

Группа «Эталон»

Руководство по фирменному стилю

Содержание

О БРЕНДЕ.....	3
---------------	---

СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ.....	8
---------------------------	---

Логотип	9
---------	---

Размещение логотипа	16
---------------------	----

Система логотипов	18
-------------------	----

Фирменный знак	21
----------------	----

Стилеобразующий элемент «цифры»	26
---------------------------------	----

Основная палитра цветов	27
-------------------------	----

Фирменные шрифты	28
------------------	----

ФОТОСТИЛЬ.....	30
----------------	----

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ.....	38
---------------------------	----

Визитки	39
---------	----

Электронная подпись	40
---------------------	----

Бланки	41
--------	----

Канцелярия	42
------------	----

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ ПРОДУКЦИЯ.....	49
-------------------------------------	----

Канцелярия	50
------------	----

Сувениры	52
----------	----

Бейджи и пропуска	58
-------------------	----

Режимники	59
-----------	----

Настольные флаги	61
------------------	----

Брендированный шоколад	62
------------------------	----

Бумажный стаканчик	63
--------------------	----

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ.....	64
---------------------------	----

Кружки	65
--------	----

Флешки и пауэрбанк	66
--------------------	----

Чехлы для телефонов	67
---------------------	----

Одежда	68
--------	----

Сумки	69
-------	----

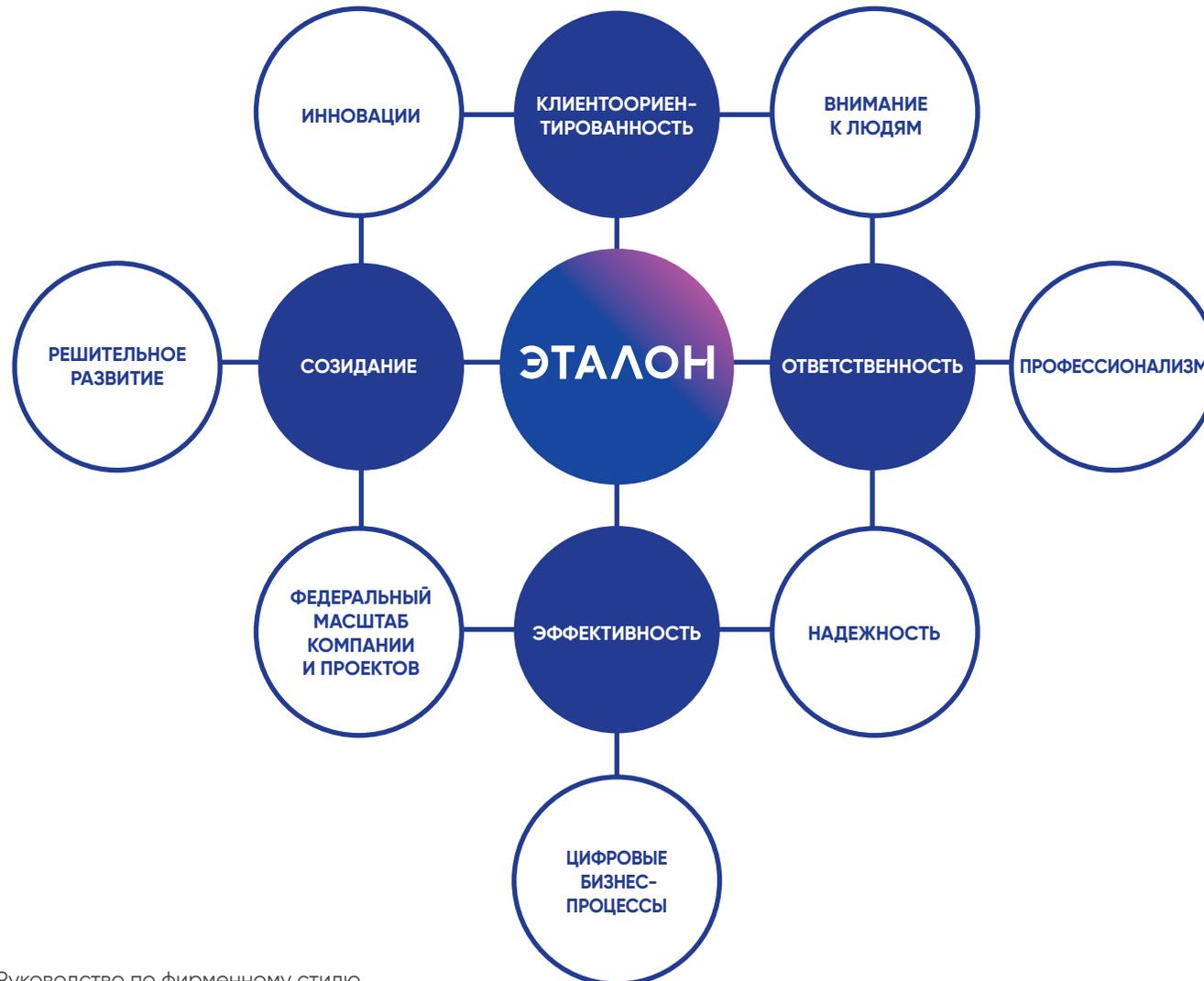
Брендбук – это книга, которая хранит константы бренда и определяет законы, по которым формируется его идентификация.

В данном брендбуке собраны материалы и сформированы ключевые правила и принципы, которым необходимо следовать для эффективной интеграции обновленного бренда, имплементации нового фирменного стиля и грамотного управления новым образом.

Внимательно следуйте основным рекомендациям и не нарушайте приведённые правила. Это позволит обеспечить целостность создаваемого образа и максимально усилить капитализацию бренда Группы «Эталон» во времени.

ДНК БРЕНДА

ДНК бренда - главные атрибуты, которые определяют его ключевые характеристики. Все стратегические и тактические инициативы Компании рекомендуется реализовывать через призму ДНК, что позволит передать нужные ассоциации бренда Группы «Эталон».



Маркетинговая платформа

RTV, ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ДОВЕРИЯ БРЕНДУ:

- 34-летний опыт на рынке недвижимости
- 7,5 млн м² недвижимости ввели в эксплуатацию
- 350 тыс. человек живут в домах компании
- 0 просрочек по сдаче объектов
- АФК «Система» – крупнейший акционер АО «ГК «Эталон»
- 2-е место в Топ-20 надежных застройщиков Рейтинг Forbes
- Входит в топ-10 крупнейших застройщиков России
- Крупная сеть продаж (представительства в регионах)

- Качество и интересные проекты подтверждены премиями Urban Awards 2019 «Девелопер года» 2021.
- Первыми начали строить по кирпично-монолитной технологии
- Первыми использовали вентилируемые фасады
- При реализации своих проектов используем BIM-технологии
- К 2025 году цифровизируем бизнес-процессы от начала проектирования до передачи проекта в управляющую компанию



Креативная концепция образа

Совершенство – это не исключительное явление, а образ мыслей. Состояние ума и духа, для которого необходимо постоянное развитие в мировых масштабах. Воля к новым свершениям.

Настоящий идеал достижим. Но только в условиях, когда высокие требования предъявляются в первую очередь к себе. Познав истинность своих намерений, корпоративный бренд Группы «Эталон» обретает свое мировоззрение.

ЭТАЛОН СОЗИДАНИЯ.

Кристалльно-небесная чистота сознания, прозрачность взгляда в настоящее и будущее, знание своего пути и любовь к своему делу.

Вдохновляясь природной гармонией, мы делаем пространства для работы и жизни людей максимально уютными.

Внутреннее стремление к идеалу определяет подход к созидательной деятельности, в природе которой ответственность за создание нового.

Мы требовательны. Мы искренни и открыты по отношению к своим самым важным замыслам и идеям.

Эталон созидания – образец на рынке девелопмента и строительства, которому мы сами задаём стандарты сквозь призму ответственности, чести и бескомпромиссной принципиальности.

Опыт даёт уверенность в своих действиях и решениях. Достоинство пройденный путь открывает перспективу развития. Своими действиями мы всегда реализуем обещания и материализуем задуманное.

Каждый проект Группы «Эталон» проходит строгую проверку на соответствие эталону созидания.

Так мы наполняем жизнью лучшие пространства в Петербурге и Москве.

Сила бренда Группы «Эталон» проявляется себя в корпоративных суббрендах и брендах наших проектов, каждый из которых по своему выражает ЭТАЛОН СОЗИДАНИЯ.



Латинское крылатое выражение

Визуальная концепция образа

Изображения, использованные для визуальной концепции, не являются лицензионными и приведены как референсные примеры, создающие настроение бренда. Запрещено использование этих изображений в любых материалах, за исключением данного брендбука.



СТАНДАРТЫ ОФОРМЛЕНИЯ

Основная версия логотипа

Основной составляющей бренда Группы «Эталон» является логотип (товарный знак). Логотип состоит из стилизованного написания наименования бренда с фирменным градиентом от синего цвета к фиолетовому.

Русская / кириллическая версия:

ЭТАЛОН

Английская / латинская версия
(может использоваться при необходимости,
на усмотрение сотрудников Компании):

ETALON

Однотонная версия логотипа

Если использование градиентной версии логотипа нецелесообразно или технически невозможно предлагается использовать однотонную версию логотипа фирменного синего цвета.

Русская / кириллическая версия:

ЭТАЛОН

Английская / латинская версия
(может использоваться при необходимости,
на усмотрение сотрудников Компании):

ETALON

Логотип в черном цвете

Логотип в черном цвете используется только при отсутствии технической возможности использовать основную либо однотонную версию логотипа (ограничения по цветам при печати и т.д.).

Русская / кириллическая версия:

ЭТАЛОН

Английская / латинская версия
(может использоваться при необходимости,
на усмотрение сотрудников Компании):

ETALON

Монохромная инверсная версия логотипа

В случае отсутствия технической или другой возможности использовать основную либо однотонную версию логотипа (ограничения по цветам при печати и т.д.), предлагается использовать монохромную инверсную версию логотипа. Эта версия может быть использована на фонах фирменных цветов и контрастных фотографиях.

Русская / кириллическая версия:

ЭТАЛОН

Английская / латинская версия
(может использоваться при необходимости,
на усмотрение сотрудников Компании):

ETALON

Охранные поля логотипа

Минимальное расстояние от логотипа до окружающих его графических объектов, текста или края листа/поля должно быть не менее длины/ширины, равной букве «О» логотипа с каждой из сторон (применимо для всех версий логотипа).



Минимальный размер логотипа

Минимальный допустимый размер логотипа должен быть не менее 3 мм в высоту.

ЭТАЛОН



Ошибки использования логотипа

Не стоит самостоятельно экспериментировать с начертанием, размещением, окрашиванием логотипа, а также менять или сдвигать его элементы.

Это может сделать логотип плохо читаемым, неузнаваемым, что может навредить бренду.

ЗАПРЕЩАЕТСЯ: .



Изменение пропорций логотипа



Изменение расстояния между буквами логотипа



Использование другой толщины букв логотипа



Использование любых других цветов, кроме корпоративных



Использование любых других шрифтов, кроме корпоративных



Использование основного логотипа на неоднородном цветном фоне или фото



Использование основного логотипа на фоне, сливающимся хотя бы с одной из частей логотипа



Использование любых фильтров и эффектов на логотипе



Использование логотипа наклонно либо в проекции

Использование логотипа в рекламно- информационных материалах

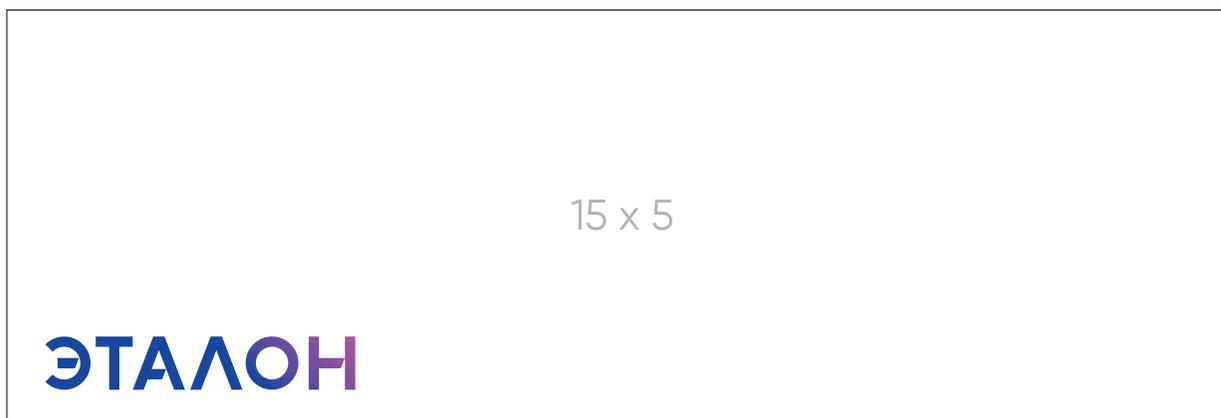
При размещении в рекламно-информационных материалах размер логотипа должен занимать не менее 3% от площади макета. Расположение логотипа в рамках макетов не закреплено



Пример для формата 2 x 3



Пример для формата 6 x 3



Пример для большого формата 15 x 5

Примеры размещения на фонах

При размещении логотипа, используйте полноцветную и голубую версию на светлых не пёстрых фонах и фотографиях. Белый вариант может быть размещен на фирменном градиенте, голубом и чёрном фоне, на контрастных фотоизображениях. Черный логотип используется в исключительных случаях, если невозможна цветная печать и ставится только на белый фон.



СИСТЕМА ЛОГОТИПОВ

Корпоративный уровень.
Русская и английская
версии.

ЭТАЛОН

ETALON

Стратегический уровень.
Логотипы брендов
направлений. Используются
только в рекламно-
информационных
материалах (не для целей
делопроизводства)

ЭТАЛОН
НТЦ

ЭТАЛОН
СТРОЙ

АРХИТЕКТУРА ЛОГОТИПОВ БРЕНДОВ НАПРАВЛЕНИЙ

Верхняя часть
это основной логотип

Нижняя часть - название
подразделения написанное
специальным шрифтом



Синий
CMYK: 100, 85, 0, 0
RGB: 35, 60, 145
Pantone: 2728C

Шрифт для создания
логотипа направления

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й К Л М Н О П
Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПОВ

При необходимости использовать в одном макете корпоративного логотипа и логотипа партнера, они ставятся рядом отделяясь чертой корпоративного синего цвета. Высота черты – две высоты основного логотипа, она центрируется относительно основного логотипа.



Архитектура совместного использования



Примеры монохромного использования



Эволюция
пространства

Пример использования

Фирменный знак

В некоторых случаях (на усмотрение сотрудников Компании), когда использование основной версии логотипа невозможно либо нецелесообразно, предлагается использовать фирменный знак. Фирменный знак представляет собой стилизованную букву «Э» с фирменным градиентом от синего цвета к сиреневому.

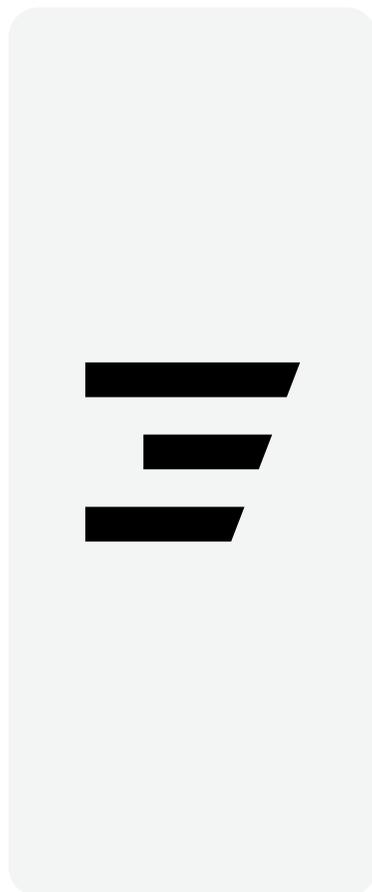
Основная версия знака



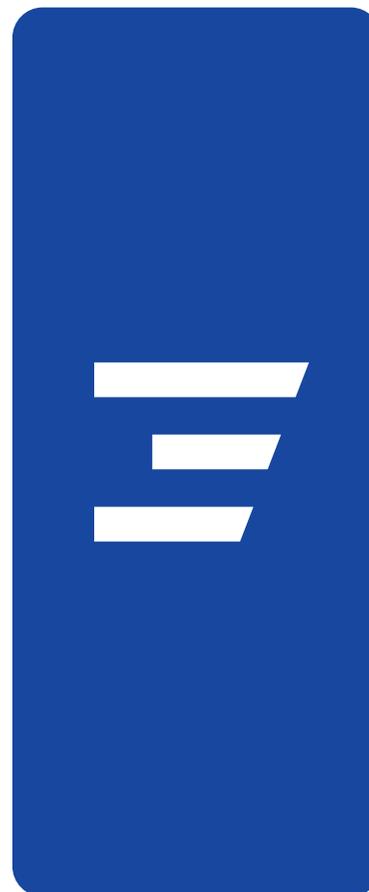
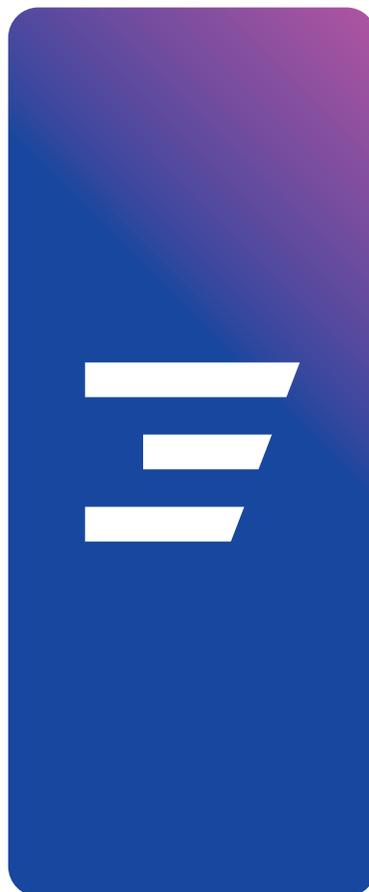
Однотонная
версия
знака



Монохромная
версия
знака



Монохромная
инверсная
версия знака



Охранные поля фирменного знака

Минимальное расстояние от знака до окружающих его графических объектов, текста или края листа/поля должно быть не менее длины/ширины, равной высоте знака с каждой из сторон.



Минимальный размер знака

Минимальный допустимый размер знака должен быть не менее 3 мм в высоту.



Ошибки использования знака

Не стоит самостоятельно экспериментировать с начертанием, размещением, окрашиванием, а также менять или сдвигать элементы

ЗАПРЕЩАЕТСЯ:



Изменение пропорций



Изменение расстояния между элементами



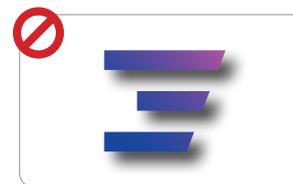
Использование знака на неоднородном цветном фоне или фото



Использование любых других цветов, кроме корпоративных



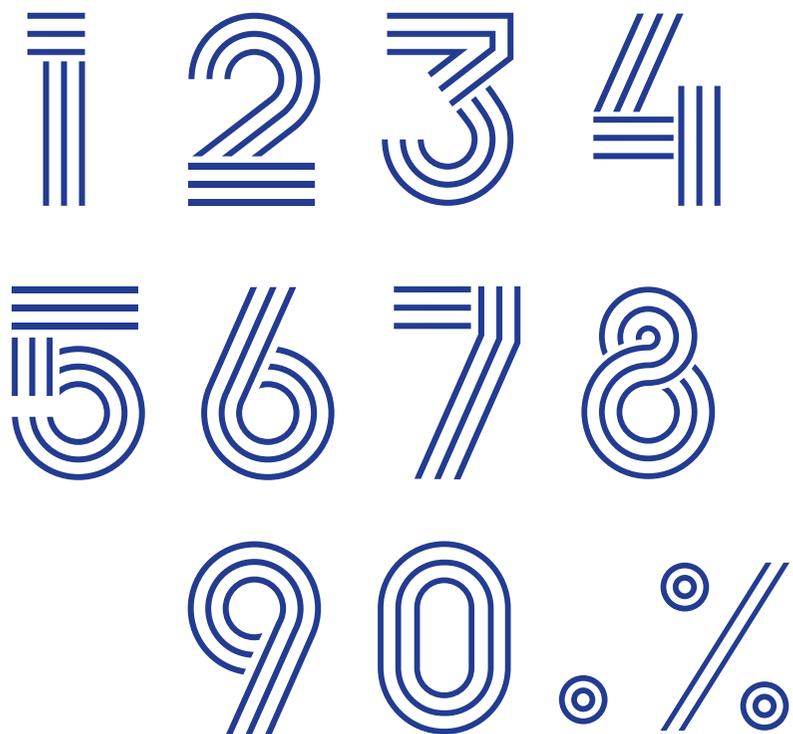
Использование на фоне, сливающимся хотя бы с одной из частей знака



Использование любых фильтров и эффектов

Стилеобразующий элемент «цифры»

Стилеобразующий элемент «цифры» используется в оформлении деловой документации, представительской и сувенирной продукции, а также в оформлении интерьеров и рекламной продукции. Допускается инверсивное использование элемента «цифры». «Цифры» используются как важный драматургический акцент на макете, поэтому их размер должен быть значительно крупнее других текстовых элементов. Недопустимы повороты и другая трансформация стилеобразующих элементов. Недопустимо изменение толщины линий без изменения масштаба самого стилеобразующего элемента.



Основная палитра цветов

Основными цветами бренда Группы «Эталон» являются синий и градиент из синего в фиолетовый. Эти цвета используются в оформлении носителей фирменного стиля и в рекламно-информационных материалах. Фиолетовый цвет используется только как часть градиента. В цветовой код входят также градации оттенков, производных от цветов бренда, которые допустимо использовать в дополнении к основным.

Градиент для оформления носителей фирменного стиля отличается от градиента использованного в логотипе меньшим процентом использования фиолетового цвета.

Синий

CMYK: 100, 85, 0, 0

RGB: 35, 60, 145

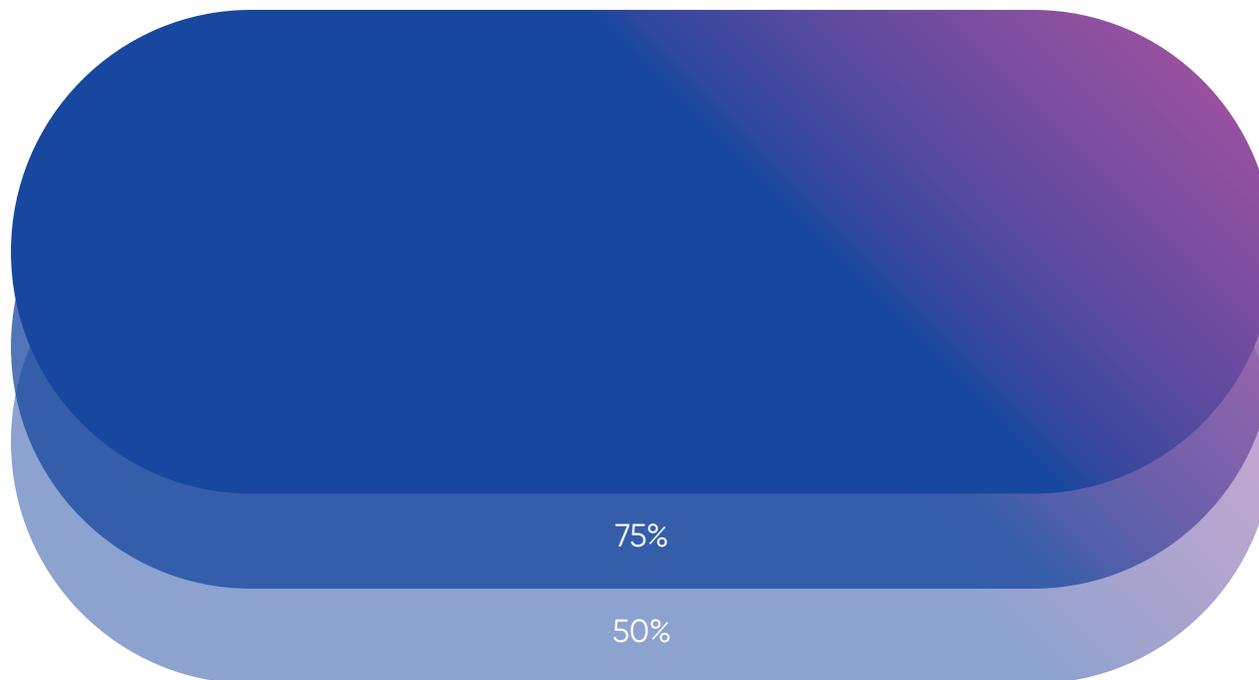
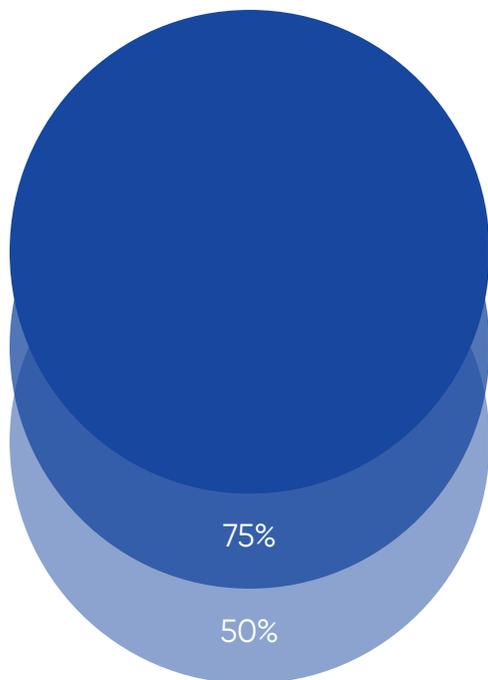
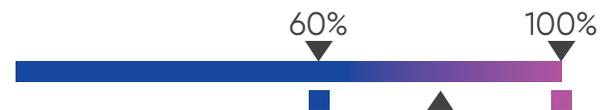
Pantone: 2728C

Градиент (Linear, 45°)

CMYK: 100, 85, 0, 0 – 30, 80, 0, 0

RGB: 35, 60, 145 – 180, 85, 160

Pantone: 2728C – 246C



Фирменные шрифты

Набор фирменных гарнитур состоит из шрифта Gilroy. В случаях, когда необходимо воспользоваться стандартным набором шрифтов, предлагается использовать универсальный шрифт Tahoma, как установленный по умолчанию во всех операционных системах.

Gilroy Bold

Рекомендован для заголовков, выносов и выделений

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Gilroy Regular

Рекомендован для основного массива текста

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Tahoma

Универсальный дополнительный шрифт

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Пример текстового блока

Текстовый заголовок

Группа «Эталон» специализируется на девелопменте недвижимости, проектировании, строительстве, сервисе и эксплуатации

В 2011 году Группа «Эталон» провела первичное размещение ценных бумаг (IPO) на Лондонской фондовой бирже и привлекла более 500 миллионов долларов США от ведущих международных инвесторов для развития инвестиционных проектов в России.

С тех пор Группа «Эталон» ведет политику открытости в соответствии с лучшими мировыми практиками публичных корпораций. Более подробная информация для акционеров и инвесторов доступна на англоязычном сайте www.etalongroup.com.

[Перейти на сайт компании](#)

ФОТОСТИЛЬ

Изображения, использованные для визуальной концепции,
не являются лицензионными и приведены как референсные примеры.

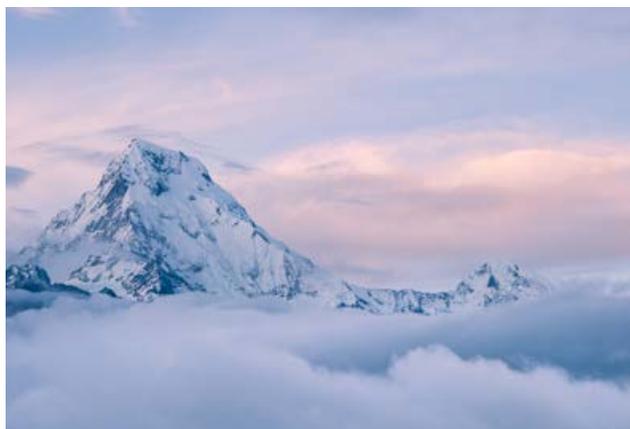
Общий фотостиль



Имиджевые изображения

Имиджевые фотоизображения подбираются с учётом фирменной цветовой схемы. Важно сохранить естественность проявлений природы и метафор, основанных на них. Дальнейшие действия предназначены только для придания ощущения единства от иллюстраций и носят очень деликатный характер.

1. Приведение к умеренной контрастности.
2. Введение в тени синего.
3. Погашение избыточного тона из «тёплого» спектра с помощью корректирующего слоя Gradient map с типом наложения Color (градиент состоит из двух фирменных оттенков синего).
4. Области фотографии, естественным образом представляющие оттенки синего (небо, вода, тени, окраска каких-либо предметов), также тонируются с помощью синих цветов. Земляные цвета тонируются с помощью фирменного терракотового цвета с понижением насыщенности.



Архитектурные объекты. Ракурс

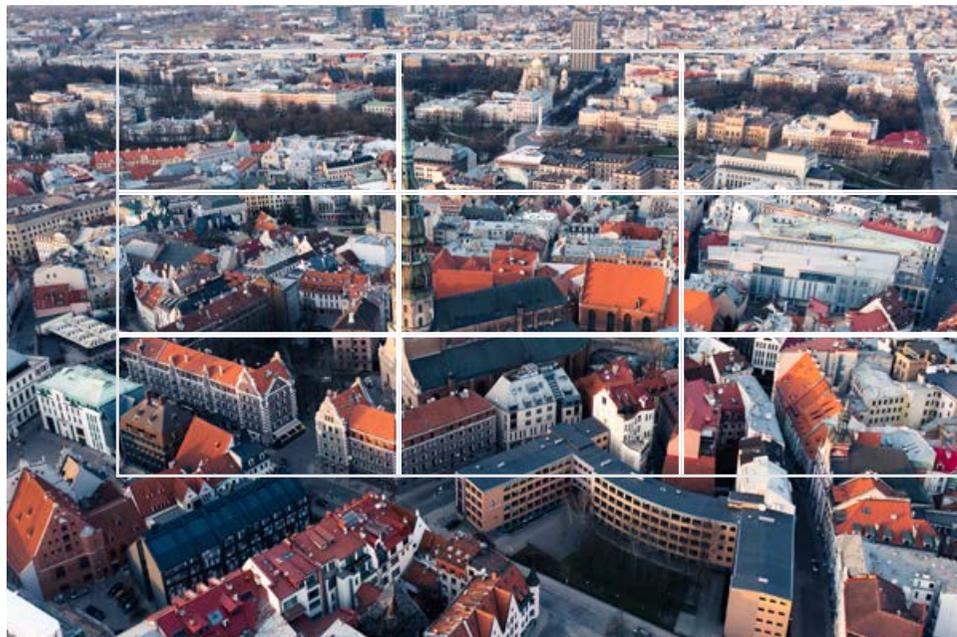
Для эффектных видовых кадров следует строить композицию с заметной характерной перспективой. Это позволяет продемонстрировать масштаб проекта, а также добавляет композиции динамичности.



Примеры неподходящего ракурса.

Пример кадрирования фотографии

Фотографии архитектурных объектов кадрируются в соответствии с правилом третей: композиционные доминанты должны располагаться в ключевых точках на пересечении осей, либо вдоль осей.



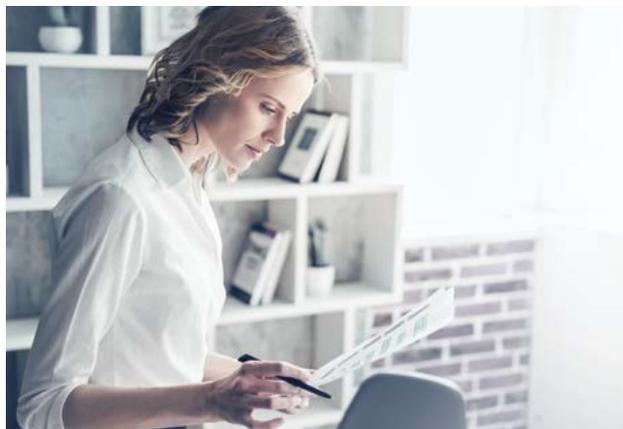
Исходное изображение



Кадрированное и тонированное изображение

Люди. Основные принципы

Для передачи идеи созидательного процесса люди попадают в кадр в момент вовлеченности в работу. Кадры должны обладать большим количеством воздуха, что выражается в композиции и цветовом решении. Это символизирует возможности для разработки идей и новых решений. Колористическое решение основывается на доминанте белых, светло-серых и светло-голубых оттенков. Допустимо появление зелёных оттенков в деталях. Важно сохранить естественными оттенки кожи.



Люди. Кадрирование

Фотографии людей за работой кадрируются в соответствии с правилом третей: композиционные доминанты должны располагаться в ключевых точках на пересечении осей, либо вдоль осей.



Люди. Портрет

При съёмке портретов следует делать кадры с большим количеством воздуха: фокусировка на герое кадра. Тёмные области допустимы только в деталях одежды. Рекомендуется привлекать стилиста для портретных съёмок: приоритетной является синяя и белая гаммы, допустимы небольшие цветовые акценты естественных оттенков. Фотографируемый может сниматься как строго в анфас, так и с небольшим поворотом (в зависимости от контекста и особенностей модели).



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Визитка

Рекомендуется офсетная печать или печать способом шелкографии на белой матовой бумаге или картоне плотностью не менее 350 г/м²



Электронная подпись

Электронная подпись
содержит логотип, имя,
должность сотрудника
и контактные данные.

New Message ☐ ↗ ✕

Recipients

Subject

Добрый день, Петр Савельевич!
Рады Вам сообщить, что в ЖК «Эталон на Неве»
стартовали новогодние скидки!
Ждем Вас в нашем офисе продаж по адресу:
пр. Обуховской Обороны, 7 0/2, лит. Е

Хорошего дня!

С уважением,
Александр Александров

Специалист
Управление по региону Санкт-Петербург
Группа «Эталон»

Тел.: +7 812 348-21-25 (доб. 000)
Моб.: +7 903 348-21-25
197348, Санкт-Петербург
Богатырский просп., 3, корп. 3
ваша.почта@etalongroup.com
www.etalongroup.ru

ЭТАЛОН

Бланк

Рекомендуется
использовать белую
мелованную бумагу А4
плотностью от 80 г/м2.

ЭТАЛОН

АО «ГК «ЭТАЛОН», ИНН 7814116230
Россия, 197348, Санкт-Петербург, Богатырский просп., 3, корп. 3
+7 812 342 33 33, office@etalongroup.com, www.etalongroup.ru

ЭТАЛОН

АО «ГК «ЭТАЛОН», ИНН 7814116230
Россия, 197348, Санкт-Петербург, Богатырский просп., 3, корп. 3
+7 812 342 33 33, ce@etalongroup.com, www.etalongroup.ru

Папка

Рекомендуется офсетная печать или печать способом шелкографии на матовой бумаге или картоне плотностью не менее 300 г/м²





Конверт А4 / А5

Рекомендуется использовать конверты белого или фирменного синего цвета.



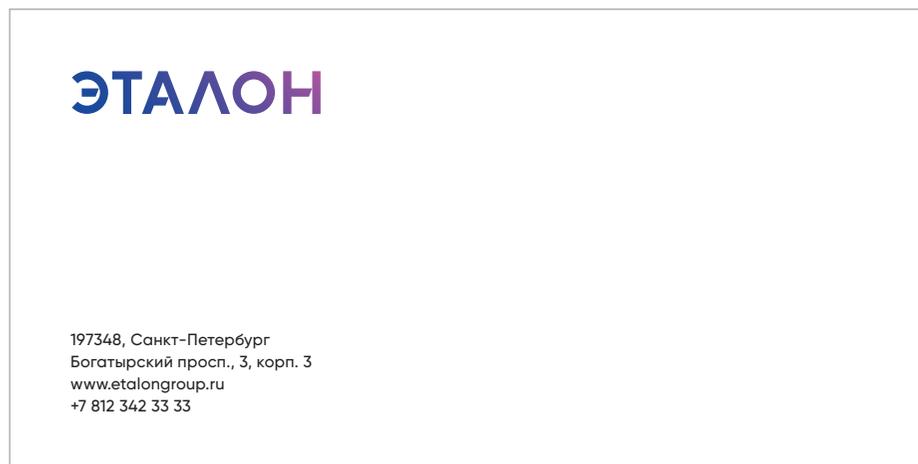


ЭТАЛОН

197348, Санкт-Петербург
Богатырский просп., 3, корп. 3
www.etalongroup.ru
+7 812 342 33 33

Конверт ЕВРО

Рекомендуется использовать конверты белого или фирменного синего цвета.







ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ
ПРОДУКЦИЯ

Блокнот

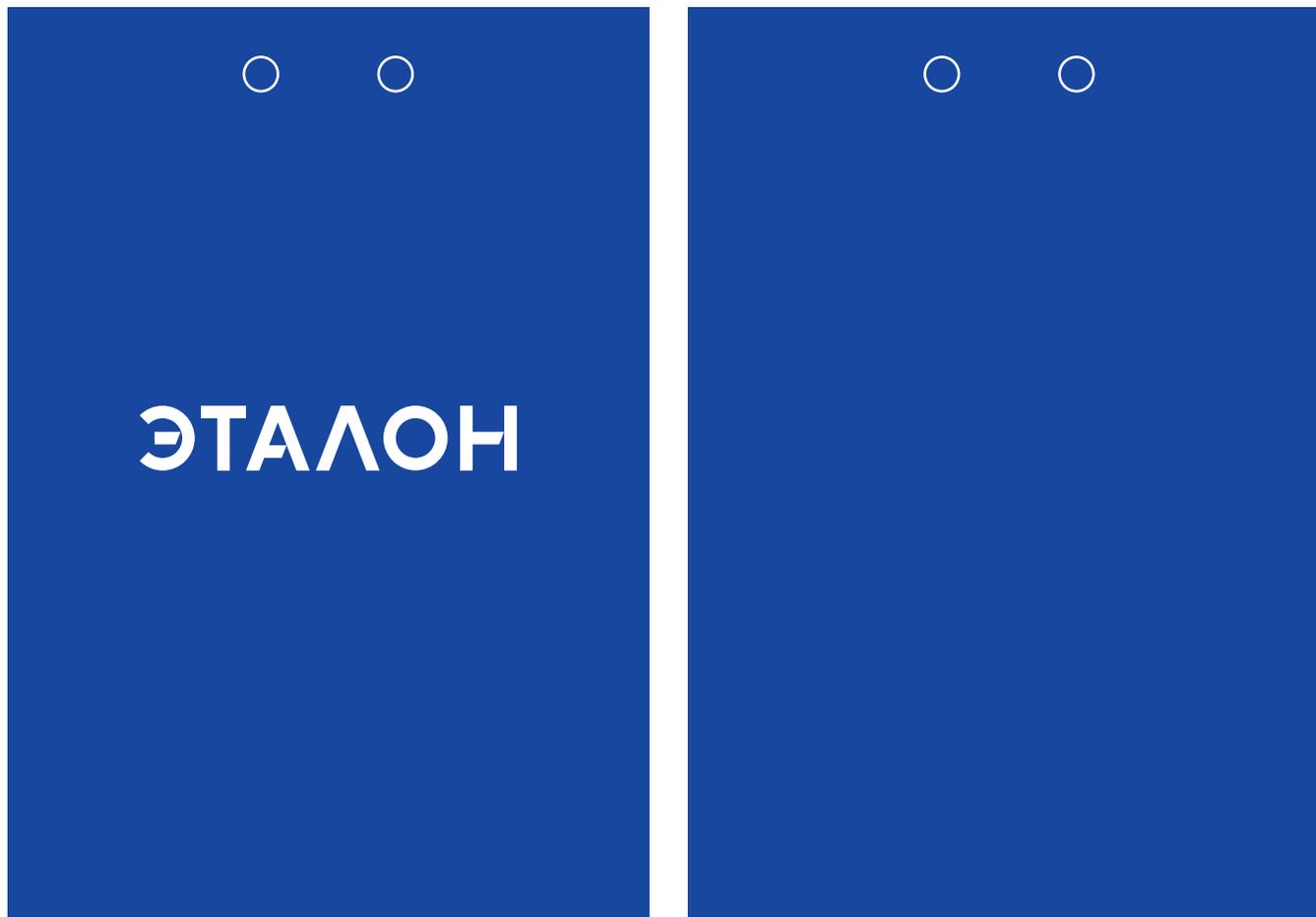
Для обложки блокнота рекомендуется офсетная печать или печать способом шелкографии на плотной бумаге или картоне плотностью не менее 400 г/м²





Пакет

Рекомендуется изготовление пакета/сумки из плотного картона фирменного синего или белого цвета с брендированием.





Пакет

Рекомендуется изготовление пакета/сумки из плотного картона фирменного синего или белого цвета с брендированием.





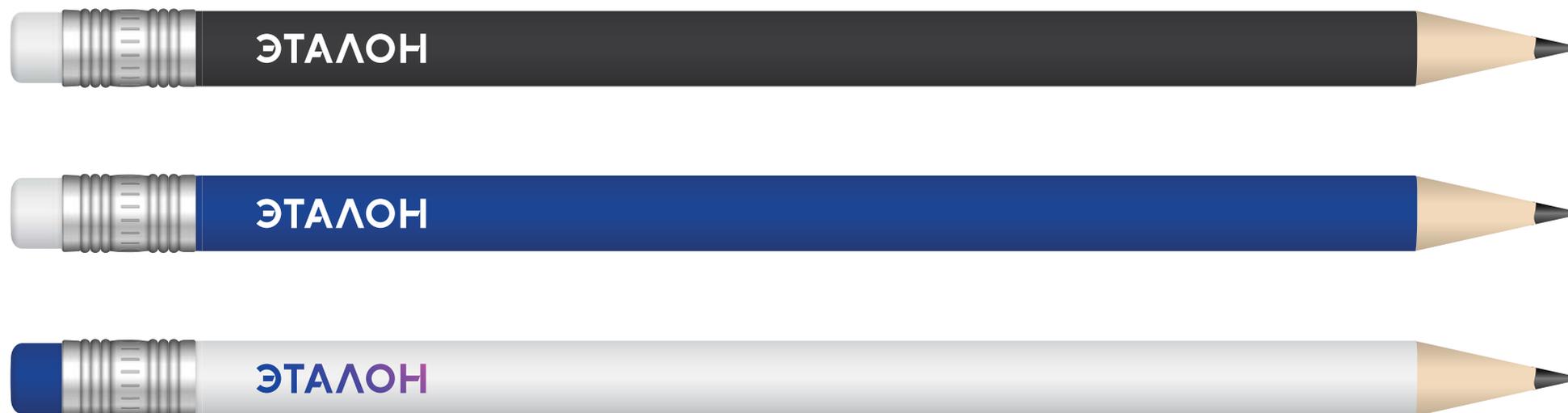
Ручка

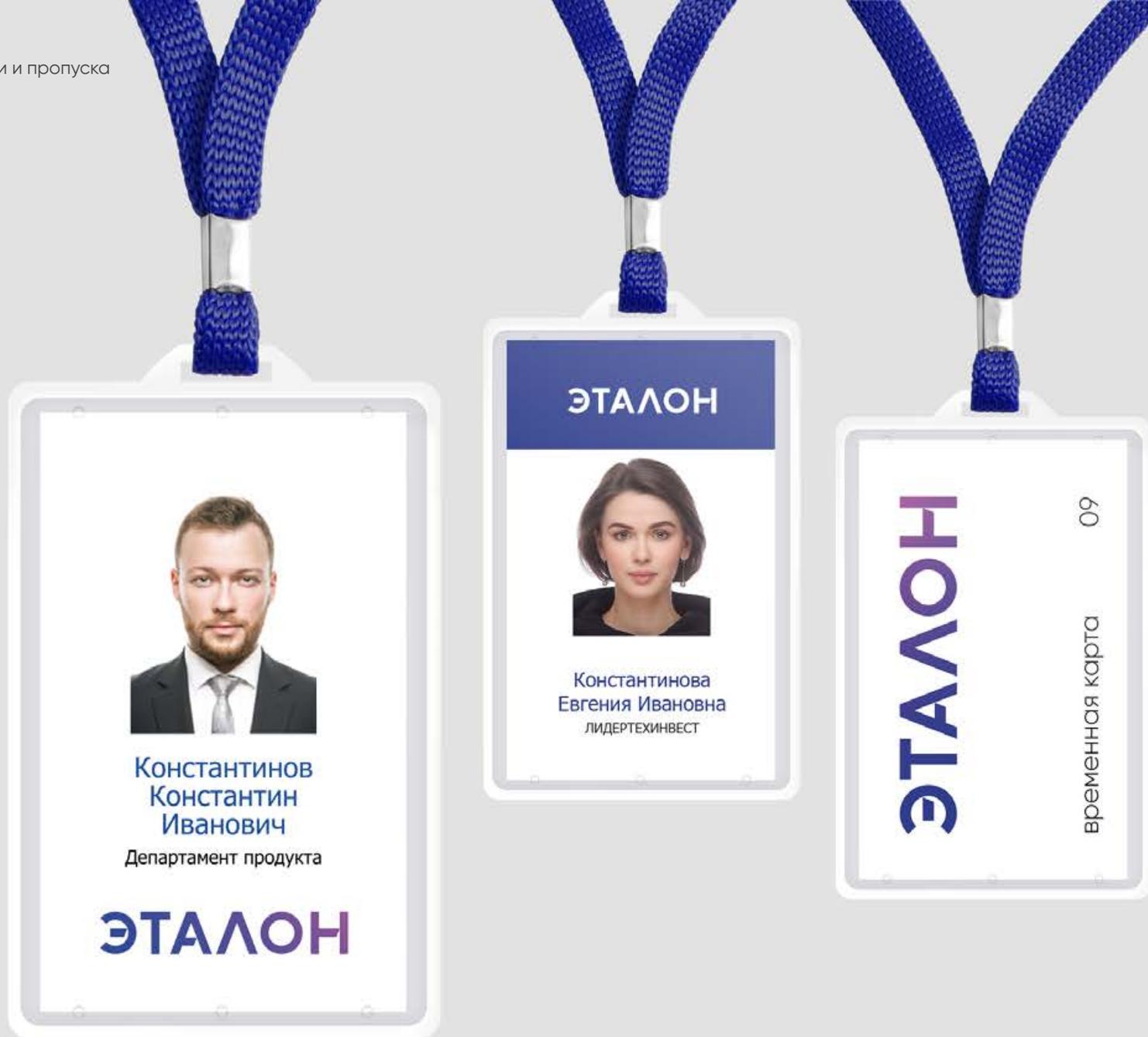
Рекомендуется использовать ручки белого или фирменного синего цвета, а также с фирменным градиентом из синего в фиолетовый. При использовании цветов ручек, на которых логотип плохо виден, следует использовать его монохромную, инверсную или однотонную версию.



Карандаш

Рекомендуется использовать карандаши белого, черного и фирменного синего цвета. При использовании цветов карандашей, на которых логотип плохо виден, следует использовать его монохромную, инверсную или однотонную версию.





ЭТАЛОН

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС

9:00 – 21:00

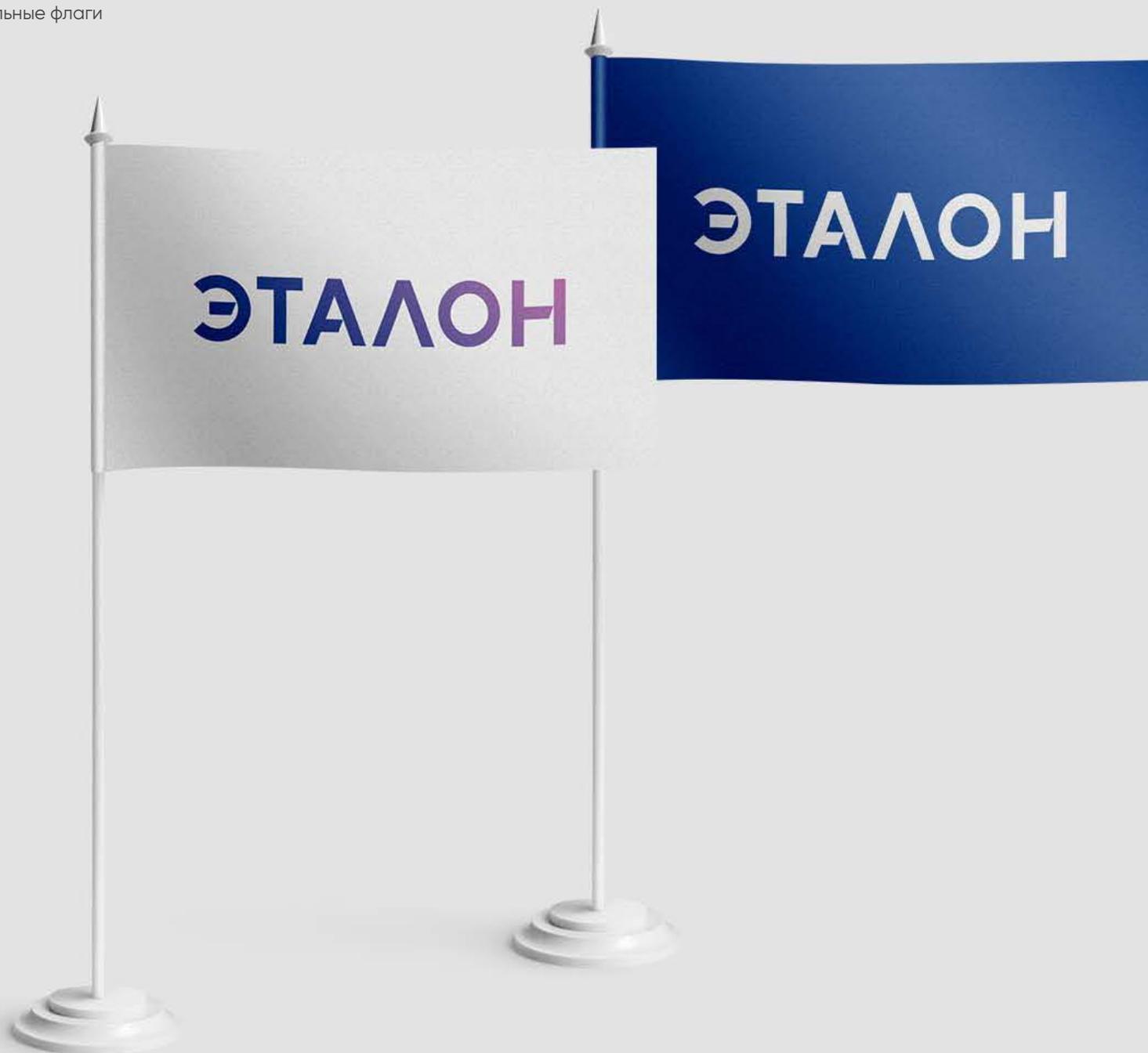
ежедневно

ЭТАЛОН

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС

9:00 – 21:00

ежедневно







СУВЕНИРНАЯ
ПРОДУКЦИЯ











Москва. 2021