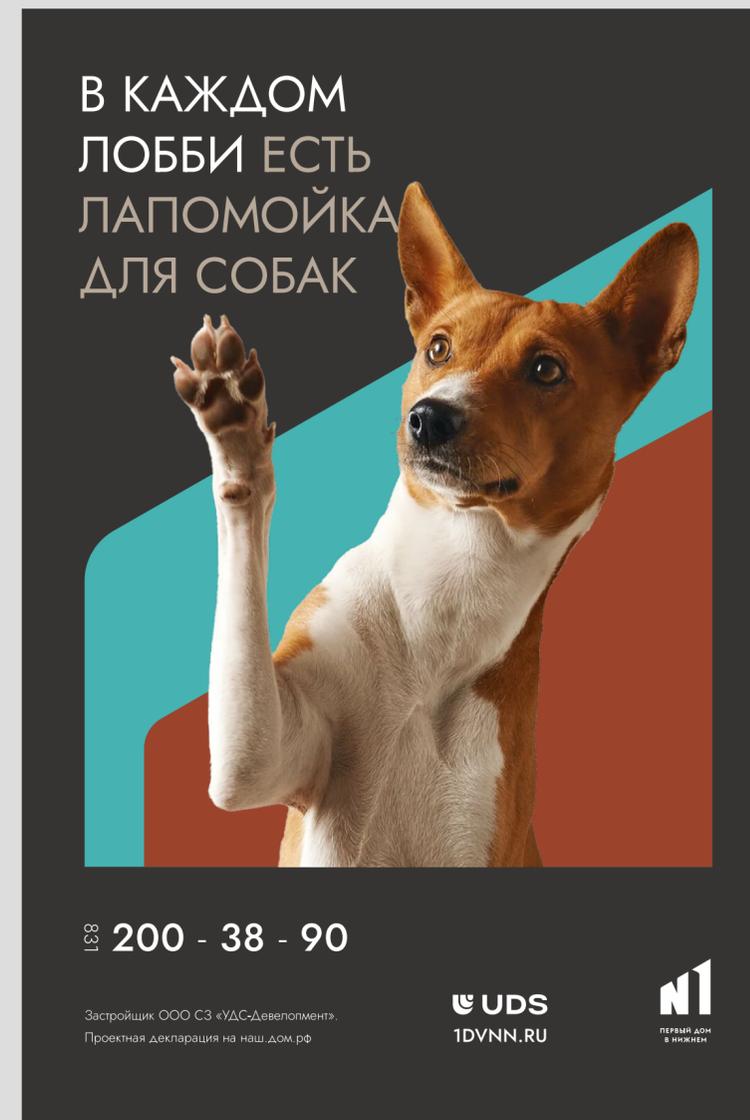
831 200 - 38 - 90

Застройщик ООО СЗ «УДС-Девелопмент»
Проектная декларация на наш.дом.рф

UDS
1DVNN.RU

N1
ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

В КАЖДОМ
ЛОББИ ЕСТЬ
ЛАПОМОЙКА
ДЛЯ СОБАК



831 200 - 38 - 90

Застройщик ООО СЗ «УДС-Девелопмент»
Проектная декларация на наш.дом.рф

UDS
1DVNN.RU

N1
ПЕРВЫЙ ДОМ
В НИЖНЕМ

ТВОЙ НОВЫЙ
СТАРТ В ТВОЕМ
ЛЮБИМОМ
ГОРОДЕ



831 200 - 38 - 90

Застройщик: ООО СЗ «УДС-Девелопмент»
Проектная декларация на наш дом.рф

UDS
1DVNN.RU

N1
ПЕРВЫЙ ДОМ
В ЖИЗНИ

