

# Агентство AdWorm и Партнеры

## Концепция бренда парка «Чёрное озеро»

Москва / Казань  
2017



# Содержание

Концепция бренда  
парка Чёрное Озеро

## 1.1. Целевая аудитория парка

### 1.2. Платформа бренда:

Видение будущей концепции  
Ценности, миссия, позиционирование, характер, цели

### 1.3. Фирменный блок

Варианты сочетания составляющих фирменного блока  
(русский, татарский и английский варианты)

### 1.4. Фирменные цвета

Основные цвета  
Цветовые версии логотипа  
Рекомендованные цветовые сочетания и отношения

### 1.5. Фирменные шрифты

(русский, татарский и английский варианты)  
Варианты начертаний  
Примеры использования

### 1.6. Фирменная графика

Набор фирменных иконок  
Паттерны  
Пиктограммы

### 1.7. Система навигации

Указатели  
Пиктограммы функциональных зон  
Карта парка  
Предупреждающие обозначения

## 1.8. Деловая документация

Визитные карточки  
Фирменные бланки  
Конверты  
Билеты

## 1.9. Сувенирная продукция

Пакеты  
Футболки  
Сумки и др. на усмотрение участника

## 1.10. Полиграфическая продукция

Постеры  
Флаеры

## 1.11. Стандарты использования элементов фирменного стиля

Объекты коммуникации  
Целевая аудитория  
Ключевые сообщения  
Каналы коммуникации  
Инструменты коммуникации

# Целевая аудитория парка

# Целевая аудитория парка

Т.к. реконструкция «Черного озера» решает имиджевые и стратегические задачи для города, сегментировать целевую аудиторию необходимо не по процедурному, а по ценностному принципу. Деление на базе операционного опыта определяет социальные роли – «спортсменов», «мамочек», «собаководов», в то время как деление ценностное позволяет выявить основные модели интерпретации продукта потребителями и понять механизмы их коммуникации с брендом. Ядром аудитории в данном случае будут выступать две группы – «активные горожане» (на внутригородском уровне) и «туристы» (на внешнем уровне, как в РФ, так и в мире).

Активные горожане – наиболее открытая ко всему новому и позитивному часть населения города, а проактивная жизненная позиция (лидеры мнений) потенциально делает их основными «адвокатами бренда», «агентами влияния», эффективными распространителями медиавируса «Черного озера». За активными горожанами постепенно последуют и более пассивные и консервативные слои населения. Внутренние и международные туристы также играют важную миссионерскую роль как распространители информации о «Черном озере» за пределами Казани. Туристы для парка – основные носители бренда во внешнем мире.

Объект коммуникации = обновленный парк «Черное озеро»	Целевая аудитория	Ключевые сообщения	Каналы коммуникации	Инструменты коммуникации = брендированные носители
как символ нового времени, урбанизации, позитивного развития и социализации Казани	<b>Активные горожане</b> – 23–45 лет – молодые (и не только) профессионалы, находящиеся в поиске трендов и их локализации – открытые к позитивным изменениям – ищущие новые способы самореализации через образ жизни, моду, музыку, гастрономию и т.д. – Наш город на острие актуальных трендов и это круто!	– Парк стал лучше и современнее, сохранив при этом свои традиции, облик и историческое значение! – Реальное общение вместо виртуальных соцсетей!	– Городская реклама – Раздаточные материалы – Территория парка – Digital-каналы – Городские lifestyle-СМИ – Городские мероприятия	– Билборды – Лифлеты – Флаеры – Бумажные стаканы – Навигационные стенды – Пакеты – Постеры / Афиши – Сайт / Приложение – Социальные сети – Рекламные полосы – Баннеры – Сувенирная продукция
как удобное место для отдыха в центре города	Пассивные горожане – 25–65 лет – массовая аудитория – склонные к консерватизму – ценностный приоритет: комфорт и удобство	– Все главные городские праздники проходят тут! – Удобное расположение, есть все, что нужно, отдых для всей семьи! – Реальное общение вместо соцсетей!	– Городская реклама – Раздаточные материалы – Территория парка – Городские новостные СМИ – Городские мероприятия	– Билборды – Лифлеты – Флаеры – Бумажные стаканы – Навигационные стенды – Пакеты – Постеры / Афиши – Рекламные полосы – Баннеры – Сувенирная продукция
как лучшее место в городе для проведения свободного времени и занятий на свежем воздухе	Студенты – 17–23 лет – потенциально завтрашние активные горожане – самая открытая и лояльная аудитория – перспективная аудитория: эмоциональная привязка к парку в будущем	– Лучшее место для проведения выходных в городе, а главное – куча бесплатных развлечений! – Наш город на острие актуальных трендов и это круто!	– Городская реклама – Раздаточные материалы – Территория парка – Digital-каналы – Городские lifestyle-СМИ – Городские мероприятия	– Билборды – Лифлеты – Флаеры – Бумажные стаканы – Навигационные стенды – Пакеты – Постеры / Афиши – Сайт / Приложение – Социальные сети – Рекламные полосы – Баннеры – Сувенирная продукция

Объект коммуникации = обновленный парк «Черное озеро»	Целевая аудитория	Ключевые сообщения	Каналы коммуникации	Инструменты коммуникации = брендированные носители
как бизнес-площадка	Бизнес – малый / ИП – средний / локальные бренды – крупный / федеральные и международные бренды	– Главное место силы города – хороший трафик и покупательская способность – Разместить рекламу или торговую точку в парке «Черное озеро» – это модно и престижно	– Городская реклама – Городские и деловые СМИ – Корпоративная документация – Презентационные материалы – Отраслевые мероприятия	– Билборды – Рекламные полосы – Баннеры – Визитки / Конверты / Бланки – Медиакит / Брошюра – Выставочный стенд – Сувенирная продукция / Корпоративные подарки
как обязательный пункт туристической программы	<b>Туристы</b> – внутрироссийские – международные	– Важный городской исторический объект в деликатной современной аранжировке – Возможность посмотреть, как и чем живет современная Казань – Удобная точка отдыха на маршруте по историческому центру города	– Городская реклама – Раздаточные материалы – Digital-каналы – Территория парка	– Билборды – Брендирование туристических автобусов – Лифлеты – Флаеры – Бумажные стаканы – Навигационные стенды – Пакеты – Постеры / Афиши – Сайт / Приложение – Социальные сети – Сувенирная продукция
как предмет национальной гордости и ключевой референс в контексте развития региона	Местные чиновники – городские / Казань – республиканские / Татарстан	– Казань снова подтверждает статус одного из лидирующих городов РФ, на этот раз в контексте мирового урбанистического тренда – Парк «Черное озеро» – пример эффективного решения задачи по благоустройству общественных пространств	– Городская реклама – Городские и деловые СМИ – Корпоративная документация – Презентационные материалы – Отраслевые мероприятия	– Билборды – Рекламные полосы – Баннеры – Визитки / Конверты / Бланки – Медиакит / Брошюра – Выставочный стенд – Сувенирная продукция / Корпоративные подарки
как демонстрация позитивной общественно-экономической ситуации в регионе	Внешние чиновники и инвесторы – федеральные – зарубежные	– Казань – преуспевающий, благополучный, богатый город с высоким уровнем жизни – Местные чиновники эффективны и оперируют в рамках общемировой конъюнктуры – Казань/Татарстан – перспективный для инвестиций регион	– Деловые СМИ – Корпоративная документация – Презентационные материалы – Отраслевые мероприятия	– Рекламные полосы – Баннеры – Визитки / Конверты / Бланки – Медиакит / Брошюра – Выставочный стенд – Сувенирная продукция / Корпоративные подарки

# Платформа бренда

# Видение будущей концепции

Платформа  
бренда

Парк «Чёрное озеро» – городской объект с культовым статусом, место силы, центр притяжения, всеобщее место встречи.  
Без малого 200 лет это самая популярная в Казани досугово-рекреационная площадка. В древности, по легенде, сюда прилетал на водопой крылатый змей Зилант – символ и хранитель Казани – утолять жажду и набираться сил.

На сегодняшний день Казань переживает серьезный туристический подъем, являясь одним из наиболее интенсивно развивающихся туристических направлений России и Европы. Парк "Черное озеро" традиционно включен во все туристические маршруты по историческому центру Казани.

В 2016–2017 гг. в рамках программы реновации парков Казани проводится реконструкция "Черного озера".

Концепция нового бренда парка должна соответствовать эстетическим предпочтениям и коммуникационным навыкам ядра целевой аудитории (активной части городского населения и многочисленных международных и внутрироссийских туристов) – людей активных, открытых всему новому и позитивному, обладающих широким кругозором, эрудированных и образованных. Предлагаемая айдентика должна следовать актуальным, современным трендам графического дизайна, отдавая при этом дань уважения историческому наследию и традиционной символике Казани и Татарстана.

Отправными точками генезиса фирменного стиля послужили изображение Зиланта, пролетающего над водами Чёрного озера (сюжет фирменного знака), и традиционный татарский растительный орнамент (мотив фирменного паттерна).

Ключевые визуальные образы и смыслы:

**#ЗИЛАНТ** – символ Казани и ее городского сообщества

**#РАСТИТЕЛЬНОСТЬ** – экология, природа, весна, пробуждение, перерождение, обновление, реновация, модернизация

**#ВОДА** – водоем, пруд, озеро, рекреационная зона

Знак решён в виде геометрической пиктограммы, делающей средневековую легенду более современной и доступной. Он может использоваться в двух вариантах – строгий контурный корпоративный и/или цветной наборный friendly-логотип, состоящий из простейших геометрических модулей (эти же элементы образуют и текстуру фирменного паттерна).

Характер стиля предполагает развитие в различных коммуникационных средах на множестве носителей бренда – навигация на территории парка, полиграфическая и сувенирная продукция, digital, корпоративная документация и др.



Каноническое изображение  
Зиланта с герба Казани  
+ волны Черного озера



Редуцированный контурный  
логотип для корпоративных  
носителей



Стилеобразующая  
полноцветная friendly  
версия логотипа



Базовый строительный  
материал стиля – простейшие  
геометрические модули



Фирменный паттерн.  
Использованы экологичные  
цвета органического  
происхождения



Традиционный татарский  
растительный орнамент

# Ценности, позиционирование, миссия, характер, цели

Платформа  
бренда

## Ценности

- уважение к интересам и нуждам горожан и реализации их потребностей
- любовь к родному городу, стремление к его гармоничному развитию
- сохранение традиций
- открытость миру, всему новому и позитивному
- радушие и гостеприимство
- экология и здоровый образ жизни

## Миссия

Парк "Черное озеро" призван стать:

- платформой для формирования общегородского комьюнити. Местом где люди, общаясь и реализуя свои социальные потребности, создадут реальное сообщество горожан (взамен виртуальным социальным сетям), что поспособствует появлению более открытой городской среды;
- местом гармоничного и взаимодополняющего развития локальных традиций и глобальных актуальных трендов;
- гибридной городской структурой, отвечающей на разнонаправленные, но объединенные общей концепцией, запросы жителей и гостей города (как досуговые и спортивные, так и образовательные).

## Позиционирование

Парк "Черное озеро" – главное общественное пространство г. Казани:

- один из старейших парков города, с богатой историей
- самый центральный парк города
- самый современный и прогрессивный парк города
- самый "дружелюбный" парк, ориентированный на интересы и потребности жителей и гостей Казани
- основная коммуникационная площадка города (всеобщее место встреч)

## Характер

- яркий / светлый / позитивный
- современный / прогрессивный / smart
- коммуникабельный / объединяющий
- экологичный / здоровый
- friendly / располагающий к себе / внимательный
- уютный / теплый
- с локальной спецификой и космополитичный одновременно

## Цели

- Подтвердить и сохранить статус главной досуговой площадки и общественного пространства г. Казани;
- Оправдать эмоциональную привязанность жителей г. Казани к парку, обогатив ее дополнительными новыми смыслами и позитивными ассоциациями;
- Стать востребованной экспортной торговой маркой Казани и одним из ключевых элементов туристического бренда города.

# Фирменный блок

# Логотип: версия friendly

большой знак

Фирменный  
блок



Парк  
Чёрное  
Озеро



Черек  
Күл  
Паркы



Black  
Lake  
Park

Используется только на белом (реже на черном) фоне.  
Имеет доминирующую функцию на всех носителях.  
Используется в крупном масштабе.  
Сфера применения: сувенирная и рекламная продукция.

# Логотип: версия friendly

малый знак

Фирменный  
блок



# Логотип: версия corporate

большой знак

Фирменный  
блок



Парк  
Чёрное  
Озеро



Черек  
Күл  
Паркы



Black  
Lake  
Park

Используется в различных цветовых сочетаниях (в т.ч. в рамках ко-брендинга). Может масштабироваться до малых и микро-форм. Сфера применения: корпоративная документация, оттиски и штампы, монохромные изображения, маркировки.

# Логотип: версия corporate

малый знак

Фирменный  
блок



Основные цвета

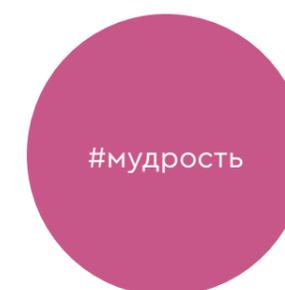
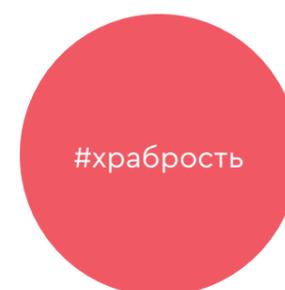
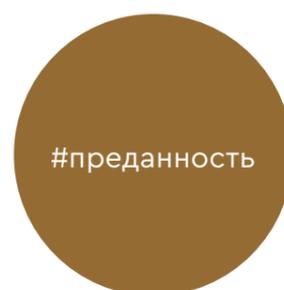
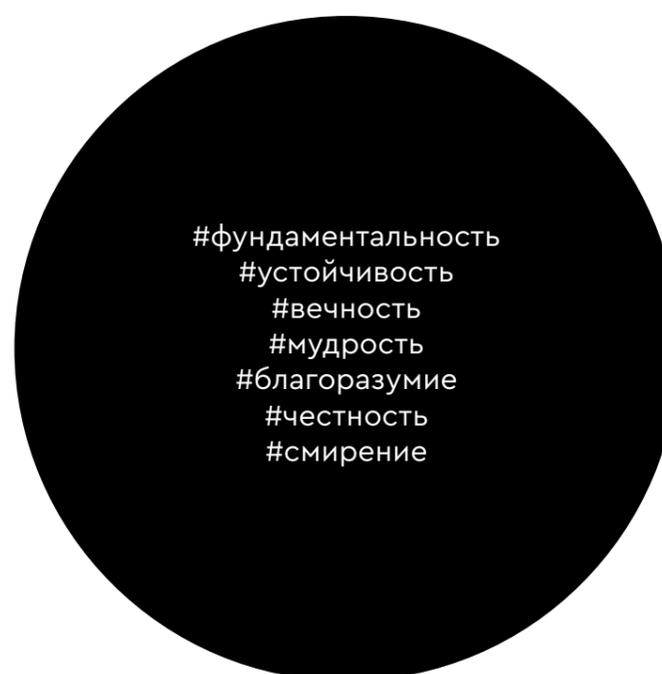
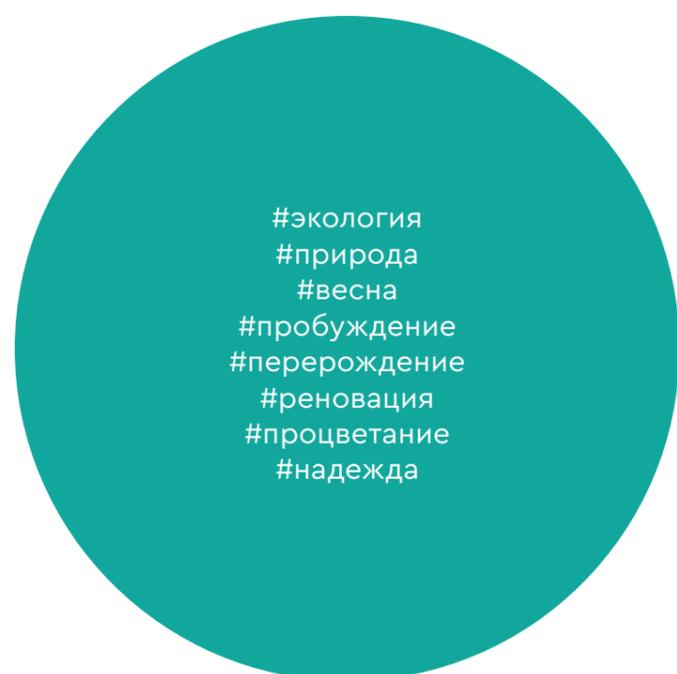
Цветовые версии логотипа

Рекомендованные цветовые сочетания и отношения

# Фирменные цвета

# Основные цвета

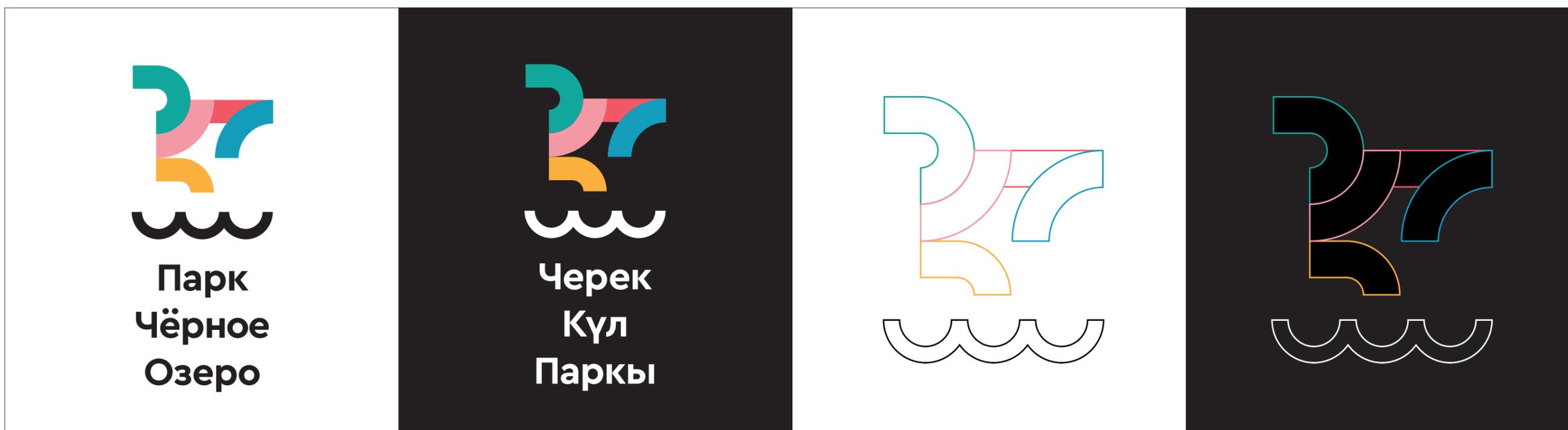
Фирменные  
цвета



# Цветовые версии логотипа

версия friendly

Фирменные  
цвета

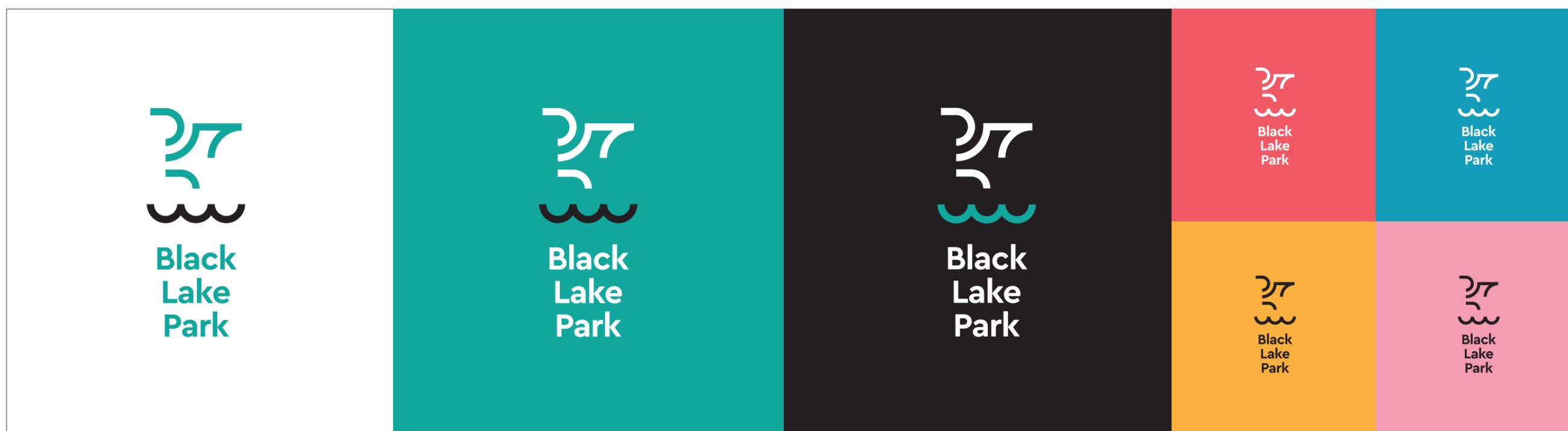


Логотип friendly используется только в полноцветной версии.  
Фон – строго белый, реже черный.  
Контурная версия знака friendly выполняет декоративную функцию  
и может использоваться на фоне различных цветов.

# Цветовые версии логотипа

версия corporate

Фирменные  
цвета



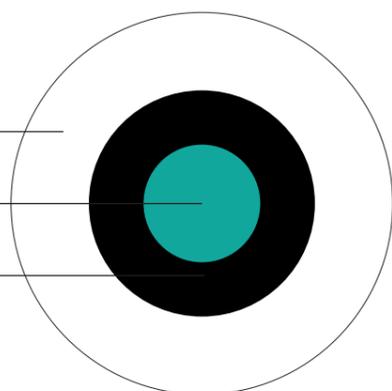
Логотип corporate используется в полноцветной версии только в сочетании трех основных фирменных цветов. При малом масштабе, либо при взаимодействии с дополнительными или иными цветами, используется в монохромном режиме.

# Рекомендованные цветовые сочетания и отношения

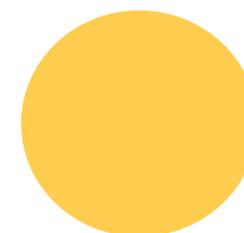
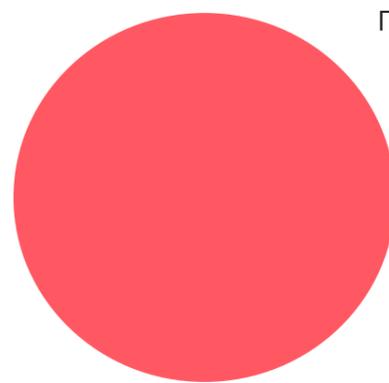
Фирменные цвета

Соотношение основных цветов

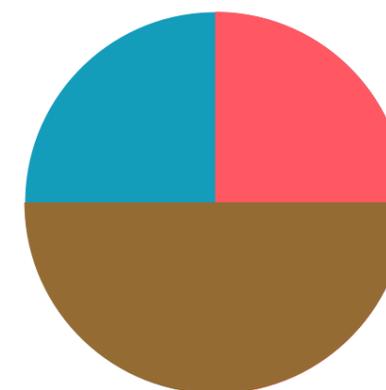
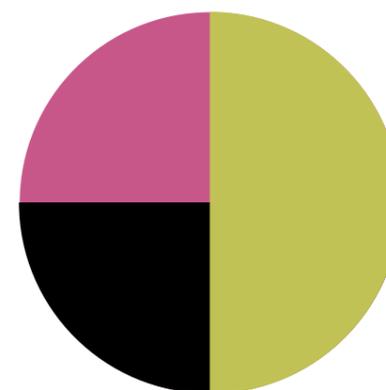
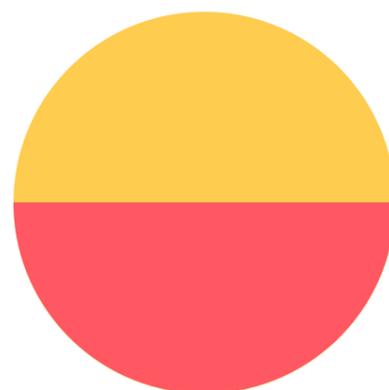
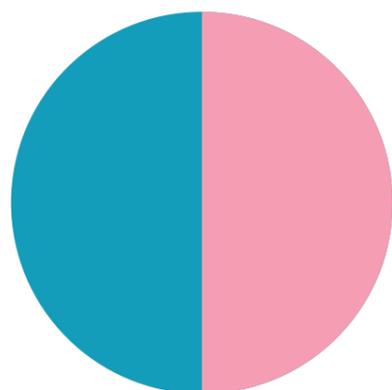
50%  
25%  
25%



Приоритеты использования дополнительных цветов



Сочетания дополнительных цветов



Чаще всего логотип и элементы стиля располагаются на белом фоне, далее по приоритету следуют зеленый и черный (в равных долях).  
Приоритет по дополнительным цветам: первым идет красный, далее желтый и голубой, затем все остальные цвета из фирменного спектра.

Кириллица

Latin

Татар

Примеры использования

# Фирменные шрифты

# Кириллица

Фирменные  
шрифты

**Аа 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**

**Добро пожаловать**

Аа 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

в парк Чёрное озеро!

Для всех текстовых элементов используется шрифт Cera Pro в двух начертаниях Bold и Regular. Это гротеск разработанный немецкой студией TypeMates. Имеет кириллическую версию.

# Latin

Фирменные  
шрифты

**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  
1234567890:;#@&%**

**Welcome to the**

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  
1234567890:;#@&%

Black Lake Park!

Для всех текстовых элементов используется шрифт Cera Pro в двух начертаниях Bold и Regular. Это гротеск разработанный немецкой студией TypeMates.

# Татар

Фирменные  
шрифты

**Аа Әә Бб Вв Гг Дд Ее  
Ёё Жж Жҗз Зз Ии Йй  
Кк Лл Мм Нн Ңң Оо Өө  
Пп Рр Сс Тт Уу Үү Фф  
Хх һһ Цц Чч Шш Щщ  
Ъъ Ыы Ъь Ээ Юю Яя**

**Рәхим итегез**

Аа Әә Бб Вв Гг Дд Ее  
Ёё Жж Жҗз Зз Ии Йй  
Кк Лл Мм Нн Ңң Оо Өө  
Пп Рр Сс Тт Уу Үү Фф  
Хх һһ Цц Чч Шш Щщ  
Ъъ Ыы Ъь Ээ Юю Яя

Черек Күл паркы!

Для всех текстовых элементов используется шрифт Cera Pro в двух начертаниях Bold и Regular. Это гротеск разработанный немецкой студией TypeMates. Имеет версию на татарском.

# Примеры использования

Фирменные  
шрифты



64 **Рәхим итегез**  
Wellcome

32 **Рәхим итегез**  
Wellcome

16 **Рәхим итегез**  
Wellcome

8 **Рәхим итегез**  
Wellcome

108 **Чёрное**

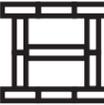
Для friendly и corporate логотипов действуют одни и те же правила взаимодействия шрифтовой части логотипа и знака. В макетах соблюдается систематическое соотношение кеглей. Допускается написание по вертикали, например, в плакатах.



# Фирменная графика

# Набор фирменных иконок

Фирменная  
графика

	Площадка для Йоги	Прокат коньков	Столы для настольного тенниса	Киоск	Сцена	Кружок судомоделирования	Пункт быстрого питания	Туалет	Пункт первой помощи
Полноцветные большого размера									
Контурные большого размера									
Залитые малого размера									

Иконки для парка «Чёрное озеро» созданы на основе элементов основного знака и паттерна. Они могут быть как цветными при крупном масштабе, так и одноцветными, при малом.

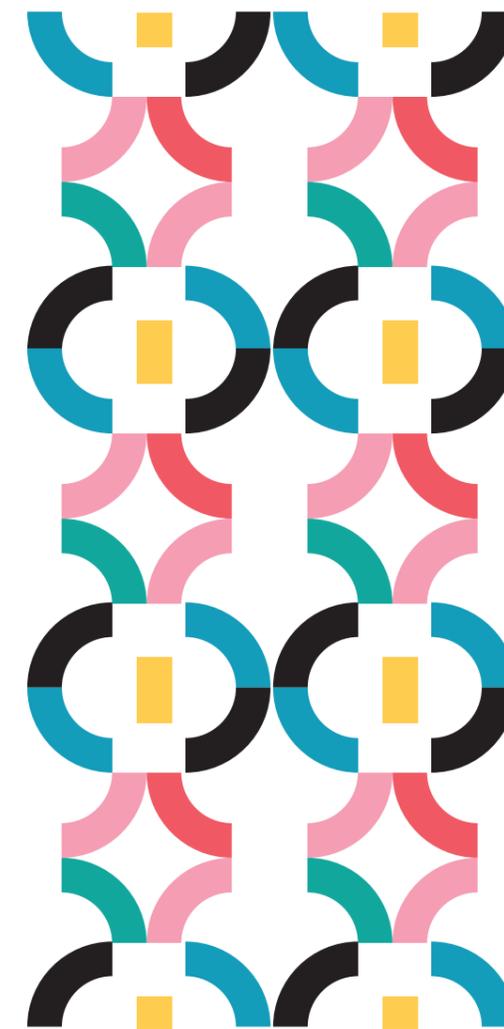
# Паттерн

Фирменная  
графика

Фирменный паттерн создан по мотивам традиционных татарских растительных орнаментов. Графической основой для него стали геометрические элементы знака, что позволяет паттерну быть современным и гибким, сохраняя этническую принадлежность. Сложная ритмическая структура паттерна обеспечивает эффект оптической иллюзии – при длительном рассматривании, элементы то складываются в калейдоскопический орнамент, то «обманчиво» распадаются хаотичном порядке.

# Паттерн

Фирменная  
графика



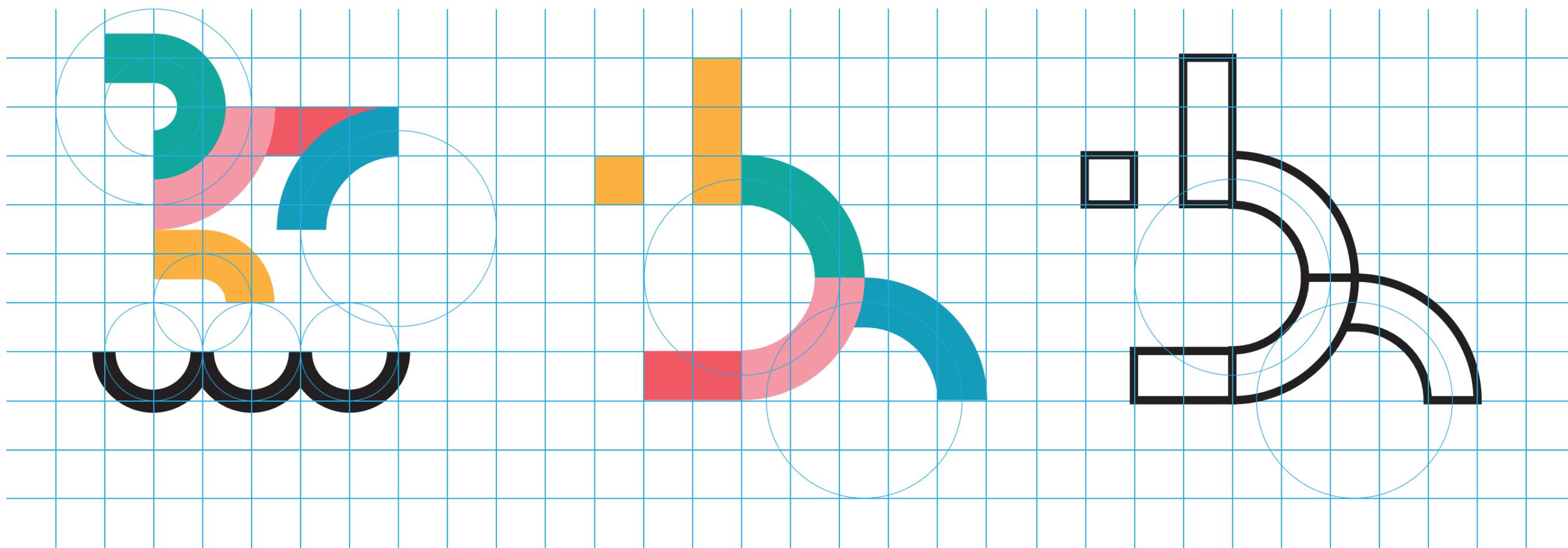
Отдельные элементы могут также использоваться как самостоятельная декоративная единица вне основного паттерна.

Паттерн имеет свойство принимать хаотичную структуру посредством эффекта «взрыва», когда отдельные его элементы бессистемно разлетаются в разных направлениях.

На основе модулей фирменного знака и паттерна могут возникать и альтернативные орнаментальные системы.

# Пиктограммы

Фирменная  
графика



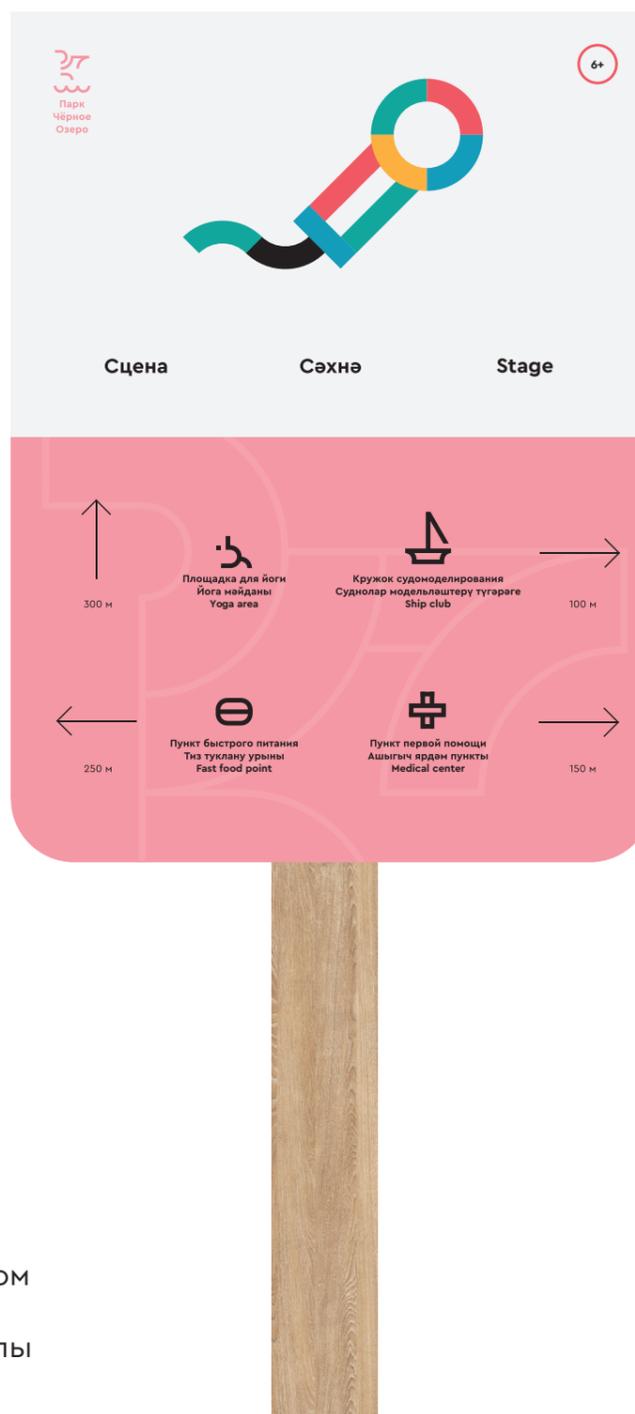
Все пиктограммы для парка составлены из элементов основного знака и подчиняются всем тем же правилам геометрии и оптической компенсации что и знак. При этом они способны масштабироваться.



# Система навигации

# Указатели

Система навигации



На указателях используются полноцветные пиктограммы в большом масштабе и монохромные с заливкой с в малом. Сами указатели и стенды имеют деревянную основу, повторяя тем самым принципы новой архитектурной среды парка.



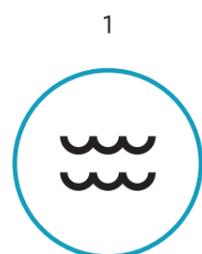
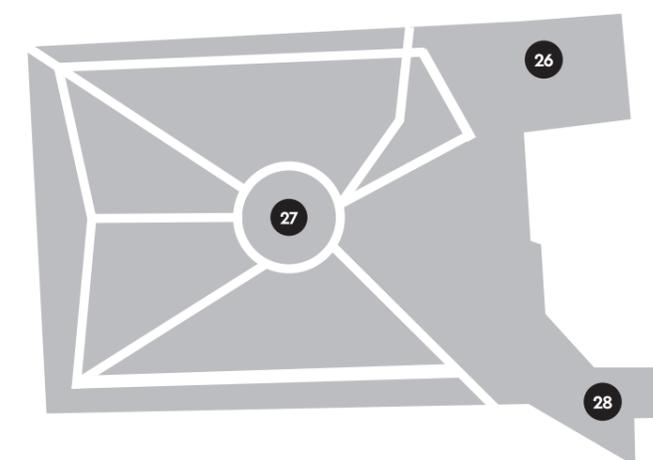
# Указатели

Система  
навигации



# Карта парка и пиктограммы функциональных зон

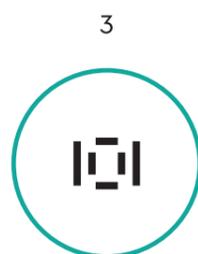
Система навигации



Озеро



Рестораны



Открытая площадка



Центральная площадь



Роца



Восточный вход

- 1. Входной павильон
- 2. Зона отдыха при павильоне
- 3. Зона выгула собак
- 4. Восточный спуск
- 5. Чаша озера
- 6. Фонтаны
- 7. Западный спуск

- 8. Ресторан с террасами
- 9. Кафе с террасами
- 10. Прогулочная площадка между павильонами

- 11. Насыпной грунт
- 12. Открытая площадка
- 13. Открытая веранда
- 14. Туалет
- 15. Техническое помещение

- 16. Фонтан
- 17. Цветник
- 18. Пергола с киосками

- 19. Детская площадка
- 20. Роца для прогулок
- 21. Площадка для воркаута

- 22. Терраса для кафе «Чёрное озеро»
- 23. Беседки для отдыха
- 24. Зона настольного тенниса
- 25. Восточный вход

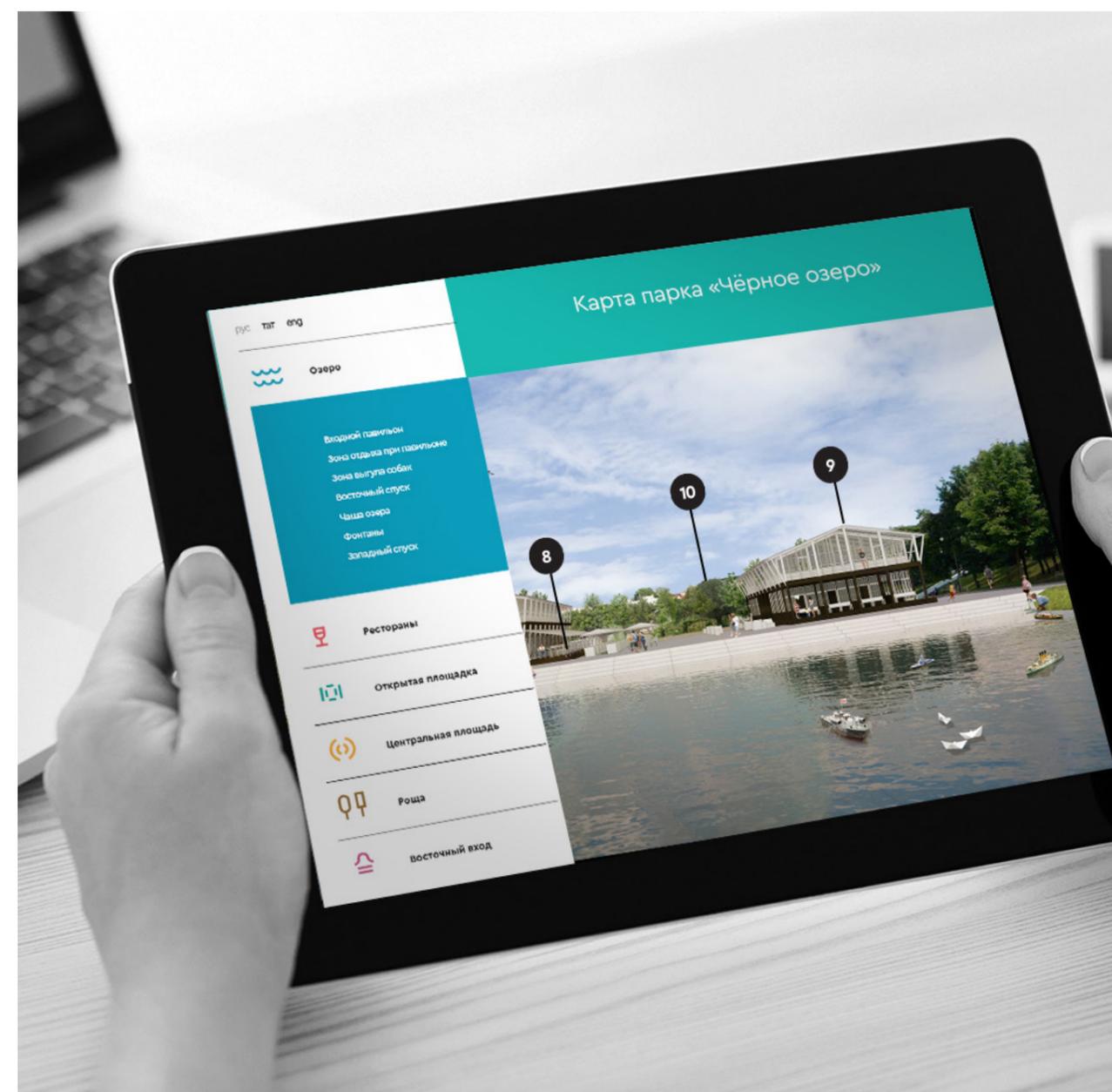
Ленинский сад

- 26. Павильон для коворкинга
- 27. Цветник со статуей
- 28. Открытый кинотеатр / Площадка для презентаций



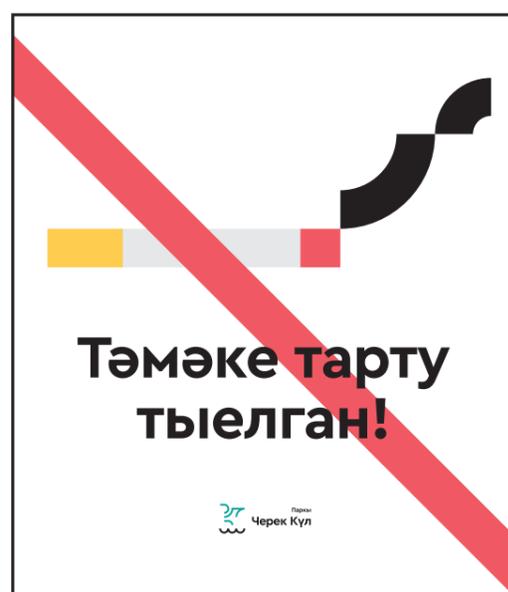
# Карта и пиктограммы функциональных зон

Система навигации



# Предупреждающие обозначения

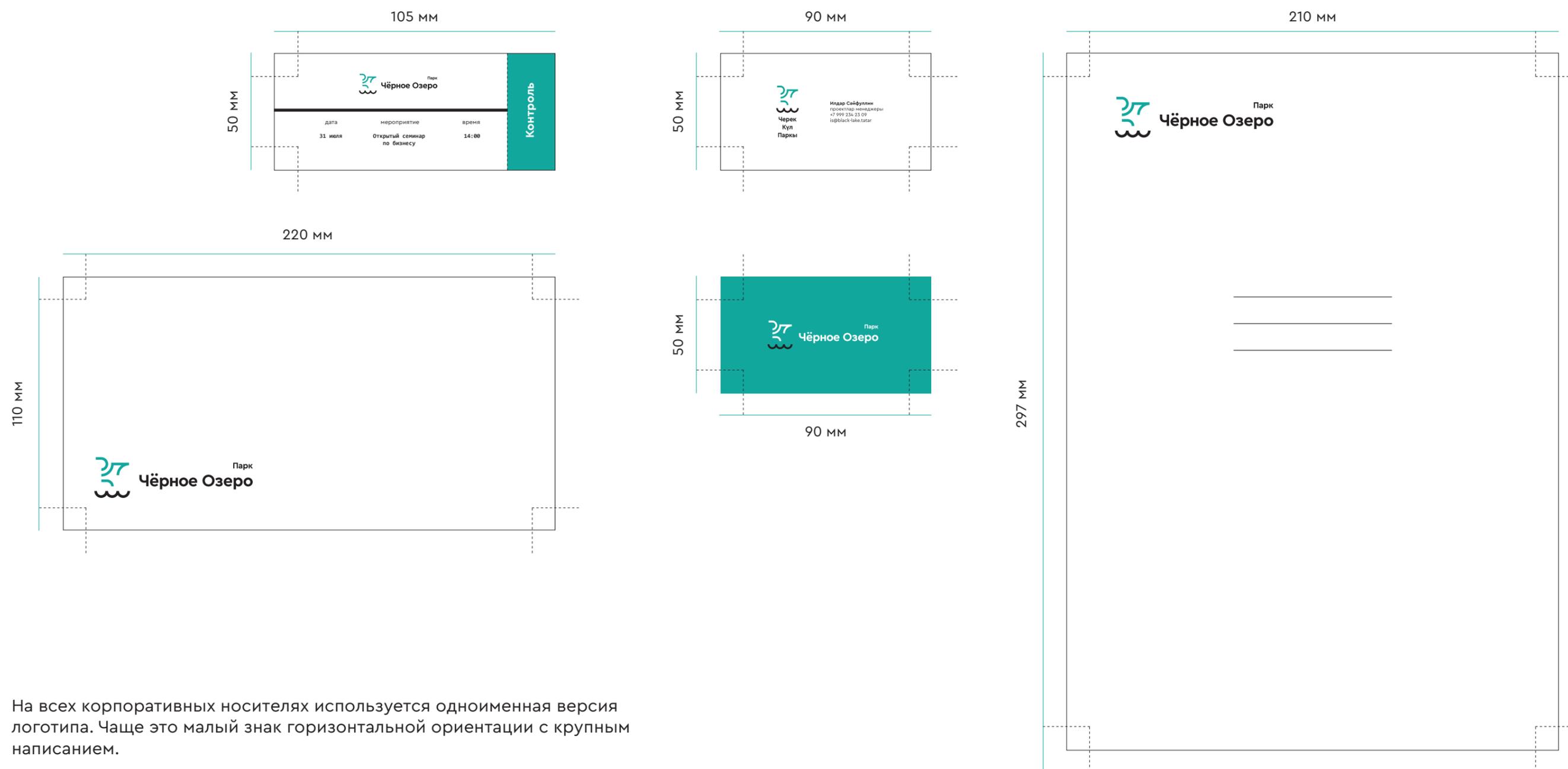
Система навигации



# Деловая документация

# Визитка, фирменный бланк, конверт, билеты

Деловая  
документация

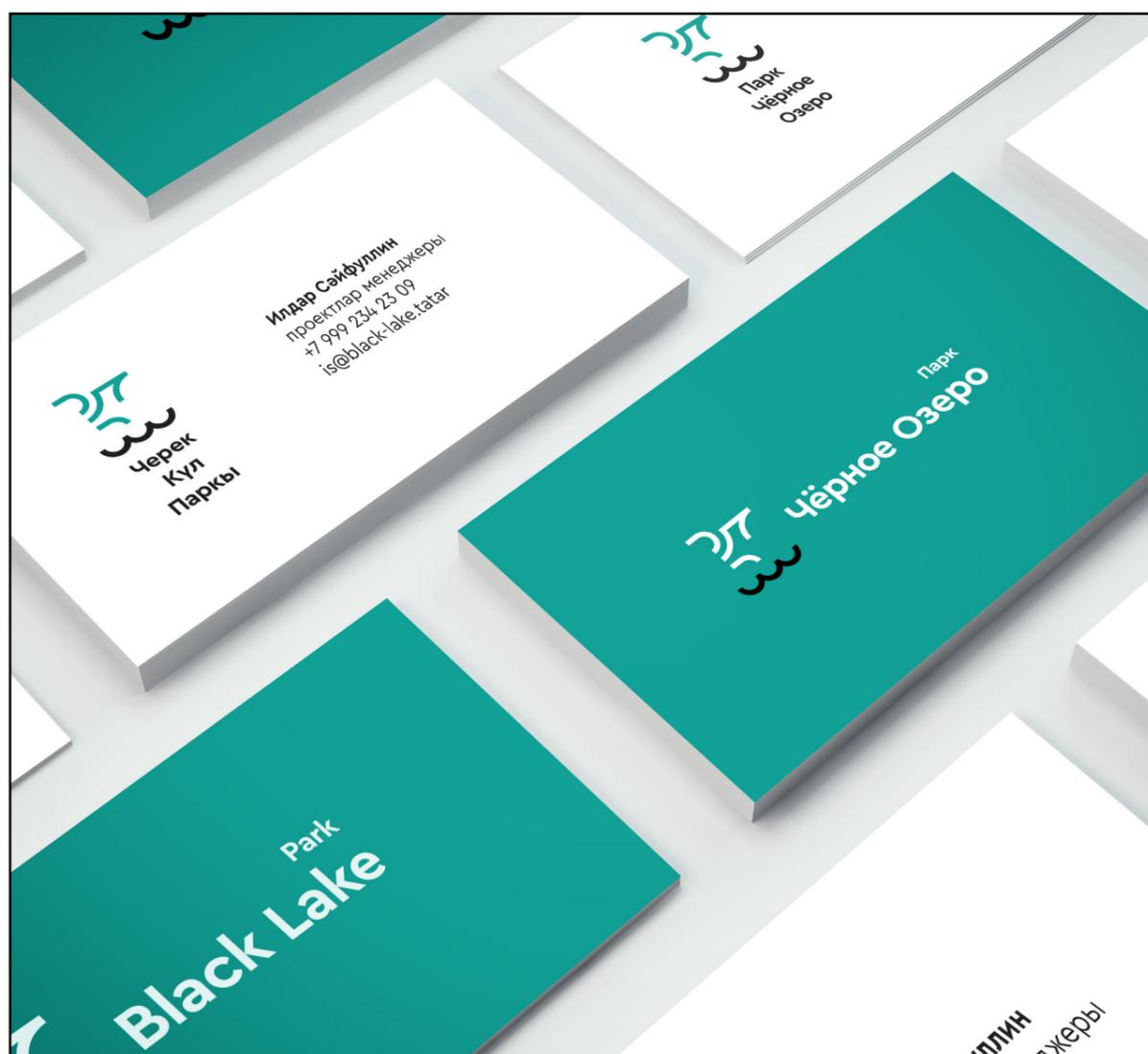


На всех корпоративных носителях используется одноименная версия логотипа. Чаще это малый знак горизонтальной ориентации с крупным написанием.



# Визитка, конверт

Деловая  
документация



# Сувенирная продукция

# Футболки

Сувенирная  
продукция



Основой для сувенирной продукции является основной полноцветный знак friendly и паттерны сделанные на его основе.

# Сумка, смартфон, пакет, чак-чак

Сувенирная  
продукция



# Полиграфическая продукция

# Плакаты Кириллица

Полиграфическая  
продукция



# Флайеры Татар / Latin

Полиграфическая  
продукция



# Стандарты использования элементов фирменного стиля

# Охранные поля и расстояния

Стандарты  
использования  
элементов фирменного  
стиля



Знак парка «Чёрное озеро» строится на основе окружностей, через пропорции которых определяется охранный поле логотипа и расстояние от знака до написания.

# Недопустимые варианты использования

Стандарты использования элементов фирменного стиля



Парк  
Чёрное  
Озеро

Менять порядок цветов в версии corporate



Парк  
Чёрное  
Озеро

Менять порядок цветов в версии corporate



Парк  
Чёрное  
Озеро

Использовать цвета не из фирменной палитры



Парк  
Чёрное  
Озеро

Ставить логотип friendly на цветной фон



Парк  
Чёрное Озеро

Менять компоновку шрифта и знака



Парк  
Чёрное  
Озеро

Менять компоновку шрифта и знака



Чёрное Озеро  
Парк

Менять компоновку шрифта и знака



Парк  
Чёрное  
Озеро

Использовать цвета не из фирменной палитры



**Агентство AdWorm и Партнеры  
Финал открытого всероссийского  
конкурса на разработку бренда  
парка «Чёрное озеро»**

**Москва / Казань  
2017**