

# Создание и продвижение брендов

**артоника**

брендинговое и креативное агентство

# 20 лет на рынке

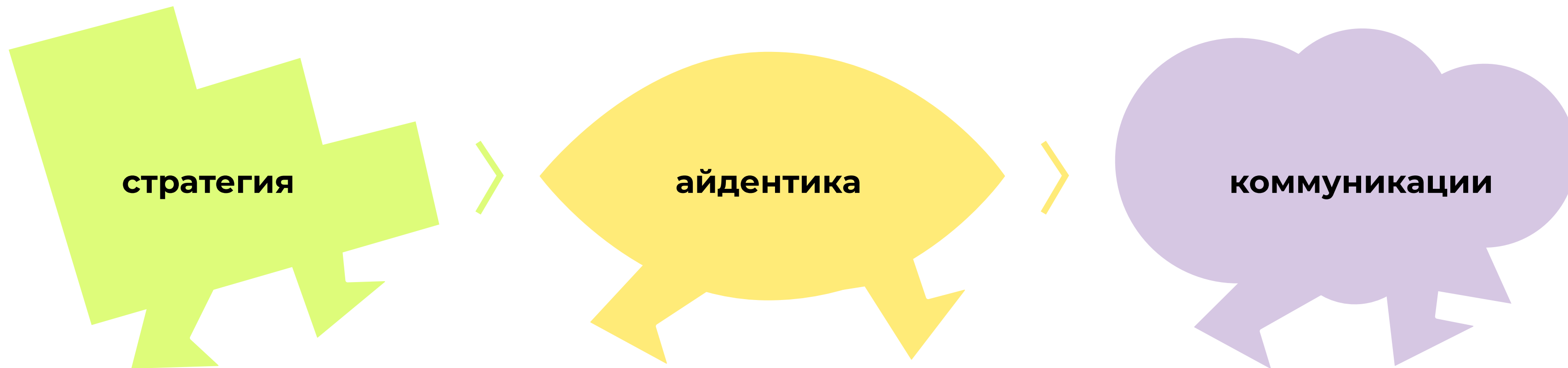
Мы обеспечиваем нашим клиентам всестороннюю концептуальную и творческую поддержку в сфере брендинговых коммуникаций и за годы работы накопили серьезный опыт, основанный на сотрудничестве с российскими и международными компаниями, количество которых превышает сотню.

Мы рассматриваем любой проект, независимо от его масштаба и медийной специфики, в контексте задач развития бренда. Для их решения мы делаем все необходимое, начиная с создания обещания, которым бренд заинтересует своих потребителей, и заканчивая поиском конкретных форм, в которых оно будет донесено с максимальной убедительностью.

Мы участвуем в работе Ассоциации брендинговых компаний России, а наши ключевые специалисты преподают в ведущих российских вузах, среди которых: Британская высшая школа дизайна (Москва), Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Высшая школа брендинга, Школа дизайна НИУ ВШЭ.

**абкр** Ассоциация Брендинговых  
Компаний России

**РЕЙТИНГ  
РУНЕТА** / топ-10 в категории  
Комплексный брендинг



- Исследования
- Тестирование
- Бренд-аудит
- Анализ отраслевых трендов
- Анализ конкурентной среды
- Анализ целевых аудиторий
- Бренд-платформа
- Бренд-архитектура
- Коммуникационная стратегия

- Нейминг
- Дизайн-концепция
- Базовые константы бренда
- Манифест бренда
- Типографика
- Фото-стиль
- Брендбук
- Упаковка
- Дизайн среды
- Навигация

- Креативная концепция
- Копирайтинг
- Наружная и печатная реклама
- Видео и аудио
- Полиграфия
- Книги и периодика
- Веб и мультимедиа
- Экспозиционный дизайн
- Директ-маркетинг
- Спецпроекты

## Руководство компании



**Денис Шлесберг**  
генеральный директор,  
директор по стратегии,  
партнер



**Дмитрий Черногаев**  
исполнительный  
арт-директор, партнер

## 20 сотрудников



## Руководители подразделений



**Ксения Гневушева**  
директор проектов



**Ирина Цветкова**  
старший арт-директор



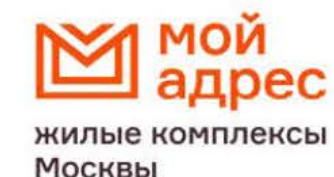
**Елена Ионова**  
старший копирайтер

# Признание

Наши достижения многократно отмечены наградами профессиональных премий и конкурсов. Мы регулярно участвуем в них как в роли соискателей, так и в роли судей.

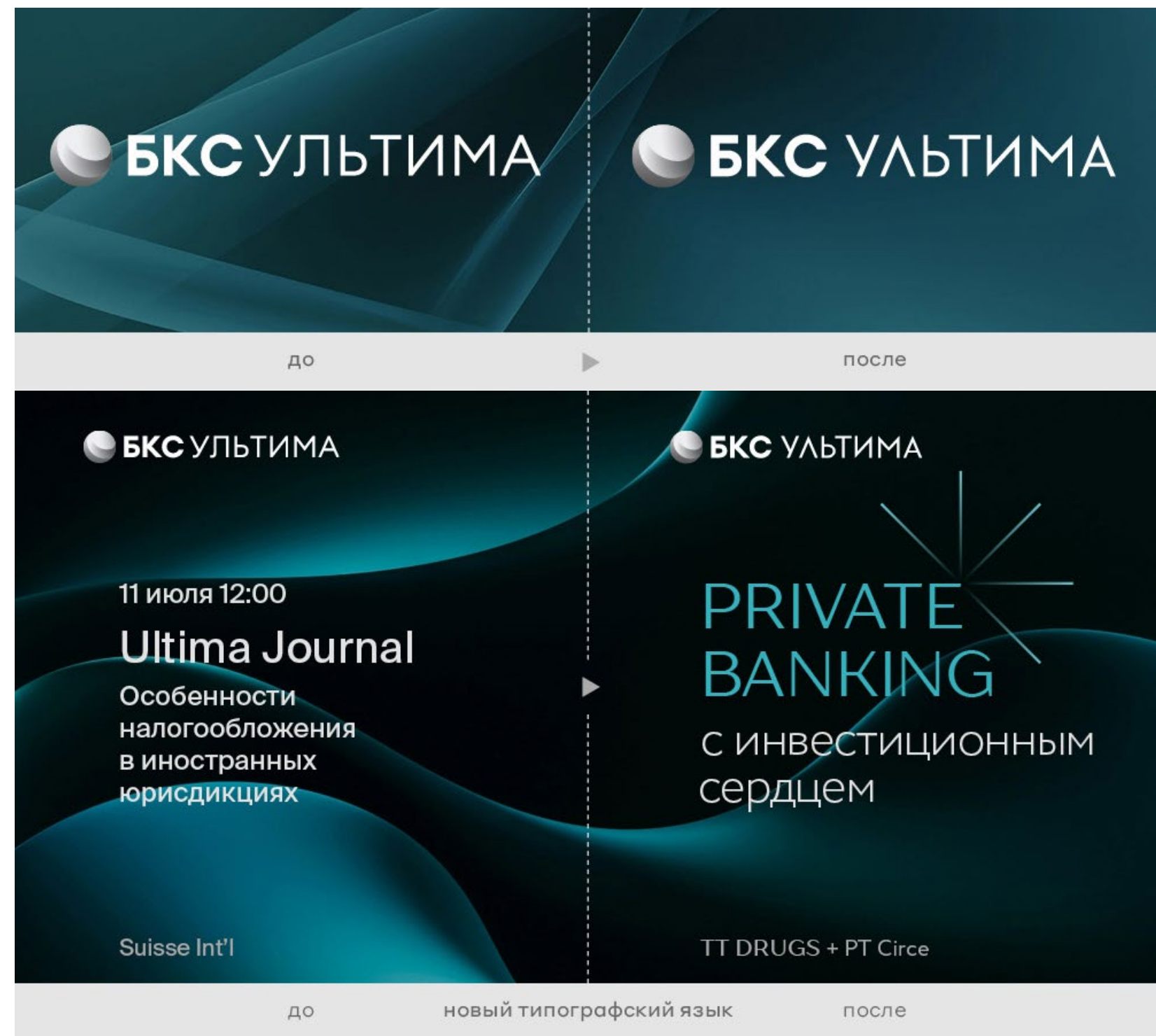


# Бренды, созданные в Артонике



# БКС Мир инвестиций

## Позиционирование и дизайн-стратегия инвестиционного бренда на рынке Private Banking



### в проекте:

бренд-платформа

логотип

слоган

дизайн-стратегия



Цель проекта — актуализировать позиционирование бренда «БКС Ультима» для успешной конкуренции в топ-7 игроков категории, большинство из которых — классические подразделения private banking больших банковских брендов. А сформированное позиционирование — выразить в обновленном дизайне бренда, и сделать это бережно по отношению к «родовым» признакам материнского бренда «БКС Мир инвестиций».

Разработали бренд-платформу, для которой на уровне RTB у «БКС Ультимы» есть больше, чем у многих игроков, именно в силу инвестиционных корневых компетенций. Поэтому сущность бренда звучит так: «Привет с инвестиционным сердцем». А миссия бренда — развивать private banking нового типа, основанный на инвестиционном мышлении и делающий состояние и образ жизни каждого клиента устойчивее к изменениям внешней среды.

Усовершенствовали в деталях базовые визуальные константы. Уточнили начертание логотипа, дополнили и перераспределили цветовую палитру, подобрали новый фирменный шрифт и модернизировали принципы типографики и другие ключевые элементы стиля. Визуальная система стала богаче во всех смыслах — и в плане релевантности восприятию состоятельной аудитории, и в плане полноты выразительных средств для коммуникаций с ней.

# Группа Наука

## Брендинг многопрофильного промышленного холдинга

### в проекте:

бренд-платформа

логотип

брендбук

НПО «Наука» — производитель авиакомпонентов с богатой родословной, уходящей корнями в эпоху расцвета советского авиапрома. Эволюция привела к необходимости реструктурировать бренд-архитектуру и создать зонтичный бренд «Группа Наука». Ключевая идея, составляющая сущность нового бренда, — промышленный интеллект. Мы выразили его ценности и характер в новой визуальной системе. Она включает дизайн-стандарты работы с деловой документацией, цифровыми носителями, корпоративными интерьерами и экстерьерами, полиграфией и рекламой.



# Альфа-Лизинг

## Бранчбук для компании из топ-5 лизингового рынка

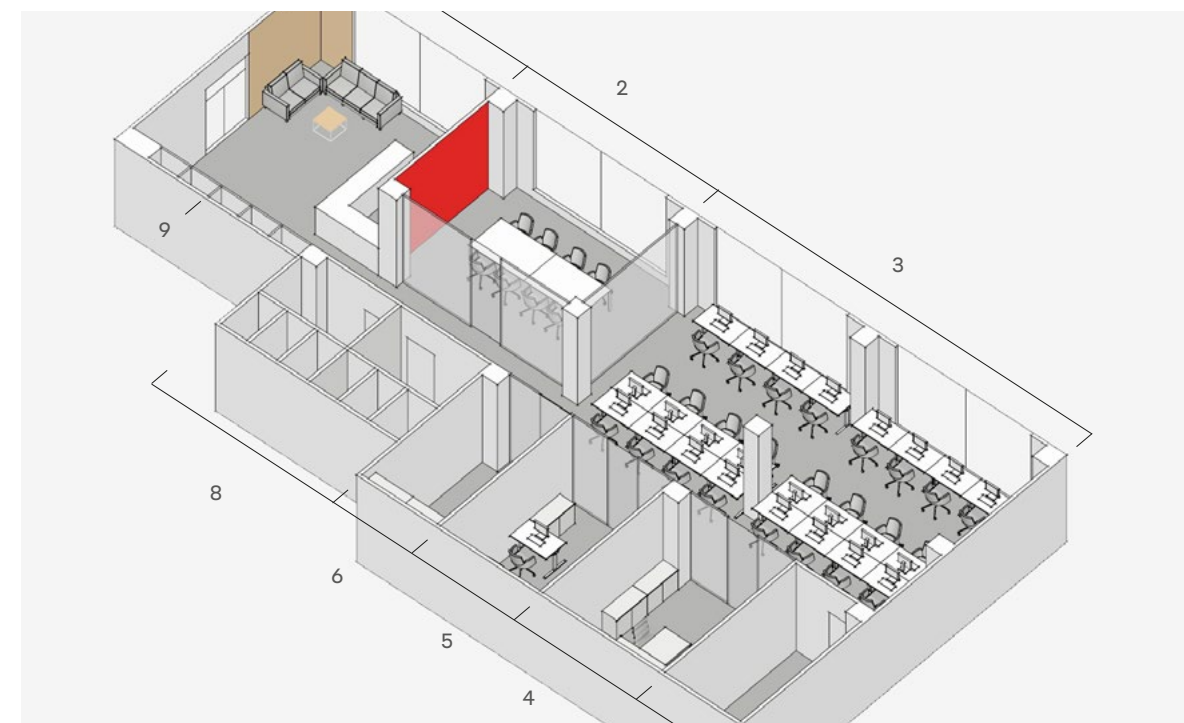
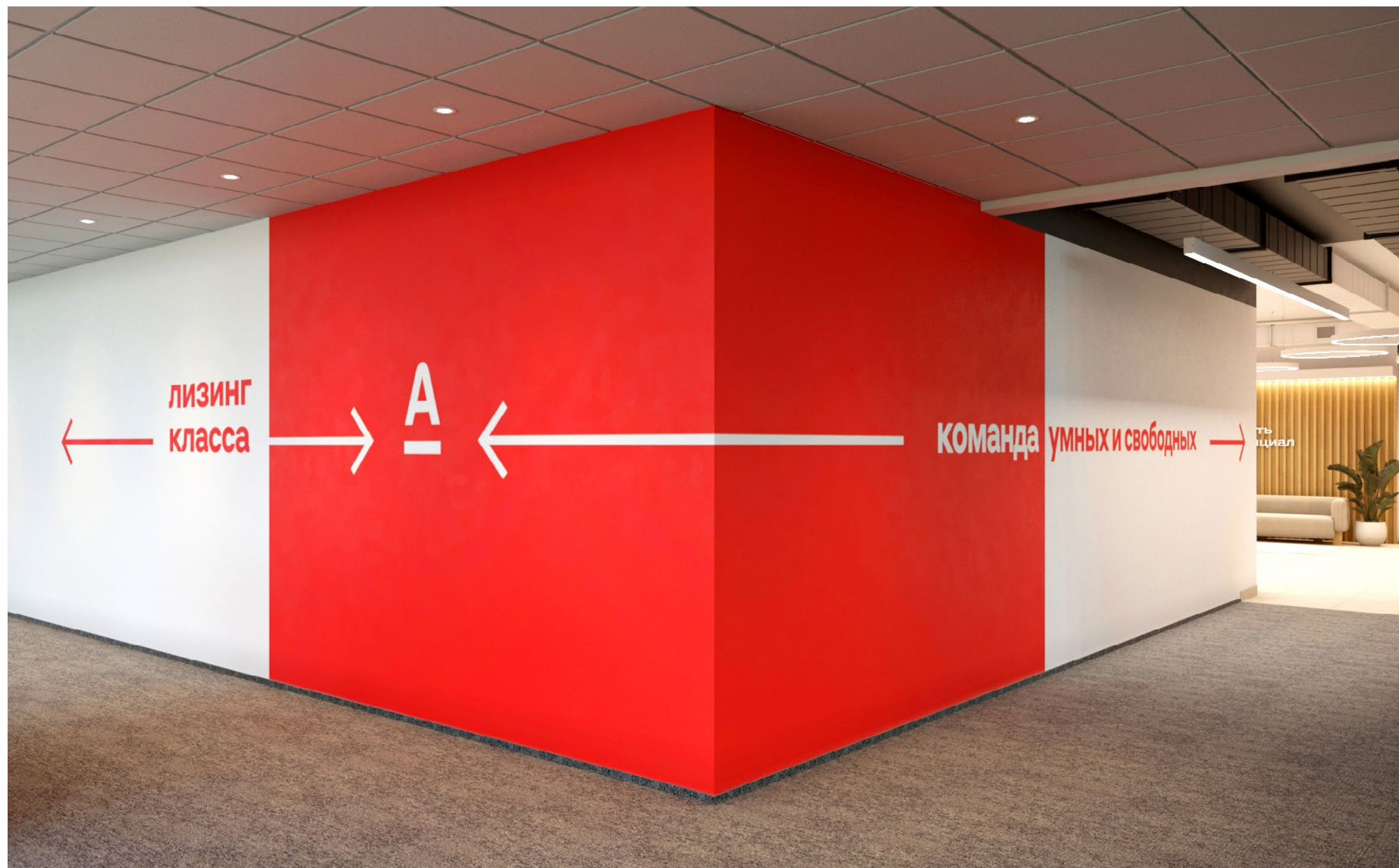
### в проекте:

дизайн среды

дизайн-концепция

бранчбук

Альфа-Лизинг по итогам 2024 года входит в топ-5 российского рынка по объему портфеля. Для федеральной сети, насчитывающей 75 офисов, мы разработали дизайн-стандарты оформления корпоративной среды. Типология офисов — от 20 до 2000 м<sup>2</sup>. Суть бренда — «Партер ваших идей», а его миссия — «помогать компаниям раскрывать свой потенциал». Энергия, которая содержится в этих идеях, послужила ориентиром для разработки концепции. Атмосфера и настроение, формируемые дизайном пространства, может быть описана такими эпитетами как: понятно, лаконично, смело, ярко, технологично, современно. Разработана матрица оформления сети офисов федерального масштаба, включая проектную документацию для пилотного офиса в Краснодаре и Центрального офиса в Москве.



# Центральная торговая система

## Брендинг новой торговой площадки

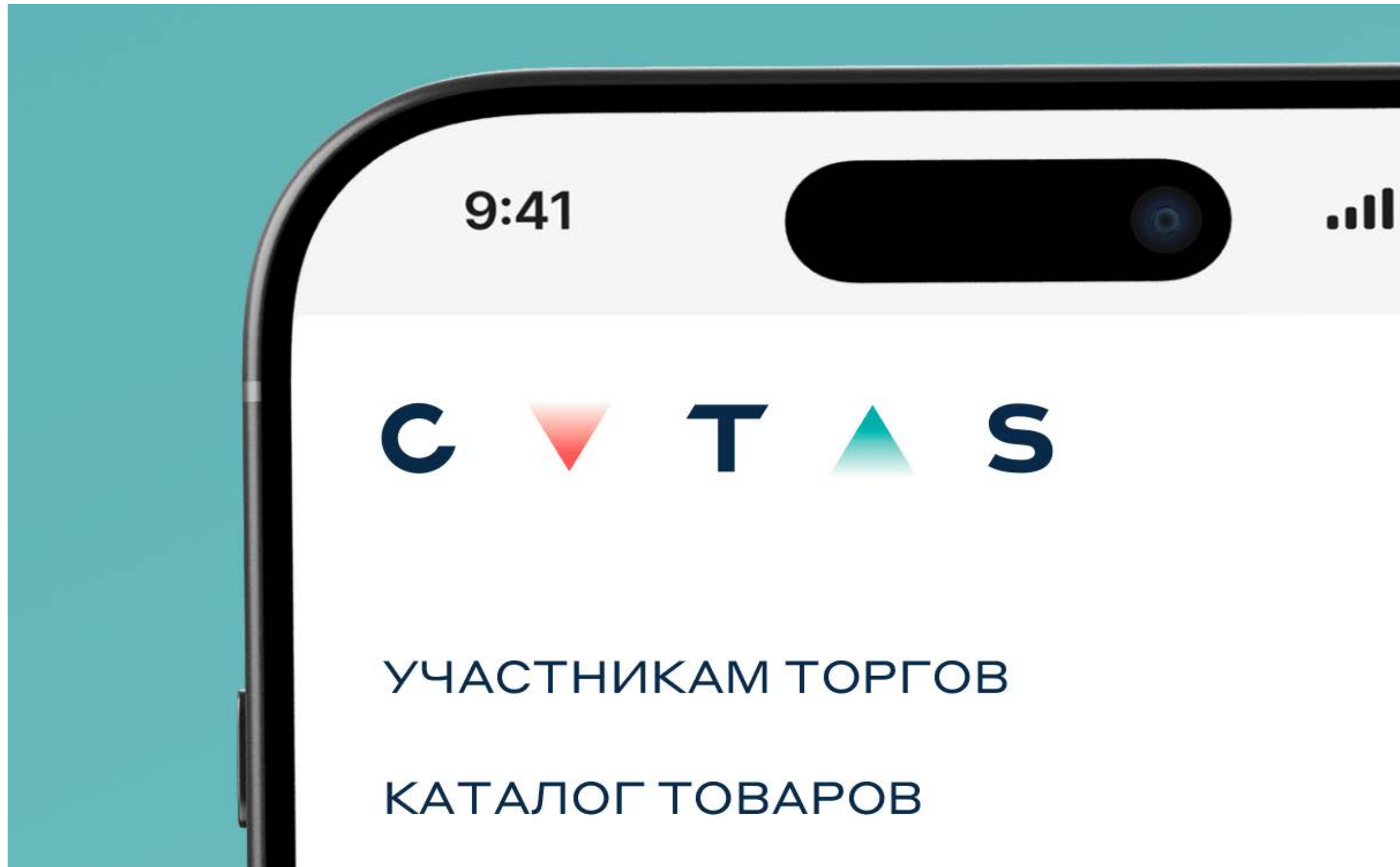
в проекте:

бренд-платформа

логотип

брендбук

Новая платформа для рынка корпоративных закупок создана на основе передовых цифровых практик биржевой и розничной торговли. Она гарантирует покупателю и продавцу прозрачность и юридическую чистоту сделок при недостижимых ранее скорости и широте выбора. Мы выразили в идентичности бренда его инновационный характер, но сделали это так, чтобы он не растворялся в «океане приложений», а говорил с корпоративной и предпринимательской аудиториями на одном языке.



# Catery

## Бренд первого агрегатора кейтеринга в России

### в проекте:

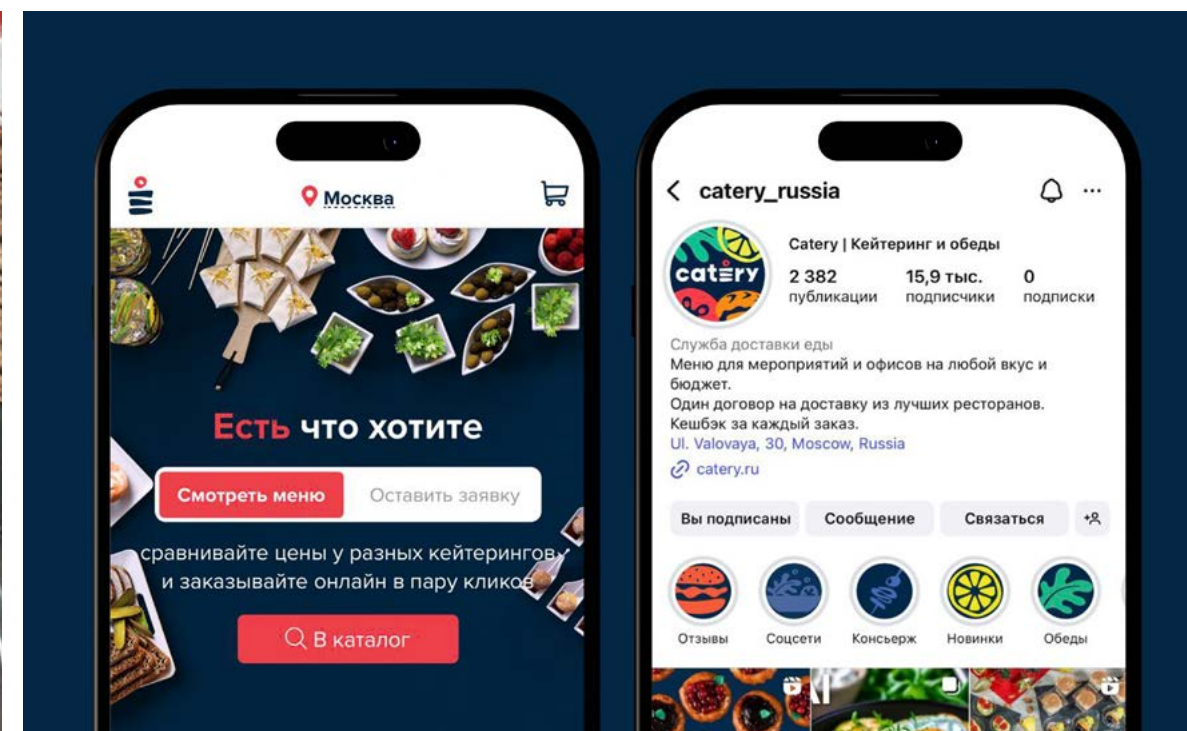
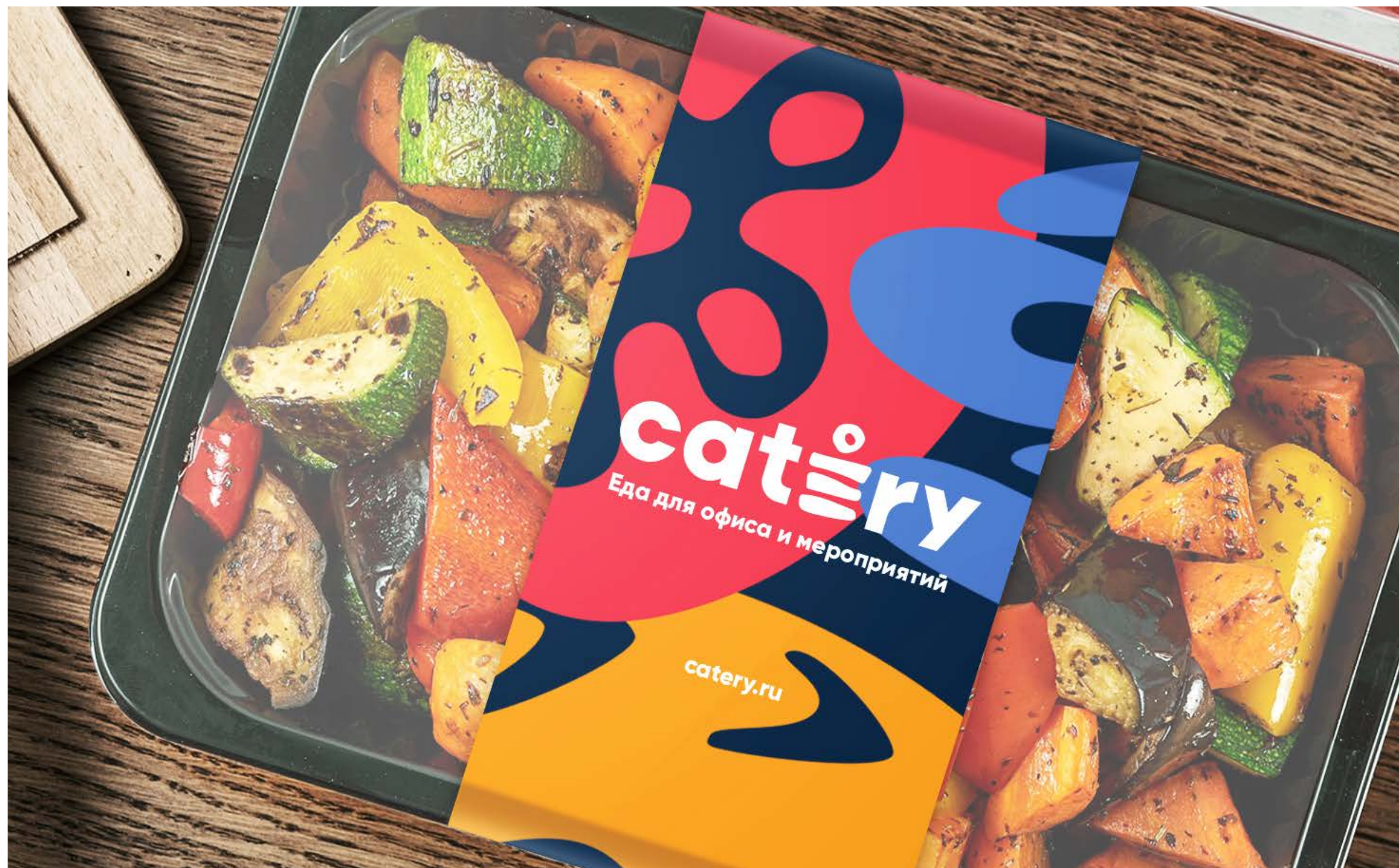
логотип

брендбук

бренд-платформа

корпоративный стиль

Как должен выглядеть современный технологический стартап? По-человечески. Артоника разработала бренд-платформу и визуальный язык для Catery — первого в России b2b-агрегатора кейтеринга, который реформирует устаревший рынок корпоративного питания, выводя его на новый уровень. С новой системой идентичности он сделает это красиво.



# Paintgroup

## Развитие бренд-архитектуры лидера рынка специальных ЛКМ

В проекте:

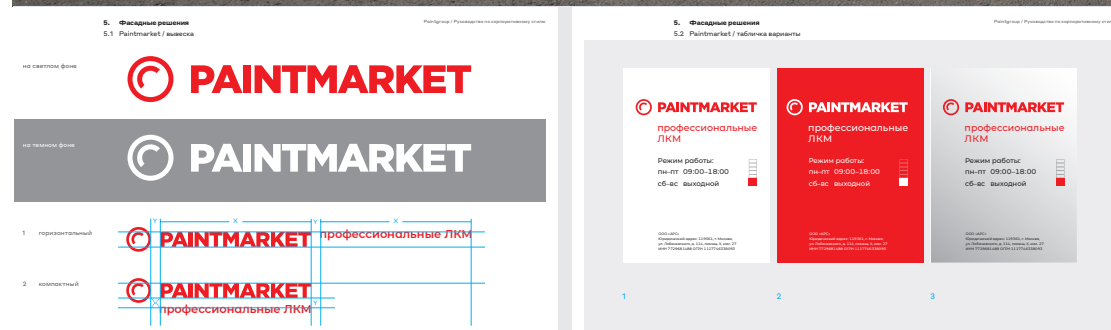
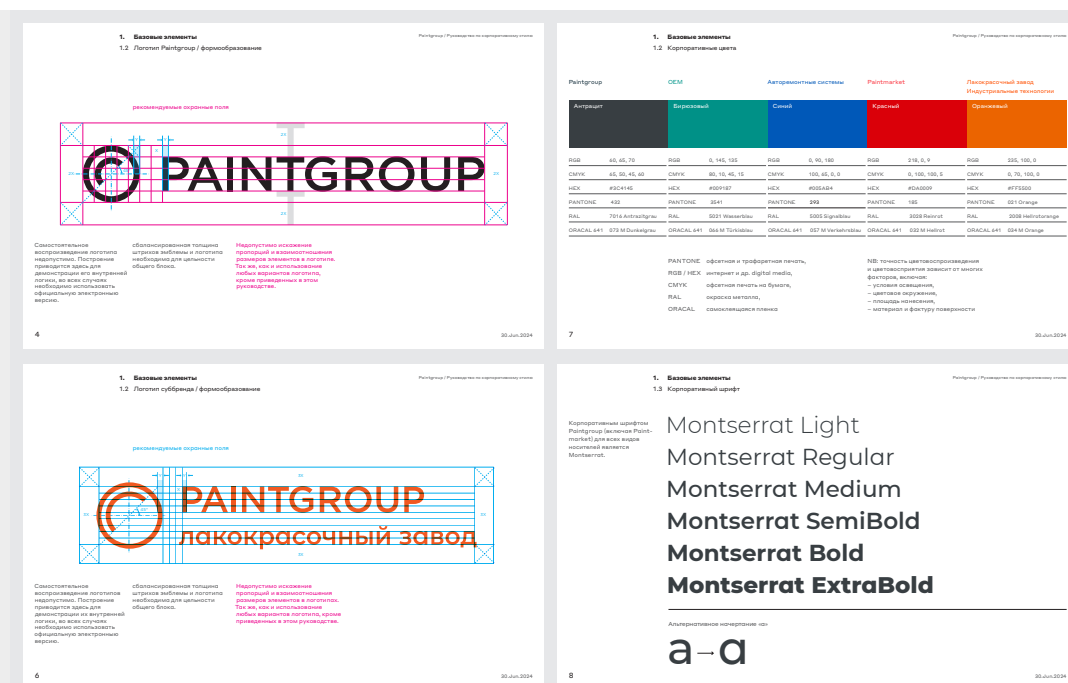
бренд-архитектура

брендбук

нейминг

дизайн среды

Бренд Paintgroup объединял компании, специализирующихся в сфере производства и применения лакокрасочных материалов. За пять лет существования он проявил ощутимый синергетический эффект в продвижении всех брендов группы. Настало время для следующего этапа развития бренд-архитектуры. Мы изменили общую систему идентичности вербально и визуально. И воплотили ее в развитой системе дизайн-стандартов, включая интерьеры и экстерьеры, деловую документацию, упаковку, транспорт, сувениры и много другое.



# Цифра

## Ребрендинг российского бизнеса международного финансового холдинга

в проекте:

нейминг

концепция базовых  
визуальных констант

Холдинг Freedom Finance в 2022 году ушел с российского рынка. Локальный бизнес компании был продан новому владельцу и обрел новый бренд. Мы нашли простое, но мощное и трендовое имя — «Цифра», хорошо передающее инновационный дух компании. Сделали логотип универсальным и подчеркнули преемственность с Freedom Finance, внедрив в него латиницу с выделением литеры F фирменным зеленым цветом. Ведь все сильные инновации вырастают из бесценного опыта.



# Росбанк

## Ребрендинг



### В проекте:

- бренд-платформа
- бренд-лайн
- логотип и бренд-бук
- дизайн-стандарты рекламы

Новая визуальная система предполагает отказ от традиционного для банковских брендов фирменного знака. Главное теперь — имя Росбанка, многократно доказавшего, что ему можно и нужно доверять. Новый и давно знакомый, передовой и безусловно надежный, Росбанк прошел через многое и готов к любым вызовам, а значит — помогает быть готовым к ним и каждого своего клиента. Вот что означают «Настоящие возможности» и выражает новая идентичность бренда.

**росбанк** | ДОМ

**росбанк** | АВТО

**росбанк** | СМАРТ

**росбанк** | ЛИЗИНГ

**росбанк** | ТРЕЙДИНГ

**росбанк** | СТРАХОВАНИЕ

**росбанк** | КАПИТАЛ

**росбанк** | ДЕПОЗИТАРИЙ

**росбанк** | СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ

**росбанк** | ПРЕМИУМ

**росбанк** | ПРЕМИУМ ОНЛАЙН

**росбанк** | private banking | l'hermitage

### Вклад «Динамичный»

стабильный доход на весь год

настоящие возможности **росбанк**

Общая сумма размещенных денежных средств на вкладах — не более 12 месяцев. Сумма вклада от 100 000 рублей до 10 000 000 рублей. Частичный выкуп, погашение и капитализация не предусмотрена. Выплата процентов по вкладу производится ежемесячно. Подробные условия на [www.rosbank.ru](http://www.rosbank.ru). ПАО РОСБАНК. Реклама

### Консьерж-сервис Premium Banking

- ваш личный помощник 24/7
- организация путешествий и праздников
- бронирование ресторанов
- информационная поддержка

**росбанк** премиум

ПАО РОСБАНК. Реклама

### Dragon Pass

Доступ в бизнес-залы аэропортов по всему миру

**росбанк** премиум

ПАО РОСБАНК. Реклама. Dragon Pass — международная программа, которая предоставляет доступ в более чем 1300 бизнес-залов аэропортов по всему миру.

# Росбанк

## Реклама L'Hermitage Private Banking

«Что вы себе позволяете»  
в случае L'Hermitage  
Private Banking  
Росбанка — это не  
вопрос, а утверждение

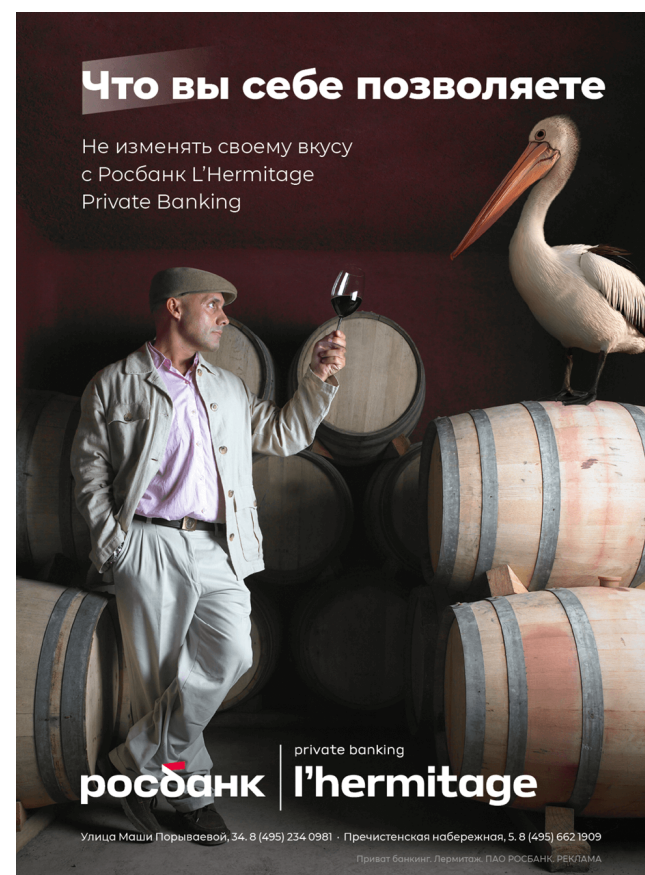
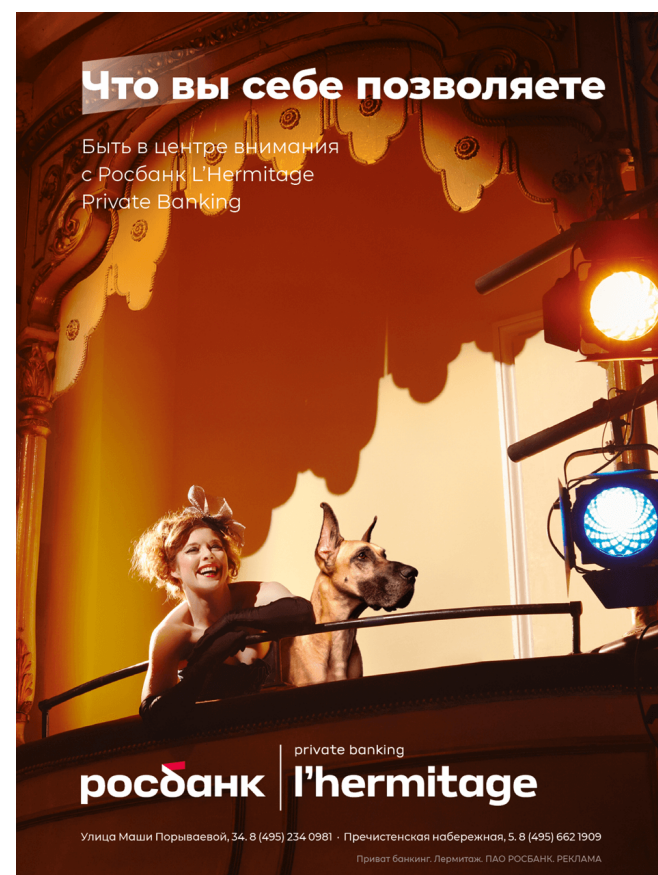
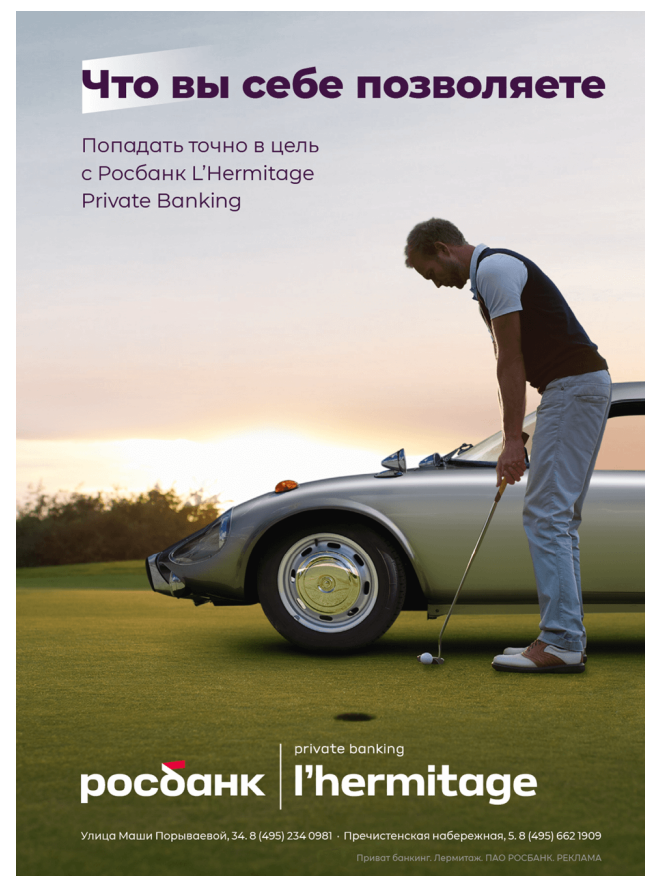
### В проекте:

слоган, копирайтинг

креативная концепция

реклама

L'Hermitage Private banking — подразделение Росбанка по работе с состоятельными клиентами. В серии рекламных сообщений мы используем классическую территорию и визуальную культуру прайвет банкинга, но добавляем к ее немного клишированной эстетике свежей интеллектуальной дерзости и самоиронии. Роскошная жизнь — это жизнь, в которой вас ничто не ограничивает. И в которой «Что вы себе позволяете» из вопроса становится утверждением.



# Upside Development

## Брендинг клубного дома «Энигмия»

в проекте:

бренд-платформа

логотип

брендбук

копирайтинг

брошюра

«Энигмия» — новый элитный дом от Upside Development в престижном центральном районе Москвы. Смелая современная архитектура, роскошная частная инфраструктура — клубный дом должен заявить о себе красиво и со вкусом. Разработали для клубного дома соответствующий его высокому статусу бренд: элегантный, актуальный и конкурентоспособный. Все необходимые для успешного продвижения бренда визуальные и вербальные константы оформили в удобный для использования брендбук.

# ЭНИГМИЯ

КЛУБНЫЙ ДОМ ОТ UPSIDE



# Центр Инвест

## Брендинг жилого комплекса комфорт-класса Smart Garden

в проекте:

брендбук

дизайн-концепция

мерч

Позиционирование и айдентика для нового жилого комплекса бизнес-лайт класса в Новой Москве. В имени «Умный сад» заложен баланс рационального и эмоционального: Smart выражает прогрессивный, «умный» образ жизни, Garden указывает на богатое внутреннее озеленение. Базовые константы и правила их использования собраны в удобном брендбуке. Стиль и атмосфера проекта последовательно воплощены на всех уровнях коммуникаций: в наружной и интернет-рекламе, брошюре и мерче.



# СЗ Киноцентр

## Айдентика и коммуникации апартаментов премиум-класса Sky View

### в проекте:

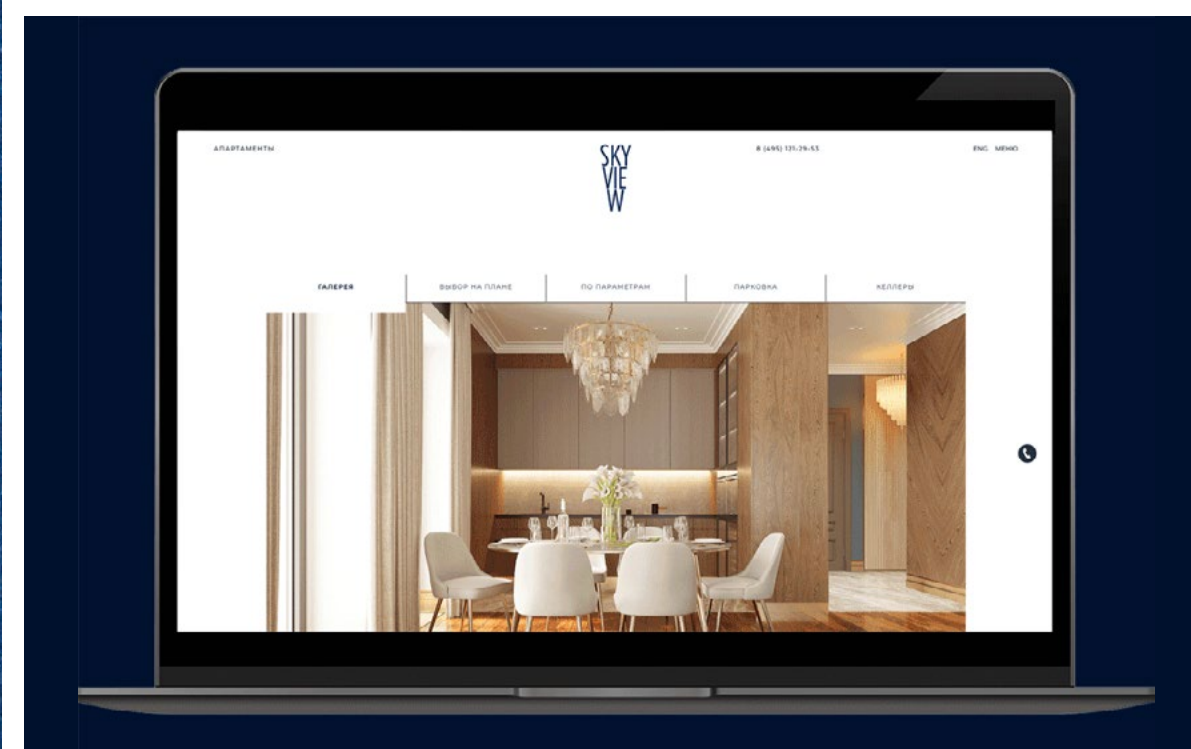
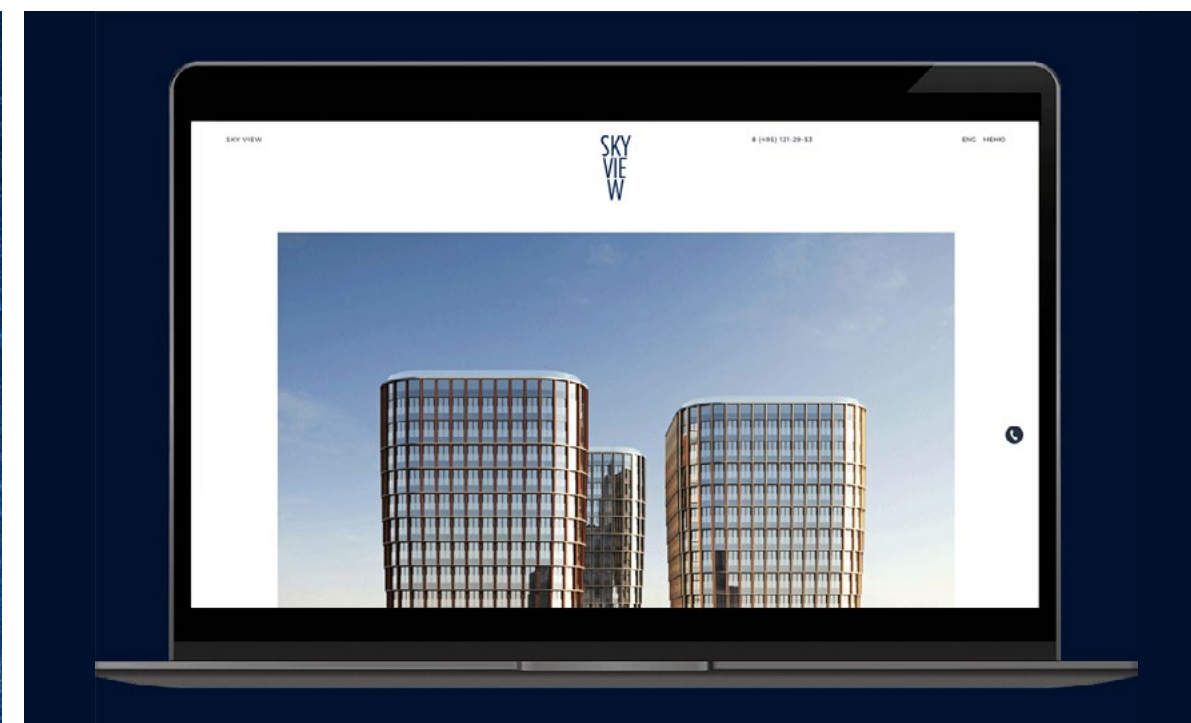
креативная концепция

логотип, слоган, копирайтинг

дизайн-стандарты рекламы, интернет-реклама

наружная реклама, сайт, OLV, брошюры

Самодостаточный и современный, Sky View выражает собой наступающую эпоху и вежливо, но уверенно становится новым локальным лендмарком Пресни — не вдохновляясь другими, он вдохновляет собой. Новый бренд премиальной недвижимости непротиворечиво связывает прошлое и будущее в айдентике и коммуникациях. Выверенно благородная цветовая палитра, изысканная типографика и современная лаконичная визуальная система — Sky View выглядит дорого, но элегантно; роскошно, но актуально.



# Центр-Инвест

## Ребрендинг и рекламная кампания ЖК «Фестиваль Парк»

### в проекте:

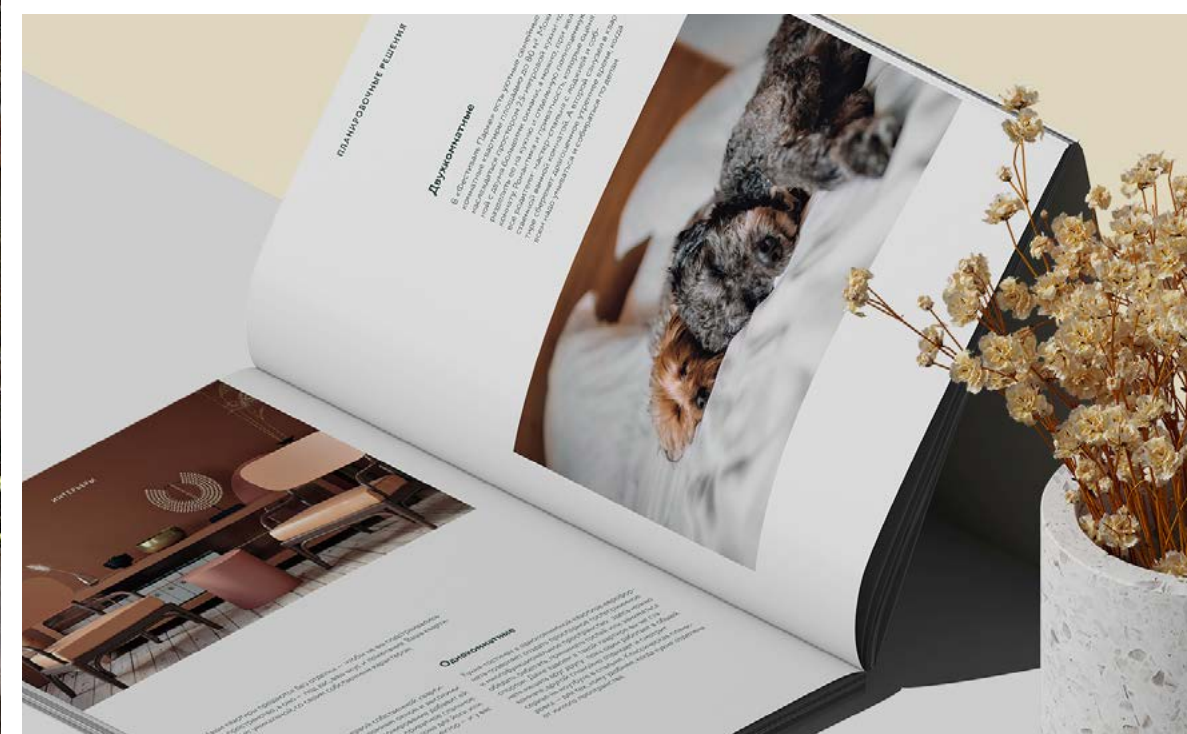
логотип

брендбук

слоган

креативная концепция

В 2020 году ЖК бизнес-класса «Фестиваль Парк» обретает второе рождение — стартуют продажи второй очереди. Мы обновили образ знакомого и любимого бренда, чтобы выразить его новые качества и представить его рынку в новом свете. Сдержанно элегантный визуальный стиль складывается из продуманных деталей: уникального начертания логотипа с выразительной заглавной литерой, способной служить самостоятельным знаком; благородной фирменной палитры и принципов подбора иллюстраций.



# Центр-Инвест

## Как найти новый смысл в недвижимости

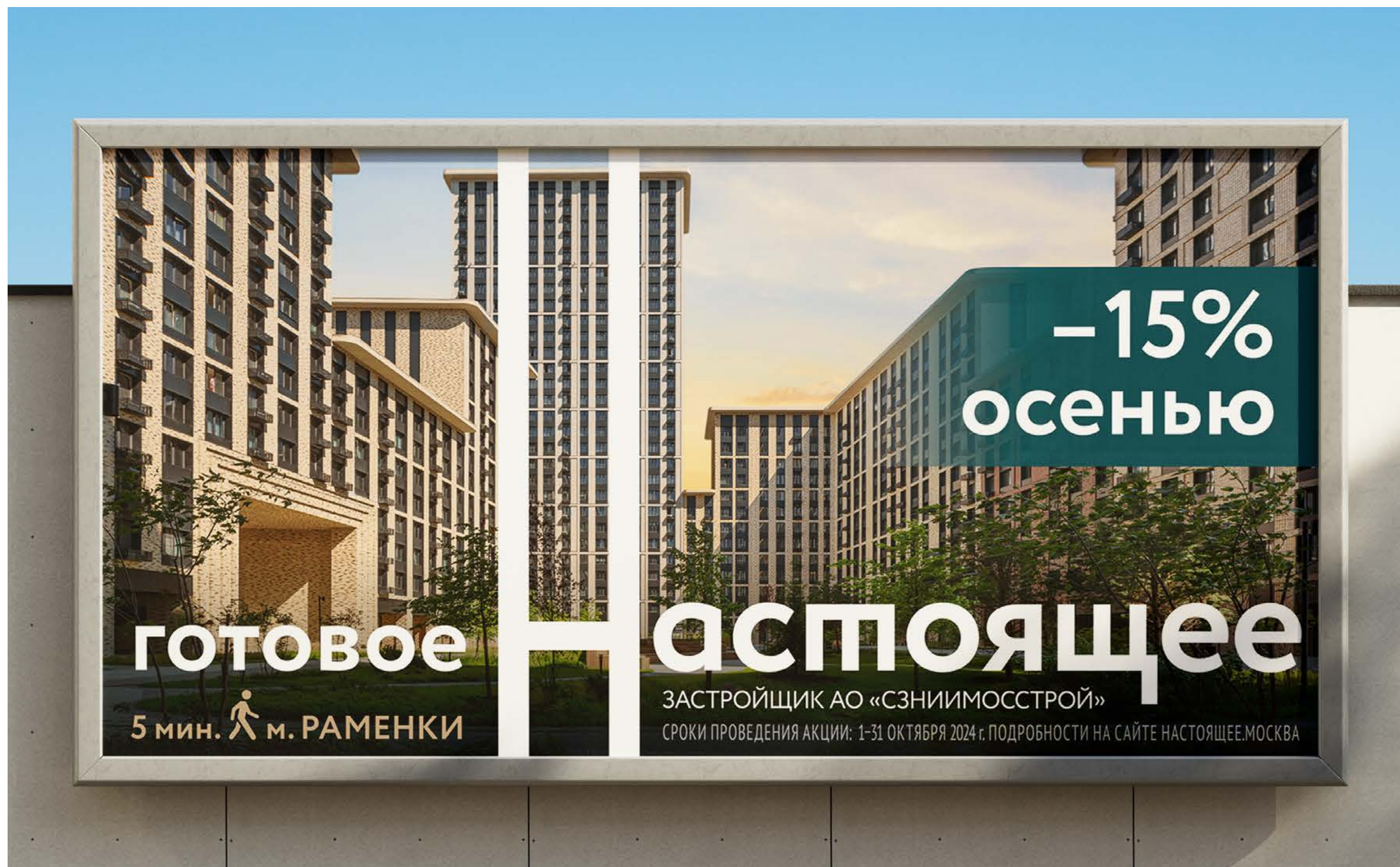
в проекте:

брендинг

брошюра

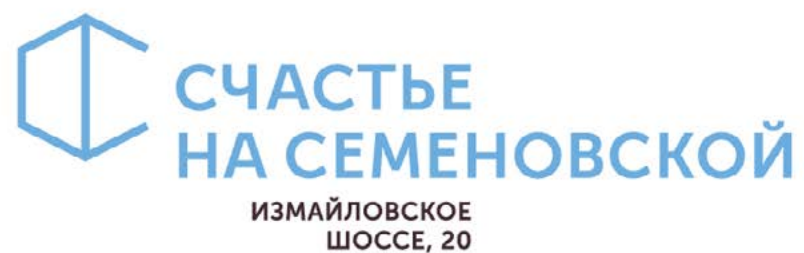
реклама

Как найти новый смысл в недвижимости? Искать его в принципиально другом месте, чем конкуренты в локации. Инсайт: «Жизнь в современном городе — это жизнь в планах на будущее». Big Idea: новый проект предлагает все условия для того, чтобы жить уже сейчас, в настоящем. Ясное и простое на первый взгляд имя включает в себя много всего сразу — и естественное окружение, и искренность, и подлинное качество, и умение жить, гармонично сочетая рациональное и эмоциональное, природное и городское, общее и частное. Коммуникации бренда становятся естественным продолжением этого философии, а лаконичность и дозированная эмоциональность становятся основой для сбалансированного и современного визуального образа.



# Лидер Инвест

## Зонтичный бренд жилой недвижимости



в проекте:

логотип

слоган

Что делать, если есть много небольших, но хороших объектов? Сделать из них один большой хороший зонтичный бренд. «Счастье» — современные камерные дома, расположенные во всех девяти округах столицы. Теперь найти дом в Москве, в котором ты почувствуешь себя по-настоящему дома, стало проще. Это и есть самое настоящее «Счастье».



# Upside Development

## Рекламная кампания квартала Upside Towers

### в проекте:

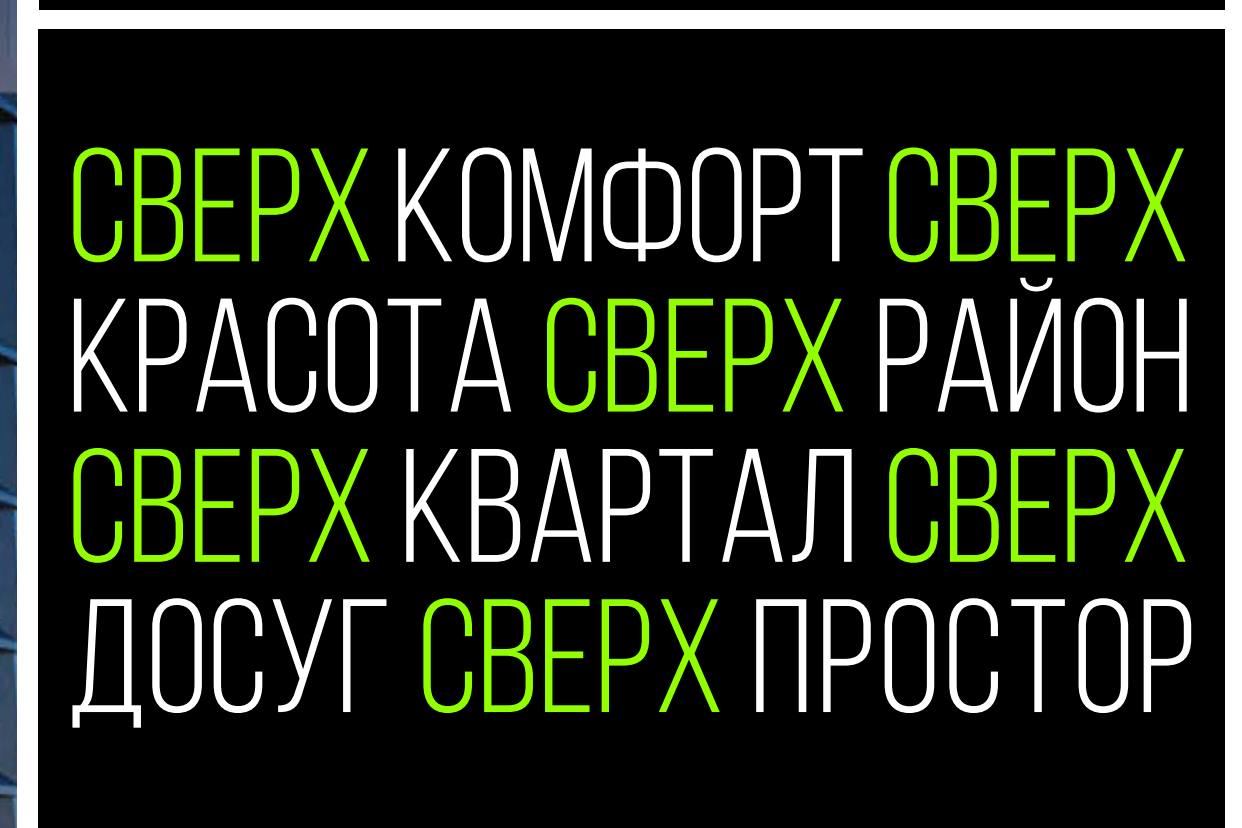
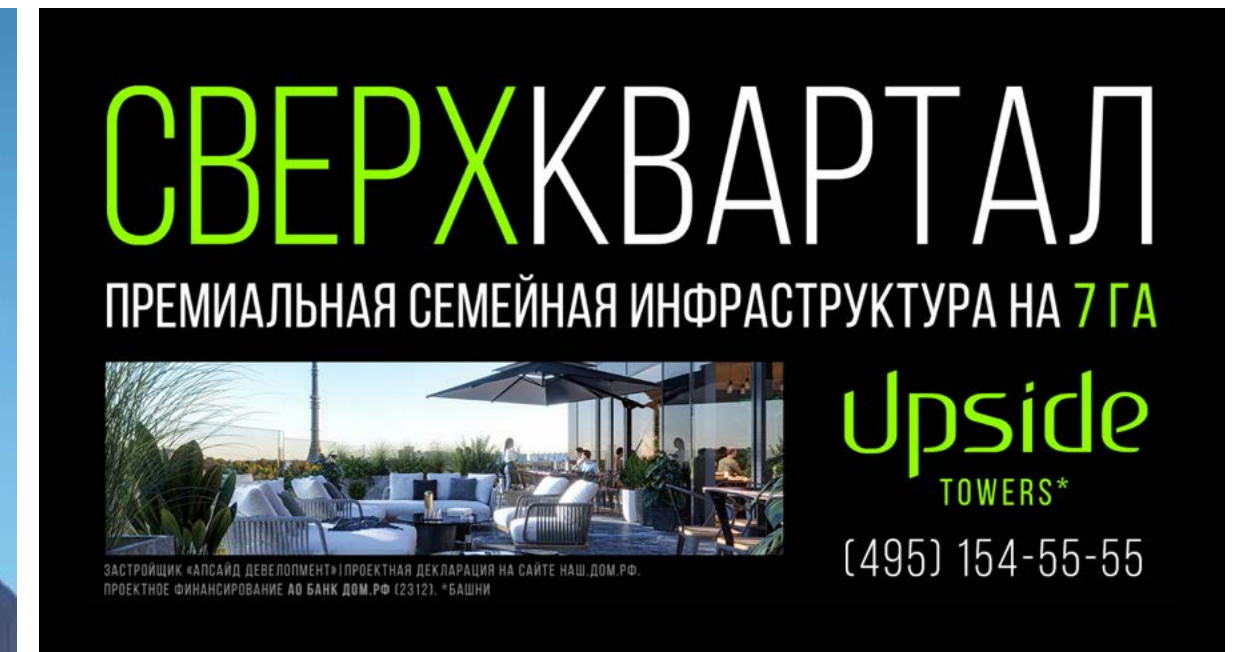
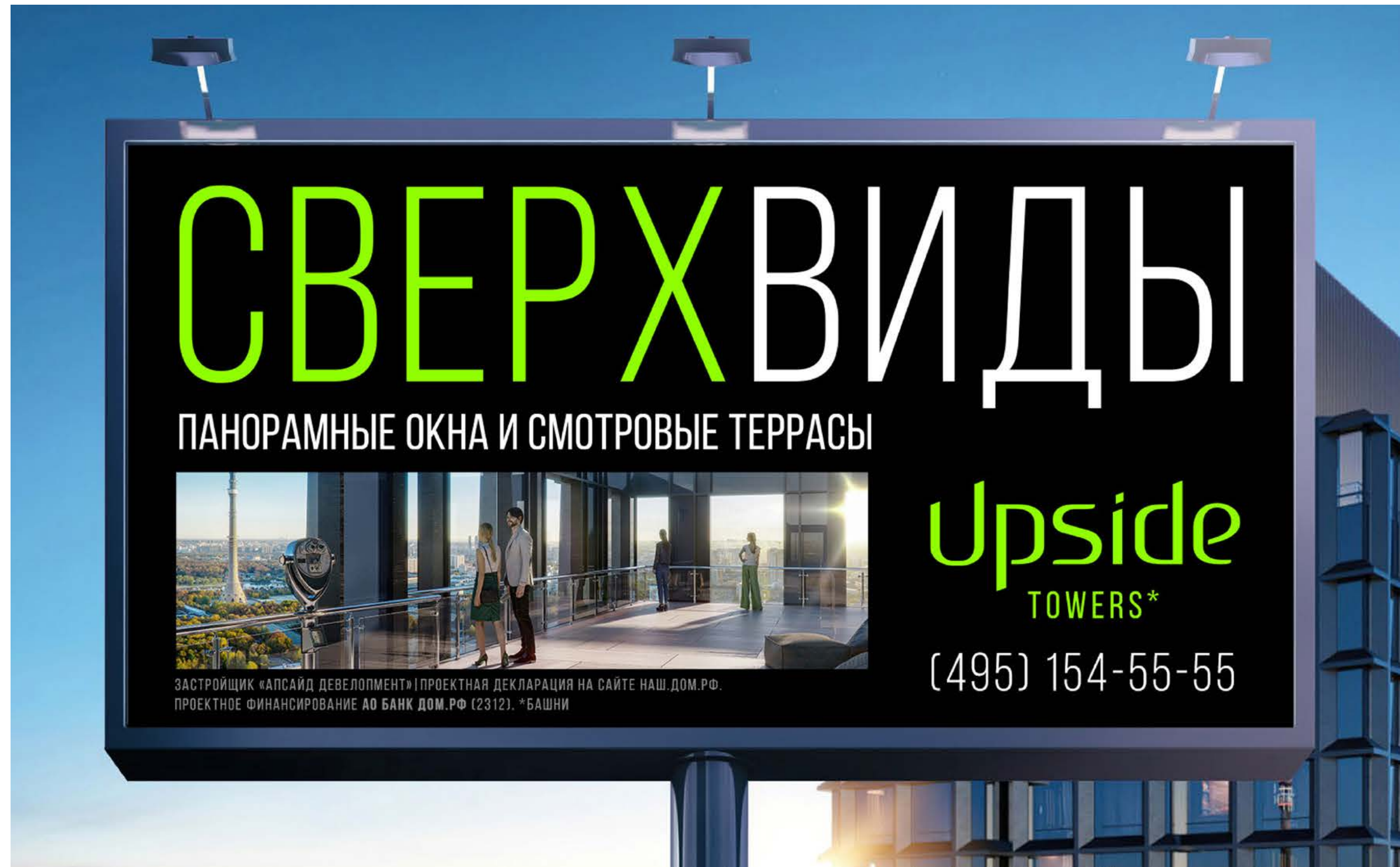
слоган

копирайтинг

креативная концепция

наружная реклама

В 2023 году «СМУ-6 Инвестиции» завершили комплексный ребрендинг, став Upside Development. Квартал небоскребов в Огородном проезде — их флагманский проект. Он воплощает обновленный подход девелопера: создавать продукт выше ожиданий в своем классе. В 2024 году мы перезагрузили его коммуникации. Эффективный копирайт и дизайн помогли проекту заново привлечь к себе внимание, отстроиться от конкурентов, транслировать все необходимые смыслы и — продаваться дороже.



# Донстрой

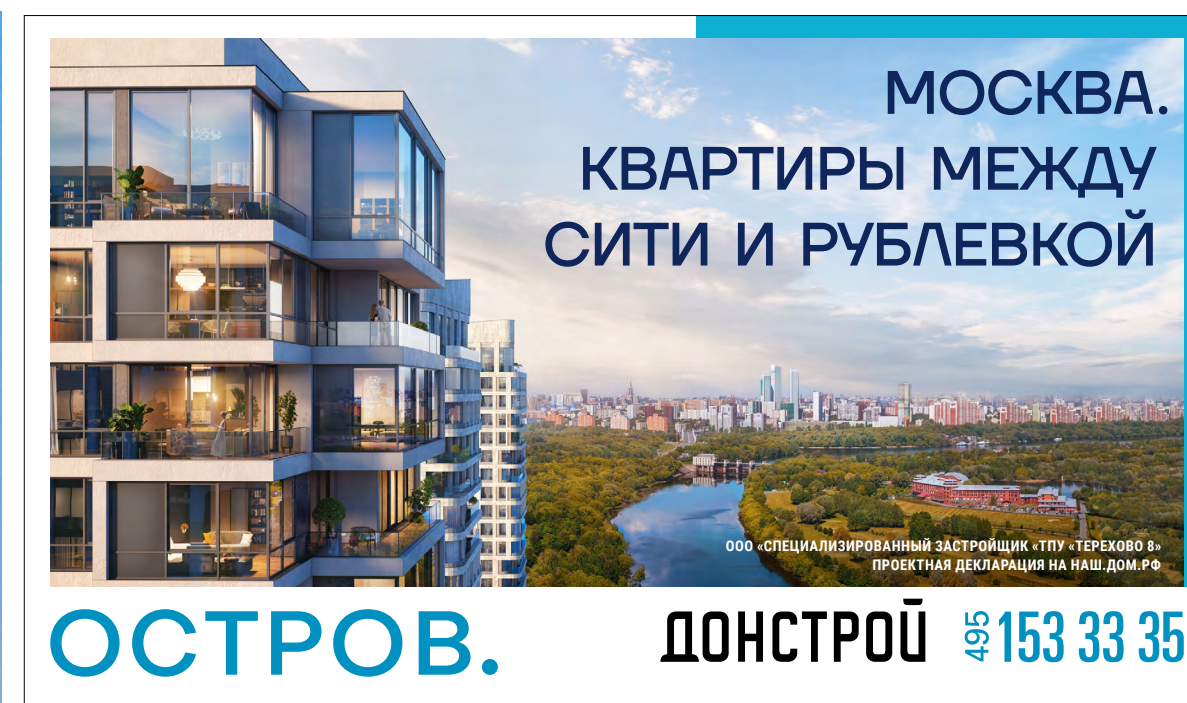
## Региональная кампания столичного девелопера

### в проекте:

креативная концепция

наружная реклам

Слоган «Москва у ваших ног» выражает ключевую идею масштабной кампании Донстроя по продвижению в регионах. Содержащиеся в нем коннотации статуса и признания прекрасно себя проявляют, когда мы говорим о престижной московской недвижимости с успешной региональной аудиторией. Первый этап кампании посвящен имиджевому продвижению бренда Донстроя. Второй — продвижению конкретных объектов: «События», «Острова» и «Символа».



# Sminex

## Книга как средство управления престижем локации на рынке недвижимости



### в проекте:

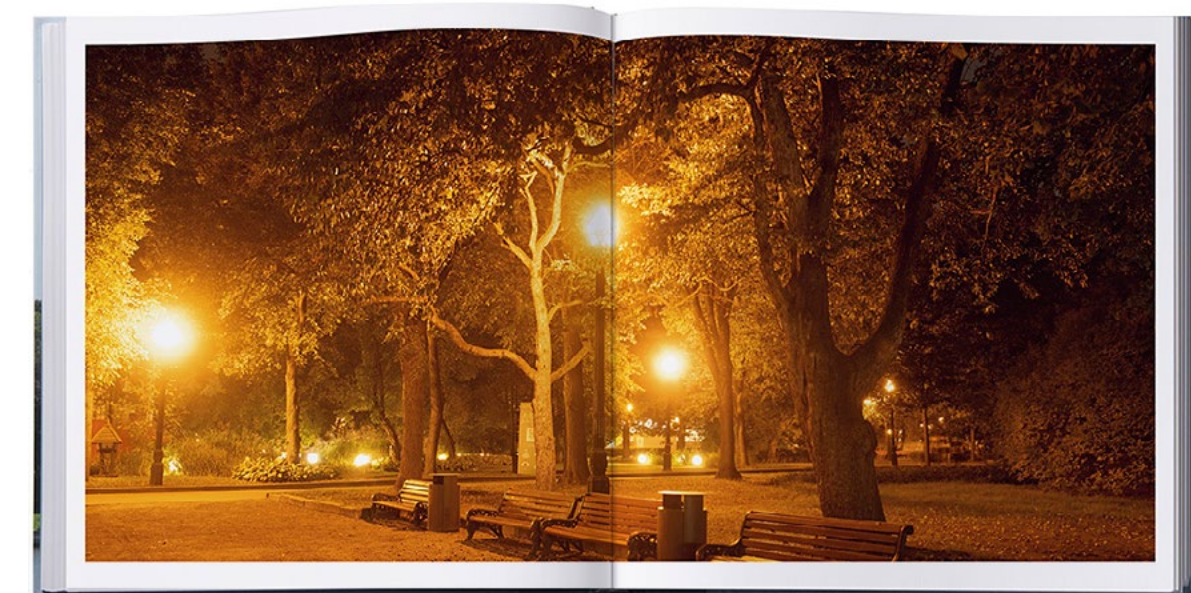
книга

концепция, текст, дизайн

фотосъемка

инфографика

Клубный квартал «Фрунзенская набережная» — единственный элитный проект рынка жилой недвижимости в одном из самых престижных районов Москвы. Для детализации этого статуса локации мы разработали и издали книгу «Фрунзенская долина. Два берега парадной жизни». Это всестороннее, вдумчивое и содержательное погружение в историю уникального места в самой интересной части Москвы-реки по сочетанию ландшафтного и архитектурного богатства.



# Smindex

## Книга как источник и составная часть корпоративной философии

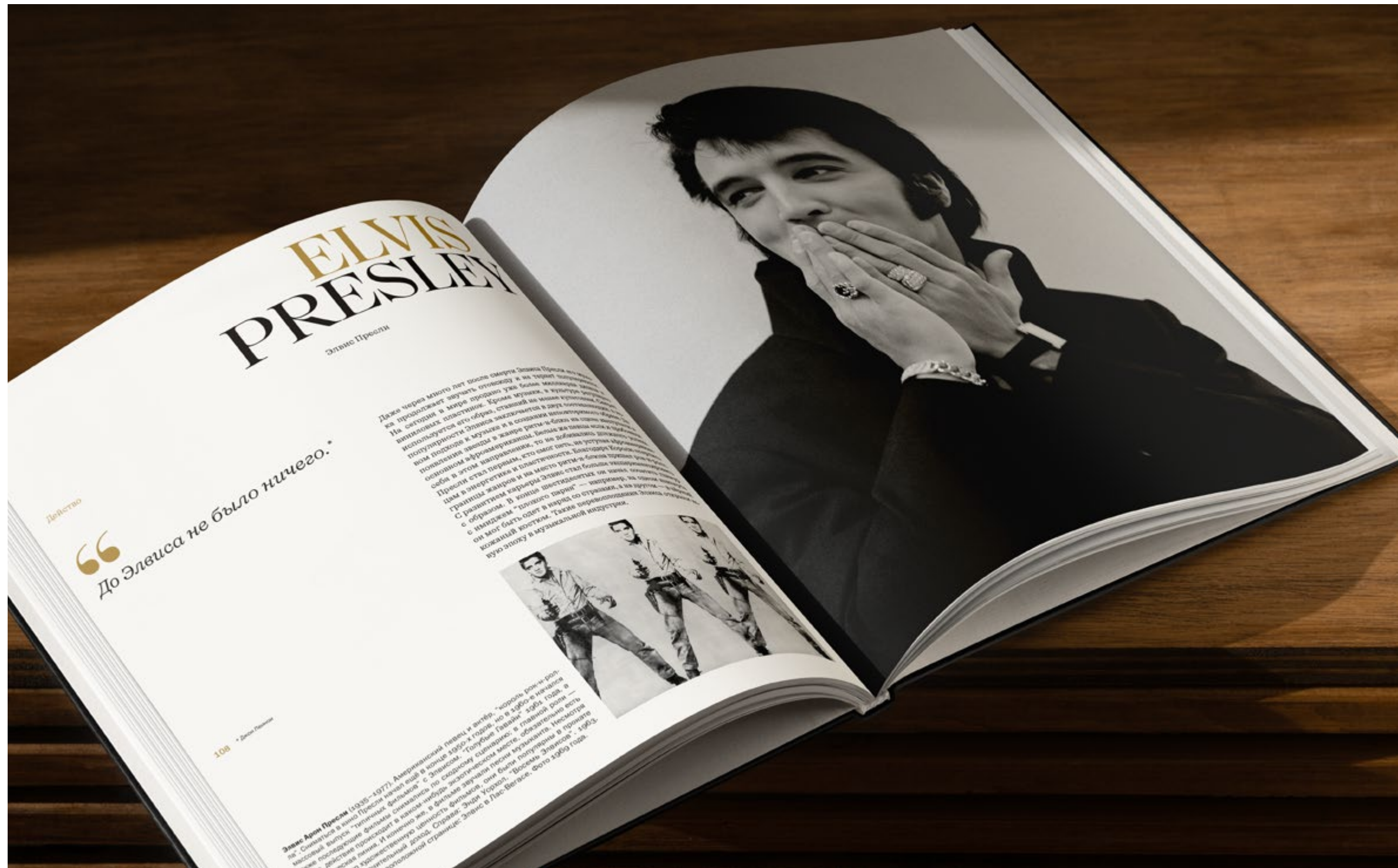
в проекте:

книга

концепция,

текст, дизайн

Одним из факторов удержания лидерских позиций на таком высококонкурентном рынке служит уникальная корпоративная культура, развитию которой Smindex уделяет серьезное внимание, особенно с учетом недавних этапов кратного роста команды. В русле этих усилий появилась идея издания, ярко и убедительно раскрывающего идею перфекционизма. Так появилась книга «Совершенные. 100 великих перфекционистов».



# Lestate

**Новый спортивный бренд  
в новых реалиях**

silver  
mercury  
\\ \\ \\ 2024

**в проекте:**

бренд-платформа

логотип, брендбук

нейминг

слоган

копирайтинг

Превратили крупного российского импортера мировых брендов Lestate в успешного производителя спортивной одежды, обуви и аксессуаров. Разработали новый бренд RANK — актуальный, технологичный, конкурентоспособный. Результатом стал фирменный «Ранкбук» — брендбук с описанием стратегии и подробной айдентикой. Бренд нашел своего потребителя: общий план продаж по итогам первых двух месяцев был перевыполнен, в некоторых каналах — в несколько раз.



# ПроАптека

## Дизайн упаковки БАДов для «ПроАптеки»



в проекте:

упаковка

продуктовый брендинг

дизайн

Экспертность в русле современных визуальных трендов: много «воздуха» и аптечной, стерильной чистоты, активные авторские иллюстрации, дружелюбный и хорошо читаемый цветной шрифт, экспертные клеймы. Уходим от трудных для восприятия и не вызывающих эмоциональный отклик абстрактных образов. Становимся заметными на полке и выстраиваем с покупателем коммуникацию, которая вызывает доверие в моменте и ведет к лояльности в долгосрочной перспективе.



# ГК «Протек»

## Рестайлинг бренда «Клинса»



### в проекте:

бренд-архитектура

логотип

дизайн упаковки

брендбук

Преобразили популярный бренд «Клинса»: он стал ярче, дружелюбнее и заметнее на аптечной полке. Базовые константы обновленной «Клинсы» выражают синергию человеческой заботы и профессиональной экспертизы.

Стройная бренд-архитектура с понятными визуальными кодами, актуальный и комфортный в использовании фирменный стиль ретранслируются без потери узнаваемости на большие и компактные форматы, легко масштабируются на ассортимент из любого количества SKU.



# Colt

## Бренд техники для стройки и ремонта

### в проекте:

бренд-платформа

логотип, брендбук

нейминг, слоган

дизайн упаковки

COLT — техника для тех, кто предпочитает выполнять работы по ремонту и строительству своими руками и ищет оборудование без избыточных профессиональных опций, но обладающее гарантированной надежностью и качеством. Мы разработали систему идентичности, отвечающую национальной специфике потребления в категории, а также максимально реализующую потенциал доверия аудитории к качеству техники из США.



Волк	Пума	Желтый	Орел	Бизон	Слон
Компрессоры	Овен	Слон	Рысь		
Tornado	Condor	Mustang	Ranger	Grizzly	Western
Pacific	Eagle	Elkon	Sheff	Coyote	Cowboy
Atlantic	Faloon	Buffalo	Keeper	Puma	Rodeo
Скаунт	Griffin		Forester	Fox	Country
Sequoia	Colibri		Famer	Jaguar	

### Colt Tornado

Компрессоры	Овен	Слон			
Овен	Код	Овен	Код	Овен	Код
2/3 фазы	2P/3P	Работа с насосом L	Электро-стартер	E	
Колеса	H		Автоматическое	A	
Катушка со шлангом	B		Ручка колеса	H	

- Примеры:
- Colt Pacific 220/24 2P Set 1
  - Colt Mustang 3500 EAH
  - Colt Condor 160 Set 1
  - Colt Condor 160



# Brulex

## Рестайлинг бренда и упаковки

### В проекте:

корпоративный стиль

логотип

нейминг

Бренду Brulex требовался рестайлинг, способный сделать его в глазах потребителей современнее, технологичнее и удобнее. В новом логотипе отдано предпочтение строчным буквам, которые обрели более «энергичный» и в то же время «гибкий» характер. Объединяющий графический элемент «волна» решает наряду со стилистическими задачами функциональную — служит носителем цветовой идентификации продуктовых групп.



Дмитриевский химический завод

Ultimax Handy

Ultimax®  
*handy*

**В проекте:**

логотип

нейминг

дизайн упаковки

Ultimax — флагманский b2c-бренд Дмитриевского химического завода. В 2017 году мы разработали его как собственный бренд основных растворителей завода-производителя для строительной и автомобильной отраслей. Через год вышел первый суббренд — Ultimax Gravity — полимерный клей для садового дизайна. В 2021 году было решено выпустить Ultimax на рынок FMCG. Средство для мытья посуды сходит «за своего» на полке благодаря считываемым аудиторией категорийным кодам, но обладает собственной визуальной идентичностью. Субнейминг Handy означает «удобный», «под рукой», убеждая в том, что новому средству найдется место в каждом доме. С выходом очередного суббренда Ultimax становится на шаг ближе к макробренду, а b2b-гигант ДХЗ еще больше укрепляет свои позиции на розничном рынке.



# Дмитриевский ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД

## Разработка бренда антисептиков Smartsept



### В проекте:

Нейминг

Логотип

Бренд-лайн

Упаковка

Сайт

Как выглядит качественный ситуативный брендинг? Например, вот так. Пандемия COVID-19 сильно повлияла на покупательские привычки, сделав санитайзеры новой звездой FMCG. Мы помогли крупнейшему производителю химической продукции в России — Дмитриевскому химическому заводу — в сверхсжатые сроки создать и вывести на рынок полноценный бренд принципиально нового для него продукта — универсального антисептического средства. В рамках проекта разработан нейминг, внутренняя бренд-архитектура и дизайн-стандарты линейки санитайзеров покет-формата для личного использования, линейки дезинфицирующих средств для дома и офиса, а также двух специализированных суббрендированных линеек Smartsept PRO и Smartsept MED для профессионального сегмента.



# Дмитриевский ХИМИЧЕСКИЙ ЗАВОД

## Детский антисептик Smartsept Junior

### В проекте:

Нейминг

Логотип

Упаковка

Новая позиция в ассортименте не требующих смывания антисептических средств Smartsept ориентирована на школьников — детей и подростков. Важно органично встроить новый продукт в линейку уже существующих средств Smartsept, но при этом учесть специфику новой, юной аудитории. Субнейминг Junior («младший») выгодно выделяет антисептик на фоне стандартного «Kids» у конкурентов. Исходный строгий и минималистичный дизайн взрослого Смартсепта как будто дофантазирован ребенком: приписанное от руки имя, дорисованные кляксы-вирусы и главный герой, забавный и хулиганистый малыш-Смартсепт — все это делает суббренд живым, позитивным и обращающим на себя внимание.



# Фонд «Нить добра»

## Стиль творческой мастерской

### в проекте:

нейминг, копирайтинг, слоган

логотип, брендбук

мерч, иллюстрация

дизайн среды

Нейминг, копирайтинг и фирменный стиль для творческой мастерской, педагоги которой проводят регулярные занятия в детских онкологических отделениях. Главная идея — создать особый мир внутри больницы, в котором болезнь отступает на второй план. Это мир активной дружбы и взаимоподдержки. Сообщество «Воображителей» во главе с любопытной и неунывающей Варварой во «Вдохноваторской» укрепляет самое главное для реабилитации — моральный дух.



Спасибо!

