

Yasno.

branding agency

**Ясные
решения —
слагаемые
успеха.**

У.

Принципы работы



Ясность

Мы не создаём пространных конструкций в коммуникациях, а доносим сообщения простым и понятным способом.

Системность

Мы не выдумываем некую волшебную методику, а пользуемся теми, которые себя зарекомендовали. Клиент всегда понимает, как мы работаем и приходим к решению. Все этапы процесса отлажены, а результат можно прогнозировать.

Профессионализм

У нас нет предпочтений по стилю – мы подбираем его под цели и задачи каждого проекта индивидуально и осмысленно, отталкиваясь от культурных, социальных или исторических ценностей бренда.

Сотрудничество

Мы не работаем над проектом обособленно. Практика показывает, что лучший результат происходит в среде обмена идеями, поэтому стараемся работать в тесной взаимосвязи со всеми заинтересованными сторонами.

Клиенты



Johnson+Johnson

ABInBev/EFES

X5RETAILGROUP



Beiersdorf



МОСКОВСКАЯ
ПИВОВАРЕННАЯ
КОМПАНИЯ

NUTRICIA



Reckitt
Benckiser



акрихин

JDE
JACOBS DOUWE EGBERTS

OTC Pharm
ОТСИФАРМ



Создаём упаковку

У.

клиент: **ООО «Агроторг» / ASSAND**
задача: Редизайн упаковки линейки чая и разработка нейминга



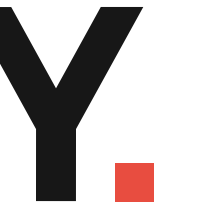
клиент: **Unilever / Calve**

задача: Разработка дизайна линейки экзотических соусов



клиент: **Unilever / Knorr**

задача: Адаптация дизайна супов новой линейки бренда для российского рынка



клиент: Unilever / Knorr

задача: Разработка дизайна упаковки линейки крем-супов



клиент: **Unilever / Knorr**

задача: Разработка дизайна упаковки нового продукта в портфеле бренда



Knorr
SINCE 1838

МОРКОВЬ
СВЕКЛА
РЕПА

ЗДОРОВЫЙ
ПЕРЕКУС

145 г

СВЕЖИХ
ОВОЩЕЙ



ИСТОЧНИК
КЛЕТОЧКИ



БЕЗ
ГЛЮТЕНА



на порцию
(30 г)
ккал
140
5.6%

клиент: **Unilever Food Solution**

задача: Адаптация дизайна сухих смесей бульонов бренда Knorr Professional для российского рынка



клиент: **X5 Retail Group**
задача: Редизайн упаковки меда



клиент: **JDE / Jacobs**

задача: Разработка дизайна упаковки для нового вкуса Jacobs 3в1

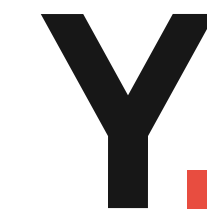


клиент: **Unilever / «Чистая линия»**
задача: Редизайн упаковки фито-дезодоранта «Чистая линия»



клиент: **Unilever / Clear**

задача: Разработка дизайна этикетки для ограниченной серии мужского шампуня с футбольной тематикой





клиент: **Unilever / Clear**

задача: Разработка дизайна этикетки для ограниченной серии мужского шампуня



клиент: **Beiersdorf / Nivea**

задача: Разработка концепции и дизайна упаковки лимитированной линейки бренда



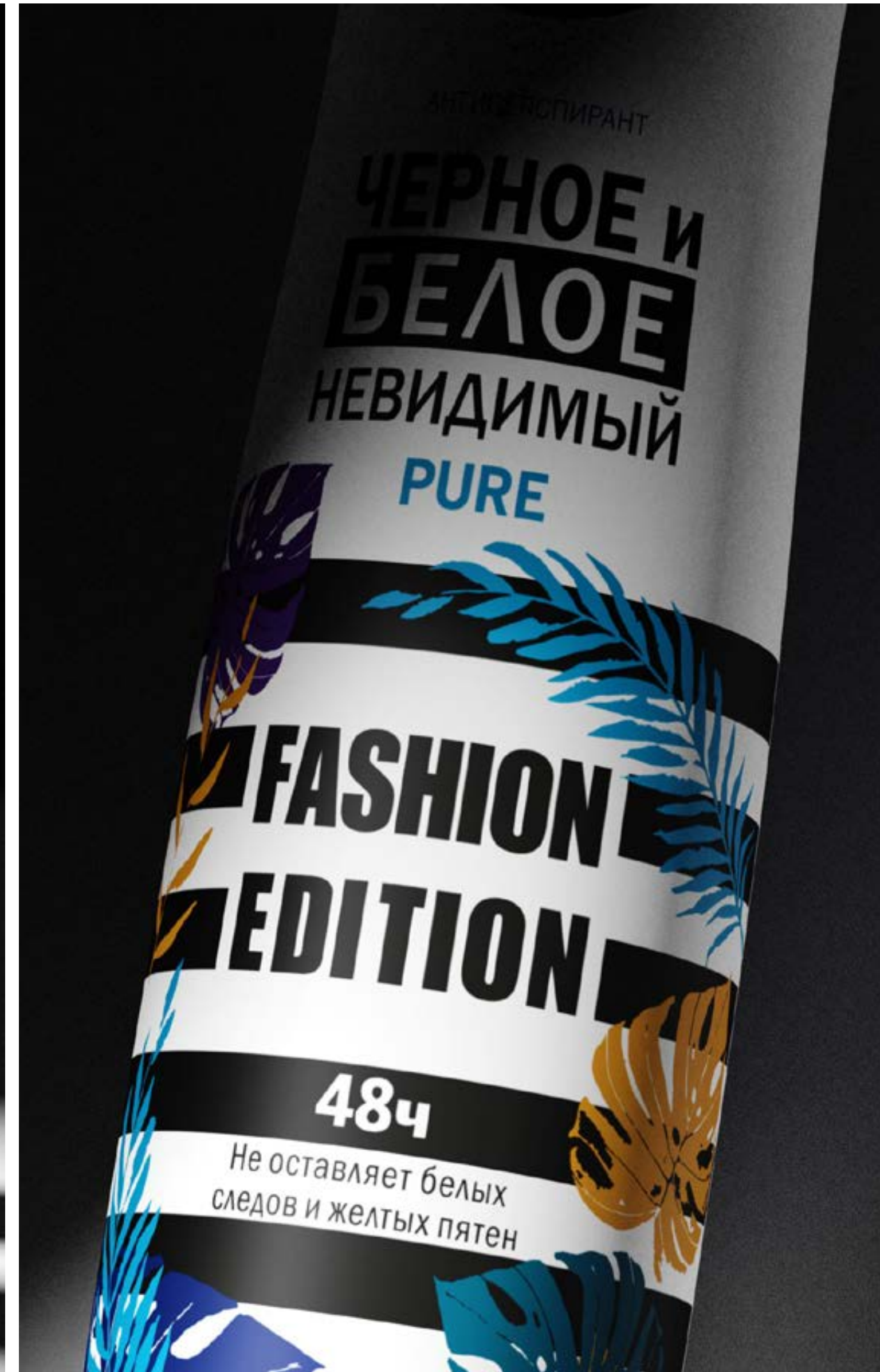
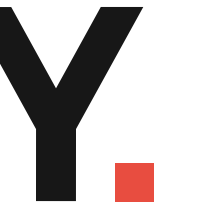
клиент: **Beiersdorf / Nivea**

задача: Разработка концепции и дизайна лимитированной серии упаковки NIVEA Creme

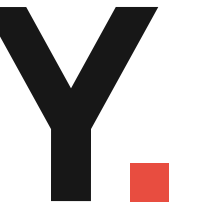


клиент: **Beiersdorf / Nivea**

задача: Адаптация дизайна линейки антиперспирантов бренда Nivea



клиент: **Beiersdorf / Nivea**
задача: Разработка концепции и дизайна упаковки



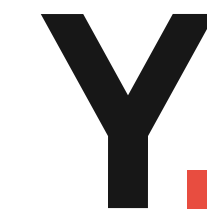
клиент: **Мыловаров**

задача: Разработка дизайна упаковки косметики ручной работы



клиент: **Unilever / Cif**

задача: Разработка дизайна этикетки для ограниченной серии чистящего крема

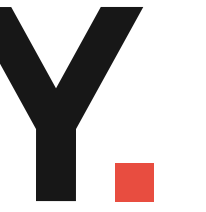


клиент: **Дымовское колбасное производство / Дымов**
задача: Разработка дизайна полиамидной плёнки для варёных колбас



клиент: **AB InBev Efes / Hoegaarden**

задача: Разработка концепции и дизайна этикетки для нового вкуса в линейке бренда пива



клиент: **AB InBev Efes / «Жигулёвское» (Приморское)**

задача: Редизайн этикетки и маскара для бренда пива



клиент: **AB InBev Efes / Bud**

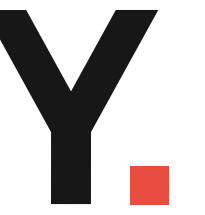
задача: Разработка этикетки лимитированной серии бренда пива для команды-победителя Чемпионата мира по футболу



клиент: **Ипатовский пивзавод / Mirax**
задача: Разработка дизайна упаковки энергетика



клиент: **Nutricia / Nutrilon**
задача: Разработка концепции и дизайна упаковки молочных смесей



NUTRICIA
Nutrilon®

У.



Творожки 100г



Творожки 50г



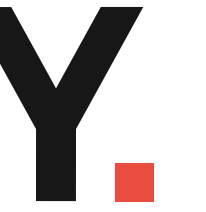
Густые йогурты 80г



Кефирчик 200г



клиент: **Nutricia / «Малютка»**
задача: Разработка дизайна продуктовой линейки бренда

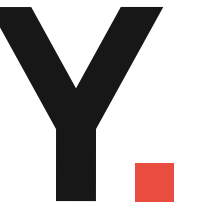


клиент: **Главжар**

задача: Разработка фирменного стиля, нейминга, позиционирования и дизайна упаковки



клиент: **OTC Pharm / Уронорм**
задача: Разработка концепции и дизайна упаковки нового продукта

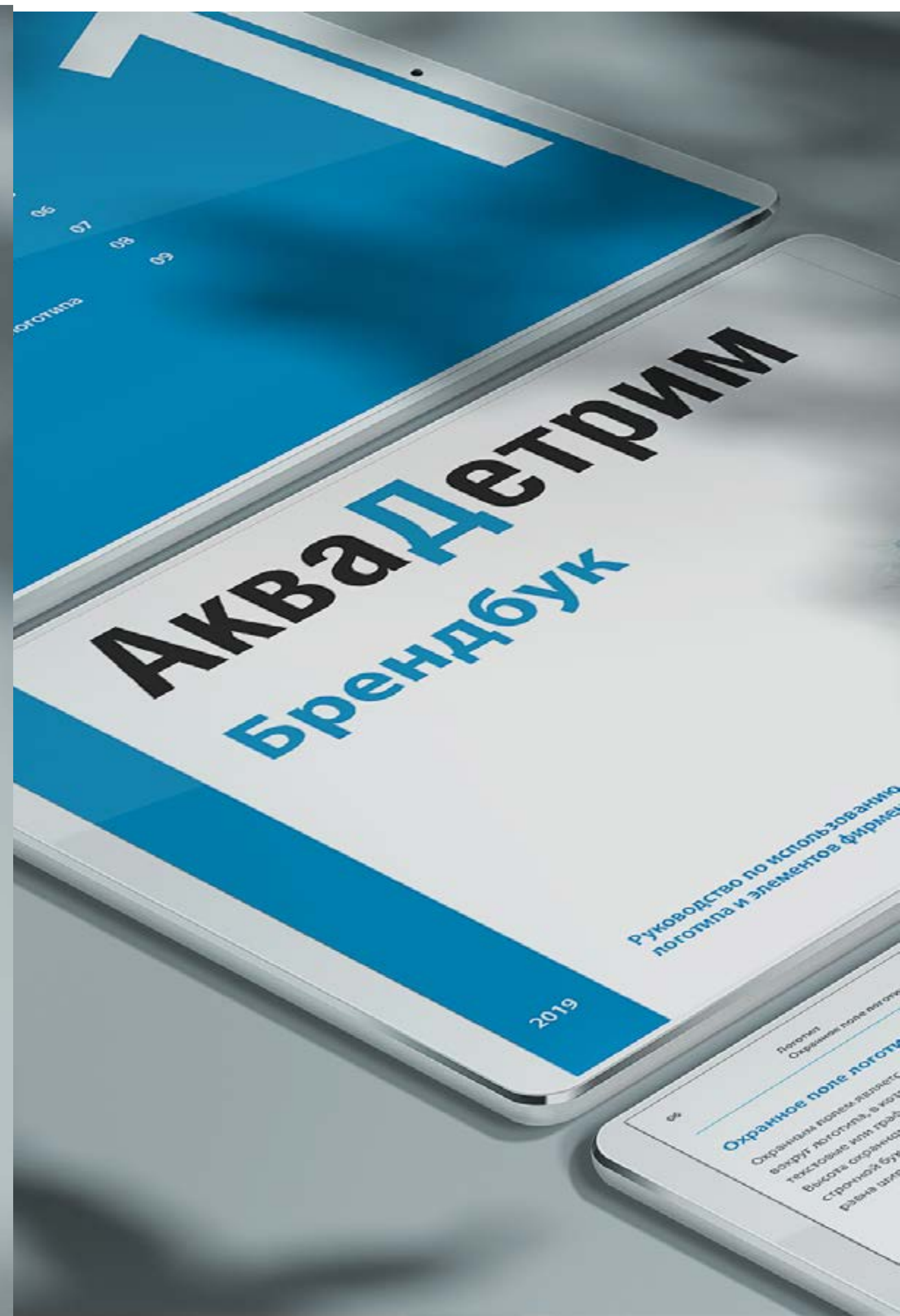


клиент: **Акрихин / Аквадетрим**

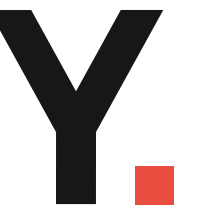
задача: Редизайн упаковки капель и адаптация полученного SKU под новую лекарственную форму препарата



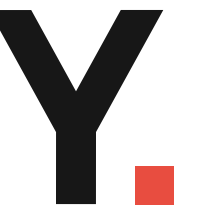
ИМЕНЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ИНСТРУКЦИЕЙ



клиент: **ОТС Pharm / Амиксин**
задача: Редизайн упаковки лекарственного препарата



клиент: **ОТС Pharm / Пенталгин**
задача: Редизайн упаковки обезболивающего средства



клиент: **OTC Pharm / Протаргол-ЛОР**
задача: Разработка дизайна упаковки лекарственного препарата



клиент: **OTC Pharm / Компливит**
задача: Разработка дизайна упаковки биологически активной добавки



клиент: **ОТС Pharm / Моксифлоксацин-Оптик**
задача: Разработка дизайна упаковки глазных капель



клиент: **OTC Pharm / Корвалол**
задача: Редизайн упаковки лекарственного препарата



клиент: **ФОРП / Диовенгес, Дексолитин**
задача: Разработка нейминга и дизайна упаковки лекарственного препарата



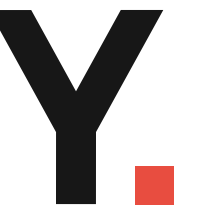
клиент: **Смирнов и Ко / Матрикс**
задача: Редизайн упаковки лекарственного препарата



клиент: **НоваМедика / Фиссарิโอ**
задача: Разработка нейминга и дизайна упаковки



клиент: **Reckitt Benckiser / EVITEST**
задача: Редизайн упаковки теста для определения беременности



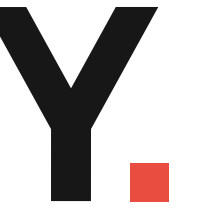
Создаём

подарочную

упаковку

У.

клиент: **Ritter Sport**
задача: Разработка дизайна сета промоупаковки



клиент: **Ritter Sport**

задача: Разработка дизайна сета промоупаковки



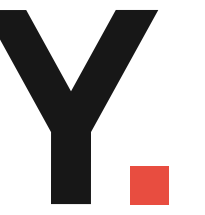
клиент: **JDE / Jacobs**

задача: Разработка дизайна упаковки для нового вкуса Jacobs 3в1



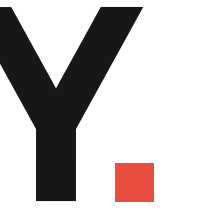
клиент: **Unilever / Brooke Bond**

задача: Разработка дизайна упаковки для лимитированной серии промонаборов чая



клиент: **Unilever / Lipton**

задача: Разработка дизайна упаковки для лимитированной весенней серии промонаборов чая



клиент: **Unilever / Brooke Bond**

задача: Разработка дизайна упаковки для лимитированной серии новогодних промонаборов чая



клиент: **Unilever / Lipton**

задача: Разработка дизайна упаковки для лимитированной серии промонаборов чая



клиент: **Mondelez / Tuc**

задача: Разработка дизайна упаковки трёх наборов лимитированной линейки бренда



клиент: Colgate-Palmolive / Colgate

задача: Разработка концепции и дизайна детского подарочного набора



клиент: **Colgate-Palmolive / Palmolive**
задача: Разработка дизайна упаковки подарочных наборов для онлайн-канала продаж



клиент: **Colgate-Palmolive / Palmolive**
задача: Разработка дизайна упаковки серии подарочных наборов





«Натурэль»



«Гурмэ»



«Зарядись энергией!»



«Роскошь масел»



Кастомизированные наборы



«Роскошь масел»

«Гурмэ»

«Арома»



«Натурэль»



«Зарядись энергией»

клиент: **Unilever / Dove**

задача: Разработка концепции и дизайна подарочных наборов средств по уходу за телом





клиент: **Unilever / Чистая Линия**

задача: Разработка концепции и дизайна подарочных наборов средств по уходу за телом



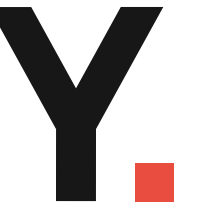


У.



клиент: **Unilever / CLEAR**

задача: Разработка концепции и дизайна подарочных наборов средств по уходу за телом





Y.



клиент: **Unilever / AXE**

задача: Разработка элементов визуальной идентификации промокампании линейки мужского аромата



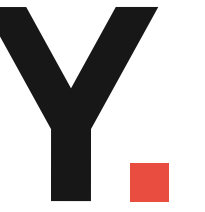
клиент: **Unilever / AXE**

задача: Разработка дизайна подарочных наборов парфюмерии и средств по уходу



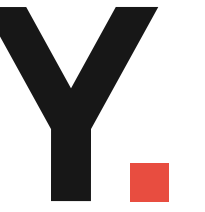
клиент: **Unilever / Rexona**

задача: Разработка дизайна промонабора новой линейки дезодорантов



клиент: **Unilever / Timotei**

задача: Разработка концепции и дизайна упаковки подарочных наборов

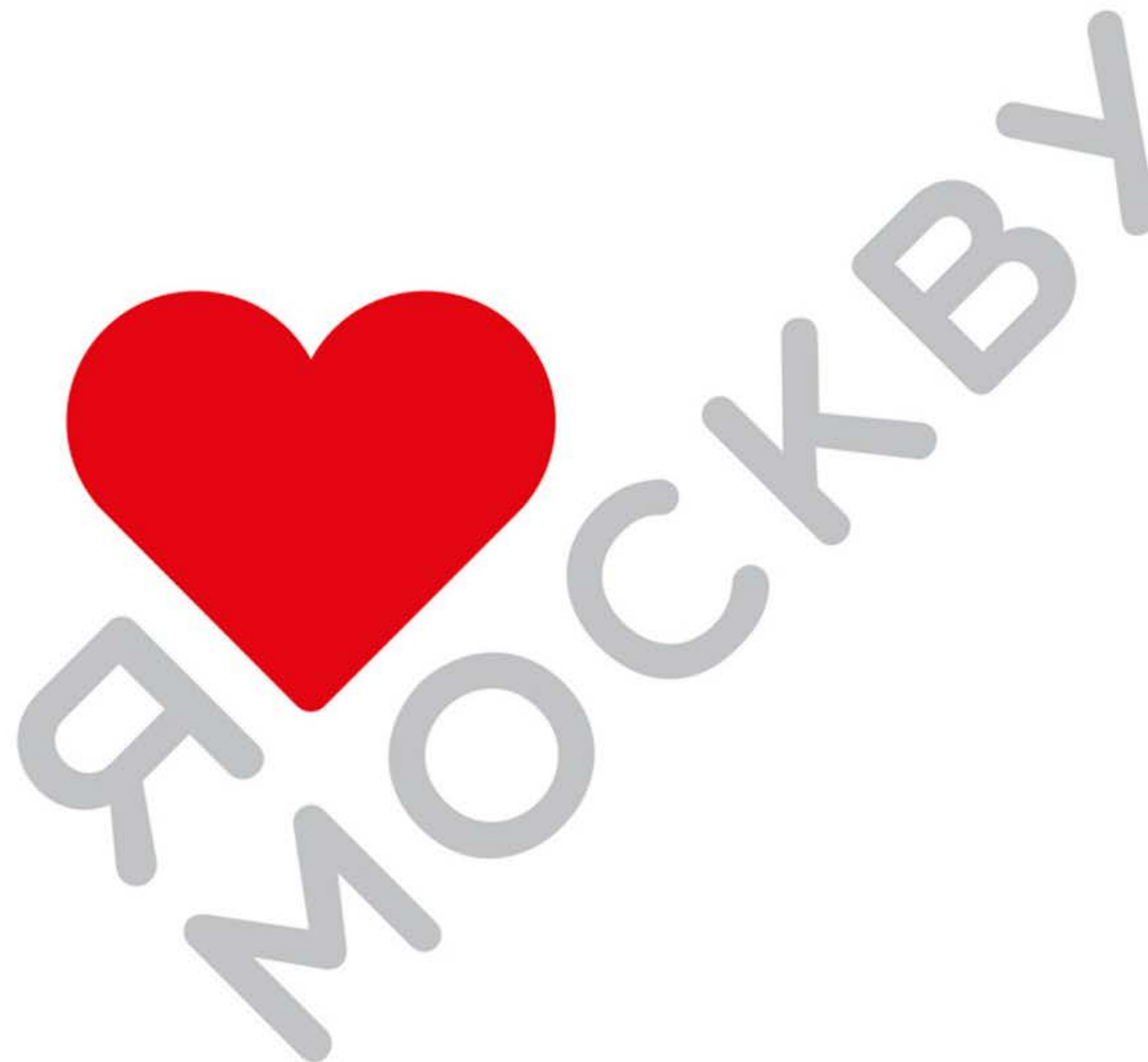


Создаём брендинг

У.

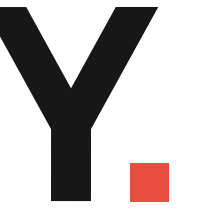
клиент: **Департамент культуры города Москвы**

задача: Разработка элементов брендинга



клиент: **Музей-панорама Бородинская битва**

задача: Ребрендинг платформы бренда, фирменного стиля, разработка шаблонов рекламно-информационных материалов и сувенирной продукции и разработка дизайна, вёрстка и программирование сайта





Музей «Кутузовская изба»



Храм Архангела Михаила



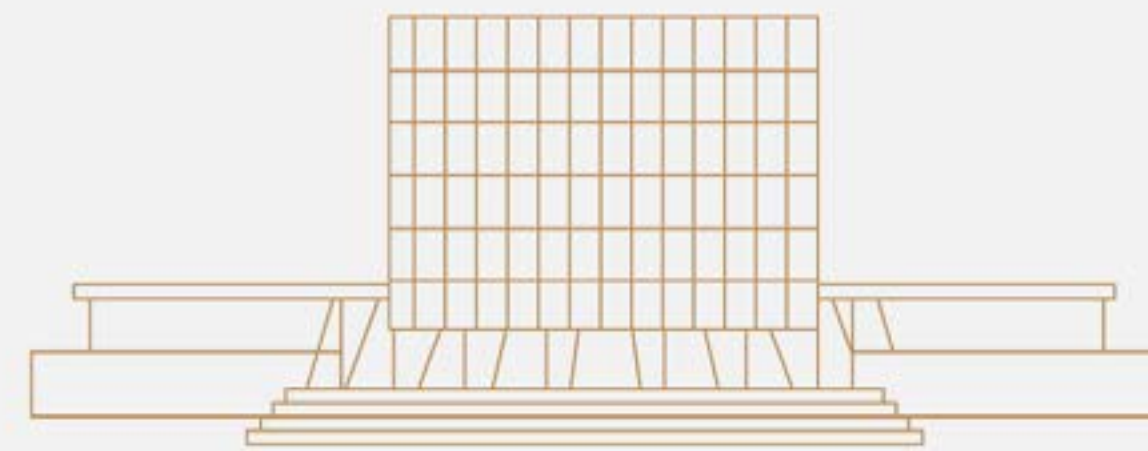
Верстовой столб



Бюст М. И. Кутузова



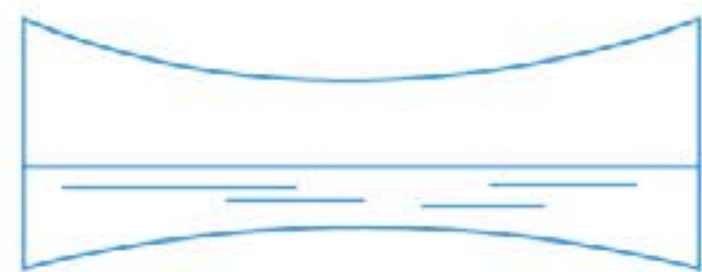
Обелиск с братской могилы



Музей-панорама «Бородинская битва»

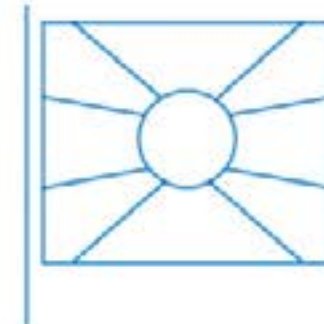


Памятник Кутузову и славным сынам Русского народа



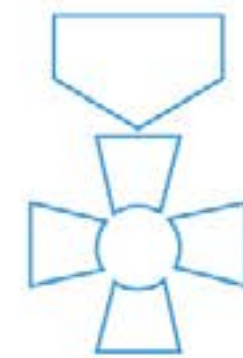
уникальный формат

+



история

+



героизм

место творчества
аттракцион

пространство

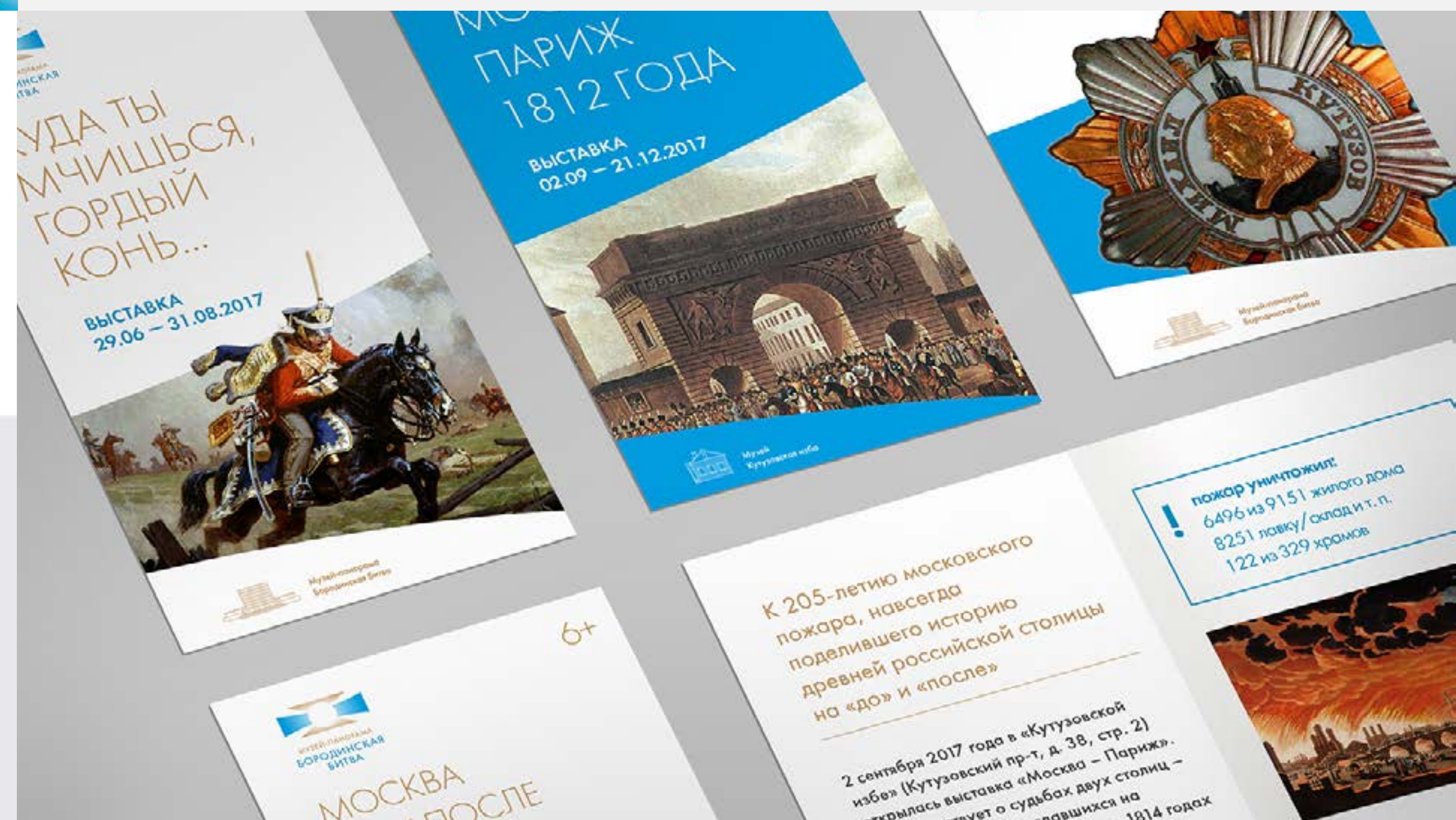
иллюзия

впечатление

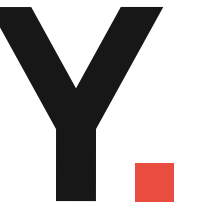
мираж

история

героизм
место притяжения



клиент: **Музей-панорама Бородинская битва**
задача: Разработка дизайна сайта



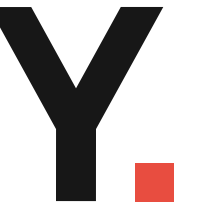
клиент: **Интерфакс / СПАРК**

задача: Разработка позиционирования, логотипа, фирменного стиля, стратегии коммуникаций и шаблонов промоматериалов бренда





клиент: **Парк Горького**
задача: Разработка дизайн-решения для системы навигации парка



Ориентирующая
стела



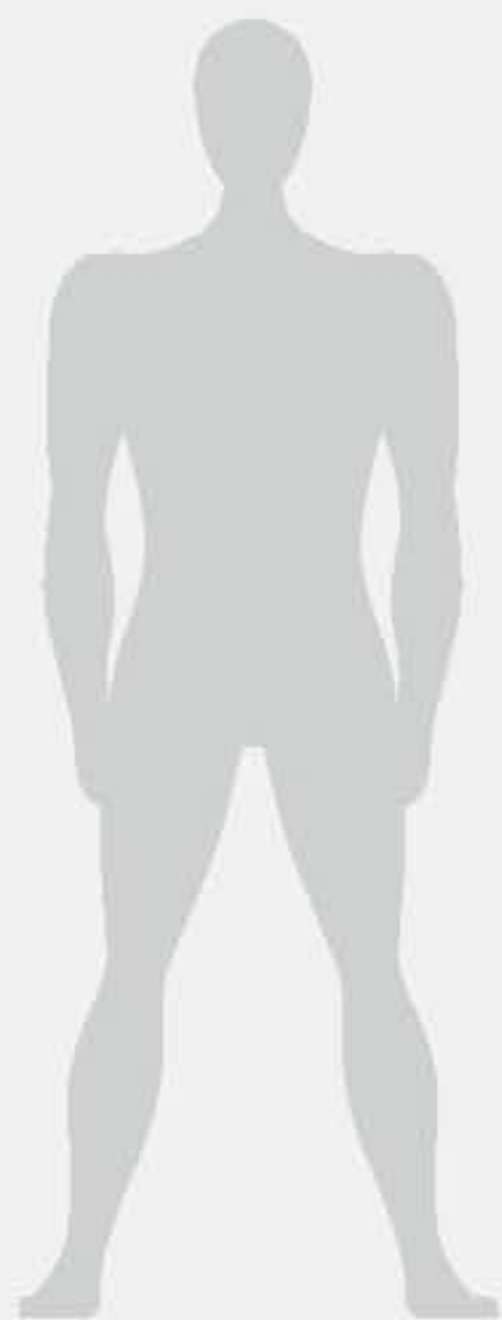
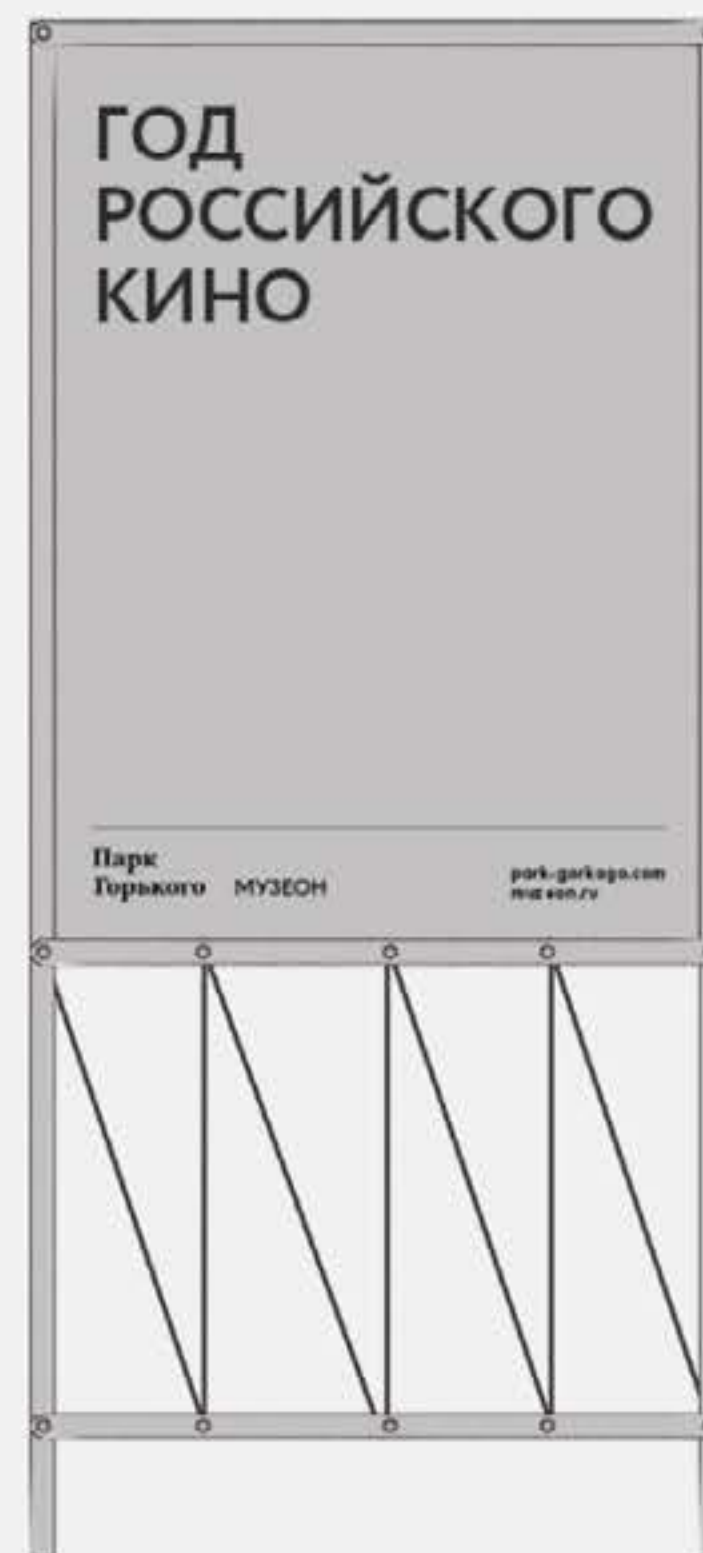
Направляющая
стела



Регулирующая
информация



Носитель
для промо





Парк Горького
Gorky Park

Сэндвичи
Sandwiches

MENU RESTAURANT

EAT, DRINK & BE MERRY





ПРОКАТ



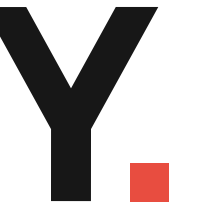
Билетная касса
Tickets

билеты

Пункт проката
Rent a bike

пункт проката

клиент: **Измайловский парк**
задача: Разработка логотипа и фирменного стиля





before



since

1930

Измайловский
парк

after

клиент: **Парк Горького**
задача: Разработка логотипа



**ЛЕКТОРИЙ
ГЛАВНОГО
ВХОДА**



клиент: **Планетарий**

задача: Разработка логотипа, фирменного стиля, слогана и дизайна всей линейки рекламно-информационных продуктов для различных рекламных носителей



МОСКОВСКИЙ
ПЛАНЕТАРИЙ

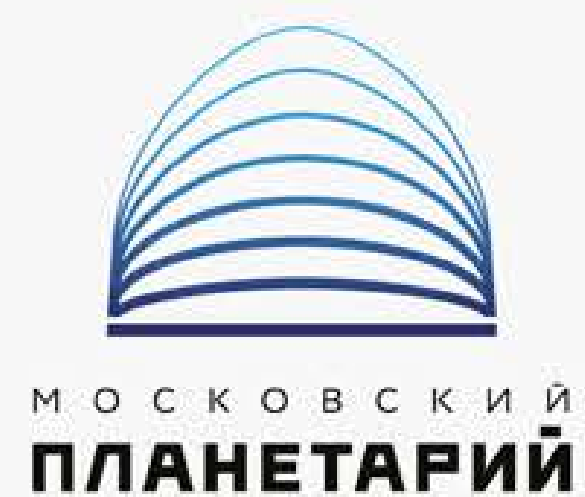


старый логотип



новый логотип

Основная версия логотипа

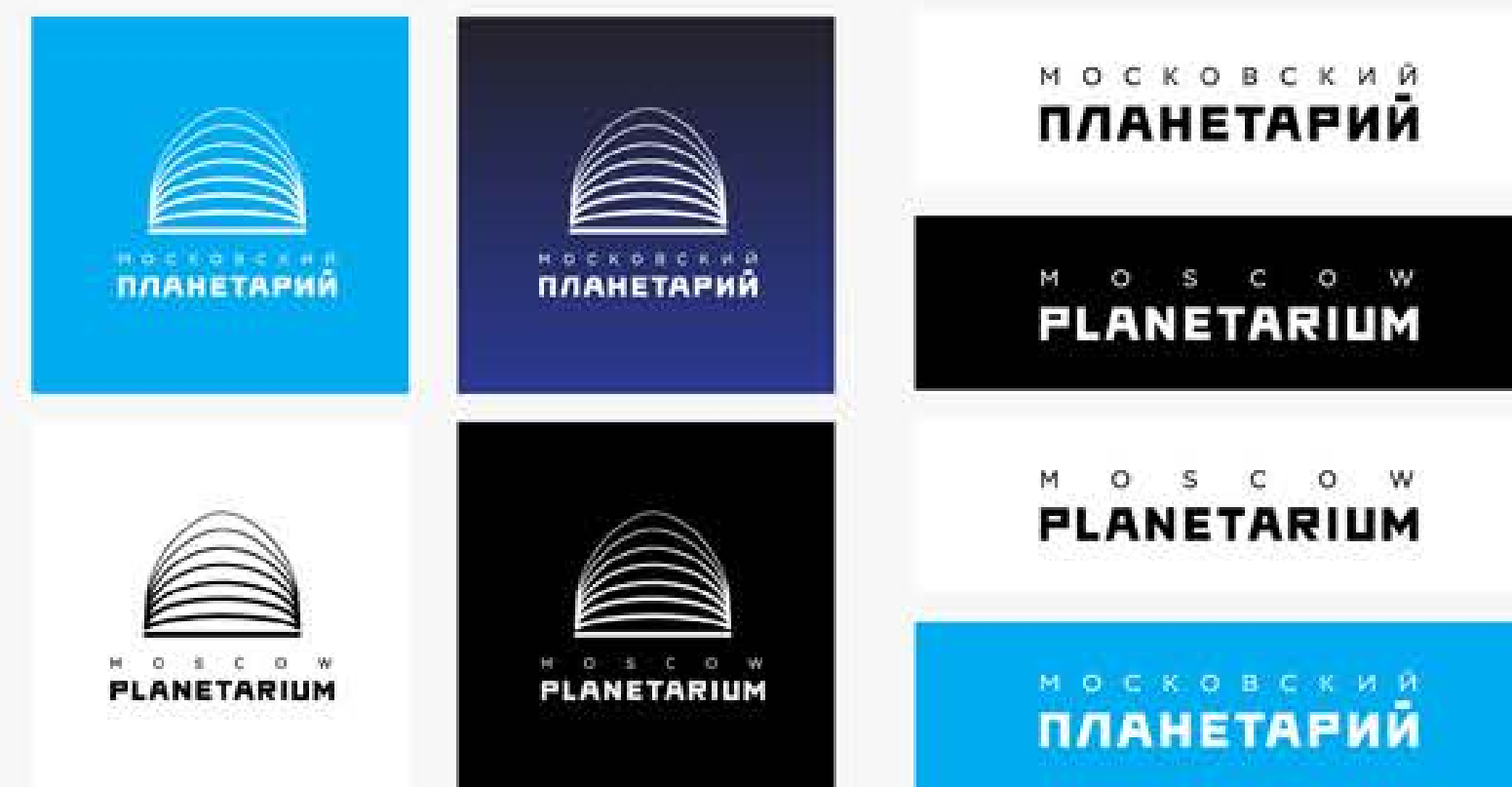


Русская версия



Английская версия

Дополнительная версия логотипа



Типографика

**ОТКРЫВАЕТ
УДИВИТЕЛЬНЫЙ
МИР ЗВЁЗД**

**Планетарий Москвы
открывает перед Вами
удивительный мир звёзд,
научных достижений**

Большой Звездный зал, Музей Урании
и интерактивный музей «Лунариум», Парк
неба с двумя башнями-обсерваториями, 4D
кинотеатр, Малый звездный зал, – все это
ждет вас сегодня в Большом Планетарии

основан в 1929 году

Фирменные цвета



Растровая графика

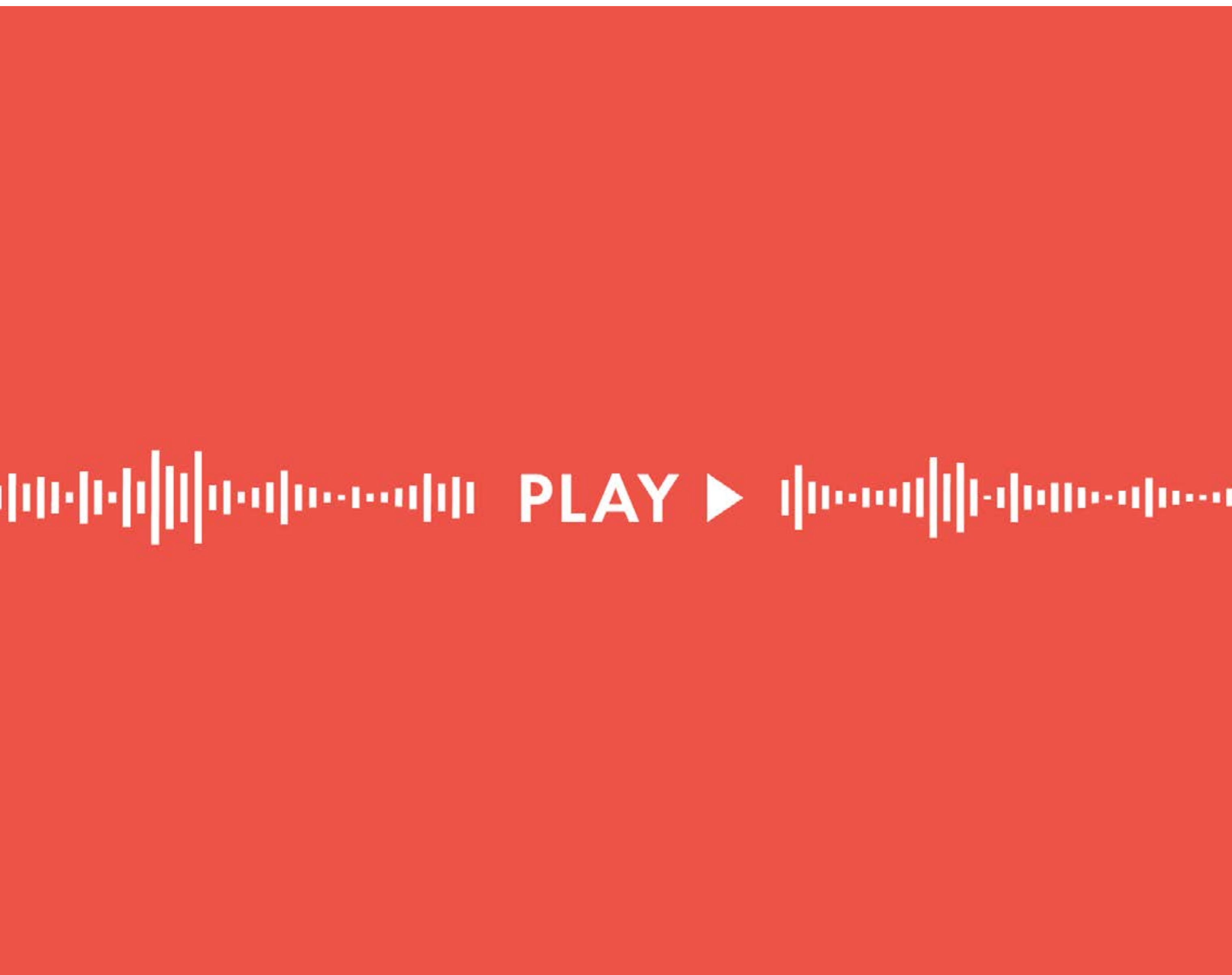


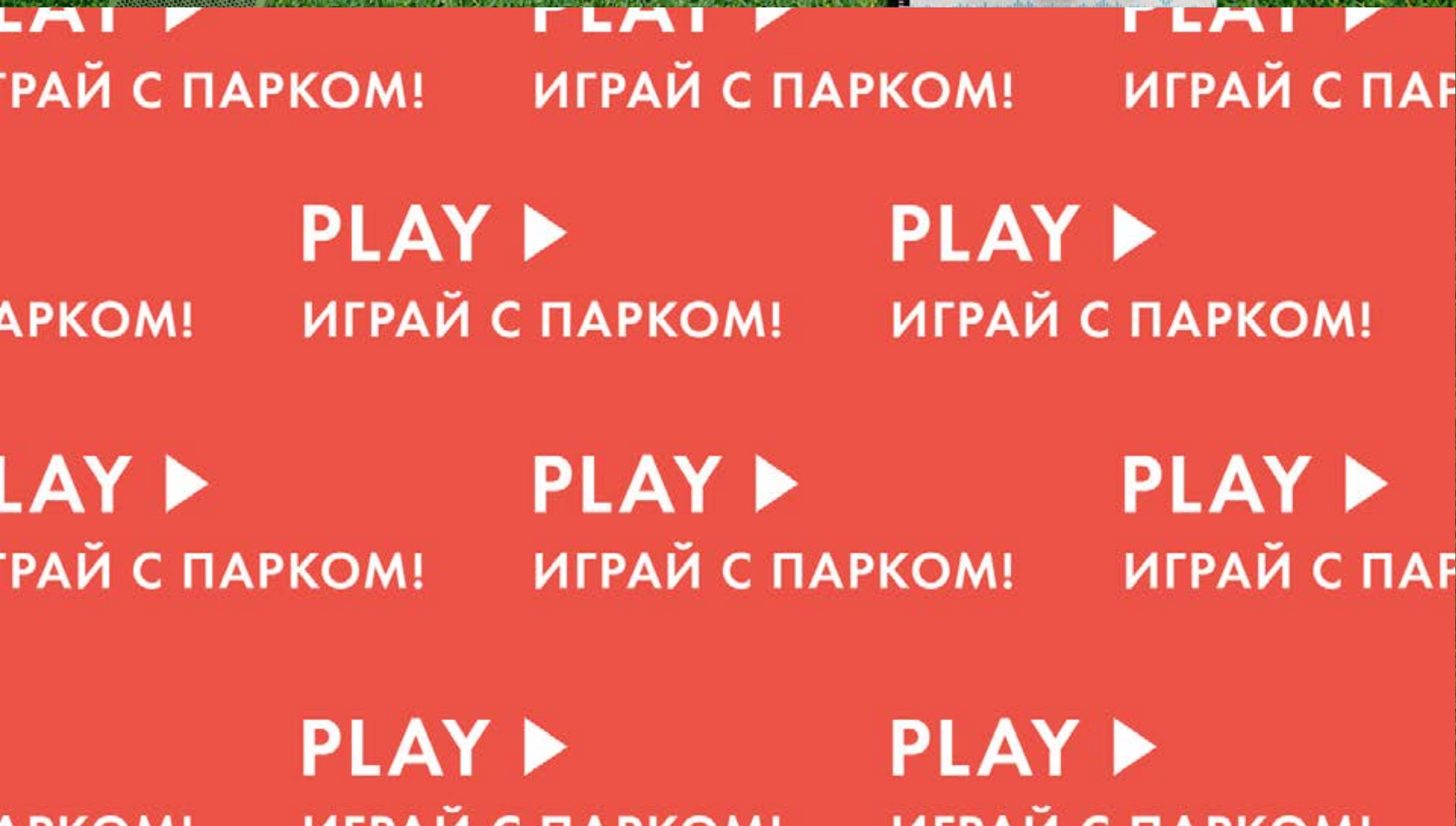
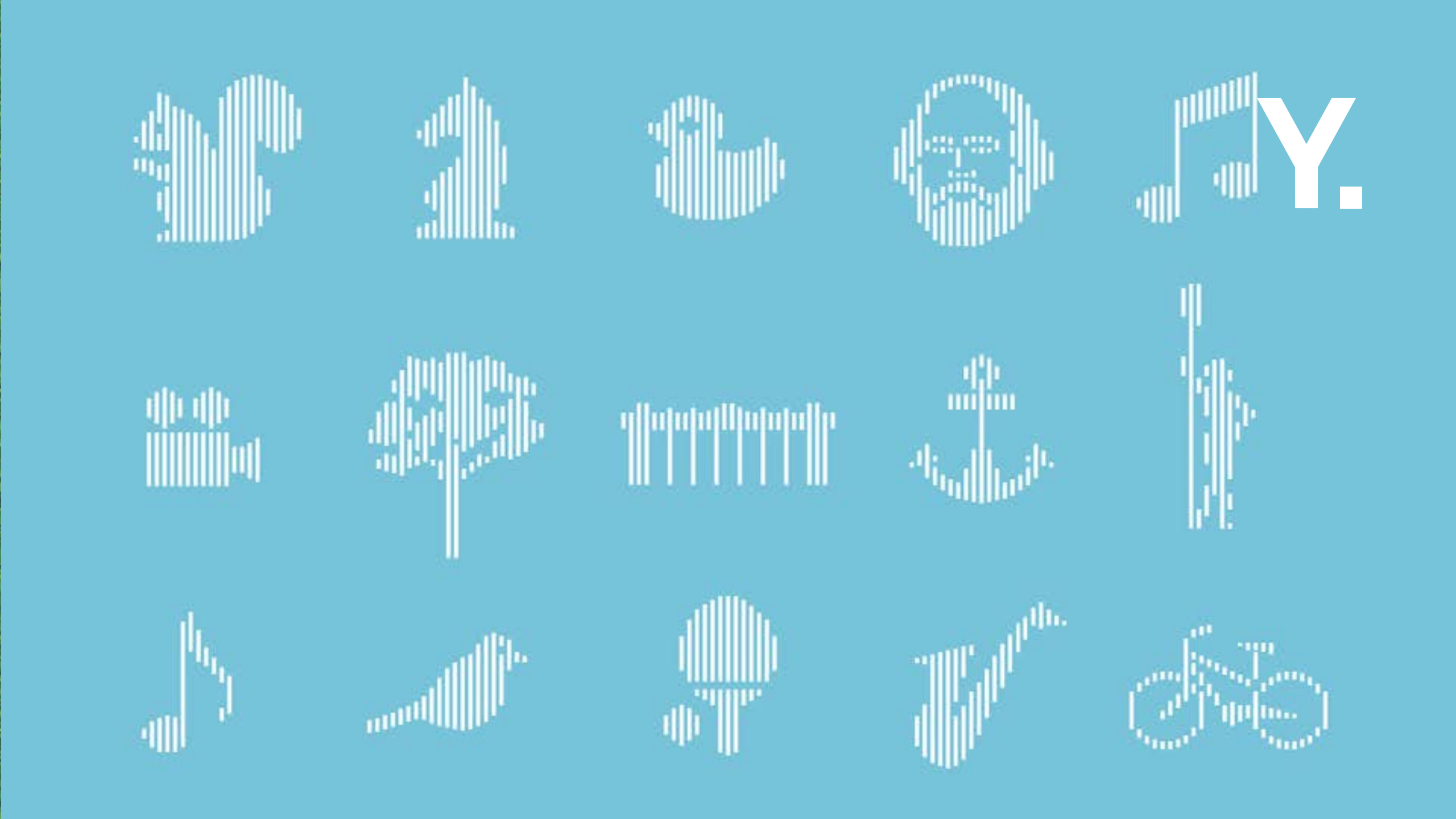
Векторная графика





клиент: **Парк Горького**
задача: Разработка логотипа, визуальной айдентики и слогана







клиент: **Музеон**
задача: Разработка фирменного стиля



М У З Е О Н

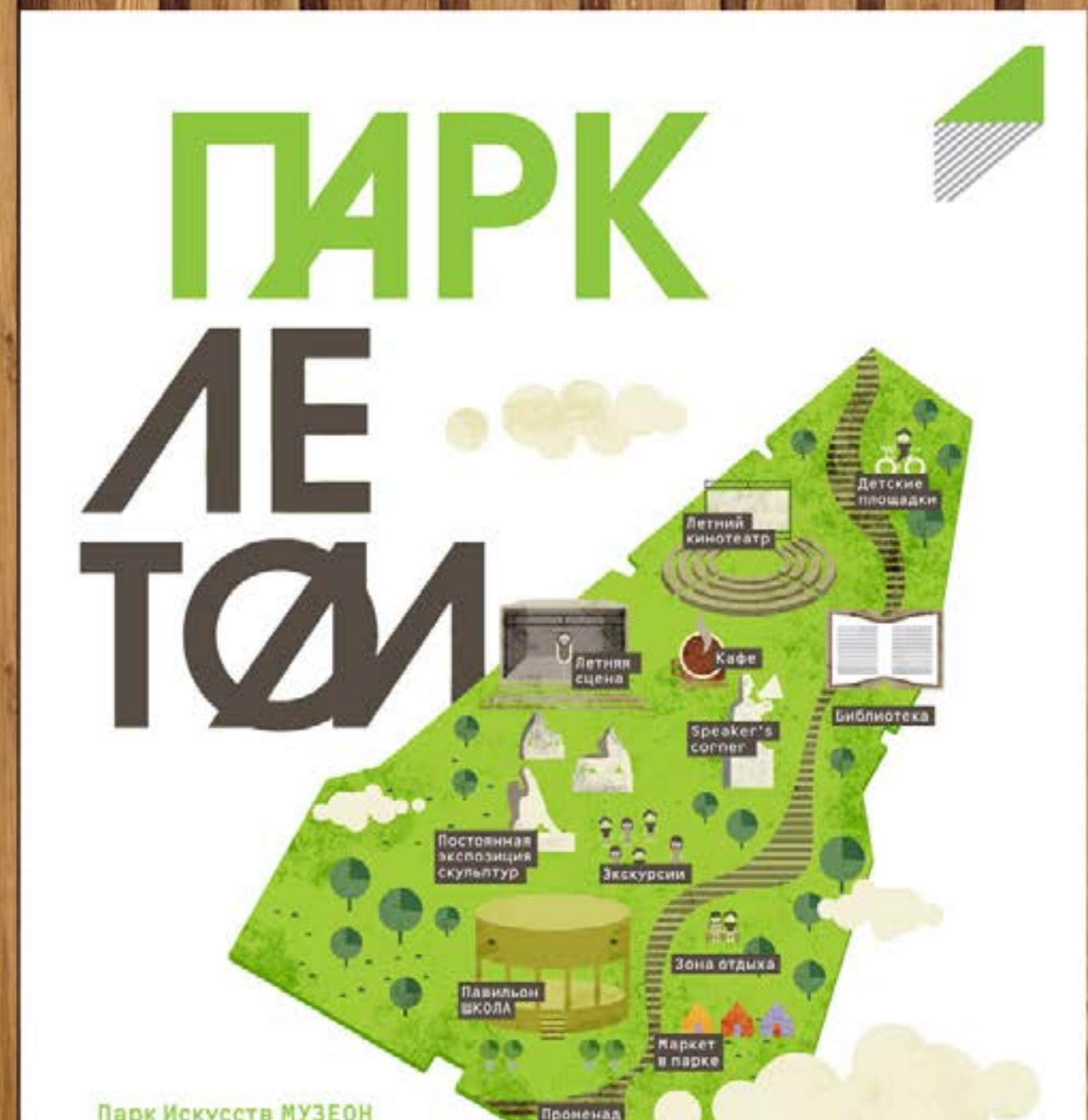
БЫЛО



СТАЛО



У.



ПЕРВЫЙ ДЕНЬ / 14 ИЮЛЯ / 14.00-22.00 / КЛАССИКА

ГРАММА / АЗДНО / ВАНИЯ / ДНЯ РОЖДЕНИЯ МУЗЕОНА

Новая выставка «Здесь будет парк» расскажет о нерешенных архитектурных проектах на территории МУЗЕОНА

15.00 / 17.00 / экскурсия «Классика»

МУЗЕОН

ВТОРОЙ ДЕНЬ, 15 ИЮЛЯ, 14.00-21.00 - ЭКСПЕРИМЕНТ

Описание см. первый день

Вторая авторская экскурсия Константина Плотникова в честь юбилея Парка искусства МУЗЕОН посвящена странному и зачастую необычному проявлению модернистского начала в отечественной скульптуре. Экскурсанты познакомятся с творчеством Александра Григорьевича, Дмитрия Тугаринова, Владимира Буйнечева и других советских и российских скульпторов. Примеры того, как они экспериментировали, посетители увидят в скульптурах из окисленного металла и расплавленных углов. В

Описание см. первый день

Вторая авторская экскурсия Константина Плотникова в честь юбилея Парка искусства МУЗЕОН посвящена странному и зачастую необычному проявлению модернистского начала в отечественной скульптуре. Экскурсанты познакомятся с творчеством Александра Григорьевича, Дмитрия Тугаринова, Владимира Буйнечева и других советских и российских скульпторов. Примеры того, как они экспериментировали, посетители увидят в скульптурах из окисленного металла и расплавленных углов. В

17.00 / летняя сцена МУЗЕОНА, концертная программа.

Уральский электронный ансамбль «4 позиции Бруно»

Описание см. первый день

17.00 / летняя сцена МУЗЕОНА, концертная программа.

Уральский электронный ансамбль «4 позиции Бруно»



С 2012 года МУЗЕОН активно развивает свои функции, три события - это выставки, три события - это выставки, три события - это выставки

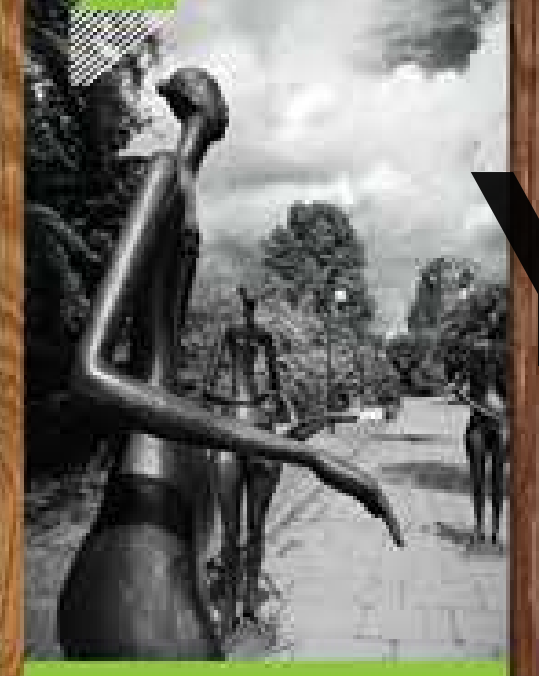
ARTS PARK

Tour «Monuments of the Soviet period»

МУЗЕОН

TOUR'S PLAN

- 1 Entrance
- 2 Cafeteria
- 3 Start
- 4 Finish



ARTS PARK

Dark side of the soviet-era July / Every Thursday at 5 pm Tour «Monuments of the Soviet period»

МУЗЕОН



PAVILION SHKOLA

MARCH is Moscow's new independent school of architecture

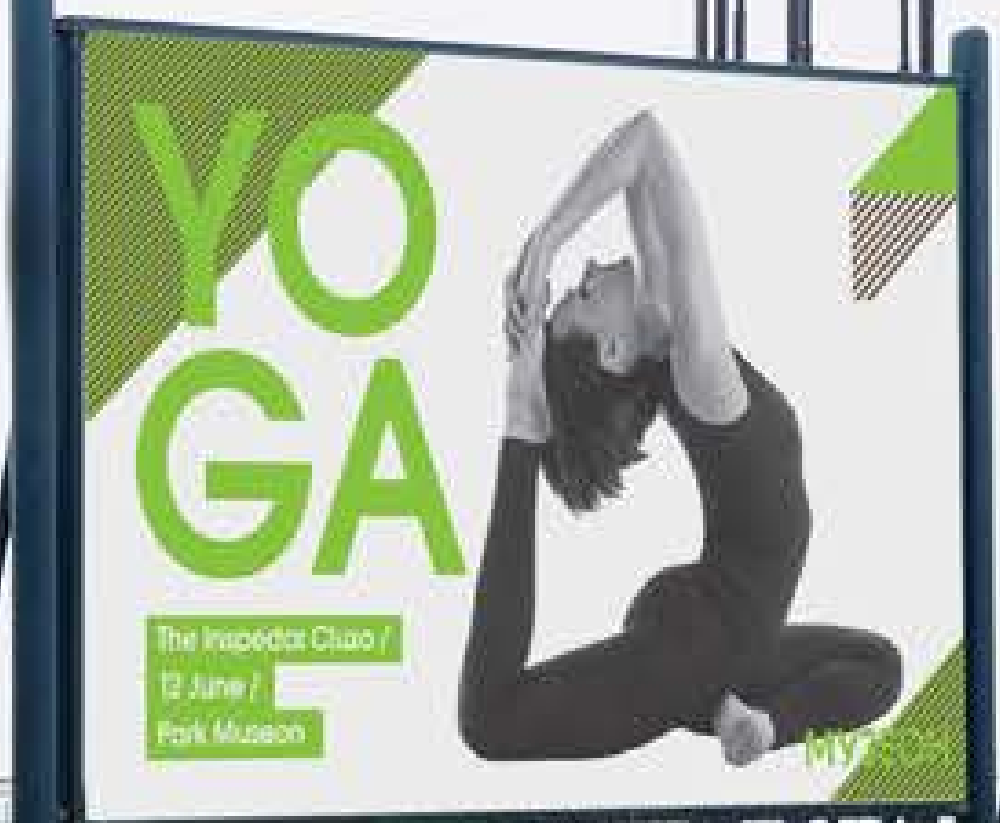
On April 10, by AERPLAY design centre was officially presented a new project - MARCH - an architectural school. The press-conference announced goals and objectives of the school including its plans in the near future. On May 25, during the exhibition ARCH Moscow and 2nd Moscow Architecture Biennale will open the SCHOOL Pavilion offering public lectures, workshops



THE SINGER
The Inspector Cluzo /
12 June /
Park Museon
MY3EOH



THE SINGER
The Inspector Cluzo /
12 June /
Park Museon
MY3EOH



YO G A
The Inspector Cluzo /
12 June /
Park Museon
MY3EOH



MARKET
The Inspector Cluzo /
12 June /
Park Museon
MY3EOH

клиент: **Nutricia**

задача: Разработка нового логотипа и айдентики бренда Nutricia



NUTRICIA
A DANONE COMPANY



клиент: **Форп**

задача: Разработка логотипа и ребрендинг фирменного стиля для фармацевтической компании





было



стало



клиент: **Takeda**
задача: Разработка логотипа 25-летия компании



клиент: **Takeda**

задача: Разработка логотипа и айдентики ежегодной конференции для сотрудников компании



клиент: **Takeda**

задача: Разработка логотипа и айдентики конференции



ЛИДЕРЫ
ТАКЕДА СНГ



ПРОГРАММА	19 апреля	7:00 - 09:00	Завтрак
	9:00 - 18:00	Бизнес-часть	
	10:30 - 10:45	Кофе-брейк	
	13:00 - 14:00	Обед	
	16:30 - 16:45	Кофе-брейк	
	19:00	Сбор для трансфера на ужин	
	19:30 - 22:00	Ужин в ресторане "В тени Метехи"	
	22:00 - 22:30	Трансфер в отель	
	20 апреля	7:00 - 09:00	Завтрак
	9:00 - 18:00	Бизнес-часть	
	10:30 - 10:45	Кофе-брейк	
	13:00 - 14:00	Обед	
16:30 - 16:45	Кофе-брейк		
19:00	Сбор для трансфера на ужин		
19:30 - 22:00	Ужин в ресторане "В тени Метехи"		
22:00 - 22:30	Трансфер в отель		
21 апреля	7:00 - 09:00	Завтрак	
9:00 - 18:00	Бизнес-часть		
10:30 - 10:45	Кофе-брейк		
13:00 - 14:00	Обед		
16:30 - 16:45	Экскурсионная программа: Джвари, Шато Мухрани, Мцхета		
19:00	Сбор для трансфера на ужин		
19:30 - 22:00	Ужин в ресторане "В тени Метехи"		
22:00 - 22:30	Трансфер в отель		
22 апреля	7:00 - 09:00	Завтрак согласно вылету	
		Трансфер в аэропорт	

**Константин
Константинов**
PR-директор

Программа конференции
Грузия 2016

День приезда: 23 июня, понедельник

09:45 Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

10:45 Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

11:45 Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

12:45 Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

--- --

Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

Отправление из Москвы 1-ой группы аэропорт Шереметьево

орой: 24 июня, вторник

1:00 Отправление из Москвы 1-ой группы

2:00 Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы

Отправление из Москвы 1-ой группы



ЛИДЕРЫ

ТАКЕДА С



клиент: **Takeda**
задача: Разработка логотипа и айдентики конференции



Нусомед Россия –
**ТЕРРИТОРИЯ
РОСТА**



Всем сотрудникам было предложено выступить на виртуальной территории»

Всем сотрудникам было предложено выступить на виртуальной территории»

Всем участникам будет предложено применить деловые качества, проявить творчество и свои таланты

The Nycomed palette is confident and bold. Rich colours contrast with the desaturated, muted tones of our photographic style. Our colour palette is designed to be used for all of our communications, including the logo and the Nycomed logo. Usage of Main vs. Accent Colour: Each pair of colours must appear together: the main colour is predominant, the corresponding accent colour appears in smaller proportions.



The Nycomed palette consists of four key colours, each of which owns a corresponding accent colour. Care must be taken to maintain these partnerships and avoid mixing the palette. Nycomed main colours can be used for headlines, labels, etc., whereas accent colours can only be used for tab devices. Copy text is usually written in black. For details please refer to the Print Media Guidelines. The four key colours are designed to have equal emphasis.

The Nycomed palette consists of four key colours, each of which owns a corresponding accent colour. Care must be taken to maintain these partnerships and avoid mixing the palette. Nycomed main colours can be used for headlines, labels, etc., whereas accent colours can only be used for tab devices. Copy text is usually written in black. For details please refer to the Print Media Guidelines. The four key colours are designed to have equal emphasis.

Концепция конкурса

Концепция конкурса приближена к довольно популярной в наше время идее выбора города-победителя (аналогично проведению олимпиады или чемпионата мира по футболу). Начиная с июня, на протяжении трех летних месяцев и во время проведения конференции будет проводиться конкурс среди четырех «виртуальных» территорий (Север, Юг, Запад и Восток), каждая из которых включает в себя сотрудников

The Nycomed palette is confident and bold. Rich colours contrast with the desaturated, muted tones of our photographic style.

Our colour palette consists of four key colours, each of which owns a corresponding accent colour. Care must be taken to maintain these partnerships and avoid mixing the palette. Nycomed main colours can be used for headlines, labels, etc., whereas accent colours can only be used for tab devices. Copy text is usually written in black. For details please refer to the Print Media Guidelines. The four key colours are designed to have equal emphasis.

The Nycomed palette is confident and bold. Rich colours contrast with the desaturated, muted tones of our photographic style.

Our colour palette consists of four key colours, each of which owns a corresponding accent colour. Care must be taken to maintain these partnerships and avoid mixing the palette. Nycomed main colours can be used for headlines, labels, etc., whereas accent colours can only be used for tab devices. Copy text is usually written in black. For details please refer to the Print Media Guidelines. The four key colours are designed to have equal emphasis.

The Nycomed palette consists of four key colours, each of which owns a corresponding accent colour. Care must be taken to maintain these partnerships and avoid mixing the palette. Nycomed main colours can be used for headlines, labels, etc., whereas accent colours can only be used for tab devices. Copy text is usually written in black. For details please refer to the Print Media Guidelines. The four key colours are designed to have equal emphasis.

с 5 по 9
Сентября 2011
г. Кипр
г. Пафос



NYCOMED

НУЖНО
ТЕРРИТОРИИ
РОСТА



клиент: **Мыловаров**

задача: Разработка логотипа, фирменного стиля, стратегии коммуникаций и шаблонов промоматериалов для бренда косметики ручной работы



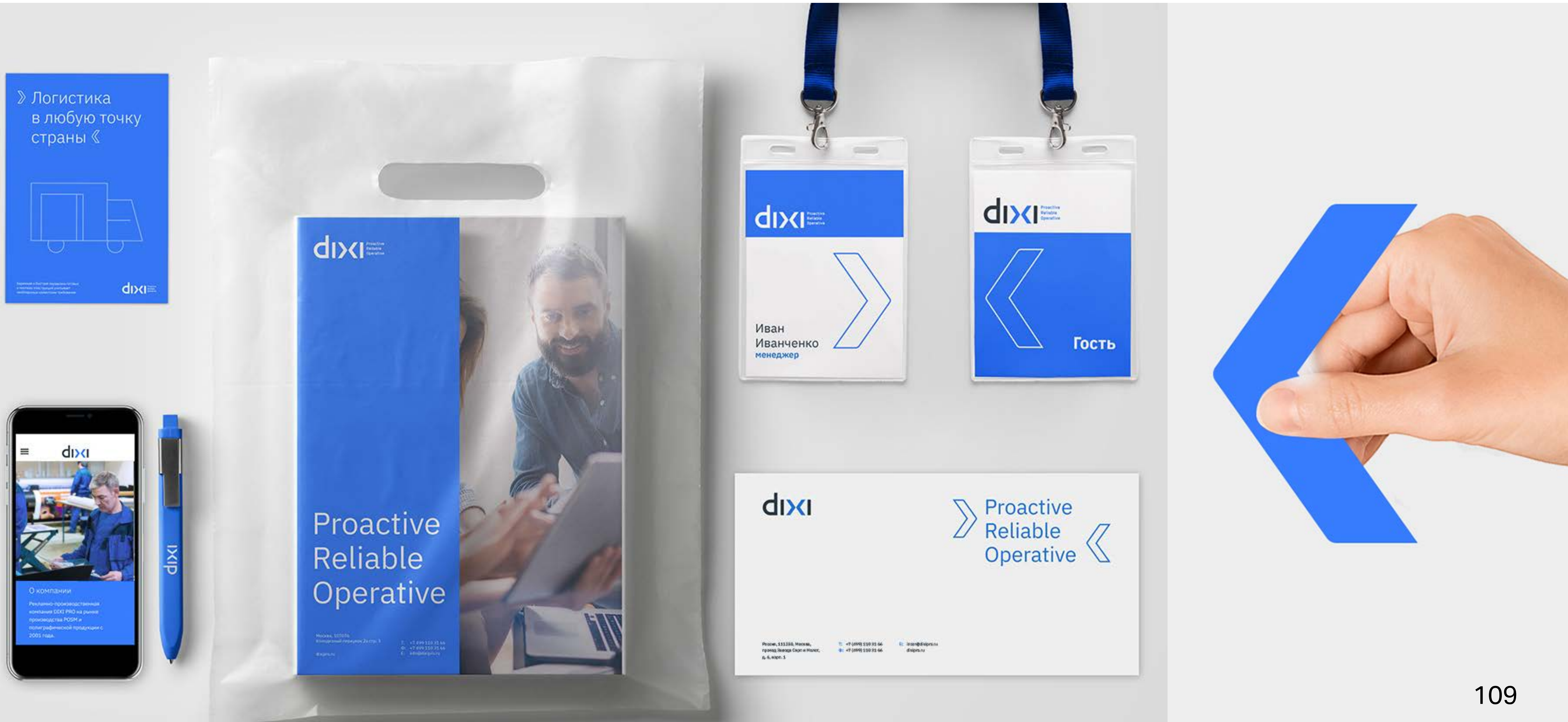
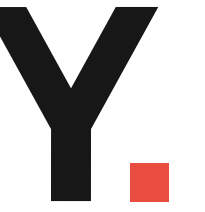
клиент: **Главжар**

задача: Разработка фирменного стиля, нейминга, позиционирования и дизайна упаковки



клиент: **DixiPro**

задача: Ребрендинг фирменного стиля, позиционирования компании и разработка дизайна, вёрстка и программирование сайта



before

after



dixi Proactive
Reliable
Operative

6, Proezd Zavoda Serp i Molot,
Bldg. 3, Moscow, Russia,
111250
dixipro.ru

Ivan Ivanov
Managing partner
T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

dixi Proactive
Reliable
Operative

6, Proezd Zavoda Serp i Molot,
Bldg. 3, Moscow, Russia,
111250
dixipro.ru

Ivan Ivanov
Managing partner
T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

dixi Proactive
Reliable
Operative

Россия, 111250, Москва,
проезд завода Серп и Молот,
д. 3, корп. 3
dixipro.ru

T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

Proactive
Reliable
Operative

Proactive
Reliable
Operative



Современное
производство
и удобное хранение

dixi dixipro.ru



dixi

»Производство
логистика
и монтаж торгового
оборудования«



dixi dixipro.ru



dixi Proactive
Reliable
Operative

Москва, 127076
Prolog of the Service and
Maintenance Plans, 3, Bldg. 3,
dixipro.ru

Ivan Ivanov
Managing partner
T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

Бланк письма

Более 15 лет мы предоставляем полный спектр
производства - сервисное обслуживание) в области
торговой мебели и комплексного оформления точек п...

Мы предлагаем нашим клиентам как эксклюзивные, так и стандартные
инновационные решения с использованием передовых технологий,
широкого спектра материалов и нестандартных элементов.

dixi

Москва, 127076
Проезд Завода Серп и Молот, д.3, корп.3
T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

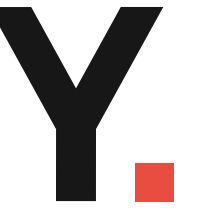
dixi Proactive
Reliable
Operative

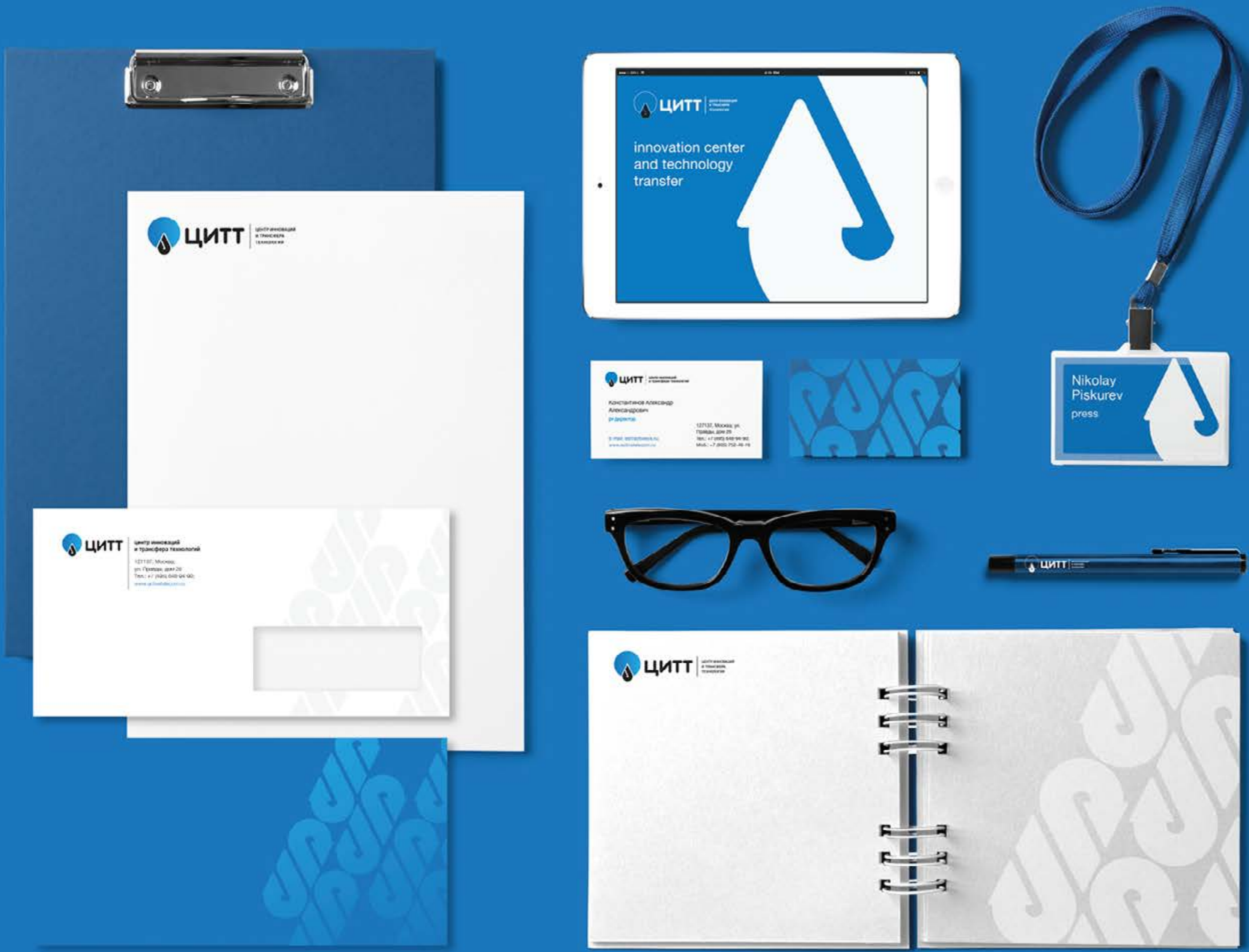
Москва, 127076
Проезд Завода Серп и Молот, д.3, корп.3
T: +7 (499) 110 31 66
T: +7 (916) 388 12 12
E: I.Ivanov@dixipro.ru

» Логистика
в любую точку
страны «

клиент: **ЦИТТ**

задача: Разработка логотипа, фирменного стиля и шаблонов промоматериалов





клиент: **Фонд «Наука - детям»**
задача: Разработка логотипа компании



ВРАЧИ
ИННОВАЦИИ
НАУКА —
ДЕТЯМ



клиент: **Фонд поддержки культуры и образования**
задача: Разработка логотипа, фирменного стиля и шаблонов промоматериалов

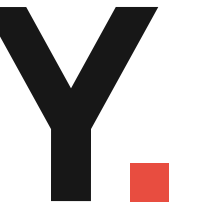


СВЕТ ЦЕННЫЕ БУМАГИ
 ПРОСВЕЩЕНИЕ РАЗВИТИЕ
НОВЫЙ УРОВЕНЬ ЛУЧ
 СИЯНИЕ **СИНЕРГИЯ**
 ВЕЧНЫЕ ЦЕННОСТИ
 ТОЧКА ПРЕЛОМЛЕНИЯ КУЛЬТУРА

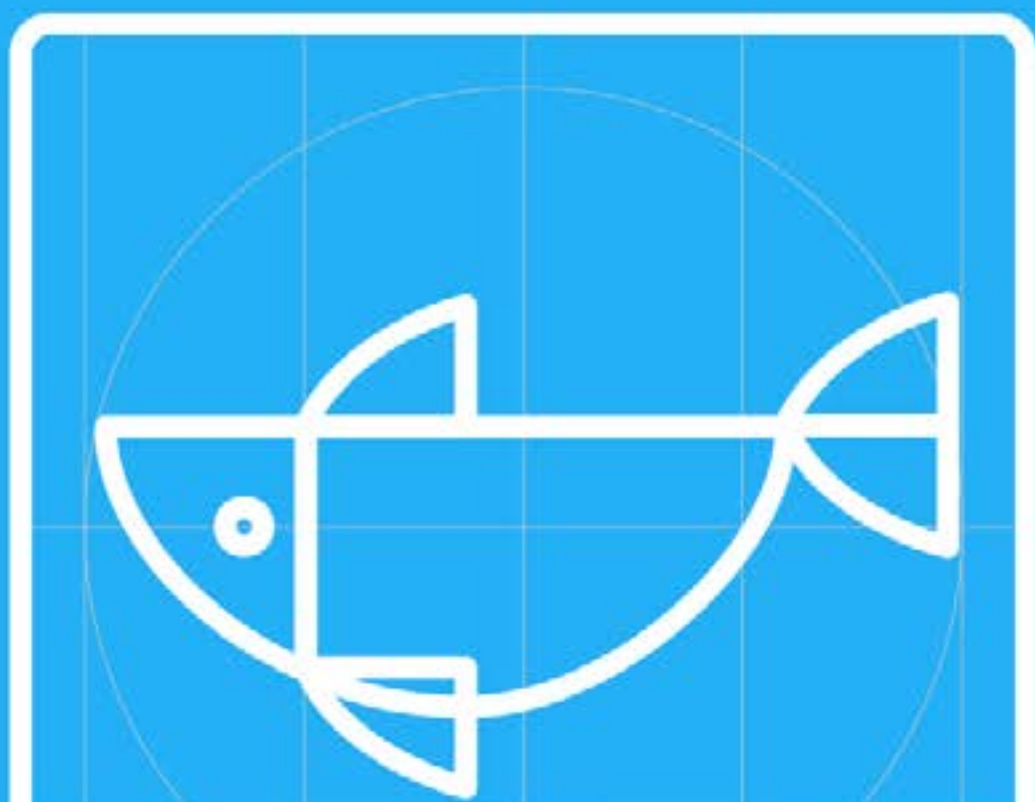
У.



клиент: **Макарова лавка**
задача: Разработка логотипа и ребрендинг фирменного стиля



**Макарова
лавка**



У.





Создаём рекламу

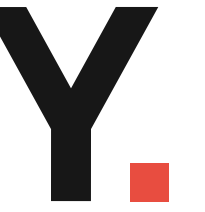
У.

клиент: **Unilever / AXE**

задача: Разработка концепции и дизайна макетов наружной рекламы и «карты фаната»



клиент: **Московская Пивоваренная Компания / Жигули**
задача: Разработка ключевого визуала продукта



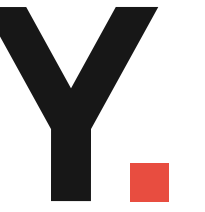


ВСЕГДА

СВЕЖЕЕ

клиент: **JDE / Jacobs**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения нового продукта



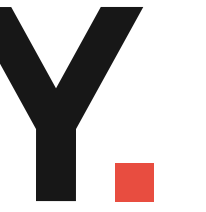
клиент: **RAY International AG / RAY just energy**

задача: Разработка ключевого визуала и слогана для продвижения нового бренда энергетиков



клиент: **Leroy Merlin**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании





**ЛЕГКО
ПЕРЕНОСИМ
ПЕРЕЕЗД!**

**БЕССПОРНО
НИЗКИЕ ЦЕНЫ**

LEROYMERLIN

клиент: **Russ Outdoor**

задача: Разработка ключевого имиджа для социальной кампании об экологии в рамках проекта «Всё равно?!»



Природа это не переварит

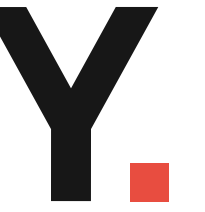


ВСЁ РАВНО?!



Внимание к людям — внимание людей

клиент: **Департамент культуры города Москвы**
задача: Разработка макетов наружной рекламы



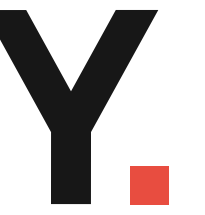
КАЖДЫЙ ЧЕТВЕРГ ТЕБЯ ЖДУТ ДОПОЗДНА

КАЖДЫЙ ЧЕТВЕРГ ВСЕ
ФЕДЕРАЛЬНЫЕ
ГОСУДАРСТВЕННЫЕ
МУЗЕИ РОССИИ РАБОТАЮТ
ДО ДЕВЯТИ ВЕЧЕРА

И.И. Шишкин
«Утро в сосновом лесу». 1889

клиент: **AB InBev Efes / Белый Медведь**

задача: Разработка креативной концепции рекламной коммуникации в поддержку хоккейного клуба «Ак Барс»



клиент: Unilever

задача: Разработка кросс-продуктового ключевого визуала



клиент: **ОТС Pharm / Термикон**

задача: Разработка ключевых изображений и макета для размещения рекламы на наружных носителях и в прессе



клиент: **Johnson & Johnson**

задача: Разработка ключевого изображения для сезонной рекламной кампании «Простудился летом?»



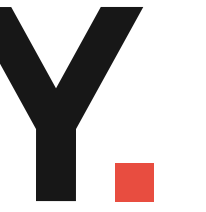
клиент: **Сотекс**

задача: Разработка ключевого изображения и макета для размещения рекламы в прессе



клиент: **Takeda / Кестин**

задача: Разработка ключевого изображения и макета для размещения рекламы в прессе



клиент: **Unilever / Knorr**

задача: Разработка ключевого имиджа в рамках рекламной кампании для новых продуктов в портфеле бренда

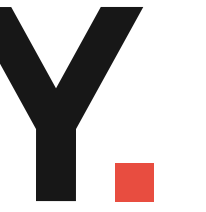


ЧТО СЕГОДНЯ НА УЖИН?



клиент: **Unilever / Glorix, Domestos, Cif**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продуктов



клиент: **Unilever / Glorix, Domestos, Cif**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продуктов



клиент: Unilever / DOVE

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продуктов



Dove



Выразите чувства.
Подарите Dove!



Женя Любич получила приглашение из солисток французской Nouvelle Vague и лишь потом переехала в Россию. С выхода ее знаменитого Girl прошло уже три года, а она выпустила один полноценный альбом. Мы встретились с Женей в Париже.

Андрей Мучник Женя, вынем с начала. Кто вы, что делаете сейчас?

Женя Любич (очень тихо). Музыка привлекла меня с детства. Когда я была маленькой, дама из провинциального ресторанчика и гостиницы, поэтесса, которая пела в моем классе и школу хореографки. В старшей школе я сломала ногу и проводила время в больнице, меня вызвали, и тогда мне пришлось впервые выступить. Как-то раз я играла в театре с друзьями во дворе, и вышло очень плохо, но моя подруга была самым близким и она предложила пойти вместе с ней на концерт. Так и началась моя музыкальная жизнь. Она была отличной, как и гастроли в Финляндии, Швеции, Японии, и, хотя мой первый альбом не подошел на все, я продолжила. Продажи были не очень хорошие, но так приятно было выступать. Я была в Париже и там пообещала себе вернуться. И так, когда я вернулась, у меня появилось много поклонников, их звучит...

клиент: **Unilever / Rexona**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения нового продукта



клиент: **Unilever / Dove**

задача: Разработка новогоднего ключевого визуала



клиент: **ТП Отрада**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



клиент: **Unilever / Lipton**

задача: Разработка ключевого визуала продукта



клиент: **Unilever / Brooke Bond**
задача: Концепция визуала для продвижения нового вкуса чая



НОВЫЙ

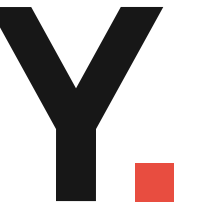


Откройте новые бодрящие вкусы Brooke Bond!



клиент: **Unilever / Lipton**

задача: Разработка ключевого визуала продукта



клиент: **Johnson & Johnson / Le Petit Marseillais**
задача: Разработка концепции и дизайна макетов печатной рекламы



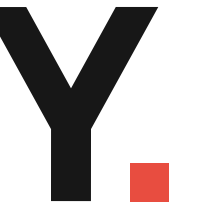
клиент: **Unilever / AXE**

задача: Разработка визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



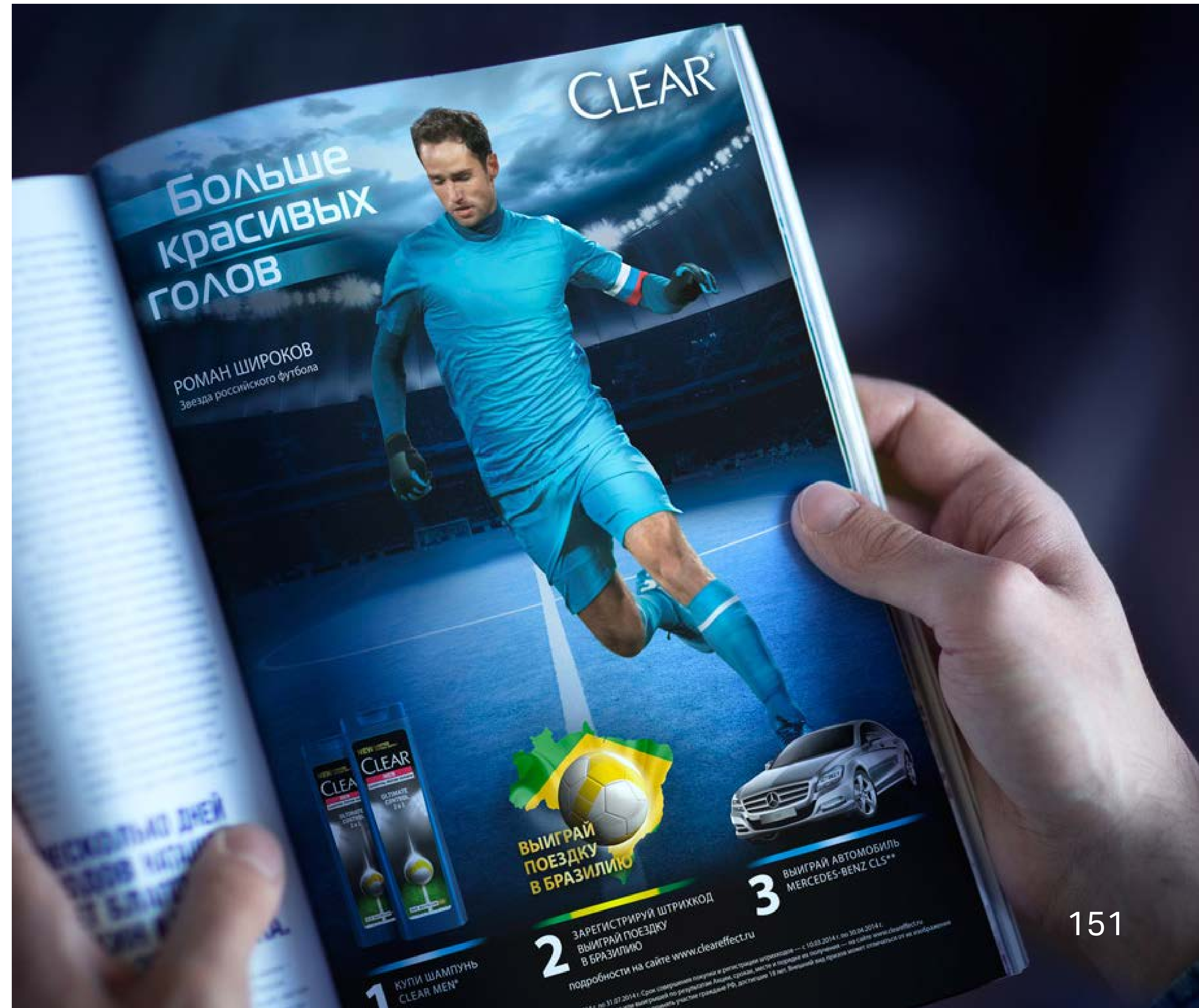
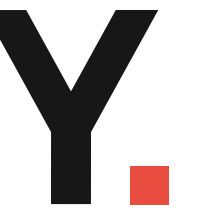
клиент: **Unilever / AXE**

задача: Разработка визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



клиент: **Unilever / Clear**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



клиент: **Unilever / Чистая Линия**

задача: Разработка ключевого визуала продукта, а также имиджа для социальной кампании об экологии



клиент: **Unilever / Чистая Линия**
задача: Разработка ключевого визуала



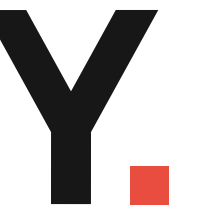
клиент: **Unilever**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продуктов



клиент: **AB InBev Efes / Белый Медведь**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



клиент: **Unilever**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



ПРИДАЙТЕ
НОВОГОДНЕМУ
МЕНЮ
ОСОБЫЙ ВКУС
БЕЗ ХЛОПОТ!



РЕКЛАМА



ЧТО
СЕГОДНЯ
НА УЖИН?



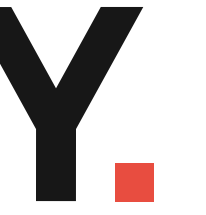
клиент: **Unilever / Knorr**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения нового продукта



клиент: **Hochland**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения нового продукта



клиент: **OTC Pharm / Арбидол**

задача: **Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании**



клиент: **НПО Петровакс Фарм**
задача: Разработка ключевого визуала в прессу



ЗАЧЕМ БЕРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЕ ВАКЦИНАЦИЯ ПРОТИВ Гриппа?

Хороший вопрос!
Вы как будущая мама, отвечаете не только за себя, но и за здоровье новорожденного малыша

Вы → **Мечтаете о мальчике**

Вы → **Контактируете с людьми вне дома**

Вы → **В течение беременности Вы?**

Вы → **До беременности Вы болели гриппом и ОРВИ**

Вы → **Редко**

Вы → **Как защитить себя и своего будущего ребенка?**

Вы → **Врачи рекомендуют обязательную вакцинацию против гриппа во 2-м или 3-м триместрах беременности. Пройдя вакцинацию вы передадите выработавшийся у Вас иммунитет малышу, надежно защитив его от гриппа в первые 6 месяцев жизни!**

Ожидаете девочку

Общаетесь только с членами семьи

Часто

Но это не важно – ведь гриппом может заболеть каждая женщина, вне зависимости от пола будущего ребенка!

Это важно! Вирус гриппа чрезвычайно мобилен: чем больше круг общения, тем выше риск заболеть. Но помните, что заразиться гриппом можно даже дома от других членов семьи.

Знайте, что во время беременности иммунитет женщины ослаблен, из-за чего риск заболеть гриппом выше, а само заболевание может протекать в тяжелой форме и привести к преждевременным родам. При этом перенесенный во время беременности грипп увеличивает частоту врожденных патологий и задержку развития малыша.

ЗАЧЕМ МНЕ ВАКЦИНАЦИЯ ПРОТИВ Гриппа?

Хороший вопрос!
Ответ найдите в этом простом тесте:

Мужчина → **Вы** → **Женщина**

От 6 месяцев до 100 лет

Банк

Более 100 лет

Нет

Но это не важно – куда важнее, что вы член семьи, где любой может стать жертвой гриппа!

И это не важно: современная вакцина эффективно воздействует на все известные штаммы вируса гриппа и разрешена к безопасному применению с 6-месячного возраста!

ДА → **Вы контактируете с людьми дома, на улице, в общественном транспорте?**

Нет

А вот это очень важно: вирус гриппа чрезвычайно мобилен, и у вас всегда есть риск его подхватить в процессе общения с его носителями.

КАК МНЕ ОБЕЗОПАСИТЬ СЕБЯ ОТ ЭТОГО РИСКА?

ВАКЦИНАЦИЯ – ЭТО НАДЕЖНЫЙ СПОСОБ ИЗБЕЖАТЬ ГРИППА И ЕГО ОСЛОЖНЕНИЙ

95%

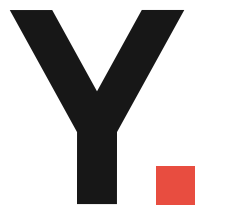
90%

ОГРАДИТЕ СВОЮ СЕМЬЮ ОТ ГРИППА!

Проконсультируйтесь о вакцинации в аптеках и акциях от гриппа по телефону горячей линии 8 (495) 768-87-50 или на сайте retouch.ru.

НПО ПЕТРОВАКС ФАРМ

клиент: **Mayoly Spindler**
задача: Концепция макета печатной рекламы



клиент: **ОТС Pharm / Тауфон**

задача: Разработка слогана и визуальной коммуникации в рамках рекламной кампании



Тауфон[®]
ГЛАЗНЫЕ КАПЛИ

Для восстановления
и питания глаз

При ежедневном
применении Тауфон®:

- Улучшает питание глаз
- Восстанавливает обменные процессы
- Способствует замедлению возрастных изменений зрения

СРЕДИ ПРЕПАРАТОВ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ГЛАЗ
№1*

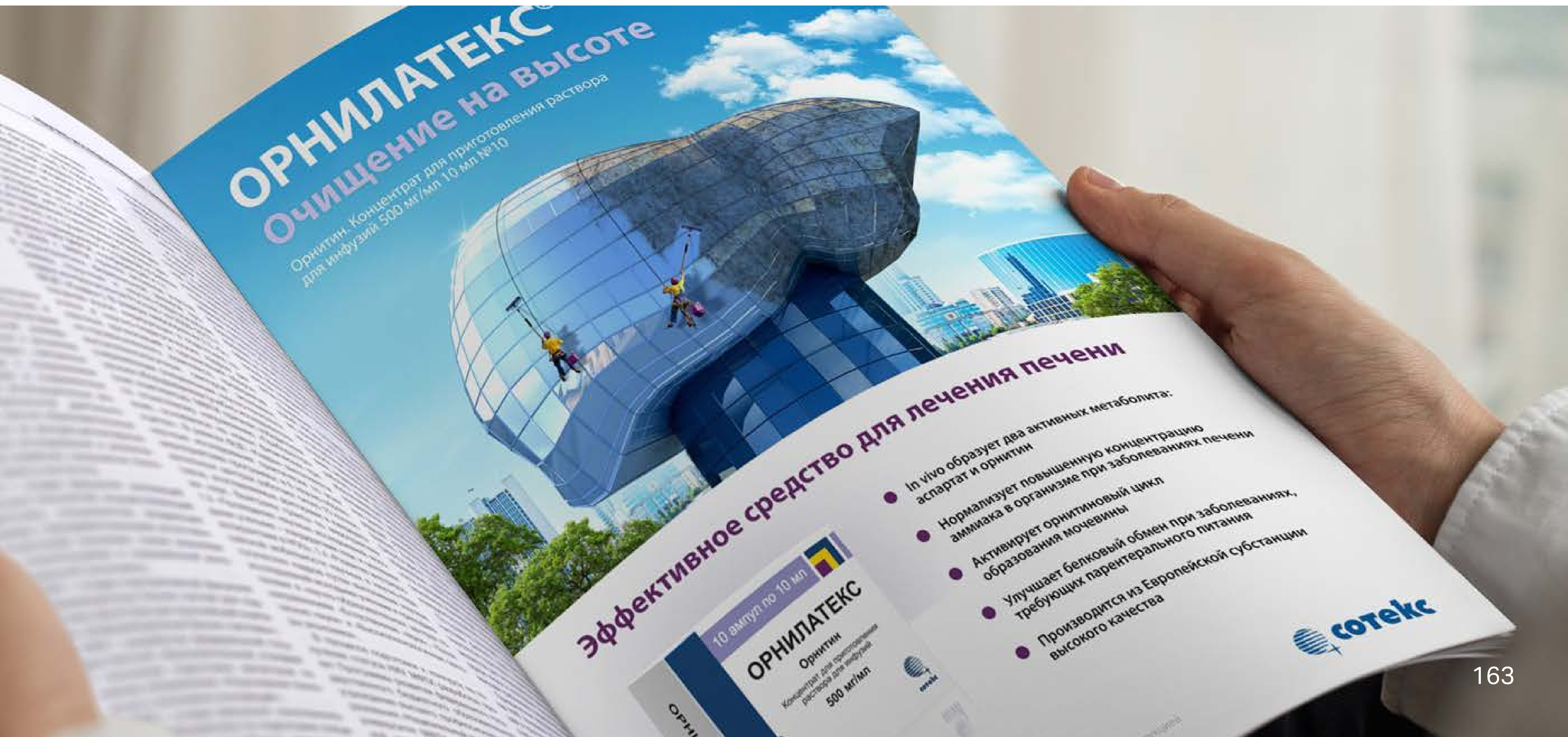
Тауфон
ТАУРИН
1 флакон-капельница по 10 мл
капли глазные 4%

*Согласно базе данных ООО «Ай Эм Эс Хелс» «Розничный аудит ГЛС и БАДов в РФ», торговое наименование Тауфон® является лидером розничного рынка по объему реализации в стоимостном (в рублях в оптовых ценах) выражении в группе 501 «Препараты для лечения заболеваний глаз» (классификация ЕсНМБАЗ) в 2014 г.
Источник: Данные ООО «Ай Эм Эс Хелс», полученные из базы данных «Розничный аудит ГЛС и БАДов в РФ», кейбл: 2014
ру: РС-001210. Производитель: ФГУП «Московский эндокринный завод». Реклама.

www.taufon.ru

клиент: **Сотекс**

задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продукта



ОРНИЛАТЕКС
Очищение на высоте
Орнитин. Концентрат для приготовления раствора
для инфузий 500 мг/мл 10 мл №10

Эффективное средство для лечения печени

10 ампул по 10 мл
ОРНИЛАТЕКС
Орнитин
Концентрат для приготовления
раствора для инфузий
500 мг/мл

- In vivo образует два активных метаболита: аспартат и орнитин
- Нормализует повышенную концентрацию аммиака в организме при заболеваниях печени
- Активирует орнитинный цикл образования мочевины
- Улучшает белковый обмен при заболеваниях, требующих парентерального питания
- Производится из Европейской субстанции высокого качества





ХОНДРОГАРД®

Подвижной сУстав

ХОНДРОИТИН СУЛЬФАТ
 Раствор для внутримышечного введения
 1 мл №10, 2мл №10



- Улучшает подвижность пораженных суставов
- Уменьшает дегенеративные изменения в хрящевой ткани
- Значительно уменьшает болевой синдром при остеоартрозе, остеохондрозе
- Раствор имеет высокую биодоступность
- Способствует более быстрому формированию костной мозоли при переломах

Регистрационный номер: ЛП-002691 от 31.10.2014
 Отпускается по рецепту врача. Перед применением ознакомьтесь с инструкцией

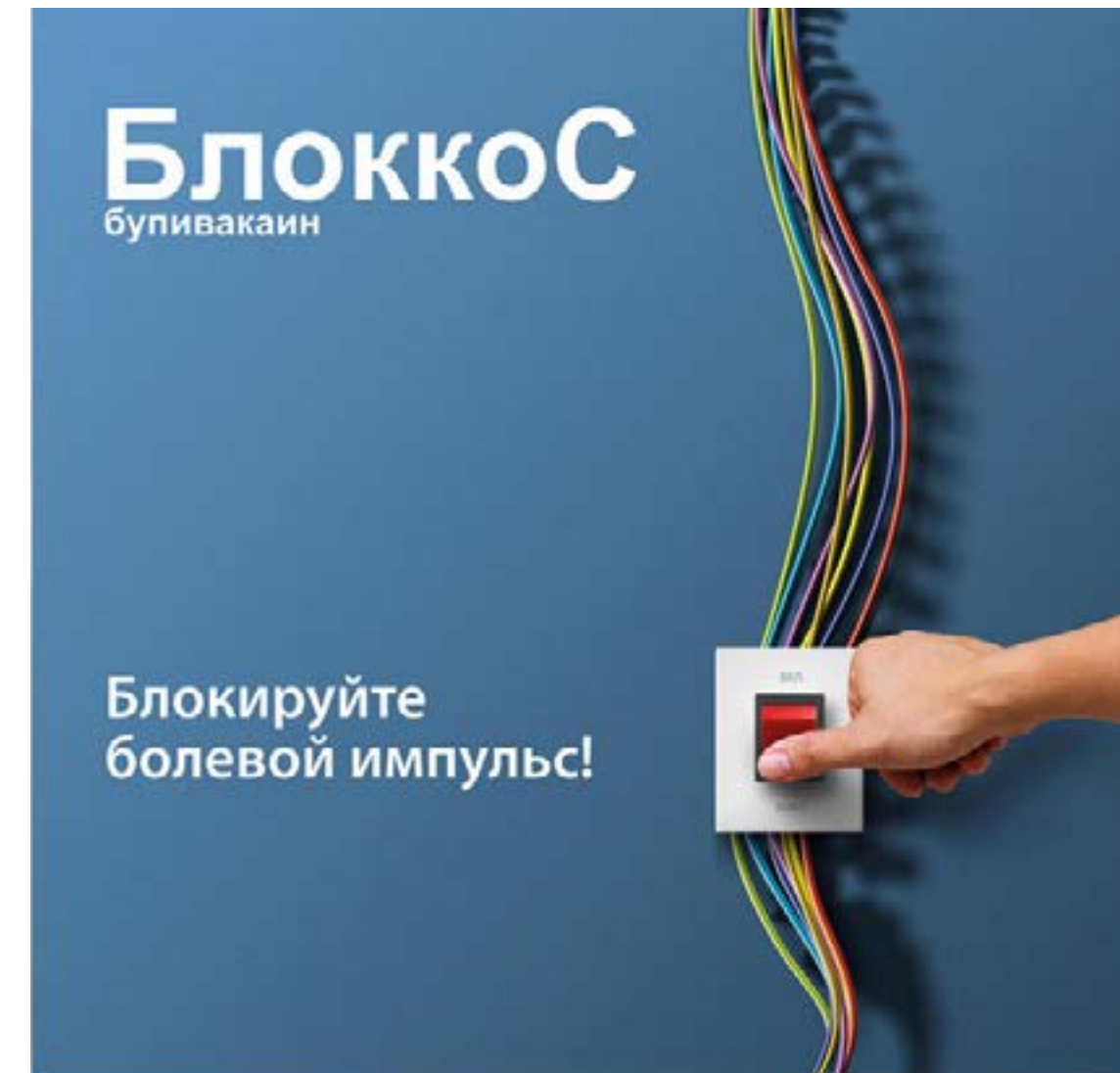


Кетоаминол®

Фундамент здоровья

- Позволяет продлить диализный период
- Обеспечивает поступление в организм незаменимых аминокислот при минимальном поступлении азота
- Снижает накопление уремических токсинов
- Не вызывает гиперфильтрацию в оставшихся нефронах
- Уменьшает выраженность почечной гиперфосфатемии и вторичного гиперпаратиреоза

Регистрационный номер: ЛП-002691 от 31.10.2014
 Отпускается по рецепту врача. Перед применением ознакомьтесь с инструкцией



Блоккос

бутивакаин

Блокируйте болевой импульс!



- Местный анестетик длительного действия амидного типа.
- Препарат выбора при непрерывной эпидуральной анестезии.
- Изобарический раствор.

Регистрационный номер: ЛСР-010453-09
 для медицинских и фармацевтических конференций



Кетоаминол®

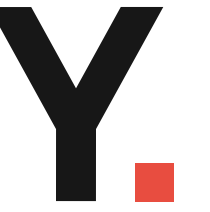
Фундамент здоровья

- Позволяет продлить диализный период
- Обеспечивает поступление в организм незаменимых аминокислот при минимальном поступлении азота
- Снижает накопление уремических токсинов
- Не вызывает гиперфильтрацию в оставшихся нефронах
- Уменьшает выраженность почечной гиперфосфатемии и вторичного гиперпаратиреоза

Регистрационный номер: ЛП-002691 от 31.10.2014
 Отпускается по рецепту врача. Перед применением ознакомьтесь с инструкцией



клиент: **ОАО Акрихин / Аквадетрим**
задача: Разработка ключевого визуала для продвижения продукта

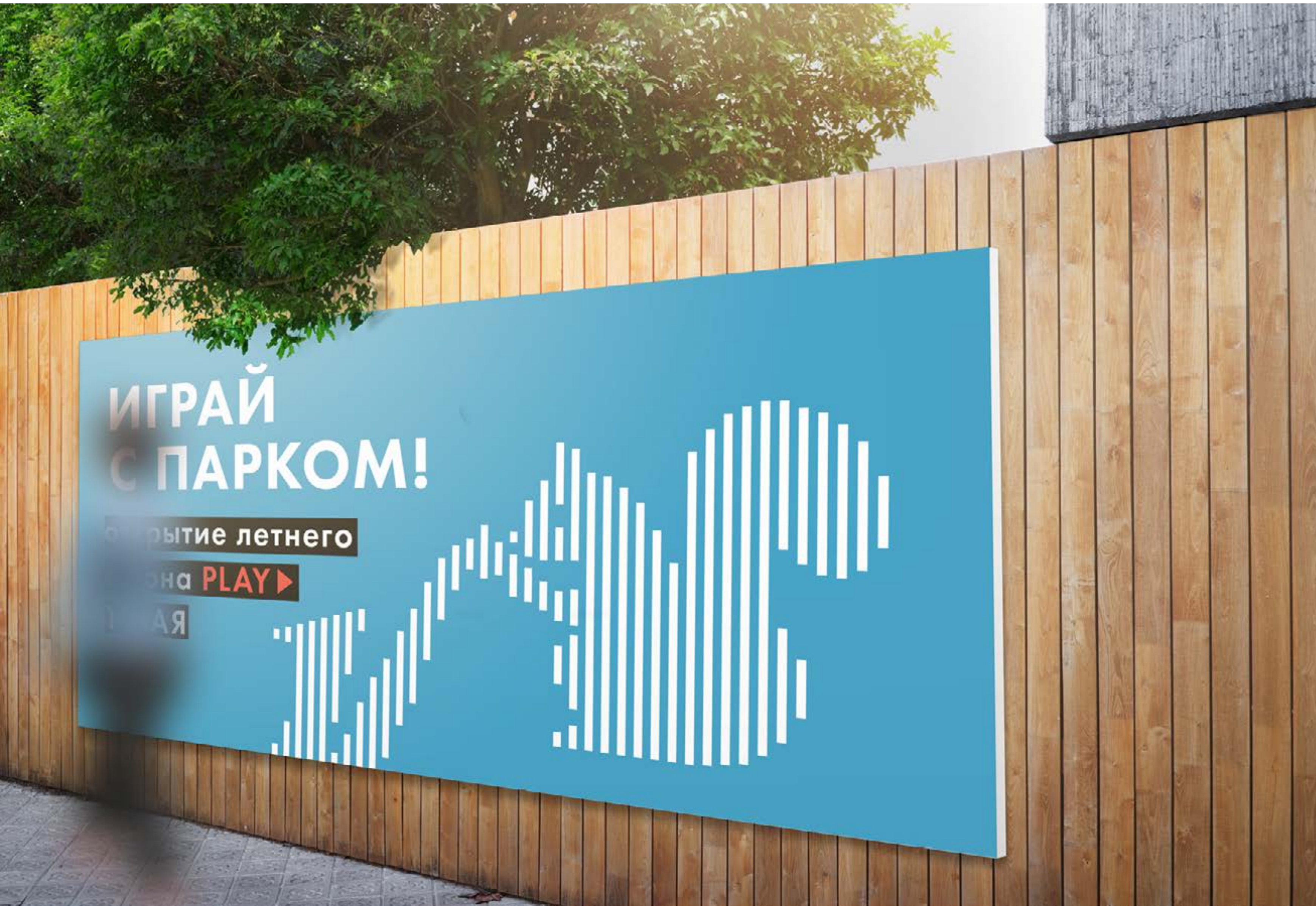
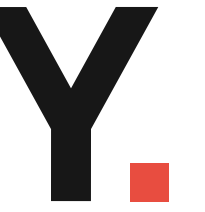


клиент: **Парк Горького / Музеон**
задача: Разработка дизайна оформления входной группы парков к Масленице





клиент: **Парк Горького**
задача: Разработка дизайна макетов для рекламных материалов



клиент: **Департамент культуры города Москвы**
задача: Разработка концепции дизайна рекламных материалов и арт-объектов



Создаём брошюры

У.

клиент: **Unilever Food Solutions / Hellmann's**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых соусов





АЗИАТСКИЙ БУРГЕР



ИНГРЕДИЕНТЫ

БУЛОЧКА ДЛЯ БУРГЕРА	1 ШТУКА	Черный Бунд 125мм Lantmännen Unifake
HELLMANN'S МЕДОВО-ГОРЧИЧНЫЙ СОУС	40 Г	
КУРИЦА П/Ф	120 Г	
KNORR СОУС ХОИСИН	30 Г	
САЛАТ П/Ф	50 Г	

КУРИЦА П/Ф	(ВЫХОД 500 Г)
КУРИНОЕ БЕДРО	450 Г
ЛЪЕЗОН	80 Г
ПАНИРОВОЧНЫЕ СУХАРИ	50 Г
МУКА ПШЕНИЧНАЯ	10 Г

САЛАТ П/Ф	(ВЫХОД 500 Г)
КАПУСТА БЕЛОКАЧАННАЯ	200 Г
КАПУСТА КРАСНОКАЧАННАЯ	120 Г
КАПУСТА ПЕКИНСКАЯ	120 Г
ОГУРЦЫ СВЕЖИЕ	100 Г

ТЕХНОЛОГИЯ



- ✓ Отбить куриные бедра.
- ✓ Заланировать в муке, обжарить в льезоне и панировочные сухари.
- ✓ Обжарить во фритюре до золотистой корочки.

3 MIX

Нарезать все ингредиенты тонкой соломкой и смешать.





клиент: Unilever Food Solutions / Knorr
задача: Разработка дизайна брошюры





У

КЕСАДИЛЬЯ

Ингредиенты

ЛЕПЕШКА ТОРТИЛЬЯ	80 г	
КАРТОФЕЛЬНАЯ МАССА П/Ф	200 г	
ЧИЛИ, СВЕЖИЙ УРЖУМЕ	2 г	
ЗЕЛЕНЫЙ АЗУК	2 г	
ФАСОЛЬ КРАСНАЯ/БЕЛАЯ	10 г	
КНОБИ ВРАЖЬЕ ТОМАТЫ	40 г	
ФАСОЛЬ ЗЕЛЕНАЯ С/М	20 г	
ЦВЕТНАЯ КАПУСТА С/М	30 г	
КОКУРЗА КОНСЕРВИРОВАННАЯ	30 г	
ВЫХОД	10 г	
	400 г	

Картофельная масса п/ф

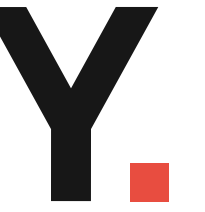
ВОДА	800 г	
КАРТОФЕЛЬ	200 г	
СОЛЬ	4 г	
ВЫХОД	1000 г	

Советы от шефа

Кесадилья – блюдо мексиканской кухни. В качестве основы используйте лепешки тортильи из кукурузной муки. Для большей эластичности рекомендуем и...

...разогреть лепешку в микроволновке или на сковороде и пригладить...

клиент: **Unilever / Brooke Bond**
 задача: Разработка концепции дизайна брошюры



Имбирь и лимон

Душистый чабрец

Пряная мята

Ароматная вишня

Ванильная сказка

Темный шоколад и апельсин

Запуск в соответствии с категориями и источниками роста

Душистый чабрец

Ванильная сказка

Темный шоколад и апельсин

Средний и средний процентный рост чая - 10% (в том числе 10% в категории «Душистый чабрец»). Средний чай - 10% (в том числе 10% в категории «Душистый чабрец»).

Средний и средний процентный рост чая - 10% (в том числе 10% в категории «Душистый чабрец»). Средний чай - 10% (в том числе 10% в категории «Душистый чабрец»).

Новые продукты стимулируют расширение репертуара потребления в среднем сегменте.

Душистый чабрец

Ванильная сказка

Классический зеленый

Ассорти мент чая Brooke Bond

Формат	Наименование	Артикул	Вместимость (г)	Внутренняя цена	Внешняя цена (с НДС)	Упаковка (шт./короб.)	Коробок (шт./короб.)	Средняя розничная цена	Цена (руб./короб.)
Чай черный									
100 г	Чай черный 25 пак.	6701930	825	40002200002	240002200004	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Чай черный 25 пак.	6701931	825	40002200003	240002200005	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Чай черный 100 пак.	6701940	3300	40002200006	240002200006	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Чай черный ассорти 100 пак.	6701949	3300	40002200007	240002200007	24	144	Рознич.	2 руб.
Чай зеленый									
100 г	Чай зеленый 25 пак.	6701920	825	40002200008	140002200008	24	144	Рознич.	2 руб.
Чай черный ароматизированный									
100 г	Душистый чабрец 25 пак.	6701938	825	40002200009	140002200009	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Ванильная сказка 25 пак.	6701937	825	40002200010	140002200010	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Темный шоколад и апельсин 25 пак.	6701936	825	40002200011	140002200011	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Пряная мята 25 пак.	6701935	825	40002200012	140002200012	24	144	Рознич.	2 руб.
100 г	Имбирь и лимон 25 пак.	6701934	825	40002200013	140002200013	24	144	Рознич.	2 руб.

Приятного чаепития!

© 2017 Brooke Bond Tea Co. Ltd. Все права защищены.

клиент: **Colgate-Palmolive / Palmolive**
 задача: Разработка дизайна и концепции каталога подарочных наборов



клиент: **Unilever**

задача: Разработка дизайна и концепции каталога продукции в печатном и цифровом формате





Премиум **Средний**

AXE Брит	AXE Мужской шампунь	AXE Дезодорант	DOVE Шампунь для волос	DOVE Средство для душа	DOVE Увлажняющий крем для лица	REXONA Дезодорант
DOVE Пенная ванна	DOVE MEN Шампунь и кондиционер	REXONA Дезодорант	REXONA Дезодорант	REXONA MEN Шампунь и кондиционер	TIMOTEI Шампунь и кондиционер	TIMOTEI Интенсивное увлажнение
CLEAR Интенсивное увлажнение	ЧЕРНЫЙ ЖЕМУГ Шампунь и кондиционер	TIMOTEI Шампунь	SAMAY Шампунь и кондиционер	SAMAY Роскошь	SAMAY Анти	SAMAY Деликатный

Ваши волосы роскошны, как никогда!

Пьянящий аромат золотой лихорадки

CLEAR ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ

Артикул товара	87005381
Штрихкод набора	8714100700065
Штрихкод коробки	8871410070373
Кол-во в коробе, шт	4
Кол-во на палете, коробов	77
Состав	CLEAR ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ Шампунь, промывочный кондиционер для волос 250 мл CLEAR VITA ALE ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ Бальзам-ополаскиватель для волос 250 мл Расческа массажная Tangle Teezer в подарке

AXE ГОЛД ТЕМПТЕЙШН

Артикул товара	87008811
Штрихкод набора	8714100703151
Штрихкод коробки	8871410070338
Кол-во в коробе, шт	8
Кол-во на палете, коробов	88
Состав	AXE ГОЛД ТЕМПТЕЙШН Дезодорант-коробочка 150 мл AXE ГОЛД ТЕМПТЕЙШН Шампунь 250 мл

Сладкие моменты с любимыми рецептами красоты

СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ ЦВЕТОЧНЫЙ МЕД

Артикул товара	87015428
Штрихкод набора	8855800317580
Штрихкод коробки	14485000312100
Кол-во в коробе, шт	8
Кол-во на палете, коробов	120
Состав	СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ Крем для лица - "Морщины" паталогический 10 мл СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ Тренинг для лица "Морщины" 15 мл

НАБОРЫ ПРОШЛОГО СЕЗОНА

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ
Идеальная кожа

ЧИСТАЯ ЛИНИЯ
Увлажняющая линия

БАРХАТНЫЕ РУЧКИ
Увлажняющая линия

БАРХАТНЫЕ РУЧКИ
Увлажняющая линия

ЧЕРНЫЙ ЖЕМУГ
Шампунь и кондиционер

СТО РЕЦЕПТОВ КРАСОТЫ
Шампунь и кондиционер

НАБОРЫ ПРОШЛОГО СЕЗОНА

Сила Аромата AXE АПОЛЛО



Набор, приуроченный к выходу новой саги
Звездные Войны: Пробуждение Силы.
Исполнен в 3 дизайнах

AXE АПОЛЛО

Артикул товара	67036854
Штрихкод набора	8714100703250
Штрихкод коробки	08714100703427
Кол-во в коробе, шт	6
Кол-во на палете, коробок	84
Состав	AXE АПОЛЛО Гель для душа 250 мл AXE АПОЛЛО Дезодорант-аэрозоль 150 мл VR-карта фанатов AXE АПОЛЛО и Звездных войн

REXONA КОМФОРТ ЛЬНА
НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Новый антисперсант для женщин

Улучшенный уход в коллекции деодорантов

Практичные решения — Беспокоит Комфорт Лина

ЭНЕРГИЯ ТВОЕГО ДНЯ
Новый антисперсант для женщин

РЕХОНА — ЛУЧШИЙ ЛАДЕР КАТЕГОРИИ

РЕХОНА РАЗВИВАЕТ РЫНОК РОЗНИЧНЫХ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ ОБРАЗОМ

НОСИТЕЛЬ ОТ РЕХОНА СОДЕРЖИТ ТЕХНОЛОГИЮ МОТИВАЦИИ

МАКРОМЕРЫ РЕХОНА МИНИМИЗИРУЮТ

БЕСЕДА
Крепко чай — уютнее беседа

Алина, новая серия чая

Вкусная беседа — уютнее беседа

ПРЕДСТАВЛЯЕМ НОВИНКИ 2014 ГОДА

Ваше настроение для роста

СТАРТ ПРОДАЖ 1 ФЕВРАЛЯ

РЕХОНА МЕН ЭНЕРГИЯ ПРЯМОУГОЛЬНИК

ОСОБАЯ СЕРИЯ

РЕХОНА МЕН ЭНЕРГИЯ ПРЯМОУГОЛЬНИК
АКСТРЕМАЛЬНАЯ ЗАЩИЩА ДЛЯ НЕПРЯМЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ

СТАРТ ПРОДАЖ 13 МАРТА 2014

РЕХОНА МЕН ЭНЕРГИЯ ПРЯМОУГОЛЬНИК

Timotei

ОКНИСЬ В АРОМАТЫ СВЕЖЕГО НАСТРОЕНИЯ!

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

34,2%

РЕХОНА ИНВИЗИБЛ АЙС
НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ БЕЛЫХ СЛЕДОВ

СТАРТ ПРОДАЖ 1 ФЕВРАЛЯ 2014 ГОДА

СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ ДЕЗОДОРАНТОВ

ПРЕИМУЩЕСТВА НОВИНКИ

ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА

ТЕПЕРЬ И СТИКИ

ПОДДЕРЖКА

ТРЕЙД-ПОДДЕРЖКА

ПРЕССА

РЕХОНА МЕН НЕВИДИМЫЙ
НА ЧЕРНОМ И БЕЛОМ

ШОУ «БЕЗ СЛЕДОВ»

НАЧИНАЕТСЯ 1 ИЮЛЯ 2014 ГОДА

ОПЦИИ ДЛЯ ЗАПУСКА

ПРЕИМУЩЕСТВА ЗАПУСКА

CLEAR ЗАПУСК ЛИНЕЙКИ CLEAR ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ ФЕВРАЛЬ 2014

CLEAR ИНТЕНСИВНОЕ УВЛАЖНЕНИЕ

NEW AXE DRY АНТИПЕРСПИРАНТ

ЗАЩИТА ДЛЯ ТВОЕЙ ПОДМЫШКИ

CLEAR phytotechnology

СИЛА РАСТЕНИЙ. Увлажнение волос, без перхоти

Book of legends

CLEAR vita ABE

ПИТАНИЕ КОЖИ ГОЛОВЫ

AXE НОВЫЕ ГЕЛИ ДЛЯ ДУША

EXCITE & COOL METAL

клиент: **Unilever Food Solutions**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых продуктов



Knorr

ЕСТЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР ПОВАРОВ

КАРТОФЕЛЬНОЕ ПЮРЕ KNORR
Настоящее картофельное пюре за 5 минут!
Лучший вкус, признанный профессионалами!

Наименование продукта	Упаковка, кг	Выход готового продукта, кг
Картофельное пюре KNORR (Германия)	2	24,5
Картофельное пюре KNORR (Германия)	2 x 4	
Картофельное пюре KNORR с молоком (Германия)	3,6	70
Картофельное пюре KNORR (Россия)	10	105
Картофельное пюре KNORR (Россия)	15	

Преимущества картофельного пюре KNORR

- производится из свежего отборного картофеля
- стабильный цвет и правильная текстура
- натуральные картофельные хлопья

Knorr
MASHED POTATO

НАТУРАЛЬНОЕ КАРТОФЕЛЬНОЕ ПЮРЕ ЗА 5 МИНУТ

Сколько вы успеваете за 5 минут?

Эффективность от KNORR

Unilever Food Solutions
Вдохновение каждый день

По результатам независимых тестов под брендом KNORR, 30 участников, Россия, 2011

39

незаменимая основа многих блюд любой профессиональной кухни: соусов, супов, тушеных блюд, гарниров. Качественная база для варки овощей и круп. Использование бульонов высокого качества помогает поварах оптимизировать производственный процесс, снизить производственные затраты, повысить качество блюд и обеспечить стабильность работы ресторана. Добавляйте бульон в качестве приправы. Быстро и удобно!

Knorr
KNORR
БУЛЬОН КУРИНЫЙ

ДОБАВЬ
И ПОЛУЧИ
идеальный вкус
куриного
бульона



Классика
от
KNORR

Unilever
Food
Solutions

Вдохновение каждый день

Knorr
KNORR
ТОМАТО PRONTO

Томаты, доведенные до совершенного вкуса

5 кг

2 кг

Обычные томаты

Knorr Tomato Pronto

Содержание имеет значение

Unilever
Food
Solutions

Вдохновение каждый день

Knorr
ЕСТЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР ПОВАРОВ

ТОМАТО-ПРОНТО ИЗ ИТАЛЬЯНСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ KNORR

Сделано в Италии из свежих томатов, выращенных в идеальных условиях. Производство из 5 кг свежих томатов.

Преимущества ТОМАТО-ПРОНТО KNORR

- Производится из свежих отборных томатов в Италии
- Стабильное качество «ручной» сборки
- Широкий спектр применения: можно использовать при приготовлении соусов, макаронных изделий, ризотто, супов, рататуйных гарниров, а также как горячее решение в качестве «замороженного» соуса!

Наименование продукта: Томато-Пронто KNORR (Италия)

Упаковка: кг

31

Unilever
Food
Solutions

Соусы

Knorr
KNORR
СОУС ДЕМИ ГЛАС

Классический соус Деми Глас за 5 минут

24 часа

5 МИНУТ

Соус – это автограф шеф-повара

ЭФФЕКТИВНОСТЬ от **KNORR**

Unilever
Food
Solutions

Вдохновение каждый день

Только соус способен превратить простое блюдо в произведение искусства. При помощи соуса можно акцентировать внимание на вкусовых особенностях основного ингредиента или придать новый оттенок природным вкусам блюда. Соусы торговой марки **KNORR** стабильны на протяжении 4 часов.

187

клиент: **Unilever Food Solutions**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых продуктов





Содержание:

4	ВВЕДЕНИЕ
10	САЛАТЫ
12	Салат «Манго & чили»
14	Салат «Кальмар с овощами»
15	Салат с арбузом и сыром камамбер
16	Салат «Цезарь с лососем»
17	Салат «Дюшес»
18	ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ
20	Тимбал из краба
22	Вителло ди Парма
23	Вителло ди салмон
24	Карпаччо из тунца
25	Сэндвич с семгой
26	СУПЫ
28	Буйабес с раками
30	Холодный суп с тыквой
31	Суп с вишней и имбирем
32	Суп Том ям
33	Огуречный гаспачо
34	ОСНОВНЫЕ БЛЮДА
36	Дорада гриль со спаржей и вешенками под соусом «Провансаль»
38	Филе индейки в томатной корочке с сезонными овощами
39	Конфи из утиного окорока с картофельным суфле и анисовым соусом
40	Паста «Фрутти ди мара»
42	ДЕСЕРТЫ
44	Панна Котта с кокосовым молоком и рваньем из ананаса и имбиря
46	Крем-брюле с лаймом и кардамоном
47	Крем тирамису
48	ЧАЙ
48	Холодный чай с черносмородиной
48	Чай зеленый с имбирем
50	ЭФФЕКТИВНАЯ КУХНЯ: ЗАРАБОТАТЬ НА РАСХОДАХ?
51	ЗАГОТОВКИ
57	НОВИНКИ И ОСНОВНОЙ АССОРТИМЕНТ
66	НАШИ МАСТЕР-КЛАССЫ
68	ВСЕГДА ОНЛАЙН

клиент: **Unilever Food Solutions**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых продуктов



Историчная подача

Панна Котта

Классический итальянский десерт на основе натуральных сливок и желатина. Обладает нежной текстурой и приятным ванильным ароматом. Идеально дополнит любую десертную карту в любой сезон.



Мини-порция

Технологическая карта

Панна Котта
Выход готового блюда на порцию (125 г)

Панна Котта п/ф*	100 г
облепиховый соус п/ф	25 г
опалин	1 г

*Способ приготовления Панна Котта п/ф смотрите на странице 12.

Технология приготовления и оформления блюда

Готовую массу Панна Котта залить в форму-полусферу (силиконовую, керамическую или металлическую) и хорошо охладить, но не замораживать. Перед подачей аккуратно достать Панна Котта из формы и выложить на блюдо. Дополнить облепиховым соусом и хрустящим опалином.

Для приготовления 1 кг облепихового соуса:

750 г замороженной облепихи соединить с сахаром (200 г) в сотейнике и довести до кипения. 10 г пектина соединить с 50 г сахара и всыпать в кипящую облепиху с сахаром. Уварить в течение 7 минут на среднем огне. Остудить. Подавать в холодном виде.

Рекомендации

Сочетание ингредиентов

Десерт хорошо сочетается с фруктово-ягодными конфиторами, свежими ягодами и кисло-сладким желе, а также с хрустящей крошкой и зефиром.

Украшения

Идеально сочетается с украшениями из: карамели, шоколада, печенья из тонкого вафельного теста, опалинов (сахарный декор), фруктовых и травяных чипсов.

Рекомендуемая посуда

Керамические хренанки, стеклянная посуда, алюминиевые формы. Для формата на вынос: пластиковая и одноразовая посуда.

Варианты подачи

Подача возможна как в керамических хренанках, так и на плоских или глубоких тарелках в виде полусферы. В классическом исполнении используются сезонные ягоды, сладкие соусы или конфитюры. В альтернативном исполнении допустимы любые сочетания на усмотрение шеф-повара.

Изменение базового вкуса

Базовый вкус десерта (ванильный) можно изменить путем добавления карамельного молока или какао.

клиент: **Unilever Food Solutions**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых продуктов



Professional

Почувствуйте гордость за то, что вы приготовили вместе с Knorr Professional!

Мы в Unilever Food Solutions очень внимательно относимся к современным потребностям рынка, на котором работаем. Именно поэтому мы всегда предоставляем нашим клиентам только качественные продукты для профессионального использования.

Knorr Professional — это наше уникальное предложение для профессиональной кухни! При создании линейки продуктов Knorr Professional мы опирались на мировую экспертизу и наш опыт работы на рынках профессиональной HoReCa в различных странах мира. Взяв все самое лучшее, мы предлагаем вам инновационные* продукты, которые позволят вам готовить еще эффективнее и радовать ваших гостей непревзойденным качеством и вкусом блюд!

Линейка Knorr Professional представлена травами в масле Knorr Primerba и соусом Knorr Деми Глас концентрированный.

Качество этих продуктов оценил Бруно Ожер — знаменитый французский шеф-повар. Бруно работает в ресторане Аршанж (2 звезды Мишлен). Также Бруно неоднократно работал шеф-поваром для кинофестиваля в Каннах.

Бруно призывает всех шеф-поваров иметь на своей кухне продукты линейки Professional, так как это позволит вам создавать настоящие шеф-поварские блюда и соусы Primerba и соусом Деми Глас концентрированный!



БРУНО ОЖЕР
Ресторан Аршанж (Франция)
Шеф-повар фестиваля в Каннах



клиент: **Unilever Food Solutions**

задача: Проведение фотосъёмки и разработка концепции дизайна брошюры к выходу на рынок новых продуктов



клиент: **ST Luce**

задача: Разработка дизайна и концепции каталога продукции.





Y.



клиент: **ST Luce**
задача: Разработка дизайна и концепции каталога продукции.





ЛАМПЫ

Лампы	Наименование и мощность	Обозначение в каталоге	Тип лампы
	G4 LED мощность 3W		LED
	E14 свеча мощность 40W и 60W		Светодиодная
	E14 шар мощность 40W и 60W		Накаливания
	E27 мощность 40W и 60W		Накаливания
	E14 свеча на ветру мощность 40W и 60W		Накаливания
	LED мощность 6W		Накаливания

клиент: **Amway**
задача: Разработка дизайна и концепции книги стандартов качества компании



Такое решение
вопроса будет для Вас
удовлетворительным?

Безопасно, это не базар!

Довольны?



Создаём полиграфию

У.

клиент: **Takeda**
задача: Разработка концепции, дизайна и иллюстраций новогоднего промокомплекса



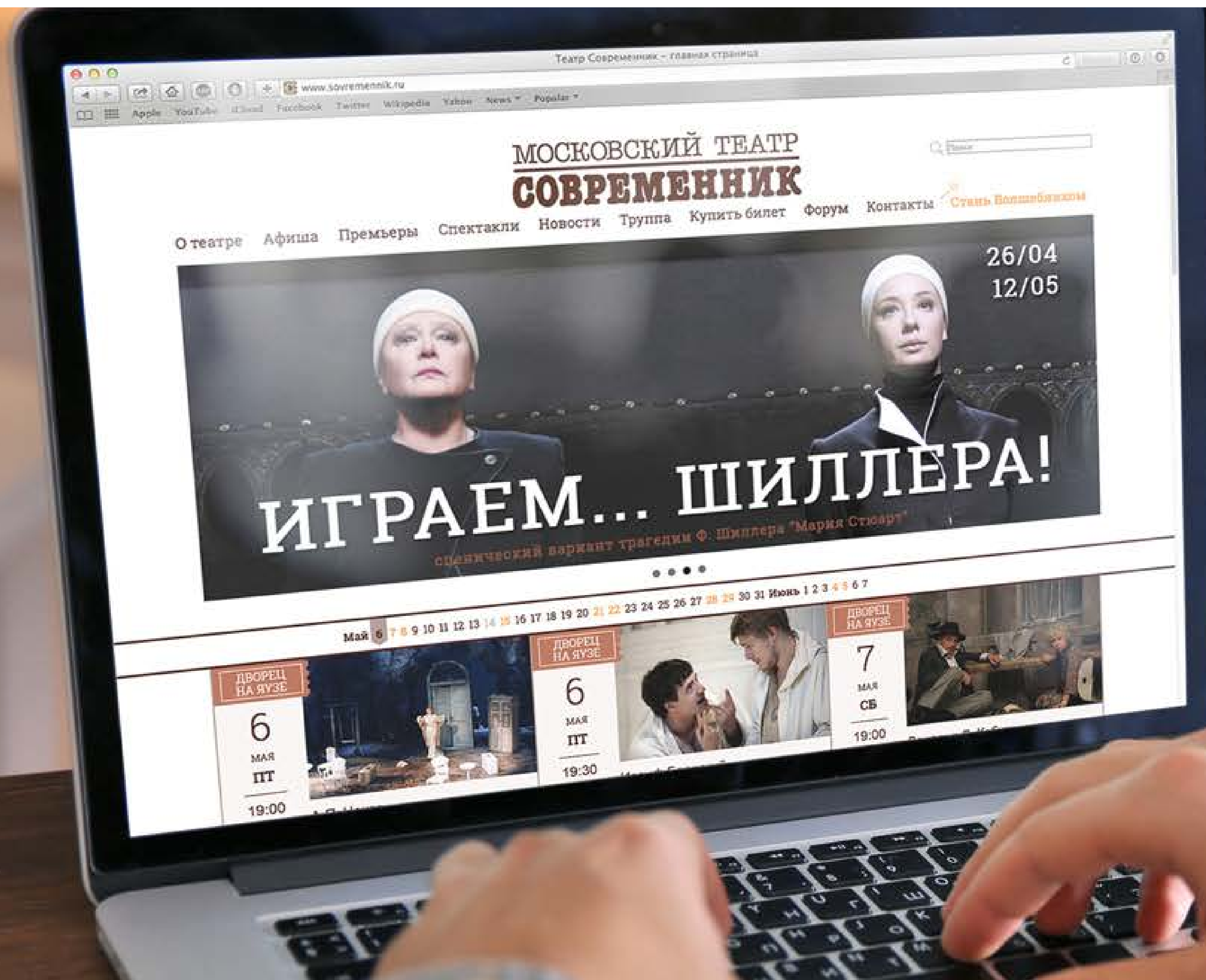




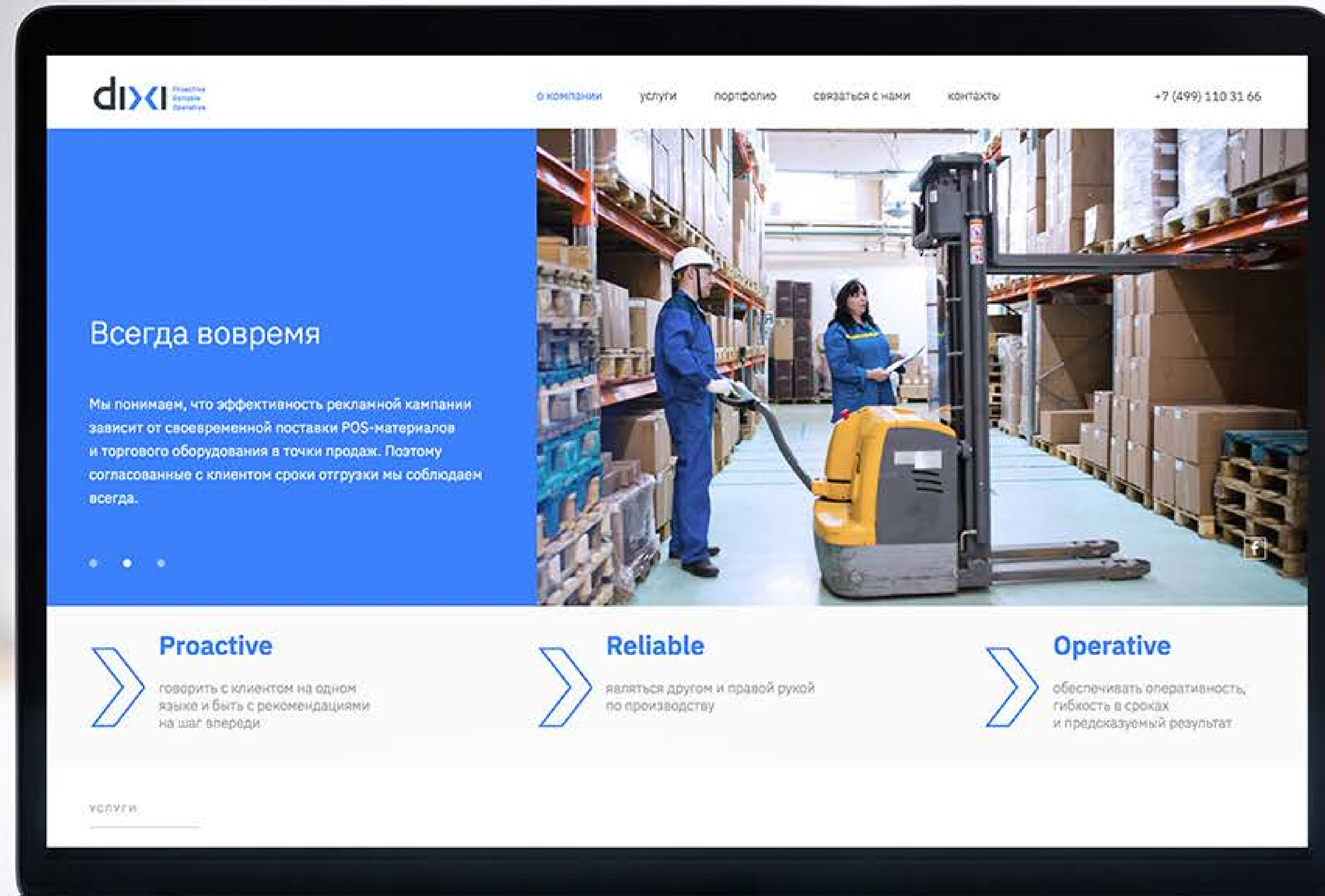
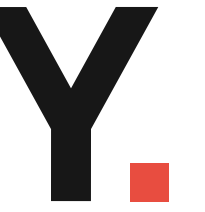
Создаём digital

У.

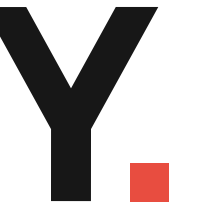
клиент: **Театр Современник**
задача: Разработка дизайна, вёрстка и программирование сайта



клиент: **DixiPro**
задача: Разработка дизайна, вёрстка и программирование сайта



Наши награды



**Наши работы высоко оценены
на международных и национальных
фестивалях дизайна и рекламы**

MedMen Healthcare Creative 2020

Шорт-лист / Дизайн упаковки Аквадетрим - редизайн с акварелью

Red Apple 2017

Шорт-лист / Календарь Krokodilius

ADCR 2008

Золото / Календарь «Абюж Барт 08»

Серебряный Меркурий 2020

Шорт-лист / Дизайн упаковки «Чемоданчик Зубного защитника» для Colgate

AD Black Sea 2016

Шорт-лист / Artifacts notebook

Идея! 2016

Шорт-лист / Брендинг лектория Парка Горького

Ясные
решения —
слагаемые
успеха.

У.

T. +7 499 450 58 33
E. incor@yasno.design

111250, Москва
Пр. Завода Серп и Молот, д. 6 корп. 1

www.yasno.design