

VOIOSA
VOIOSA

Brand
Identity



Профессиональный конкурс
рекламы и дизайна
ADCR Awards

2010 – финал
2008 – членство в жюри
2007 – серебро, бронза, финал
2006 – финал
2005 – золото, серебро

www.adcrussia.ru



Московский международный
фестиваль рекламы
Red Apple

2010 – финал
2009 – специальный приз
2008 – финал
2007 – серебро
2006 – финал
2005 – серебро, бронза

www.festival.ru



Киевский международный
фестиваль рекламы

2007 – золото, финал
2005 – золото, серебро

www.adfestival.com.ua



Национальный фестиваль
рекламы «ИДЕЯ!»

2010 – финал
2008 – бронза, финал
2007 – серебро, бронза

www.idea.ru



Конкурс годовых отчетов
«Эксперт РА»

2010 – номинация «Лучший годовой
отчет об устойчивом развитии
и корпоративной социальной
ответственности»
2009 – номинация «Лучшее
представление компании»

www.raexpert.ru



Рейтинг креативности АКАР
категория «Брэнд-дизайн»

2007 – 8 место

www.akarussia.ru



Ассоциация Брендинговых
Компаний России

В составе организации
– с февраля 2010

www.russianbranding.ru

Volga Volga Brand Identity –
независимое российское агентство,
специализирующееся на разработке
визуальных решений для формирования
индивидуальности бренда.

Основано 1 сентября 2003 года в
Петербурге. Является членом Ассоциации
Брендинговых компаний России

Работы агентства более 20 раз были
отмечены наградами профессиональных
конкурсов и фестивалей, таких как ADCR,
КМФР, Идея!, ММФР.

Мы помогаем компаниям создать
ясное сообщение о своем продукте,
а потребителю сделать свой выбор.
Мы делаем мир понятным, удобным и
гармоничным.



Проекты

Ребрендинг группы компаний БФА и УК ПСБ



В 2007 году лидер петербургского рынка управления инвестициями — управляющая компания Промстройбанка — вошла в группу «БФА» (Балтийское Финансовое Агентство) и была переименована в УК БФА.

Бизнес-стратегия группы компаний — продвижение новаторских розничных продуктов и переориентация на единые центры обслуживания клиентов.

Задача

Разработать стратегию ребрендинга УК ПСБ, которая позволила бы донести до существующих клиентов преимущества слияния компании с группой компаний БФА.

Обновить бренд группы компаний БФА, разработать коммуникационную стратегию и серию рекламных кампаний.



***Балтийское
Финансовое
Агентство***



*Балтийское
Финансовое
Агентство*



БФА

УПРАВЛЯЮЩАЯ
КОМПАНИЯ



БФА

УПРАВЛЯЮЩАЯ
КОМПАНИЯ



БФА

БАНК



БФА

ИНВЕСТИЦИОННАЯ
КОМПАНИЯ

В основе стратегии нового бренда лежит идея о принципиально новом подходе к использованию привычных финансовых инструментов: условием качественного инвестирования сегодня становится ежедневная методичная работа по приумножению капитала.

В основе стратегии нового бренда лежит идея о принципиально новом подходе к использованию привычных финансовых инструментов: условием качественного инвестирования сегодня становится ежедневная методичная работа по приумножению капитала.

Будни миллионеров

В основе стратегии нового бренда лежит идея о принципиально новом подходе к использованию привычных финансовых инструментов: условием качественного инвестирования сегодня становится ежедневная методичная работа по приумножению капитала.

Будни миллионеров

Слоган, транслирующий идею, — «Будни миллионеров».



БФА

УПРАВЛЯЮЩАЯ
КОМПАНИЯ



Разработанный логотип выполнен более современно и “премиально”, круг символизирует монету, изображение которой используется в рекламе и представительских материалах.

В основу всех коммуникаций бренда был заложен общий принцип: все действия компании обусловлены объективными законами, по которым живут деньги, и в этом секрет эффективности решений БФА.

Индивидуальное обслуживание корпоративных клиентов



**Потому что большие деньги
любят большое внимание**



БФА

БАНК

Будни миллионов

 458-54-54

www.bank.bfa.ru

ОАО «Банк БФА». Лицензия ЦБ РФ № 3038 от 13.06.2007 года.

ОНСУЛ



швейцарск

ГЛАВНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД
MAIN INFORMATION BOARD

www.volgobalt.com

Мы объединили
силы УК ПСБ и БФА



Потому что деньги
работают в две смены



БФА
Будни миллионов

www.volgobalt.com

Go to Tampere



www.gotampere.fi

Отдыхайте
среди великолепной
природы
и наслаждайтесь
городскими развлечениями



ССОН САС РОЯЛ ОТЕЛЬ

ПУТИ
...СЛУЖБА ОБРАЗОВАНИЯ
...ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
...УЧЕБНИКИ

Мы, учителя, привыкли к тому, что вчерашние знания сегодня уже не актуальны. Поэтому мы должны постоянно учиться. Мы должны быть готовы к тому, что завтрашний день принесет нам новые знания и технологии. Мы должны быть готовы к тому, что завтрашний день принесет нам новые знания и технологии. Мы должны быть готовы к тому, что завтрашний день принесет нам новые знания и технологии.

Интервью

Александр Иванов, заместитель директора по развитию ООО «БФФ»



«...Мы объединили силы управляющей компании ПСБ и БФА...»

Мы рекомендуем успеть к интервалу
14.06 - 27.06



Потому что деньги не будут ждать



Паевые фонды

380-0-380

С 14 по 27 июня состоится ежегодная конференция владельцев паевых фондов БФФ. В этот раз БФФ приглашает владельцев паевых фондов БФФ. В этот раз БФФ приглашает владельцев паевых фондов БФФ.

Мы объединили силы
управляющей компании ПСБ и БФА



Потому что деньги работают
в две смены



Будни миллионов

Новые идеи приносят новые знания. Соединение нетипичной давности должны успеть место методической работе по привлечению клиентов. Помимо востребованности качественного продукта и инвесторы объединили силы двух высокопрофессиональных команд, чтобы создать принципиально новую структуру.

380-0-380

Таблица с заголовком: ТАБЛИЦА №1. СПОСОБЫ ПЕНСИИ УРОВНЯ ЗАРАБОТНЫХ КОШЕЛ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ. Содержит таблицу с колонками: Город, Тип пенсии, Уровни заработка.



БФА




Брокерские услуги
на рынке ценных бумаг:

- Персональное обучение
- Оптимальные тарифы для каждого
- Широкая аналитика
- Удаленный доступ к счету

www.bfa.ru

Мы рекомендуем
задуматься
о пенсии сейчас



Брокерские услуги

Пассивные фонды научат
ваши деньги работать



Брокерские услуги

Семейство пассивных фондов

Зарабатывай на рынке ценных бумаг!



Зарабатывай на рынке
ценных бумаг!



Зарабатывай на рынке
ценных бумаг!



Зарабатывай на рынке
ценных бумаг!



БФА

персональные финансы

ПАЕВЫЕ ФОНДЫ

ФИНАНСИСТ
СТОИМ
УЧТАМ
ОДЛОЖ

**КАК
ПРЕУМНОЖИТЬ
СВОЙ КАПИТАЛ?**

**КАК
УВЕЛИЧИТЬ
БУДУЩО ПЕНСИЮ?**

**КАК
УВЕЛИЧИТЬ
БУДУЩО ПЕНСИЮ?**



8

Горизонтальный и вертикальный варианты логотипа

Размеры логотипа

Свободное поле логотипа

Расположение дескриптора

15

Размещение на фонах

Печать

26

Личная односторонняя

Личная двусторонняя

57

Выставочный стенд

Стойка с задником

53

Папки бумажные
Формат А3, А4, А5

Бумажные VIP-папки
Формат А3, А4, А5

65

Графические образы

Ключевой образ



Кредитная деятельность

Основными объектами, предоставляющими кредиты ОАО «Банк РР» за 2007 год, были индивидуальные, микрофинансовые предприятия и финансовые организации Банка. Увеличился темп роста, особенно в сфере торговли и услуг, а также возросший темп по многим отраслям за счет расширения работы с торговлей.

Среди предприятий Банка широко используются все виды кредитов, но особенно популярны краткосрочные, предоставляемые в наличной и безналичной формах, а также кредиты на приобретение оборудования.

По сравнению с отчетным 2007 годом в отношении кредитов по деятельности кредитования и обслуживания:

На конец 2007 года количество кредитовых договоров выросло по сравнению с концом 2006 года на 10,5%, а сумма кредитовых договоров на 10,5%. В структуре кредитовых договоров преобладают кредиты на сумму до 100 млн. AMD, а также кредиты на сумму от 100 до 500 млн. AMD.

По сравнению с концом 2006 года количество кредитовых договоров выросло на 10,5%, а сумма кредитовых договоров на 10,5%. В структуре кредитовых договоров преобладают кредиты на сумму до 100 млн. AMD, а также кредиты на сумму от 100 до 500 млн. AMD.

Структура кредитования: выданные кредиты составляют 90,5% от суммы кредитов, а депозиты на конец 2007 года составили 9,5% от суммы кредитов.

Средний срок кредитного договора составил 22,03 мес.

Показатели кредитной деятельности
 ОАО «Банк РР» за 9 месяцев 2007 года

Показатель	01.01.2007	30.09.2007	01.10.2007	30.11.2007	30.12.2007
Сумма кредитов (млн. AMD)	100	105	110	115	120

Темп роста кредитов по сравнению с концом 2006 года составил 10,5%.

Увеличение объема и структуры кредитов за 2007 год

Сектор	1 кв. 2007	2 кв. 2007	3 кв. 2007	4 кв. 2007
Итого	100	105	110	120
Иностранная валюта	10	15	20	25
Национальная валюта	90	90	90	95

Размер кредитов был стабильным, увеличился в абсолютном выражении и составил 120 млрд. AMD на конец 2007 года. Размер кредитовых договоров по сравнению с концом 2006 года увеличился на 10,5% в абсолютном выражении и составил 120 млрд. AMD.

Прогнозные данные Банка по состоянию на конец 2007 года по состоянию на 31.12.2007 г. выданные кредиты по сравнению с концом 2006 года составили 120 млрд. AMD.

Показатель	1 кв. 2007	2 кв. 2007	3 кв. 2007	4 кв. 2007	Итого
Прогнозные данные	100	105	110	120	120
Иностранная валюта	10	15	20	25	20
Национальная валюта	90	90	90	95	100

Проекты

**Ребрендинг сети
пекарен-кондитерских
“Буше”**



Компания «Буше» работает на рынке Санкт-Петербурга с 1999 года и производит высококачественные хлебобулочные и кондитерские изделия европейского уровня.

Развивая свой бизнес, компания стремится стать лидером рынка пекарен-кондитерских, развивать культуру качественного потребления, и сохранять традиции хлебопечения.

Задача

Модернизировать существующий логотип и фирменный стиль сети «Буше» с сохранением преемственности знака и основной цветовой палитры, разработать современный визуальный образ бренда для эффективного продвижения пекарни-кондитерской как категории, фирменный стиль, который не только поддержит традиции, но и привлечет внимание к новому, европейскому формату хлебобулочной и кондитерской продукции.







ОСНОВАНО В 1999



Разработанный агентством фирменный стиль, подчеркивает высокое качество продукции бренда «Буше», позиционирует его в качестве эксперта в своей категории. Лаконичная графика и сдержанная гамма передают основные ценности бренда – интеллигентный, творческий.





191014, г. Санкт-Петербург
ул. Вяземского, д. 13
тел. +7 (812) 640-60-06

Общество с ограниченной ответственностью «Буше»
ИНН 78025605012, КПП 7804101001
Р/Сч. 407028105020001429994
в Ф/К «Северная столица»
340 «Рифейский» в Санкт-Петербурге

К/Сч. 301018101000000000123
Б/ИП 044030123
ОКПО 13867385, ОКАТО 4029664000
ОГРН 10317843001934, ОГРНИП 55.30

191014, г. Санкт-Петербург
ул. Вяземского, д. 13
тел. +7 (812) 640-60-06

Общество с ограниченной ответственностью «Венга»
ИНН 78025491942, КПП 7804101001
Р/Сч. 407028105020001429994
в Ф/К «Северная столица»
340 «Рифейский» в Санкт-Петербурге
К/Сч. 301018101000000000123



ПЕКАРНИ-КОНДИТЕРСКИЕ «БУШЕ»
Ул. Рязанский, 13, тел. 312-35-78
Ул. Малая Морская, 7, тел. 312-35-71
Ул. Восстания, 10, тел. 273-74-59
Бульвар Новаторов, 25, тел. 907-39-29
ТК «Французский Бульвар», тел. 380-82-78

**ИЗГОТAVЛЯЕМ НА ЗАКАЗ
ЛУЧШЕ В ГОРОДЕ ТОРТЫ И ПИРОЖНЫЕ!**

«БУШЕ» НА КОЛЕСАХ:
м. «Долгое» • м. «Академическая»
м. «Балтийская» • м. «Басильевская»
м. «Гражданский проспект»
м. «Коммунальный проспект»
м. «Петроградская» • м. «Пискаревская»
м. «Проспект Ветеранов»
м. «Проспект Просвещения»
м. «Сенная / Садовая / Спасская»
м. «Черная речка»

Оптовые поставки: 640-60-06
www.buše.ru www.buše.pф



ПЕКАРНИ-КОНДИТЕРСКИЕ «БУШЕ»
Ул. Рязанский, 13, тел. 312-35-78
Ул. Малая Морская, 7, тел. 312-35-71
Ул. Восстания, 10, тел. 273-74-59
Бульвар Новаторов, 25, тел. 907-39-29
ТК «Французский Бульвар», тел. 380-82-78

**ИЗГОТAVЛЯЕМ НА ЗАКАЗ
ЛУЧШЕ В ГОРОДЕ ТОРТЫ И ПИРОЖНЫЕ!**

«БУШЕ» НА КОЛЕСАХ:
м. «Долгое» • м. «Академическая»
м. «Балтийская» • м. «Басильевская»
м. «Гражданский проспект»
м. «Коммунальный проспект»
м. «Петроградская» • м. «Пискаревская»
м. «Проспект Ветеранов»
м. «Проспект Просвещения»
м. «Сенная / Садовая / Спасская»
м. «Черная речка»

Оптовые поставки: 640-60-06
www.buše.ru www.buše.pф



• ПЕКАРНЯ •

БУШЕ

• КОНДИТЕРСКАЯ •

ОСНОВАНО В 1999

• КОНДИТЕРСКАЯ •

БУШЕ

СВЕЖИЙ ХЛЕБ • СДОБА • СЛОЙКИ • ПИРОЖНЫЕ • ТОРТЫ



ОТКРЫТО В 1999



Итого:
продано:
640 40 06
www.buše.ru
www.buše.ru

8838283







БУШЕ

46

46

51

65

49

51

42

54

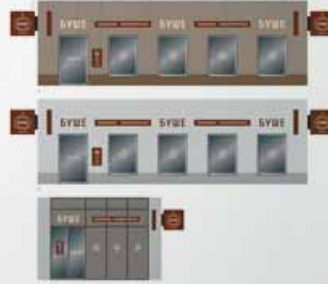
39

7.1 Основные принципы оформления

Целью оформления вывески является привлечение внимания к объекту, рекламирующемуся на ней. Вывеска должна быть яркой, контрастной, легко читаемой и информативной.

Основные принципы оформления вывески:

- 1. Вывеска должна быть яркой и контрастной.
- 2. Вывеска должна быть легко читаемой.
- 3. Вывеска должна быть информативной.
- 4. Вывеска должна быть привлекательной.
- 5. Вывеска должна быть долговечной.
- 6. Вывеска должна быть безопасной.
- 7. Вывеска должна быть экологичной.
- 8. Вывеска должна быть экономичной.



БУШЕ

7.2 Принципы оформления вывесок

Целью оформления вывески является привлечение внимания к объекту, рекламирующемуся на ней. Вывеска должна быть яркой, контрастной, легко читаемой и информативной.

Основные принципы оформления вывески:

- 1. Вывеска должна быть яркой и контрастной.
- 2. Вывеска должна быть легко читаемой.
- 3. Вывеска должна быть информативной.
- 4. Вывеска должна быть привлекательной.
- 5. Вывеска должна быть долговечной.
- 6. Вывеска должна быть безопасной.
- 7. Вывеска должна быть экологичной.
- 8. Вывеска должна быть экономичной.



БУШЕ

6.3 Стандарты оформления упаковки для хлебобулочной продукции

Упаковка для хлебной продукции

- 1. Цвет упаковки: белый.
- 2. Размер упаковки: 100x150x200 мм.
- 3. Место нанесения логотипа: верхняя часть упаковки.
- 4. Место нанесения информации: нижняя часть упаковки.

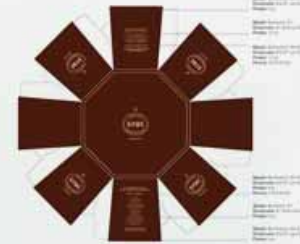


БУШЕ

6.4 Стандарты оформления упаковки для кондитерской продукции

Упаковка для тортов

- 1. Цвет упаковки: белый.
- 2. Размер упаковки: 150x150x150 мм.
- 3. Место нанесения логотипа: верхняя часть упаковки.
- 4. Место нанесения информации: нижняя часть упаковки.



БУШЕ



08

Стандарты оформления автотранспорта

- 8.1 Оформление автотранспорта
- 8.2 Оформление рекламной вывески на авто

8.1 Оформление автотранспорта

Оформление автомобиля «Газель»

Целью оформления автотранспорта является привлечение внимания к объекту, рекламирующемуся на нем. Оформление должно быть ярким, контрастным, легко читаемым и информативным.

Основные принципы оформления автотранспорта:

- 1. Оформление должно быть ярким и контрастным.
- 2. Оформление должно быть легко читаемым.
- 3. Оформление должно быть информативным.
- 4. Оформление должно быть привлекательным.
- 5. Оформление должно быть долговечным.
- 6. Оформление должно быть безопасным.
- 7. Оформление должно быть экологичным.
- 8. Оформление должно быть экономичным.



БУШЕ

Проекты

**“Ингосстрах” — партнер
Олимпийских Игр “Сочи 2014”
обновление гайдбука**

В начале 2011 года «Ингосстрах» стал
Партнером Олимпийских Игр «Сочи 2014»

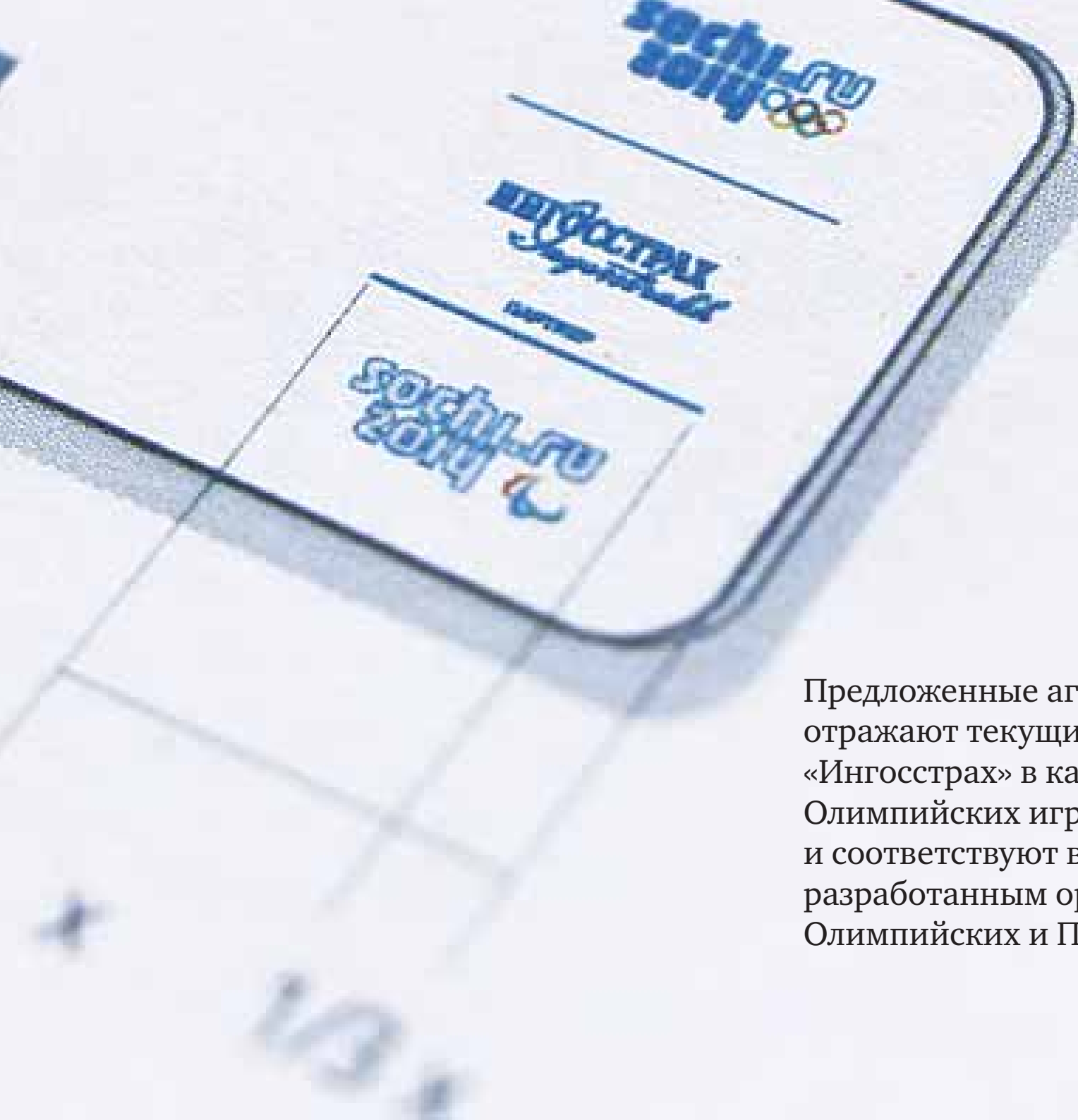
ИНГОССТРАХ
Ingosstrakh

Задача

Разработать дизайн элементов-носителей фирменного стиля и обновить гайдбук «Ингосстрах» в соответствии со стандартами оформления Олимпийских Игр «Сочи 2014»



ПАРТНЕР



Предложенные агентством решения отражают текущий статус ОСАО «Ингосстрах» в качестве Партнера зимних Олимпийских игр «Сочи 2014» и соответствуют визуальным стандартам, разработанным организатором Олимпийских и Паралимпийских игр

ПАРТНЕРСКИЙ ЛОГОТИП,
ОПИСАНИЕ

Партнерский логотип является обязательным элементом оформления всех документов, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», а также является обязательным элементом оформления документов, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014».

Партнерский логотип должен быть размещен на документах, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть размещен на документах, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть размещен на документах, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть размещен на документах, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть размещен на документах, связанных с деятельностью ООО «Сочи 2014», в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.



ПАРТНЕРСКИЙ ЛОГОТИП,
ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ КОМБИНАЦИЯ С РАЗДЕЛИТЕЛЬНЫМИ ЛИНИЯМИ,
ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В данном разделе описаны правила построения и использования горизонтальной комбинации логотипов с разделительными линиями.

Горизонтальная комбинация логотипов с разделительными линиями должна быть построена в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Горизонтальная комбинация логотипов с разделительными линиями должна быть построена в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Горизонтальная комбинация логотипов с разделительными линиями должна быть построена в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Горизонтальная комбинация логотипов с разделительными линиями должна быть построена в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Горизонтальная комбинация логотипов с разделительными линиями должна быть построена в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.



ПАРТНЕРСКИЙ ЛОГОТИП,
ОБЪЕМНЫЕ ЦВЕТА

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.

Партнерский логотип должен быть выполнен в объемных цветах, указанных в настоящем документе.



ПАРТНЕРСКИЙ ЛОГОТИП,
ДОПУСТИМЫЕ ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

В данном разделе описаны допустимые цветовые решения для партнерского логотипа.

Допустимые цветовые решения для партнерского логотипа должны быть выполнены в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Допустимые цветовые решения для партнерского логотипа должны быть выполнены в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Допустимые цветовые решения для партнерского логотипа должны быть выполнены в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Допустимые цветовые решения для партнерского логотипа должны быть выполнены в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.

Допустимые цветовые решения для партнерского логотипа должны быть выполнены в соответствии с требованиями, указанными в настоящем документе.



**ПЛАКАТ.
ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ А2.
ПРИВЕТЬ ОБЩРЕНИЕ**

1. Для создания плаката необходимо использовать формат А2 (594x841 мм).
2. Плакат должен содержать логотипы партнеров и текст.
3. Плакат должен быть оформлен в едином стиле.
4. Плакат должен быть оформлен в едином стиле.
5. Плакат должен быть оформлен в едином стиле.



**РЕКЛАМНАЯ ПОЛОСА.
ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ А4**

1. Для создания рекламной полосы необходимо использовать формат А4 (210x297 мм).
2. Рекламная полоса должна содержать логотипы партнеров и текст.
3. Рекламная полоса должна быть оформлена в едином стиле.



**РЕКЛАМНЫЕ ЦИТЫ БОК М
ДЛЯ ПРЕДЖИЖИВ
РОЗНИЧНЫХ УСЛУГ.
ПРИВЕТЬ ОБЩРЕНИЕ**

1. Для создания рекламных цит боков необходимо использовать формат А4 (210x297 мм).
2. Рекламные цит боки должны содержать логотипы партнеров и текст.
3. Рекламные цит боки должны быть оформлены в едином стиле.



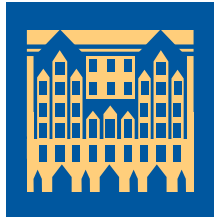
**РЕКЛАМА В ПРЕС
ПРИВЕТЬ РАЗРЕШЕНИЯ
ИДЕНТИФИКАЦИОННОЙ
ПАНЕЛИ И ТРОЙНОГО
ЛОГОТИПА**

1. Для создания рекламы в прессе необходимо использовать формат А4 (210x297 мм).
2. Реклама в прессе должна содержать логотипы партнеров и текст.
3. Реклама в прессе должна быть оформлена в едином стиле.



Проекты

**Ребрендинг корпорации
“Возрождение Петербурга”**



СТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ
ВОЗРОЖДЕНИЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

LSR предприятие
Группы
ЛСР

На сегодняшний день в престижных районах Петербурга практически исчерпан ресурс для новой застройки. Структура предложений на рынке элитного жилья разнородна. Хорошим спросом пользуются безупречные проекты, предлагающие сбалансированные решения с точки зрения местоположения, инженерной начинки, рациональных планировок и инфраструктуры.



Задача

Скорректировать позиционирование бренда «Возрождение Санкт-Петербурга» с учетом ситуации на рынке и функциональных преимуществ расположения объектов компании, обновить концепцию единого визуального образа и разработать стандарты оформления презентационных материалов строящихся объектов.

Центр Санкт-Петербурга большой, и очень разнородный. Не всегда жить в центре комфортно и престижно. Лучших мест не много, и расположение объектов корпорации «Возрождение Санкт-Петербурга» подтверждает их уникальность.





В качестве визуального образа мы предложили золотую фигуру ангела со шпиля Петропавловской крепости, как воплощение *Genius loci* (Гений места – добрый гений, дух-покровитель)

Само крылатое выражение стало брен-
лайном обновленных коммуникаций
компании:



СТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ
ВОЗРОЖДЕНИЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



Гений Места

(812) 688-88-88

WWW.KVARTIRA-LUX.RU
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, КАЗАНСКАЯ УЛ., Д. 36

www.free-taim.ru

август-2011

free тайм

Самые интересные и выгодные сделки в недвижимости



СПЕЦИАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ
ВОЗРОЖДЕНИЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



Гений

КВА

Зоологический

ВЕНЕЦИЯ



Зоологический переулок, 2-4

Спиритическая Лодка
Квартиры в комплексе в здании на Золотой лодке
и в здании Высшейшей школы
Восстановлена историческая обстановка
Прекраснейший панорамный вид
Индивидуальный дизайнерский дизайн



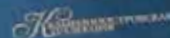
Дворцовая улица, 24

Спиритическая Лодка
Индивидуальный дизайн на Золотой лодке и в здании Высшей
Школы. Прекраснейший панорамный вид
Индивидуальный дизайнерский дизайн

ДРУГИЕ ОБЪЕКТЫ В ПРОДАЖЕ



Кирочная улица /
Парадная улица



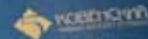
Камелия-террасный
проспект, 62



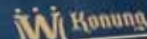
Смольная набережная /
улица Смольного
Измайлово



Резиденция на Сиреневой
Кирочная улица, 64



Ковчег
Кирочная улица, 3



Konung
Выборг, Северный Вал, 3

СПЕЦИАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ
ВОЗРОЖДЕНИЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ПРОДАЖА КВАРТИР И ОФИСОВ
(812) 688-88-88

ВЕРХИ КАМЫША, 10
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, КАМЫША УЛ., Д. 10



Проекты

**Продвижение Петербурга,
как туристического центра.
Рекламная кампания**



По данным исследований, европейские туристы средних лет обладают очень скудной информацией о России вообще и о Петербурге в частности. Россия воспринимается как холодная дикая страна с нефтью, водкой, большими деньгами, где европейских туристов поджидают опасности и «медведи на улицах». Такие стереотипы уменьшают количество желающих посетить Петербург.



Задача

Разработать рекламную кампанию, которая позволила бы изменить расхожие представления европейских туристов о Петербурге как о «диком» российском городе.

Решение

Не переубеждать европейцев, а сыграть на их стереотипах: Вы ожидали увидеть у нас медведей? Вот они, получите!»

Рекламная концепция создана в заведомо преувеличенной, ироничной форме. Медведи в рекламе привлекают внимание зрителя к городским красотам и достопримечательностям.

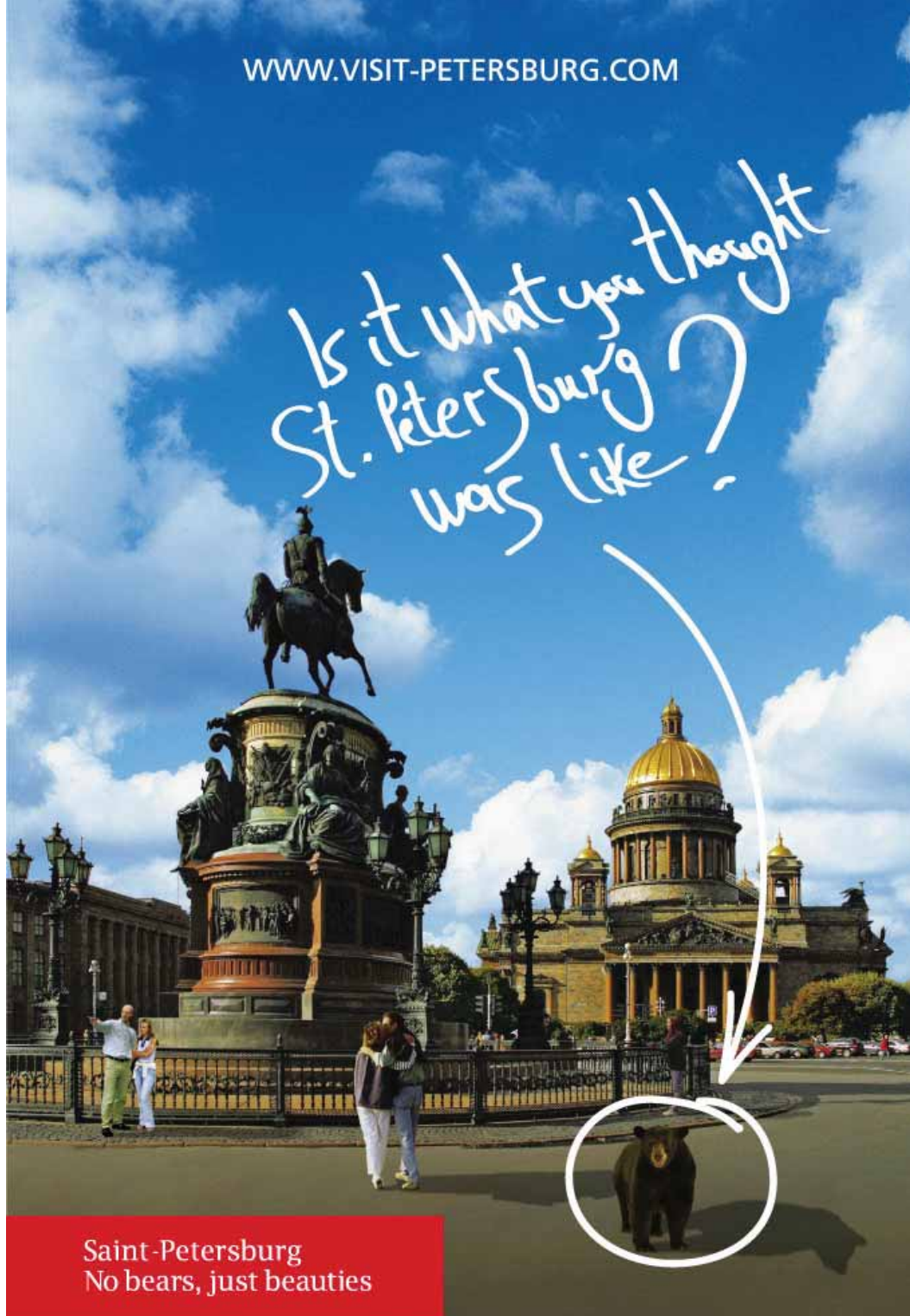
Is it what you thought
St. Petersburg
was like?



Saint-Petersburg
No bears, just beauties

WWW.VISIT-PETERSBURG.COM

Is it what you thought
St. Petersburg
was like?



Saint-Petersburg
No bears, just beauties



Is it what you thought
St. Petersburg
was like?

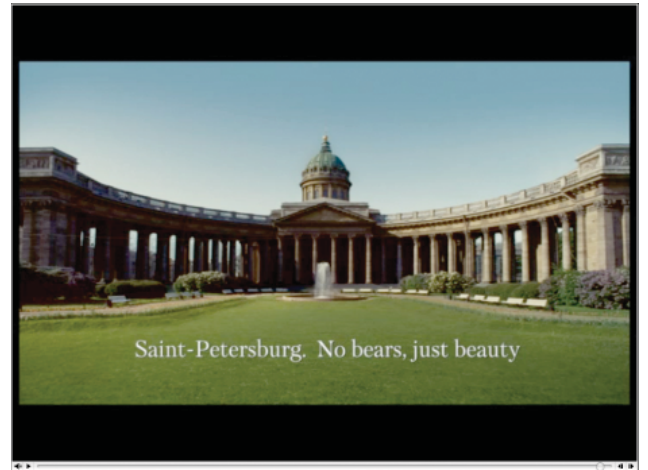
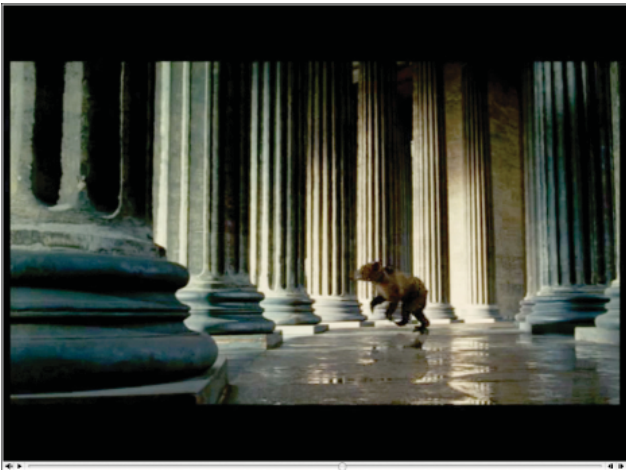
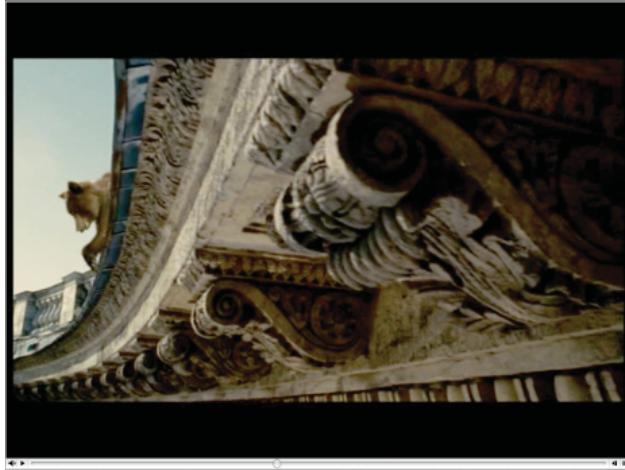
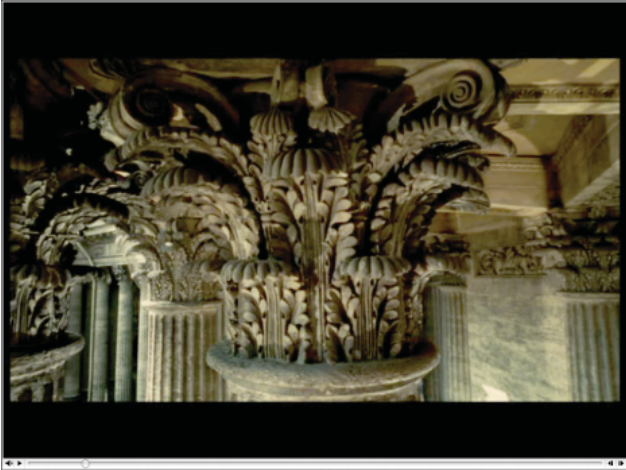
Saint-Petersburg
No bears, just beauties

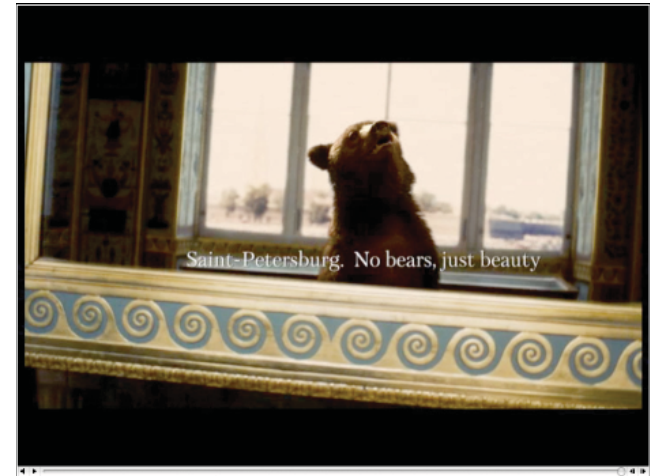
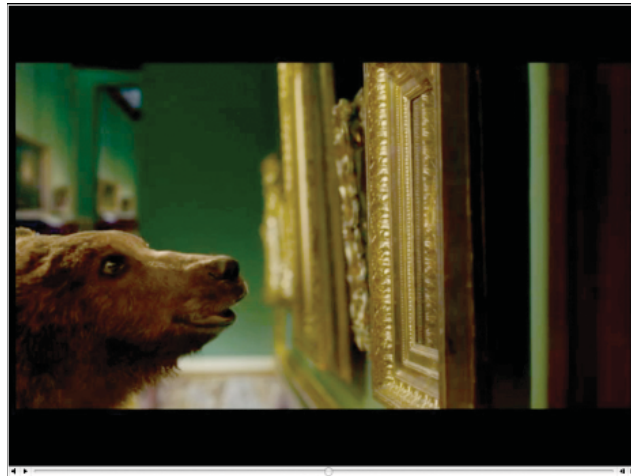
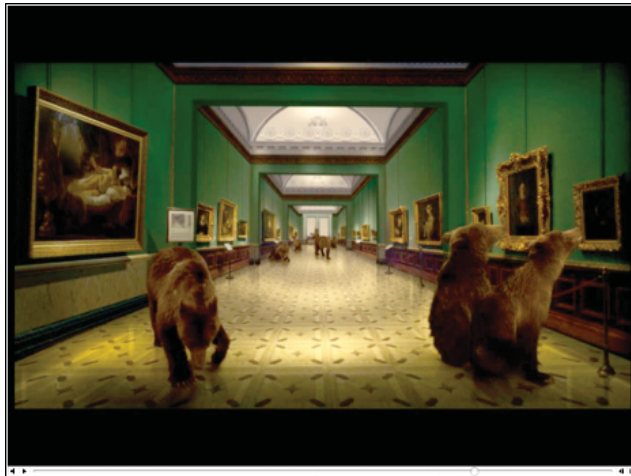
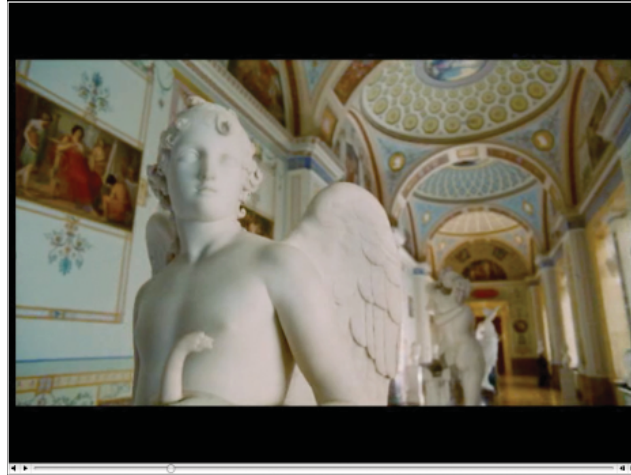
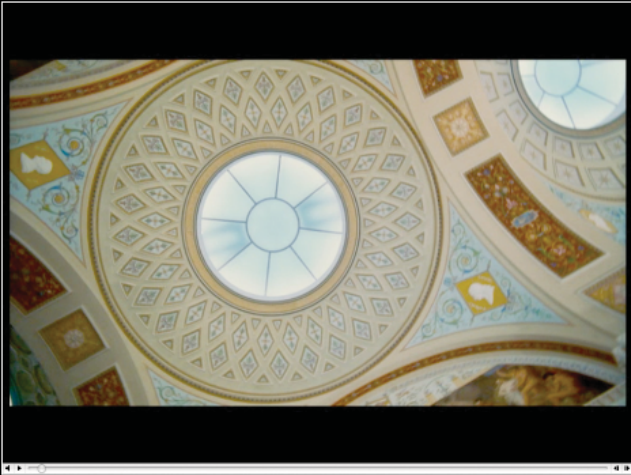
Saint-Petersburg
No bears, just beauties



Souvenirs







Проекты

Рекламная кампания Aurinko



Крупнейший туроператор Финляндии Aurinko Matkaat выходит на российский рынок.

Перед выходом на новые рынки Aurinko поглотила второго туроператора Финляндии и провела ребрендинг.

Отдыхая с Aurinko, вы познакомитесь
с европейским качеством услуг,
которое не нуждается в переводе.

Понимаем по-русски,
работаем по-европейски



Понимаем по-русски,
работаем по-европейски

aurinko



За свои

деньги

получили

maximum

позитивных

эмоций

Европейский туроператор

aurinkomatkat.ru

Понимаем по-русски,
работаем по-европейски

aurinko



В зале
прилета
нас встретил

smart

водитель

Понимаем по-русски,
работаем по-европейски

aurinko



Утро
начиналось с
очаровательной
smile
нашего гида



smile



**Спасибо
за внимание**

www.volga-volga.com