

ILLON COMMUNICATIONS

**СВЕТИЛО  
И БУДЕТ  
СВЕТИТЬ**

**В состав  
Illan Communications  
входят:**

**OTVETDESIGN**  
communications agency

**\* ILLAN GIFTS**

**◆ ILLAN PRODUCTION**

Коммуникационное агентство  
с международной экспертизой,  
специализирующееся на создании  
комплексных решений в области  
корпоративного и потребительского  
брендинга.

**Нам интересны как стратегические многокомпонентные задачи, охватывающие все коммуникации марки, так и локальные работы с тактическими целями.**

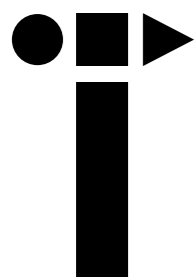
Каждый проект: брендинг, разработка айдентики, рекламной концепции или печатной продукции — стараемся делать так, чтобы результатом стал правильный и интересный ответ на поставленную задачу. Среди достижений компании — более 130 наград на ведущих российских и международных отраслевых конкурсах и фестивалях, присуждение первым в России интерконтинентального кубка TheCup Awards, шорт-лист международного фестиваля творчества «Каннские львы». На протяжении многих лет входим в ТОП-3 лучших рекламных агентств России в направлении «бренд дизайн» по версии АКАР.

**АКАР**

АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

# 130

Более 130 наград крупнейших международных и российских отраслевых фестивалей рекламы и дизайна.



## RedDot Awards

Обладатель семи премий

## Golden Drum

Золото

## Cannes Lions

Шорт-лист фестиваля

## TheCup Awards

Первый в России интер-континентальный кубок

## Pentawards

Первая в России платиновая премия

## Epica Awards

Финалист международного фестиваля

# \* ILLAN GIFTS

Специализация компании — идеи и концепты, решающие задачи клиентов с помощью корпоративных сувениров.

# \* ILLAN GIFTS

Фирменный знак «Иллан Гифтс» символизирует бант на коробке с подарком, а на более глубоком уровне — вспышку ярких впечатлений и взрыв эмоций, которые способна подарить компания.

# \* ILLAN GIFTS

**Одно из крупнейших агентств в РФ в области промоиндустрии и корпоративных подарков. Уровень компетенции экспертного уровня.**

Дать заказчику 100 000 шариковых ручек может каждый. Создать решение, которое будет учитывать позиционирование компании, ее задачи, особенности аудитории, способны только в «Иллан Гифтс». Хотя и 100 000 ручек у нас тоже найдется. Существуют тысячи видов сувенирной продукции. И десятки тысяч вариаций на каждую тысячу видов. Однако клиентам «Иллан Гифтс» совсем не обязательно погружаться во все это. **Мы экономим ваше время.** Отсекаем лишнее и предлагаем только те варианты, которые точно подойдут для вашей марки и клиентов. «Иллан Гифтс» не обещает сувениров, которые изменят представления о действительности. Но мы способны посмотреть на известные всем вещи под новым углом. Создать для них новый контекст, идеологию, оформление. И подарить все это от вашего имени.

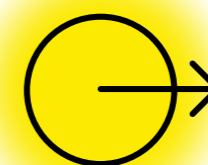
# \* ILLAN GIFTS



На сайте более  
31 000 артикулов



Разработка  
концепций  
бизнес-  
сувениров



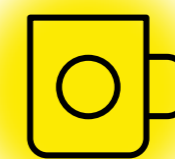
Прямые поставки  
промопродукции  
(США, Европа,  
Азия, Россия)



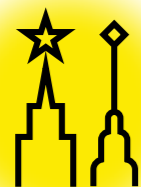
Логистика  
по территории РФ



Служба контроля  
качества



Персонализа-  
ция идей



Офисы компании  
в Москве и Петербурге



Штат компании —  
более 50 человек



Собственные склады  
в Москве и Петербурге

**Для своих клиентов мы можем создать все что угодно. Но особенный интерес представляют нестандартные задачи, требующие не просто механического контроля уровня качества, но и работы ума.**

Наше подразделение обладает всеми возможностями полноценного конструкторского бюро. Illan production имеет достаточные знания, ресурсы и опыт, чтобы найти решение для любой небанальной задачи: от использования нестандартных методов печати до проектирования и изготовления авторской упаковки. Мы также уверенно гарантируем качество всей выпускаемой продукции. Потому что ответственность — это тоже часть профессионализма. И важная его часть.

# Ключевые клиенты



# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КОМПАНИИ NOVA ARTISANA

## **Целевая аудитория**

Покупатели премиальных сетевых магазинах (Глобус Гурме, Азбука Вкуса, Лэнд) в Санкт-Петербурге и Москве.

## **Задача**

Стимулировать первую покупку марки. В будущем стать выбором №1 в сегменте свежих и мягких сыров (моцарелла, буратта, страчателла, бри).

## **Ситуация**

Из-за продуктового эмбарго из России ушли крупные западные производители сыра. Их место занял импорт из Белоруссии, но главным образом — сыры отечественных производителей. Однако потребителей зачастую не устраивает качество получаемого продукта.

Потребитель: «Я заплачу 250-300 рублей — а в итоге окажется какая-то замазка. Это будет разочарование. У нас 90% того, что продается из бри и камамберов — это абсолютно невкусно».

# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КОМПАНИИ NOVA ARTISANA

## Инсайт

Потребители уверены, что в России не умеют делать хороший сыр уровня выше Костромского. Однако оказалось, что они довольно точно понимают, с чем связан общий низкий уровень продукции.

### Потребитель:

«У нас российское молоко такое — у нас коровы едят не ту траву. У нас их не так кормят, поэтому получается «неправильное» молоко. Поэтому и сыр не дотягивает. Дело не в технологиях производства и каком-то особом оборудовании. У нас думают, что в России не умеют делать сыр... Сыр умеют делать, молока нет».

«Мне кажется, что все наше импортозамещение — это провальная история. У нас просто нет такого молока».

«Секрет хорошего сыра — в молоке. Нужно в основе молоко нормальное. Скорее всего у нас все плохо именно поэтому».

# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КОМПАНИИ NOVA ARTISANA

## **Гипотеза**

У потребителей премиальных магазинов есть понимание, что качество сыра зависит от качества исходного сырья. Хороший сыр невозможен без хорошего молока. На ферме Nova Artisana используют молоко исключительно от собственного стада, единственного подобного на Северо-Западе, состоящего из племенных айрширских коров — 2-ой мировой «молочной» породы. Сделав упор на уникальное качество своего сырья, Nova Artisana сумеет победить потребительский скепсис и стимулировать ЦА на пробную покупку.

## **Big idea**

Сыры особой породы из молока особой породы.

## **Решение**

Главными героями коммуникации становятся особенные, очень породистые коровы. Коровы-аристократы. Именно молоко этой породы часто используют в Европе для сыроварения, так что именно они позволяют создавать нам сыры нового для российского производителя уровня. Ироничность используемого образа помогает снизить пафос высказывания, подчеркнуть современность марки. Нестандартная стилистика изображения — ярко выделиться среди коммуникаций конкурентов.

# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КОМПАНИИ NOVA ARTISANA

## **Tone of voice**

На фоне ироничного визуала вербальный тон коммуникации должен быть подчеркнуто сдержанным, выверенным.

## **Слоган**

Сыры особой породы.

## **Развитие коммуникации**

Первый этап. Построение знания о продукте.

Второй этап. Формулировка понимания о сути бренда.

Третий этап. Как продукт отвечает на потребность человека?



# NOVA ARTISANA

**СЫРЫ ОСОБОЙ ПОРОДЫ.  
ИЗ МОЛОКА  
ОСОБОЙ ПОРОДЫ**





# АЙРШИРСКИЕ КОРОВЫ ПОКОРИЛИ ЛЕНОБЛАСТЬ

Сыры особой породы.  
Из молока особой породы





# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КЛИНИКИ «МЦРМ»

## **Задача**

Актуализация платформы позиционирования и разработка коммуникаций.

## **Вводные**

МЦРМ — одна из первых в России клиник, специализирующихся на лечении бесплодия. ЭКО, донорские программы, суррогатное материнство — ключевые специализации медицинского учреждения. У марки есть узнаваемая айдентика и считываемый профессиональным сообществом образ. А также планы по расширению — компания готовится к запуску франшизы. Новый этап стал отличным поводом привести в порядок текущее позиционирование марки — формализовать и актуализировать те смыслы и ценности, что есть у компании. А также задать стандарты коммуникации, которые легко могут быть масштабируемы для продвижения бренда в различных регионах страны.

## **Целевая аудитория**

Люди, которые в силу ряда заболеваний и естественных причин не могут естественным путем зачать детей.

# РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КЛИНИКИ «МЦРМ»

## **Идея**

Отличительная черта клиники МЦРМ — высокая экспертность. Клиника первой запускает самые актуальные программы и протоколы лечения, здесь работают лучшие специалисты, а также регулярно проводятся обучающие программы для всей отрасли, в том числе — для конкурентов. Текущий слоган марки «Помогаем сбыться мечте» в полной мере передает ожидания пациентов. Но чтобы быть убедительным, ему не хватает конкретики и профессионализма, присутствующих в ДНК МЦРМ. В рамках актуализации платформы мы уточнили слоган, теперь он звучит так: «От мечты к ребенку». С МЦРМ мечта перестает быть абстракцией, превращается в конкретную дорогу, путь, который вы сможете успешно пройти вместе со специалистами клиники. Тезис получает более подробное развитие в коммуникациях. Постоянные герои на ней — женщина и сопровождающий ее врач. Вместе они преодолевают различные препятствия, стоящие на пути к воплощению большой мечты.

## **Слоган**

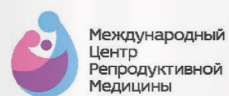
От мечты к ребенку.





## От мечты к ребенку

Поддержим на каждом этапе пути



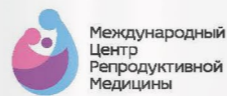
Международный  
Центр  
Репродуктивной  
Медицины

Комендантский пр-кт, дом 53 к.1 лит.А  
+7 (812) 385-69-85  
ivf@mcrm.ru



## От мечты к ребенку

Поддержим на каждом этапе пути



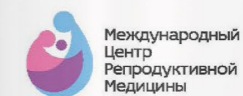
Международный  
Центр  
Репродуктивной  
Медицины

Комендантский пр-кт, дом 53 к.1 лит.А  
+7 (812) 385-69-85  
ivf@mcrm.ru



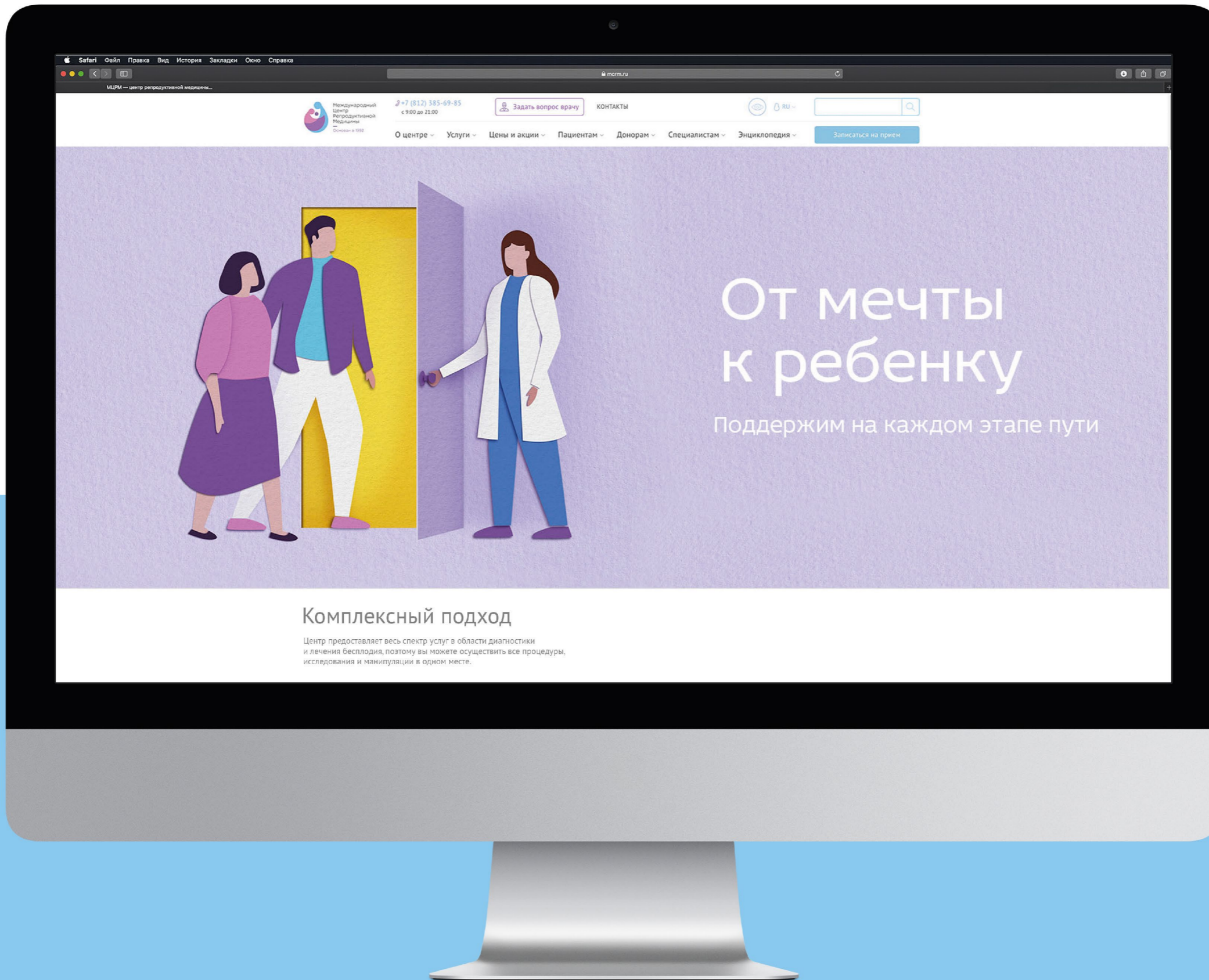
## От мечты к ребенку

Поддержим на каждом этапе пути



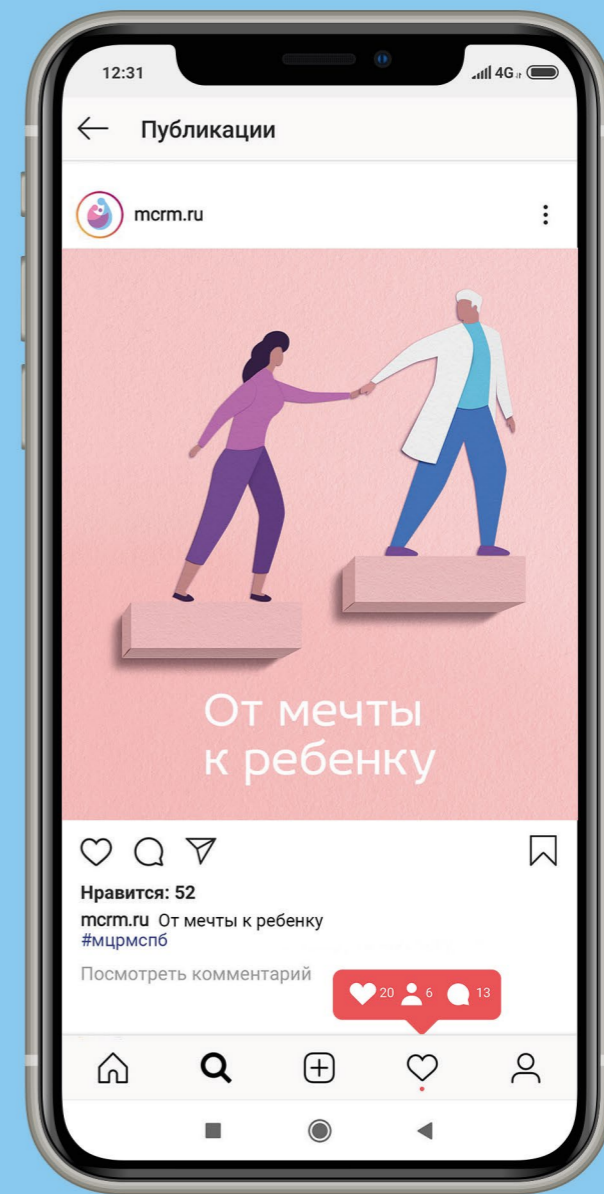
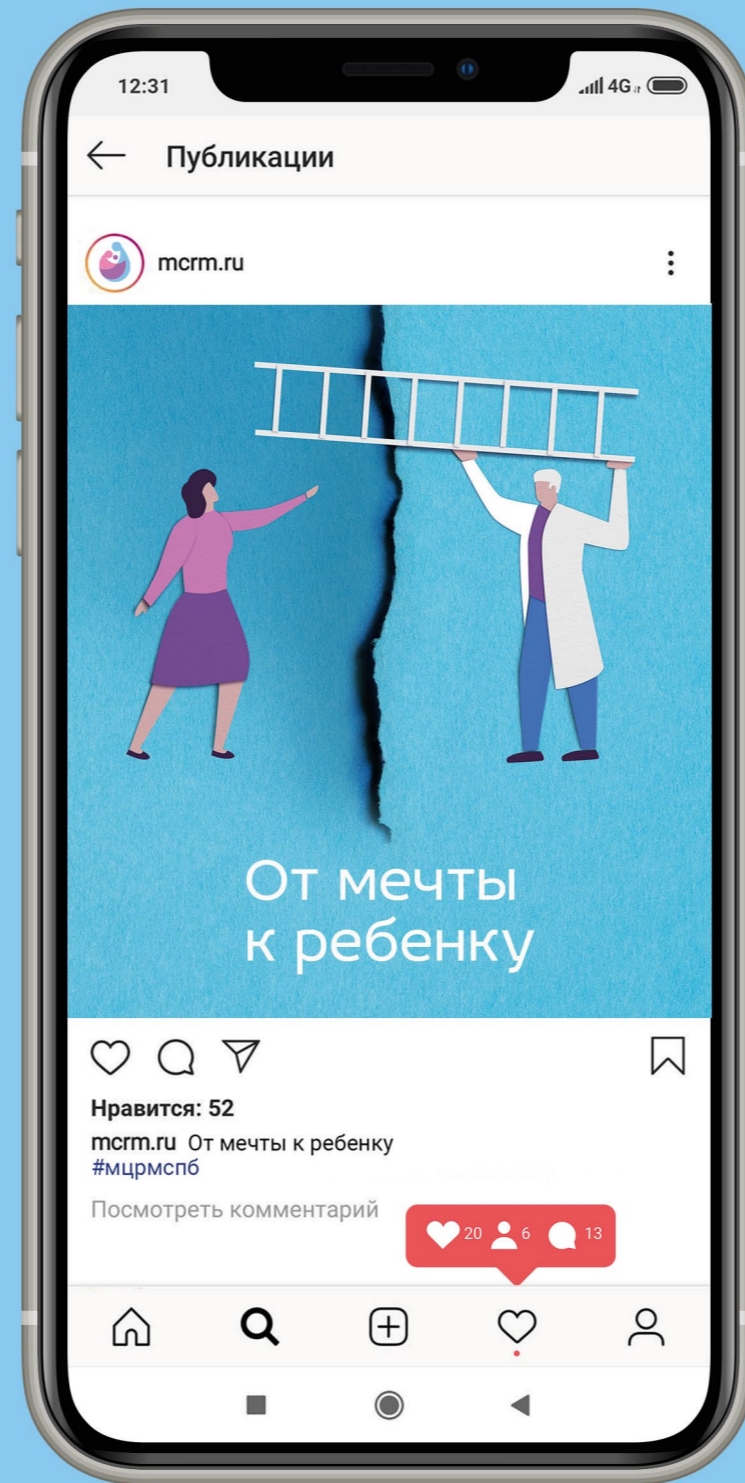
Международный  
Центр  
Репродуктивной  
Медицины

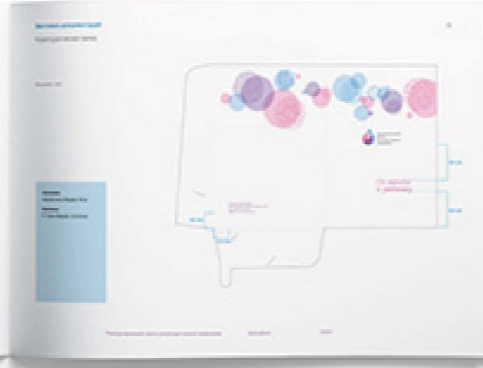
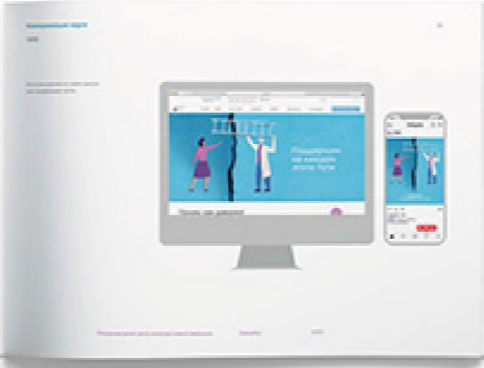
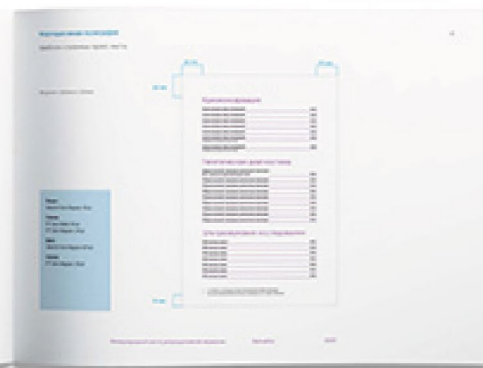
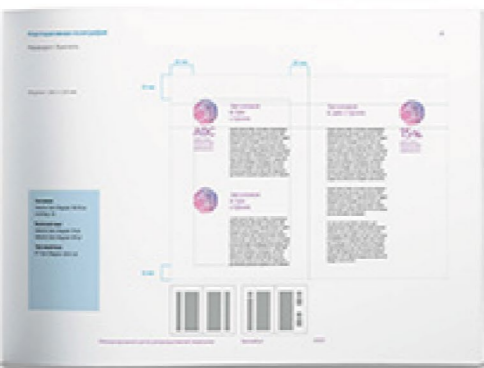
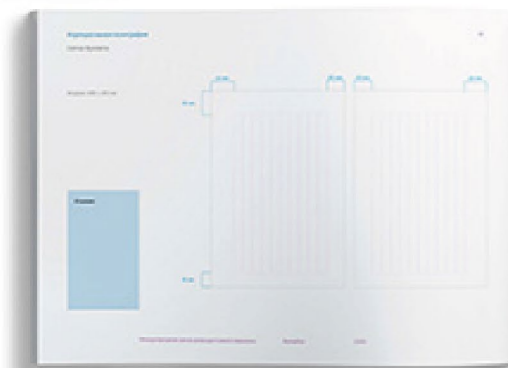
Комендантский пр-кт, дом 53 к.1 лит.А  
+7 (812) 385-69-85  
ivf@mcrm.ru



## Комплексный подход

Центр предоставляет весь спектр услуг в области диагностики и лечения бесплодия, поэтому вы можете осуществить все процедуры, исследования и манипуляции в одном месте.





# РЕДИЗАЙН ЛОГОТИПА И РАЗРАБОТКА НОВОГО ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## **Задача**

Редизайн логотипа и разработка нового фирменного стиля для Центрального банка Российской Федерации.

## **Логотип**

Все, что касается финансов, требует максимальной точности. Логотип крупнейшего финансового института — не исключение. Сохранив идею предыдущего знака Центрального банка, мы переработали его, сделав более выверенным, выразительными законченным.

## **Фирменный стиль**

В фирменном стиле появилась новая визуальная метафора — горизонт. Символ обширных возможностей и движения вперед стал константой графического образа регулятора. Линия горизонта делит любые носители фирменного стиля Банка России на небо и землю. Использование разной плотности цвета для верхнего и нижнего блоков позволяет подчеркнуть такие черты, как устойчивость, надежность (для земли) и перспективы, умение смотреть выше (для неба, выполненного градиентом).

# РЕДИЗАЙН ЛОГОТИПА И РАЗРАБОТКА НОВОГО ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## **Многостраничные издания**

Коммуникационная стратегия Центрального банка подразумевает высокую активность в создании многостраничных изданий. Важно было продумать образцы для всех возможных изданий организации — и внутрикорпоративных, и рассчитанных на внешний контекст. Такая подробная работа помогла сформировать полноценную библиотеку шаблонов, которая существенно облегчит дальнейшее управление коммуникациями Банка России на всех уровнях.

## **Диджитал**

В современном мире жизнь бренда невозможна только в плоскости офлайна. Для регулятора был сформирован диджитал-гайд, включивший в себя среди прочего пожелания по видеоизменению корпоративного сайта, характеру представления Банка России в соцсетях.

## **Экстерьер**

Масштаб деятельности главного финансового института страны предполагает использование таких же масштабных решений в коммуникации с потребителями. Для Центрального банка были продуманы графические образы будущих экстерьерных решений, позволяющие существенно расширить поле его присутствия.

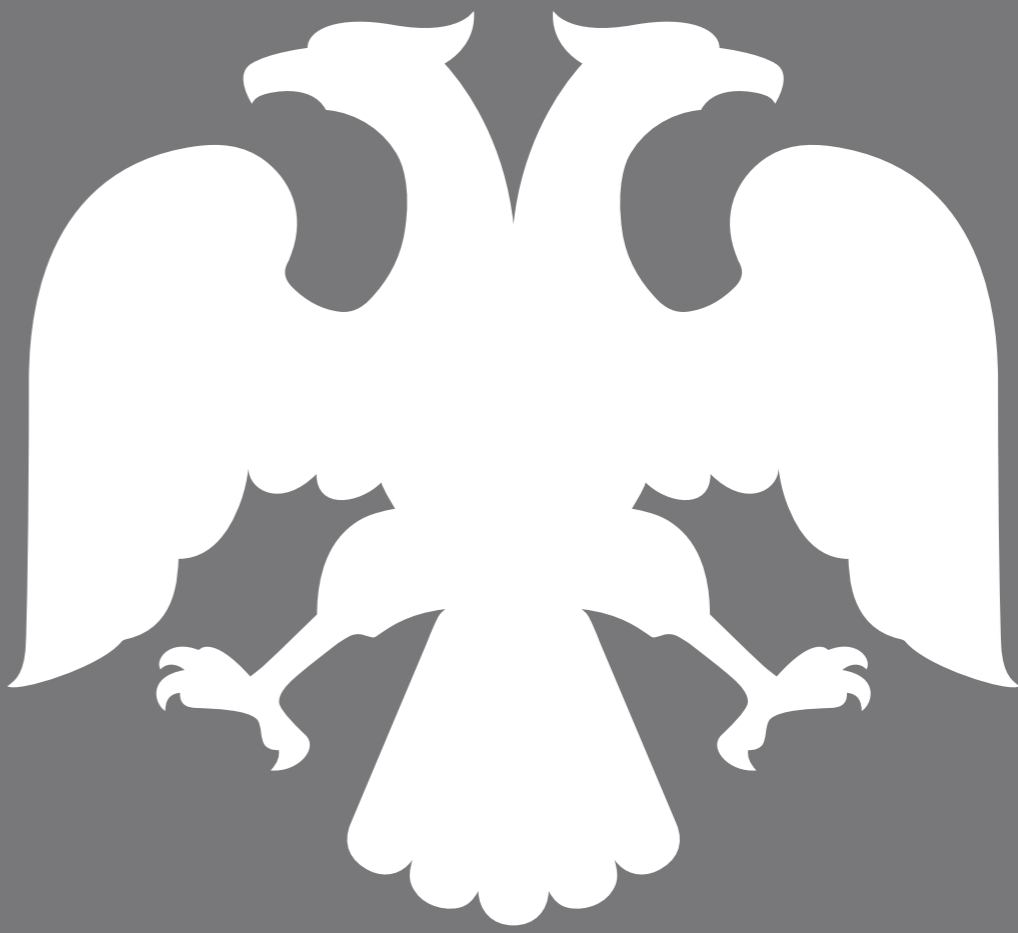
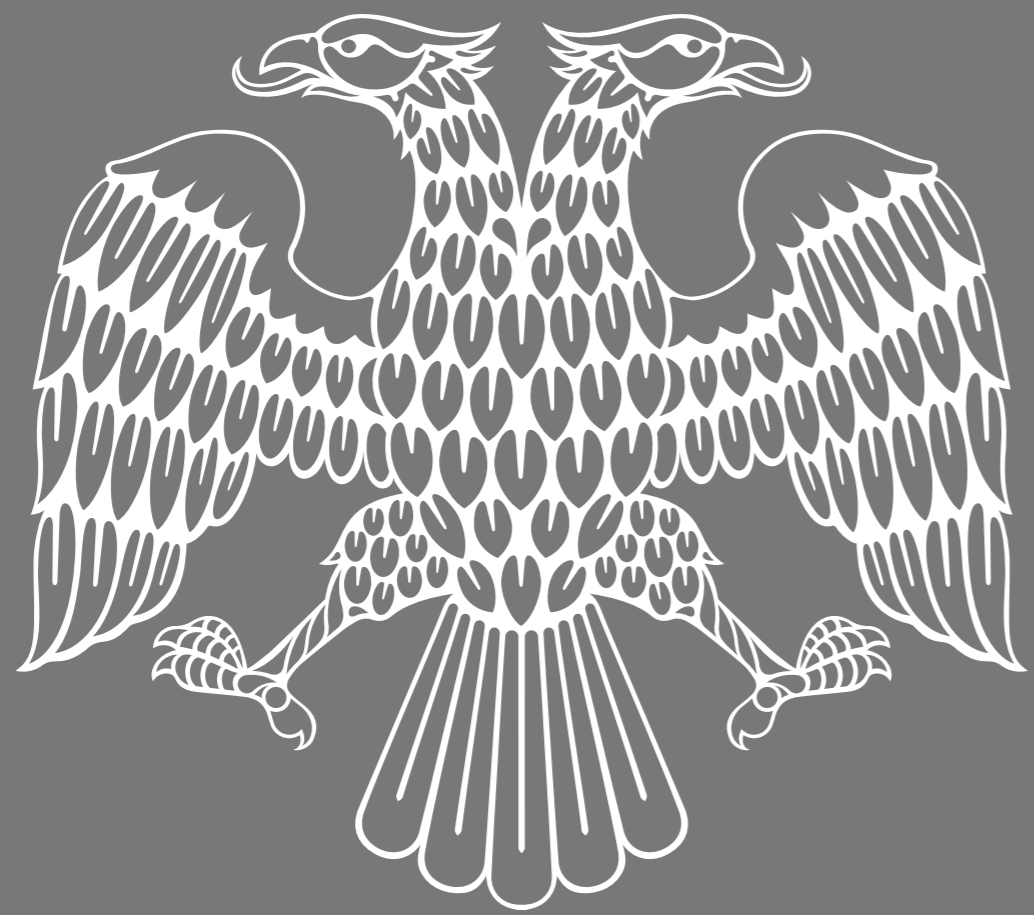
# РЕДИЗАЙН ЛОГОТИПА И РАЗРАБОТКА НОВОГО ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Гайд

Уникальной чертой нового брендбука стала его максимальная детальность. Стандарты фирменного стиля проработаны и описаны подробно, что дает возможность сотрудникам организации самостоятельно реализовывать оформление части носителей, сохраняя при этом стройность и последовательность визуальной идентичности Центрального банка.

An aerial photograph of a city at sunset. The sky is a gradient of orange and blue. The city below is densely packed with buildings, many of which are illuminated from within, creating a warm glow. A river or canal winds through the city, reflecting the sunset light. In the background, a prominent skyscraper with a pointed top is visible against the horizon. The text 'БАНК РОССИИ' is overlaid in the center of the image in a large, white, sans-serif font.

БАНК РОССИИ





Банк России

Дополнительная версия логотипа  
с детализированным знаком.  
Используется при высоте знака от 100 мм.



Банк России

Версия логотипа  
для минимальных размеров нанесения.  
Высота от 7 до 10 мм.

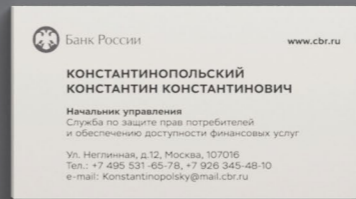
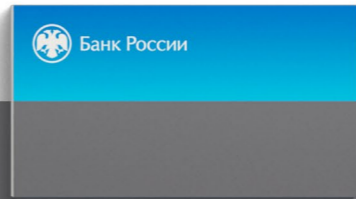
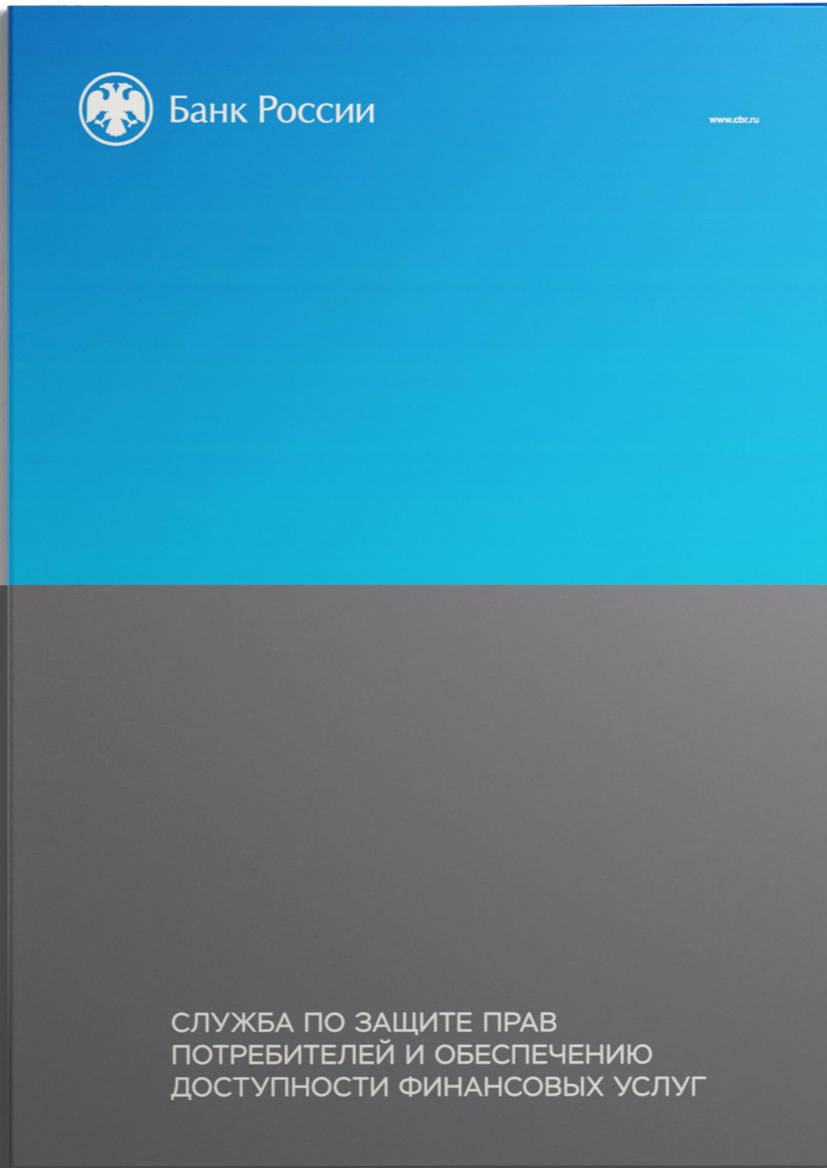
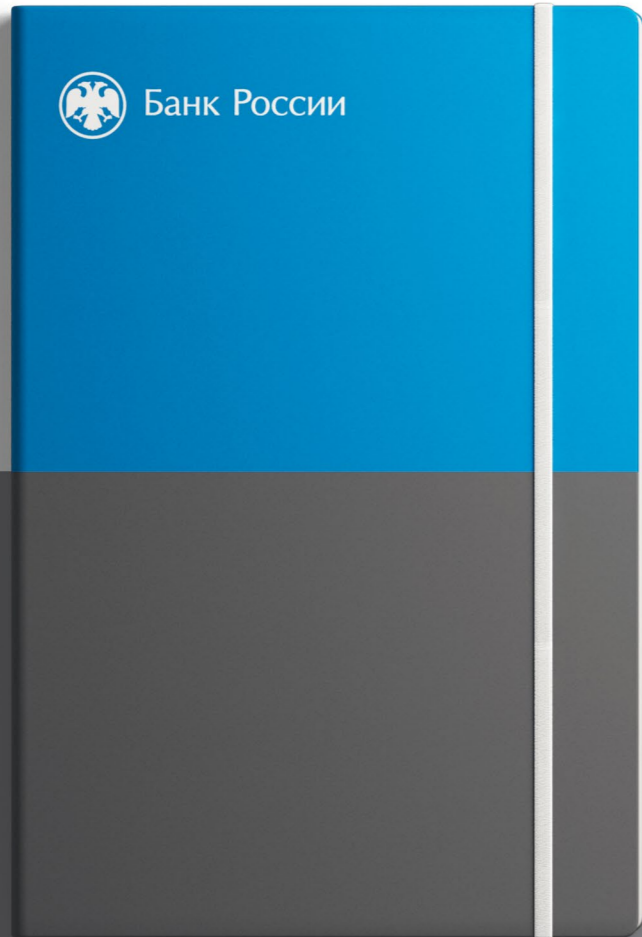


Банк России

Стандартная версия логотипа.  
Используется при высоте знака от 10 мм.









Банк России

[www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)



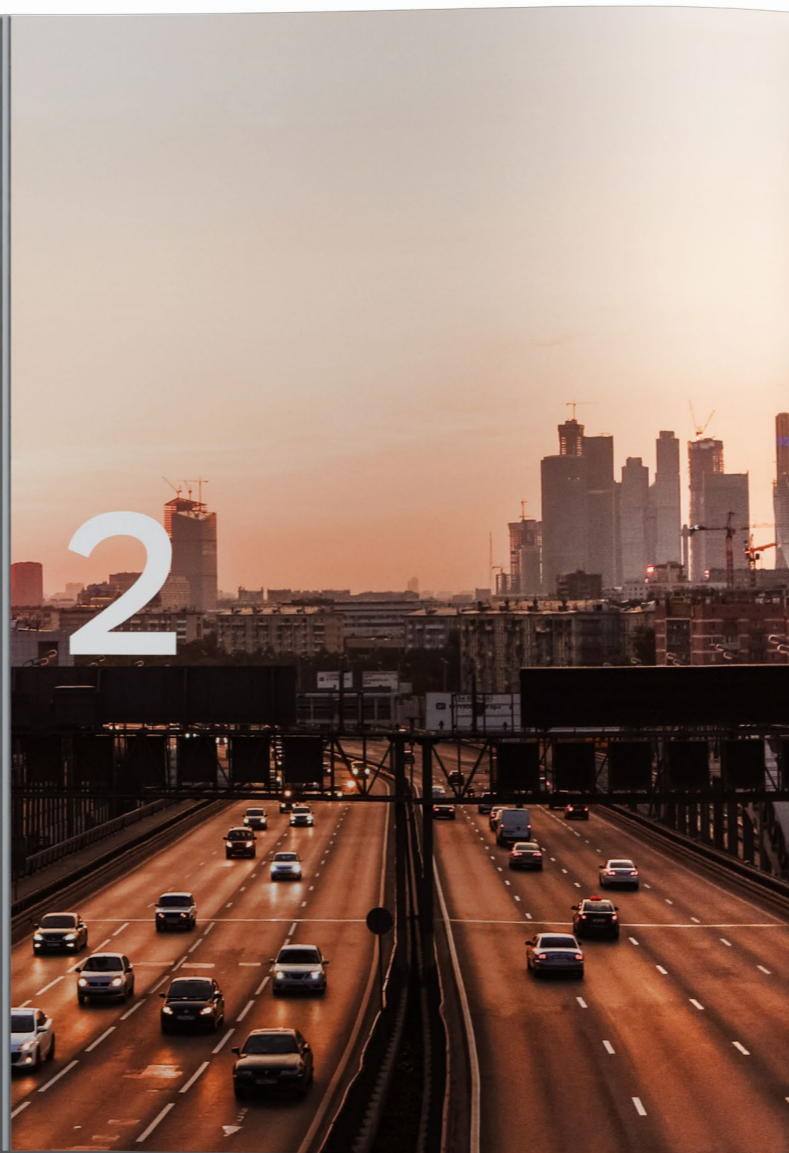
Банк России IV КВАРТАЛ 2017 –  
I КВАРТАЛ 2018 ГОДА

№ 115  
116

## ОБЗОР ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Информационно-аналитические материалы

20 июня 2018



Банк России  
Годовой отчет 2018

31

ЧАСТЬ 2

## Деятельность Банка России

Глава II содержит отчет Банка России о деятельности по достижению его стратегических целей, а также о выполнении функций, которые направлены на формирование доверия и понимания обществом его политики, укрепление репутации Банка России в международных финансово-экономических кругах, развитие международного сотрудничества.

Стратегические цели поставлены на несколько лет вперед, и их реализация происходит поэтапно.

В отношении цели по обеспечению ценовой стабильности Банк России отмечает, что подготовительный путь, связанный со снижением инфляции до приемлемо низких значений, пройден и завершен в отчетном году. Теперь необходимо удерживать инфляцию на стабильно низком уровне, что, собственно, и означает поддержание ценовой стабильности.

Достижение цели по обеспечению устойчивости финансового рынка также идет последовательно. В предыдущие годы необходимым и вместе с тем наиболее болезненным был этап расчистки финансового сектора от недобросовестных и слабых участников. В отчетном году Банк России активизировал работу по созданию регулятивных условий для развития справедливой конкуренции на финансовом рынке и эффективного проактивного надзора за финансовыми организациями.

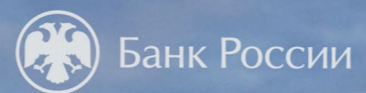


# Приложения

5

Годовая финансовая отчетность раскрывает информацию по банковским операциям и иным сделкам, совершенным Банком России для выполнения функций, установленных Федеральным законом от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (с изменениями) (далее – Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»). Представленная ниже годовая финансовая отчетность за 2017 год (далее – финансовая отчетность) включает:

- отчет о финансовом балансе;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет о полученной прибыли и ее распределении;
- отчет о формировании и об использовании резервов и фондов Банка России;
- отчет об управлении Банком России ценными бумагами и долями участия в капиталах организаций, входящими в состав имущества Банка России;
- отчет об объеме сделок, совершенных Банком России с ценными бумагами на организованных торгах;
- отчет о расходах на содержание служащих Банка России;
- отчет об исполнении сметы капитальных вложений. Основными целями деятельности Банка России являются:
  - защита и обеспечение устойчивости рубля;



**ОТЧЕТ  
О РАЗВИТИИ  
БАНКОВСКОГО  
СЕКТОРА**

Москва, 2018



Банк России

## ЛИЧНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Служба по защите прав потребителей  
и обеспечению доступности финансовых  
услуг

2017 г.





Банк России



Банк России сегодня  
Денежно-кредитная политика

Банкноты и монеты  
Информационно-аналитические материалы

Информация по кредитным организациям

БАНК РОССИИ

История

Центральный Банк Российской Федерации  
Государственный Банк СССР  
Центральный Банк Российской Федерации

Правовой статус и функции Банка России

Совет директоров

Решения совета директоров

Организационная структура

Структурные подразделения  
Территориальные учреждения  
Список расчетно-кассовых Центров

Национальный финансовый совет

Внутренний аудит

История создания внутреннего аудита в Банке России  
Нормативное регулирование аудита в Банке России  
Основные принципы и задачи внутреннего аудита в Банке России  
Структура службы главного аудитора Банка России  
Научно-экспертная и образовательная деятельность  
Международное сотрудничество

Управление рисками



Банк России

ДЕНЬ  
ОТКРЫТЫХ  
ДВЕРЕЙ

14.10

10:00–18:00

#деньЦБ  
[cbr.ru](http://cbr.ru)



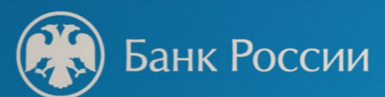
Банк России

ДЕНЬ  
ОТКРЫТЫХ  
ДВЕРЕЙ

14.10

10:00–18:00

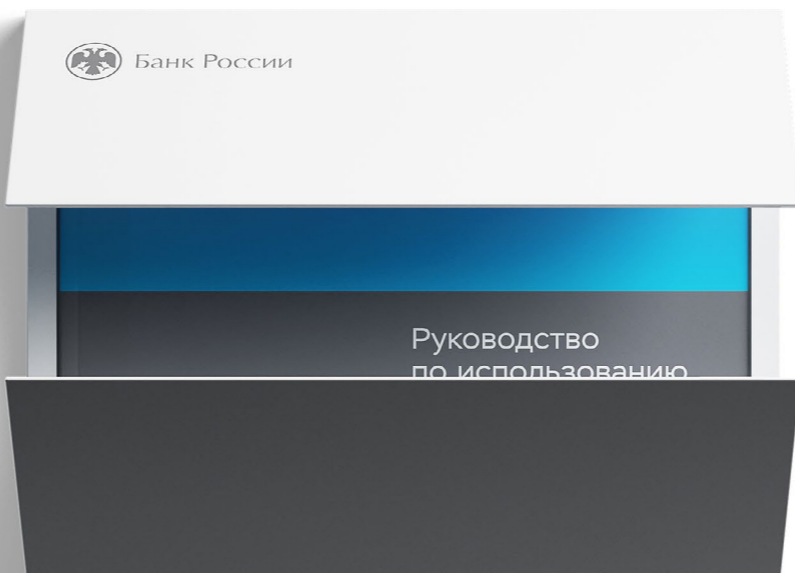
#деньЦБ  
cbr.ru



Банк России

Руководство  
по использованию  
фирменного стиля  
Банка России

ВЕРСИЯ 1.0 2018



ПО  
Фирма  
Банка

ВЕРСИЯ 1.0 2018



Банк России



Банк России

Специальная вертикальная версия



Russia

Bank of Russia

D100 – построение

CBRF-eng.logo.ver.1.00

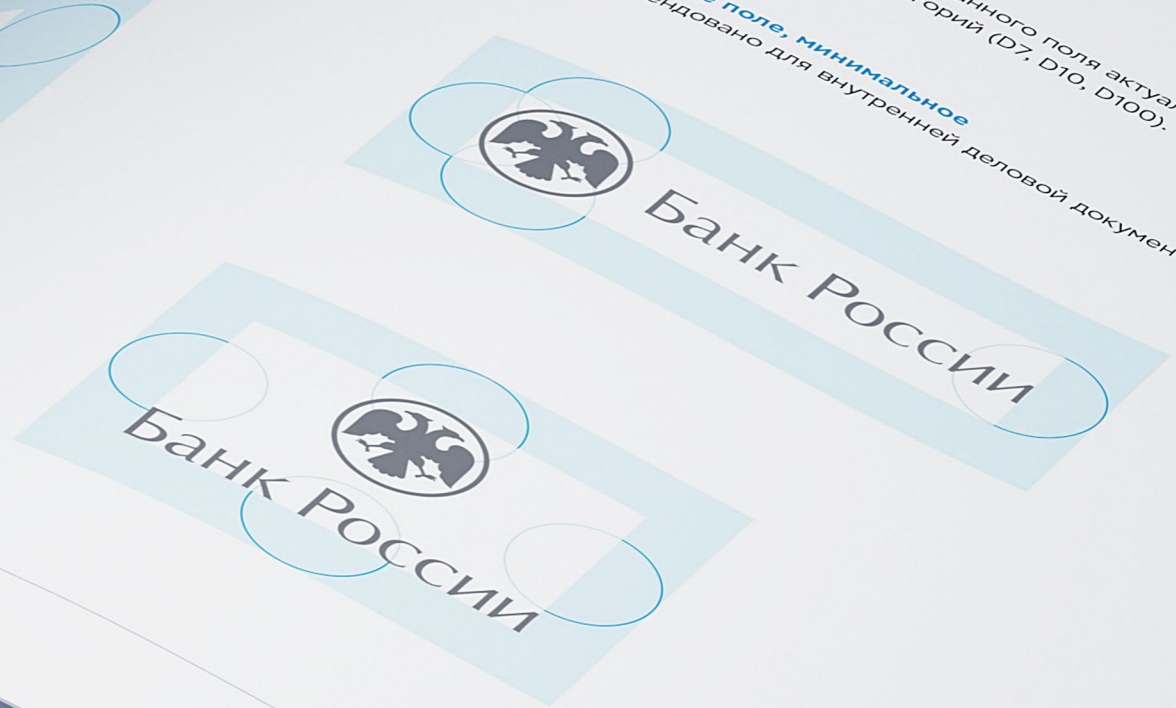
1. Основные константы фирменного стиля

1. Основные константы фирменного стиля

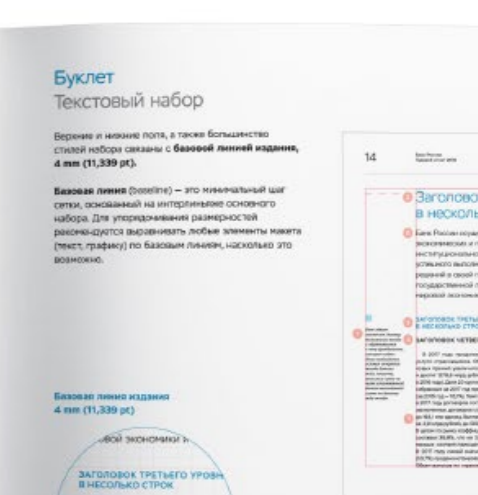
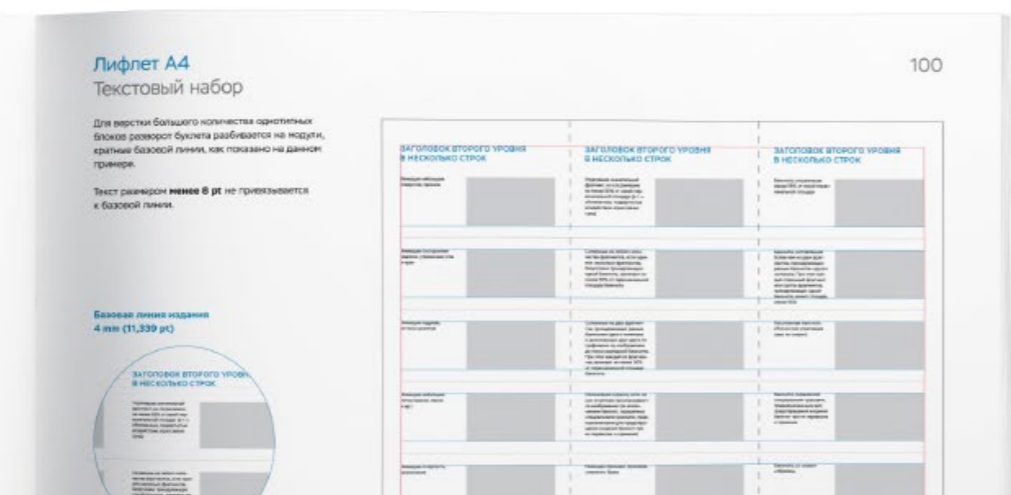
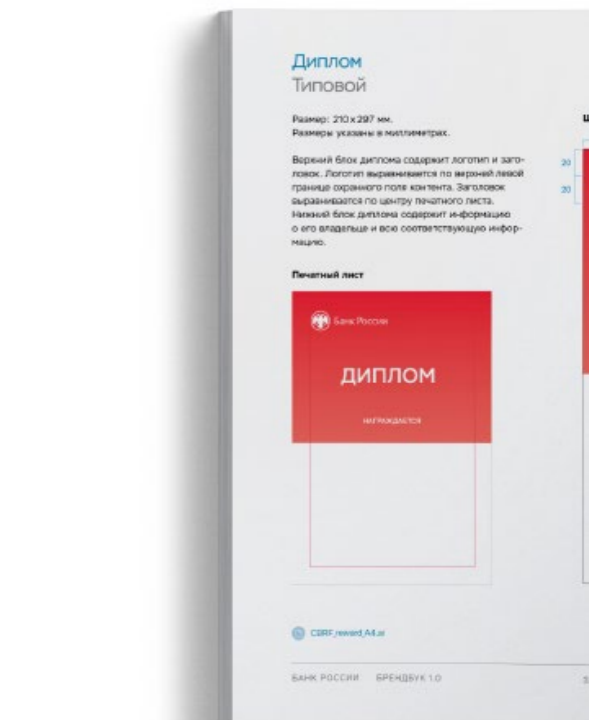
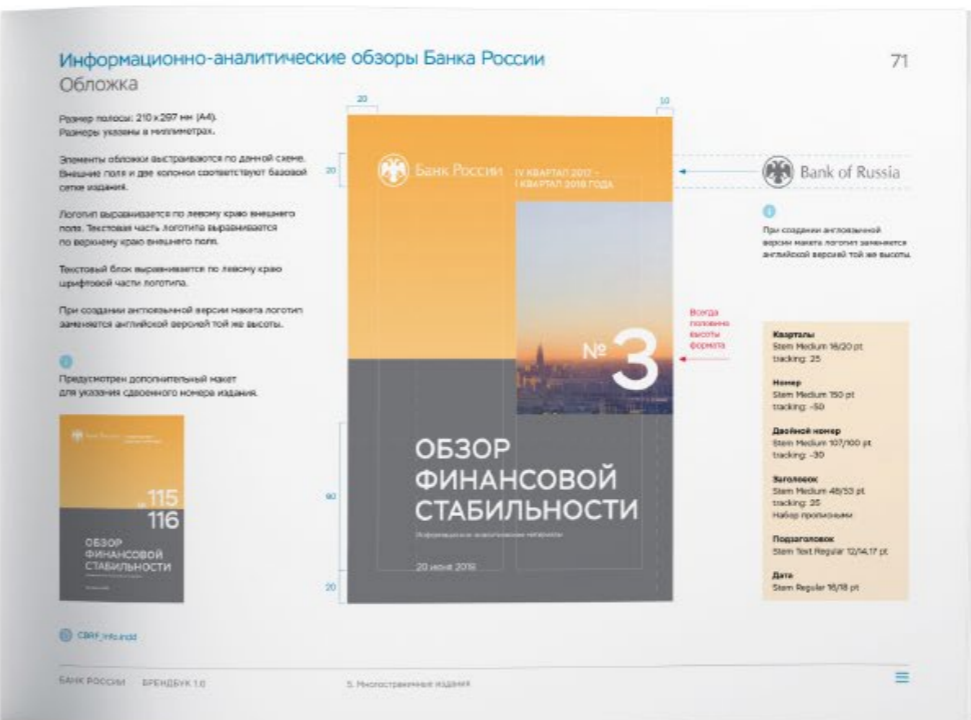
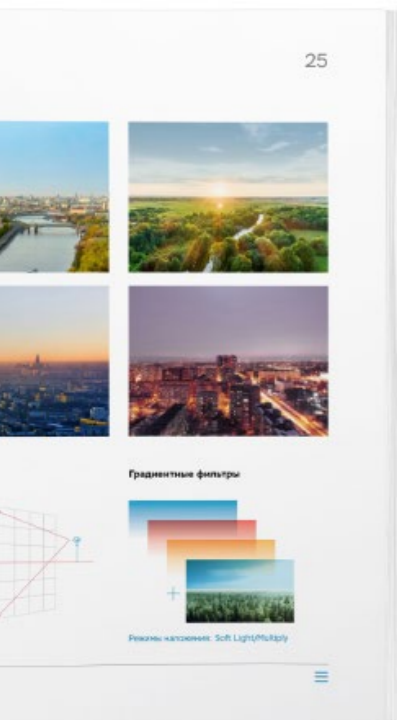
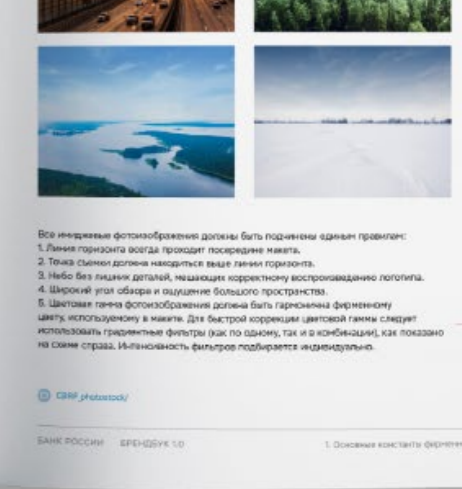
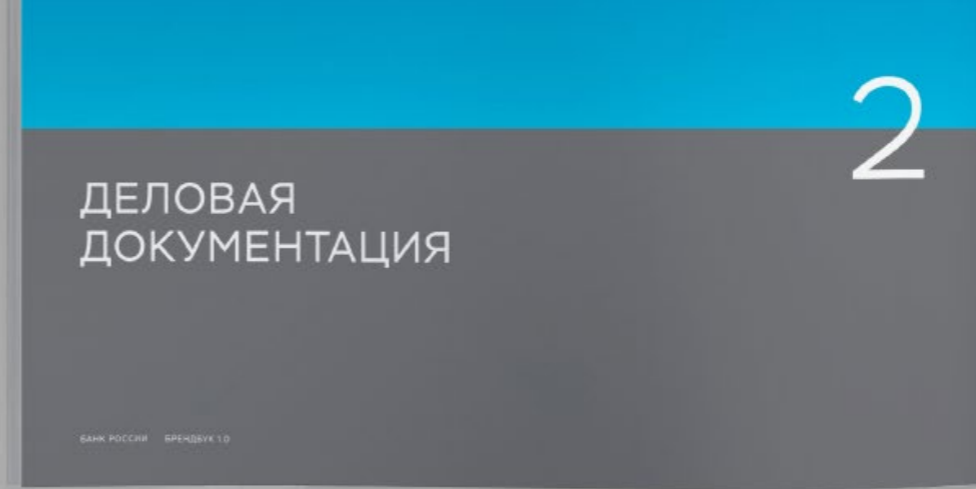
5. Многостраничные издания

в пределах которого  
правило также  
у края формата.  
периодических изданий).

1  
Данная пропорция охранного поля актуальна для логотипов  
всех размерных категорий (D7, D10, D100).  
**Охранное поле, минимальное**  
Рекомендовано для внутренней деловой документации и сувенирной продукции



расположения



# РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ХОККЕЙНОГО КЛУБА НИМО

## **Задача**

Разработать платформу позиционирования для новой хоккейной команды из Узбекистана.

## **Контекст**

В 2017 году Президентом Узбекистана была утверждена Программа по развитию физической культуры и массового спорта в стране. Особое внимание в ней было уделено развитию хоккея. В 2017 году в стране была образована Федерация Хоккея. В 2019 сдан построенный за полтора года ледовый дворец спорта Нимо Арена. В планах — вступление в Международную федерацию хоккея на льду, вывод национальных команд в ВХЛ и КХЛ.

## **Ситуация**

Команда Нимо стала первой профессиональной командой, чьи возможности и уровень подготовки способны соответствовать амбициям руководства страны. Командой, которая будет представлять Узбекистан на мировой арене. Не только качеством своей игры, но и всем своим видом. Любой вид спорта отражает социальные установки, культурные и идеологические ценности общества, в котором он существует. Чтобы уловить ту уникальную идентичность, которая ляжет в основу образа команды, мы поехали в Узбекистан.

# РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ХОККЕЙНОГО КЛУБА НУМО

## Исследования

В рамках исследования проведен комплекс мероприятий: стратегическая сессия с топ-менеджерами Федерации, ряд глубинных интервью с экспертами спортивной отрасли, игроками и болельщиками. Также была организована фокус-группа, состоящая из потенциальных посетителей будущих матчей. Особое внимание было уделено наблюдению за жителями страны, для выявления национальной идентичности и уникальных паттернов поведения.

## Логотип

Лого — это изображение птицы Хумо, волшебной птицы счастья из старинных легенд и сказаний. Под ее крылом собраны различные элементы-«перья», которые вместе дают ей возможность двигаться вперед.

## Фирменный стиль

Фирменный стиль развивает идею, заложенную в платформу бренда. Те самые «перья» из крыла птицы, становятся его ключевыми деталями. При более близком рассмотрении они превращаются в стремительные «ракеты», движущиеся к цели, что подчеркивает спортивный дух команды. Собираясь вместе, образуют уникальный паттерн, перекликающийся с национальным, но выглядящий более лаконично и актуально.





**HUMO**







63

63



HOMO

WARREN 25

BAUER



**HOCKEY CLUB HUMO**

**HUMO**

**HUMO**

**КРЫЛАТЫЕ**

**HOCKEY CLUB HUMO**

**TASHKENT/UZBEKISTAN**

**HUMO**

**HUMO**

**HOCKEY CLUB HUMO**

**TASHKENT/UZBEKISTAN**



13:45

HUMO

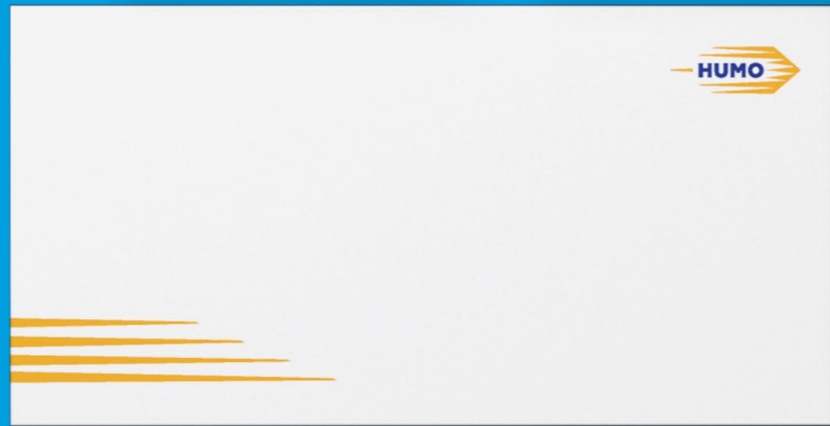


**HOCKEY**

**CLUB**

**HUMO**









# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Задача**

Ребрендинг объединенной авиакомпании «Россия».

## **Целевая аудитория**

Жители России, которые когда-либо путешествовали, путешествуют или планируют путешествовать на самолетах.

## **Ситуация**

В АК «Россия» за последний год произошли грандиозные изменения. Марка вышла на принципиально иной уровень, значительно расширив парк судов и карту маршрутов. Возросли и амбиции — новая объединенная авиакомпания «Россия» готова предоставить жителям страны впечатляющий комфорт и абсолютную свободу перемещения. Изменения такого масштаба получили должное отражение в коммуникациях марки. Был проведен глобальный ребрендинг.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## Стратегия

Обновленная авиакомпания «Россия» — это марка, полная эмпатии и понимания. Все жители страны — ее потенциальные клиенты. И условный Федор Сергеевич, которому надо ежемесячно летать на вахту на Север; и Мария, раз в год вывозящая детей в Крым; и Анатолий, несколько раз в месяц мотающийся в Москву на переговоры. Компания знает и понимает потребности каждого из них, как свои. Потому что эти люди и есть страна Россия, для которой много и с полной отдачей работает авиакомпания «Россия».

## Концепция

«Россия» — марка, для которой Я выходит на первое место. Которая видит не толпу, а лица; не навязанные ценности, а истинные потребности; не непреодолимые преграды, а перспективы новых высот. В центре вселенной бренда — человек, для которого и ради которого работают его моторы. Линии маршрутов — это линии жизни людей, и авиакомпания расчертила ими всю страну. Наша работа — делать людей ближе друг к другу. И мы сами очень стараемся быть ближе к людям.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Внедрение**

Логотип компании претерпел значительные изменения, однако сохранил узнаваемые элементы. Знак в виде заглавной буквы «R» присутствовал и раньше, однако имелись сложности с его прочтением. Избавившись от лишних деталей и дополнительных цветов, элемент-росчерк стал более заметным, динамичным, соответствующим характеру обновленного бренда. Новое уникальное начертание выглядит уверенным и «собранным», иллюстрируя другую грань индивидуальности марки, известной своей пунктуальностью. Новое уникальное начертание выглядит уверенным и «собранным», иллюстрируя другую грань индивидуальности марки, известной своей пунктуальностью. Важным этапом стала разработка для марки собственной уникальной шрифтовой гарнитуры. Шрифт, будучи одним из ключевых элементов фирменного стиля, усиливает визуальную цельность образа компании. В данном случае его характер созвучен графической пластике логотипа.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Графические константы**

В основе паттерна лежит элемент, внешне напоминающий лопасть. Пластикой и формой он созвучен логотипу компании. Из элемента складываются модули, которые графически повторяют образ турбины. Модули имеют вариативный характер: они могут образовывать различные паттерны. Одним из основных акцидентных элементов фирменного стиля является летящий самолет, получивший свое развитие из логотипа. За самолетом тянется инверсионный след, который служит как для декоративного оформления объектов, так и для разграничения информации в документации.

## **Деловая документация**

Деловая документация — главная составляющая любого фирменного стиля. Идеология компании должна проходить красной линией от визитки до бланка договора. Этой линией в данном случае служит изображение самолета с инверсионным следом. Фирменный паттерн здесь используется только папках и пакетах, чтобы не перегружать носители и не отвлекать внимания от информации.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Воздушное судно**

Первым воздушным судном в новом фирменном стиле вылетел Boeing-747 с именем Санкт-Петербург уже в апреле 2016 года. В АК «Россия» так вдохновились успешным стартом, что решили завести традицию называть новопокрашенные лайнеры именами городов. Сегодня самолеты АК «Россия» вы узнаете из тысячи других, благодаря новой яркой ливрее. Паттерн меняет свою плотность от носа самолета к его хвостовой части — становится насыщеннее, словно следуя за потоком воздуха. Этот прием помогает передать ощущение полета, движения, даже когда самолет находится на земле.

## **На борту**

Для всех членов экипажа мы разработали форму, которая отвечает требованиям нового фирменного стиля и удобна для персонала. Брендбук содержит более 30 страниц подробного описания униформы лётного и cabinного экипажа, а также сотрудников офисов продаж и наземных служб в аэропорту.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Обслуживание на борту**

С заботой о бортпроводниках, а главное, о пассажирах мы перекроили в лучшую сторону пледы, подушки, кресла: сделали их удобнее — как визуально, так и тактильно. Внимание к мелочам — вот что отличает хорошую авиакомпанию. Поэтому особый акцент мы сделали на оформлении бортовой посуды. Для этого мы использовали дополнительный элемент фирменного стиля — «самолет». Он «вылетает» из логотипа и оставляет за собой инверсионный след на чашках, тарелках и ланчбоксах. Также мы создали дизайн новых инструкций по безопасности для пассажиров воздушных судов airbus 319, boeing 747, boeing 777. Подробно иллюстрированные руководства объяснят своим читателям правила поведения пассажиров в повседневных и экстремальных ситуациях.

## **На земле**

Отдельного внимания заслуживают новые интерьерные решения в аэропортах и офисах продаж, где мы создали комфортное пространство для посетителей и служащих. Дизайн-систему мы перенесли в объёмные решения. И создали комфортное пространство для посетителей и служащих авиакомпании. Интерьеры офисов отражают гармоничную сдержанную стилистику компании.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Транспорт**

Для такси, как и для авиакомпании, важна пунктуальность. Поэтому мы брендовали автомобили паттерном, повторяющим ливрею. Ведь такси авиакомпании «Россия» так же чётко соблюдает график.

## **Digital-среда**

С новым фирменным стилем мы полностью переработали сайт авиакомпании. Нашей задачей было не только изменить его внешне, но и сделать более функциональным и удобным для пользователей. Пространство главной страницы нового веб-сайта ак «россия» максимально использовано для продвижения услуг компании. В технический отдел было отправлено более 80 макетов. Мы создали простой и понятный алгоритм для работы с сайтом, включая адаптивность поведения, чтобы компания в дальнейшем могла обслуживать его самостоятельно. Сайт спроектирован таким образом, чтобы его было удобно использовать на различных устройствах. Мобильная версия сайта, также как и полная, позволяет просматривать полную информацию онлайн-табло, бронировать билеты и получать любую интересующую пользователя информацию об авиакомпании.

# РЕБРЕНДИНГ ОБЪЕДИНЕННОЙ АВИАКОМПАНИИ «РОССИЯ»

## **Руководство по использованию фирменного стиля**

Итогом всего изложенного выше стал большой брендбук авиакомпании «Россия». На 225 страницах содержатся правила использования фирменного стиля и приводятся формулы его адаптации для каждого носителя будь то деловая документация или рекламный щит. В брендбуке учтены все возможные виды носителей и даны подробные указания, как можно и как нельзя работать с элементами фирменного стиля. Сформулированы правила обращения со шрифтовой гарнитурой. Разработаны принципы подачи материалов в коммуникациях марки для различных каналов и аудиторий. Создана схема для работы с сайтом, его ведения и формирования контента. Разделы брендбука подробно рассказывают о том, как оформить посуду, какие цвета и паттерны следует использовать для подушек и пледов, как именно должна быть сшита форма экипажа и обслуживающего персонала.



**РОССИЯ**



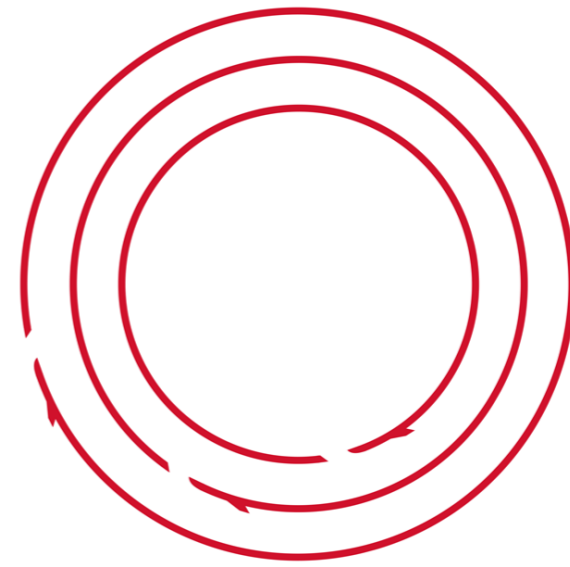
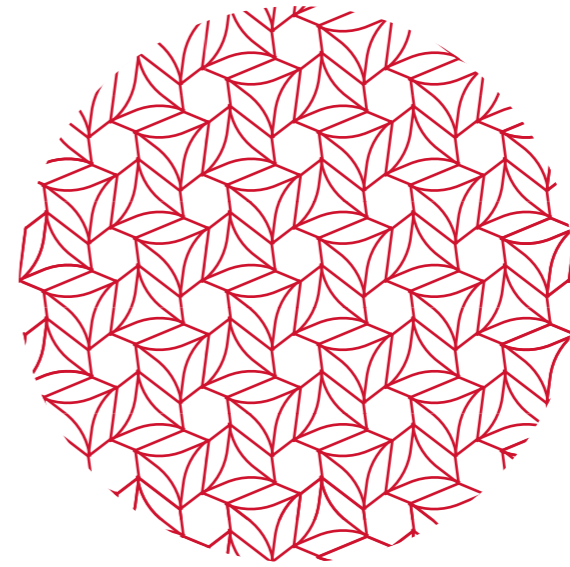
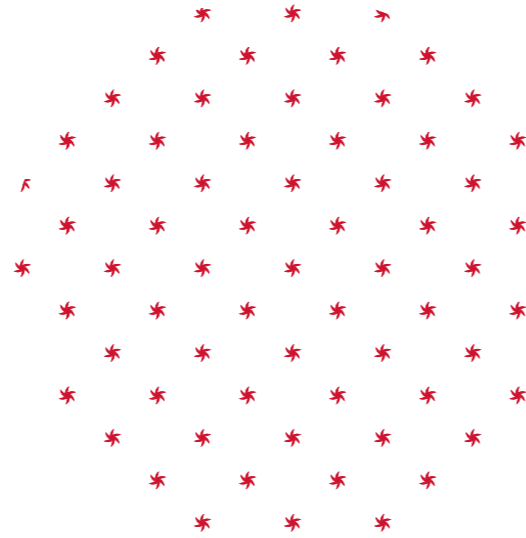
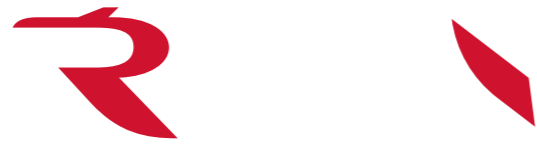
**ROSSIYA**

A vibrant blue sky with scattered white clouds, serving as the background for the text.

**I BELIEVE  
I CAN FLY,  
ROSSIYA!**

**Уникальная шрифтовая  
гарнитура, разработанная  
специально для *объединённой*  
*авиакомпания «Россия».***

**Обладает широкими пропорциями, выражен-  
ным контрастом, относительно короткими вы-  
носными элементами, уменьшенной разницей  
между строчными и ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ.**





RYAN AIR

EXIT HERE IN EMERGENCY

EXIT HERE IN EMERGENCY













 ROSSIYA

## БАГАЖ В КАБИНУ HAND BAGGAGE

Для вашего комфорта и безопасности в салон самолета вы можете взять 1 место ручной клади\* / For your own safety and comfort, you are allowed to take on board one item of carry-on baggage\*

Максимальный вес /  
Maximum weight :  
10 kg\*

Максимальный размер /  
Maximum size:  
55x40x20 cm

\* для пассажиров экономического класса / for economy class

В случае превышения по любому параметру необходимо зарегистрировать багаж. Условия перевозки багажа зависят от тарифа авиабилета, по некоторым тарифам может взиматься плата за перевозку зарегистрированного багажа. / If your hand baggage is larger than the dimensions indicated above, please register it at the check-in desk.





# РЕЖИМ РАБОТЫ



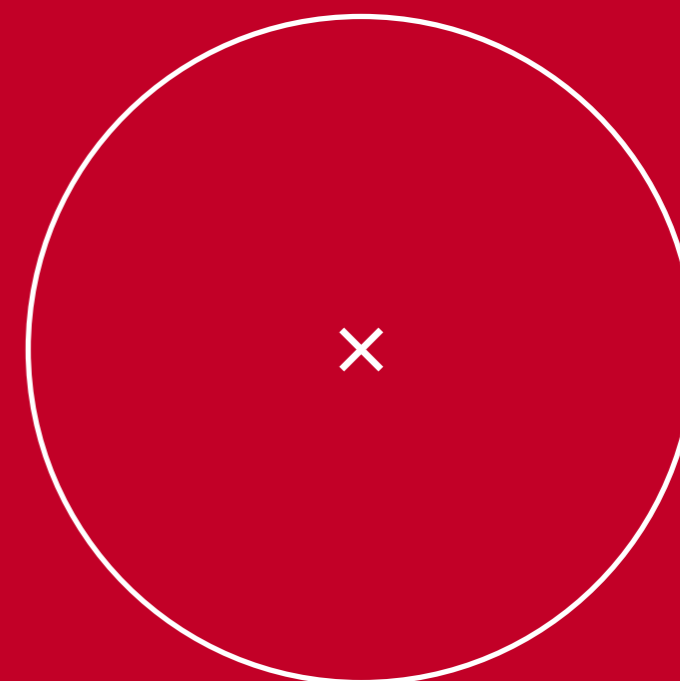
09:00  
19:00

ПН-ПТ



10:00  
16:00

СБ



×

ВС

## АО «Авиакомпания «Россия»

Юридический адрес:  
196210, г. Санкт-Петербург  
ул. Пилотов, д. 18, корп. 4

Фактический адрес:  
119071, г. Москва  
Ленинский пр., д. 15 А

119027, г. Москва  
Аэропорт Внуково  
2-й этаж, офис 201, 226



**KACCA**



21 августа  
2016 года

Генеральный директор  
АО «Авиакомпания «Россия»  
Д. П. САПРЫКИН

Ваш опыт, профессионализм,  
примером для всех сотрудников



**РОССИЯ**

01.07.2014 № \_\_\_\_\_  
от \_\_\_\_\_

На исх. № \_\_\_\_\_

### Обращение к инвесторам

Акционерное общество «Авиакомпания «Россия» — одна из крупнейших авиакомпаний РФ и ведущий авиационный перевозчик в Северо-Западном регионе страны. Авиакомпания «Россия» базируется в Санкт-Петербурге и выполняет около 40% всех авиаперевозок из аэропорта «Пулково».

Компания ведет свою историю с 1934 года. Является правопреемником авиапредприятия «Пулково», она сохранила богатые традиции петербургской авиации.

С 2011 года авиакомпания «Россия» вои собственными компаниями является ПАО «Аэрофлот» и Правительство Санкт-Петербурга в группу компаний «Аэрофлот», совокупный пассажиропоток которой по итогам года составил 20 млн пассажиров, то есть около трети всех отечественных авиаперевозок.

#### ПАРК КОМПАНИИ

Парк авиакомпании «Россия» состоит из 27 современных комфортабельных лайнеров: Airbus A319, Airbus A320.

Профессионализм летного состава подтверждает тот факт, что большинство пилотов компании имеет категорию Международной организации гражданской авиации ИКАО на линии полетов в сложных погодных условиях и различные допуски к полетам на дальних трассах.

#### УРОВНЯ

«Россия» соответствует высшим международным стандартам обеспечения безопасности Международной ассоциации авиационных перевозчиков IATA Operational Safety Audit (IOSA), а в 2013 году авиакомпания прошла уже четвертый аудит по стандарту ISO 9001:2008.

«Россия» является полноправным членом Международной ассоциации авиационных перевозчиков IATA, что демонстрирует высокий уровень на международном рынке авиационных перевозок.

В 2001 году авиакомпания «Россия» зарегистрирована как член Международной организации гражданской авиации ИКАО на основании выполнения условий и различных допусков к полетам на дальних трассах.

АО «Авиакомпания «Россия»  
Ул. Пулковская, д. 19, корпус 4  
Санкт-Петербург, 196210  
Тел.: +7 (812) 653-37-00  
Факс: +7 (812) 653-38-10  
Email: office@rosavia-airlines.com  
www.rosavia-airlines.com

**РОССИЯ**

АО «Авиакомпания «Россия»  
Ул. Пулковская, д. 19, корпус 4  
Санкт-Петербург, 196210  
Тел.: +7 (812) 653-37-00  
Факс: +7 (812) 653-38-10  
Email: office@rosavia-airlines.com  
www.rosavia-airlines.com

**РОССИЯ**

КОНСТАНТИНОПОЛЬСКАЯ  
Мария Ивановна  
Директор регионального управления  
перевозок в аэропорту Пулково  
Ул. Пулковская, д. 18, корпус 4, Санкт-Петербург, 196210  
Тел.: +7 (812) 653-37-00; Факс: +7 (812) 653-38-10; Mail: maria.i@rosavia-airlines.com

**РОССИЯ**

КОНСТАНТИНОПОЛЬСКАЯ  
Konstantinopolskaya  
Director of Regional Management  
in Airport Pulkovo  
Ulyayevskaya Street, 18, Building 4, Saint-Petersburg, Russia, 196210  
Tel.: +7 (812) 653-37-00; Fax: +7 (812) 653-38-10; Mail: maria.i@rosavia-airlines.com



**ROSSIYA**

**SINGLE-USE PASS**  
#C001

On exit the pass is to be returned to the security desk

**РОССИЯ**

№0000276  
14.03.2014  
14.03.2017

**КОНСТАНТИНОВ**  
Константин  
Константинович

Инициалы  
Департамент наземного  
обеспечения перевозок

**РОССИЯ**

РАЗОВЫЙ ПРОПУСК  
РАЗОВЫЙ ПРОПУСК

№ \_\_\_\_\_  
Имя \_\_\_\_\_  
Ф.И.О. \_\_\_\_\_  
Организационная служба \_\_\_\_\_  
Документ, удостоверяющий личность \_\_\_\_\_  
Цель посещения \_\_\_\_\_  
Подпись посетителя \_\_\_\_\_

М.П. \_\_\_\_\_

Инициалы \_\_\_\_\_  
Подпись сотрудника \_\_\_\_\_

**ПОСТОЯННЫЙ ПРОПУСК**

№ \_\_\_\_\_  
Имя \_\_\_\_\_  
Ф.И.О. \_\_\_\_\_  
Организационная служба \_\_\_\_\_  
Документ, удостоверяющий личность \_\_\_\_\_  
Цель посещения \_\_\_\_\_  
Подпись посетителя \_\_\_\_\_

**ВРЕМЕННЫЙ ПРОПУСК**

№ \_\_\_\_\_  
Имя \_\_\_\_\_  
Ф.И.О. \_\_\_\_\_  
Организационная служба \_\_\_\_\_  
Документ, удостоверяющий личность \_\_\_\_\_  
Цель посещения \_\_\_\_\_  
Подпись посетителя \_\_\_\_\_

**КОНСТАНТИН**

АВИАБИЛЕТЫ

Вылет из

Прибытие в

Туда и обратно В одну сторону

6.03.2016 9.03.2016

Взрослые от 12 лет 1

Дети 2-12 лет 2

Младенцы до 2 лет 0

НАЙТИ АВИАБИЛЕТЫ

ОТЕЛИ

ТРАНСФЕР

# Специальные цены на прямые перелеты

ПАО «Аэрофлот» объявляет распродажу авиабилетов эконом-класса на перелеты из Санкт-Петербурга в Рим, Милан, Женеву и Тель-Авив и обратно. Перевозку осуществляет авиакомпания «Россия».

ПОДРОБНОСТИ АКЦИИ

www.aeroflot.ru

## Бронирование трансфера

Фирменное такси АК «Россия»

ЗАКАЗАТЬ ТРАНСФЕР

ИЛИ

## Бронирование отеля

Поиск отелей на booking.com

ЗАБРОНИРОВАТЬ

## Аэрофлот Бонус — новые привилегии

Участники программы «Аэрофлот Бонус» накапливают мили за полеты рейсами Группы Аэрофлот и альянса SkyTeam. Накопленные мили можно обменивать на премиальные авиабилеты, повышение класса обслуживания, товары и услуги партнеров.



8 800 444 55 55 (звонок бесплатный) Обратная связь Вход Рус Eng Поиск

**РОССИЯ** ПОЛЕТ С НАМИ ПЛАНИРОВАНИЕ ПУТЕШЕСТВИЯ КОМПАНИИ РЕГИСТРАЦИЯ НА РЕЙС

**Онлайн-табло**  
 Информация о рейсах авиакомпании «Россия» за текущие сутки. Время вылета указано местное для каждого аэропорта.

ВЫЛЕТ ПОСАДКА из: Санкт-Петербург (Пулково)

Казань (Основной)  
 Калининград (Храброво)  
 Краснодар (Пашковская)  
 Красноярск (Емельяново)  
 Милан (Малпенса)  
 Минеральные Воды  
 Москва (Внуково)  
 Москва (Домодедово)  
 Мурманск (Основной)

Поиск по табло рейсов

ВЧЕРА СЕГОДНЯ ЗАВТРА

НОМЕР РЕЙСА	ТЕРМИНАЛ ОТПРАВЛЕНИЯ	АЭРОПОРТ ПРИЕЗДА	СТАТУС
FV6203 SU6203	1	Вена	Вылетел
ПЛ6341 AZ5210 SU6341	1	Мурманск (Основной)	Прибыл
FV6267 SU6267	1	Тель-Авив (Бен Гурион)	Отменен
ПЛ6301 AZ5221 SU6301	1	Архангельск (Талаги)	Прибыл
FV6241 SU6241	1	Берлин (Шенефельд)	Вылетел
FV6235 AF4849 SU6235	1	Париж (Шарль де Голль)	Вылетел
ПЛ6131 SU6131	1	Москва (Домодедово)	Идет посадка
<b>FV6275 AZ7213 SU6275</b>	1	<b>Рим (Фьюмичино)</b>	<b>Задержан</b>
FV6257 SU6257	1	Мюнхен	Регистрация
FV6273 AZ7211 SU6273	1	Милан (Малпенса)	Регистрация
FV6203 SU6203	1	Вена	Вылетел
ПЛ6341 AZ5210 SU6341	1	Мурманск (Основной)	Прибыл

ДАТА/ВРЕМЯ ФАКТИЧЕСКИЕ	СТАТУС
11.02.16 09:23	Вылетел
11.02.16 09:25	Прибыл
11.02.16 09:35	Отменен
11.02.16 09:40	Прибыл
11.02.16 09:52	Вылетел
11.02.16 10:00	Вылетел
11.02.16 10:05	Идет посадка
11.02.16 10:20	Задержан
11.02.16 10:25	Регистрация
11.02.16 10:40	Регистрация
11.02.16 09:25	Вылетел
11.02.16 09:25	Прибыл

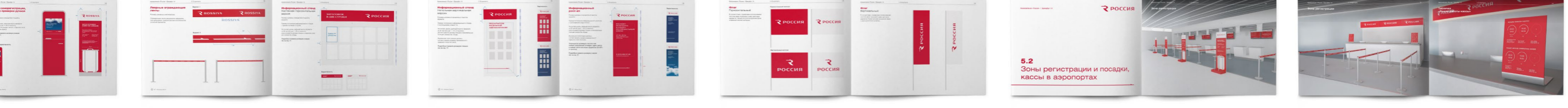
Тип рейса	Тип самолета	Бизнес класс	Эконом класс	Отправление по расписанию	Отправление по плану	Отправление фактическое	Прибытие по расписанию	Прибытие по плану	Прибытие фактическое
Регулярный рейс	AIRBUS INDUSTRIE A319	8	120	09:40 (11.02.16)	09:40 (11.02.16)	09:31 (11.02.16)	11:10 (11.02.16)	11:10 (11.02.16)	10:58 (11.02.16)

КУПИТЬ БИЛЕТ

Апрель 2016 | Версия 1.0

 **РОССИЯ**

**Руководство  
по использованию  
фирменного стиля**





# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «ИГРИСТЫЕ ВИНА»

## **Задача**

Разработка платформы позиционирования и системы визуальной идентификации бренда.

## **Вводные**

Завод «Игристые вина» был создан в 1876 году, располагается в Санкт-Петербурге. Компания является лидером по объему производства игристого вина в России. На заводе установлено современное итальянское оборудование, продукция имеет множество наград и признана экспертным сообществом в России и за рубежом.

## **Контекст**

У марки есть высококачественный продукт и репутация профи среди экспертов. Однако нет бренда. Ни потребители, ни рынок не понимают, кто такие «Игристые вина», какова их позиция и чем они отличаются от остальных. Марка теряет баллы не только на уровне имиджа. У компании серьезные конкуренты с ясным позиционированием. Игнорировать ценностный уровень бренда в такой ситуации — значит лишать марку аргументов при работе с ретейлом, входе в NoReCa, налаживании коммуникаций.

# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «ИГРИСТЫЕ ВИНА»

## **Боль**

Главные конкуренты «Игристых вин» — «Абрау Дюрсо», «Золотая балка» — делают ставку на регион происхождения своего винограда и собственные хозяйства. В этой логике петербургское происхождение компании становится проблемой. Только ленивый в инфополе не прошелся по «знаменитым виноградникам на Невском проспекте».

## **Возможность**

Завод «Игристые вина» с самого начала работал с виноматериалом со всего света. В Петербурге действительно нет виноградников, однако с точки зрения логистики производственных процессов такая локация работает на качество продукта. Обосновавшись в городе-порте, «Игристые» имеют доступ к лучшему виноматериалу со всего света. И его качество не будет зависеть от того, насколько удачным для региона был год. Работая с поставщиками из разных стран, марка застрахована от рисков плохой погоды, засухи или неурожая. Единственный важный критерий при отборе и закупке материала — заданное качество вина. Благодаря своей бизнес-модели «Игристые» могут поддерживать его стабильным, на заданном высоком уровне.

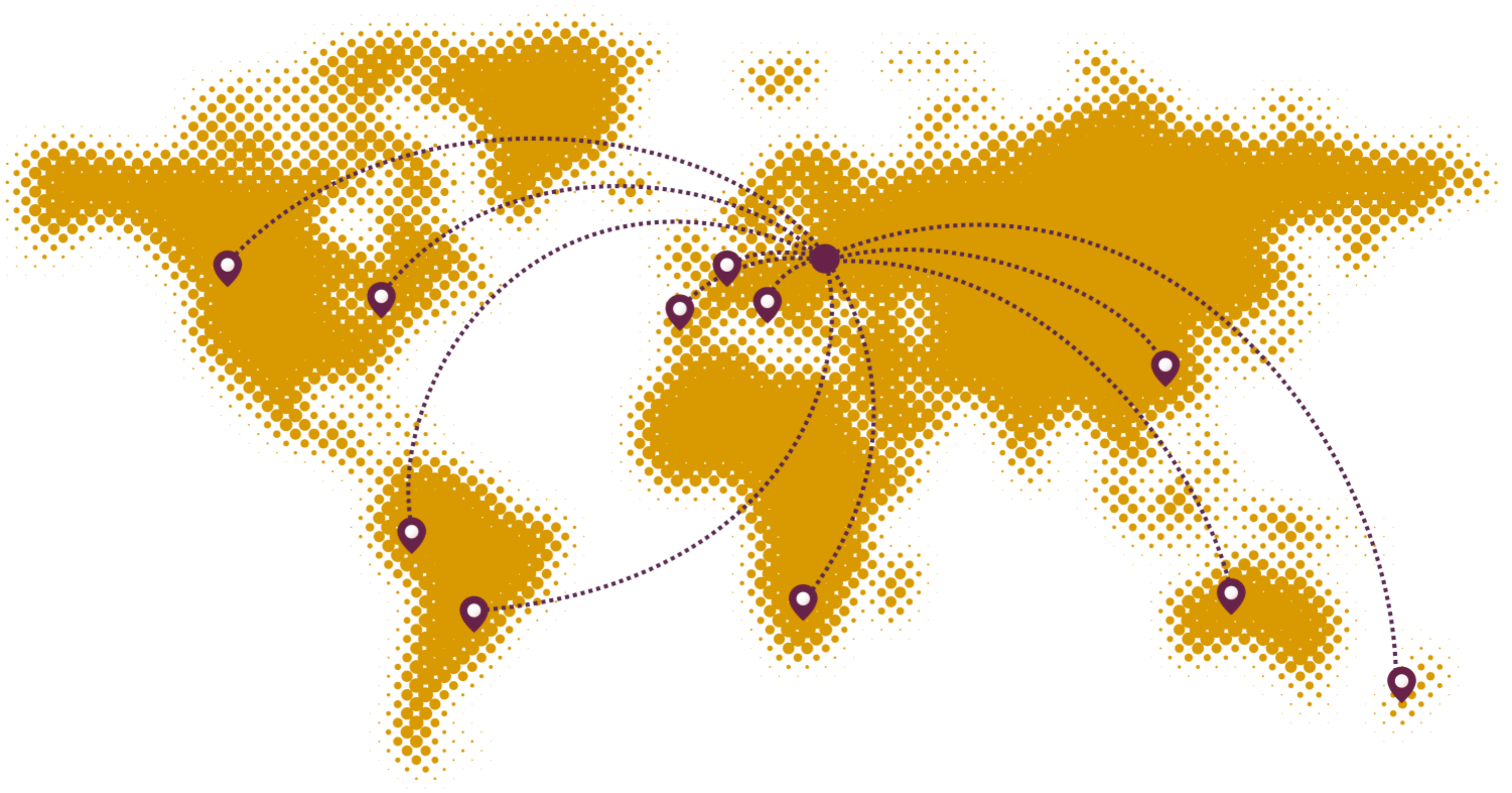
# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «ИГРИСТЫЕ ВИНА»

## Платформа

Ядро позиционирования марки перекликается с сутью ее позиции в бизнесе: выбираем лучшее, чтобы сделать лучше. Обновленные «Игристые вина» — это современная компания, использующая умный подход в настройке бизнеса для получения стабильного результата. Бренд, у которого каждый год — хороший. Начиная с 1876 года — даты образования завода.

## Логотип

Знак марки — условное изображение бокала, созданное из отдельных ягод. Это метафора подхода к работе компании, для которой стабильное качество продукта заключается в умении выбрать подходящий материал независимо от внешних условий в том или ином регионе. Стилистика изображения знака, а также простое, лаконичное написание подчеркивают актуальный характер как самого бренда, так и его бизнес-модели. Элементы знака при масштабировании превращаются в паттерн, который может свободно использоваться на различных носителях фирменного стиля.



Аргентина



Испания

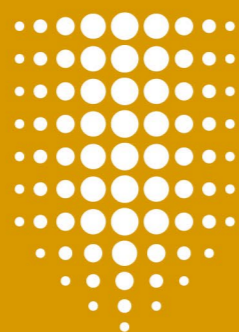


Италия



Франция





ИГРИСТЫЕ  
ВИНА

1876



ИГРИСТЫЕ  
ВИНА

1876



ИГРИСТЫЕ  
ВИНА

1876



ИГРИСТЫЕ  
ВИНА

1876

## Визитка персональная Вариант 2

Пример визитки без отчества и с должностью в одну строку.

Размер: 90×50 мм.  
Все размеры указаны в миллиметрах.

Оборотная сторона — стандартная с паттерном. Цвет фона оборотной стороны — один из фирменных цветов на выбор.

### Лицевая сторона



### Лицевая сторона на английском языке



Ф. И. О.  
NWT Bodoni Bold, 12/14 pt

Должность, контакты  
Aeroport Regular, 7/9 pt

Адрес  
Aeroport Regular, 5/7 pt



## Визитка персональная Вариант 3

Пример визитки без должности.

Размер: 90×50 мм.  
Все размеры указаны в миллиметрах.

Цвет фона оборотной стороны — один из фирменных цветов на выбор.

### Лицевая сторона



### Оборотная сторона



Ф. И. О.  
NWT Bodoni Bold, 12/14 pt

Контакты  
Aeroport Regular, 7/9 pt

Адрес  
Aeroport Regular, 5/7 pt



5

я  
МИЛИЯ

ность в одну строку

0 (000) 000 00 00  
+0 (000) 000 00 00  
l: name@spbvino.ru

ике

не  
name

on one stroke

0 (000) 000 00 00  
+0 (000) 000 00 00  
l: name@spbvino.ru

### Визитка персональная Вариант 3

Пример визитки без должности.

Размер: 90×50 мм.  
Все размеры указаны в миллиметрах.

Цвет фона оборотной стороны —  
один из фирменных цветов на выбор.

Ф. И. О.  
NWT Bodoni Bold, 12/14 pt

Контакты  
Aeropot Regular, 7/9 pt

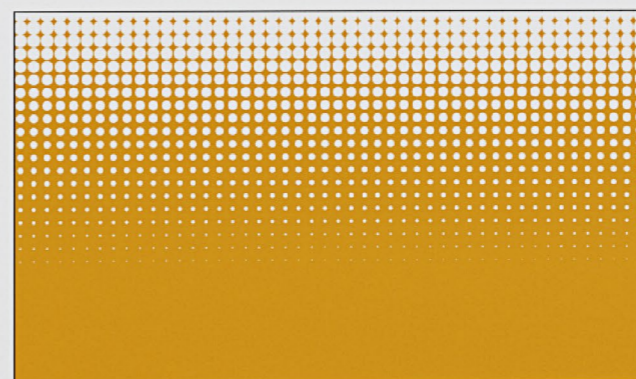
Адрес  
Aeropot Regular, 5/7 pt



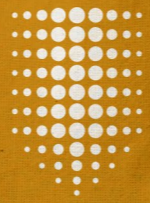
#### Лицевая сторона



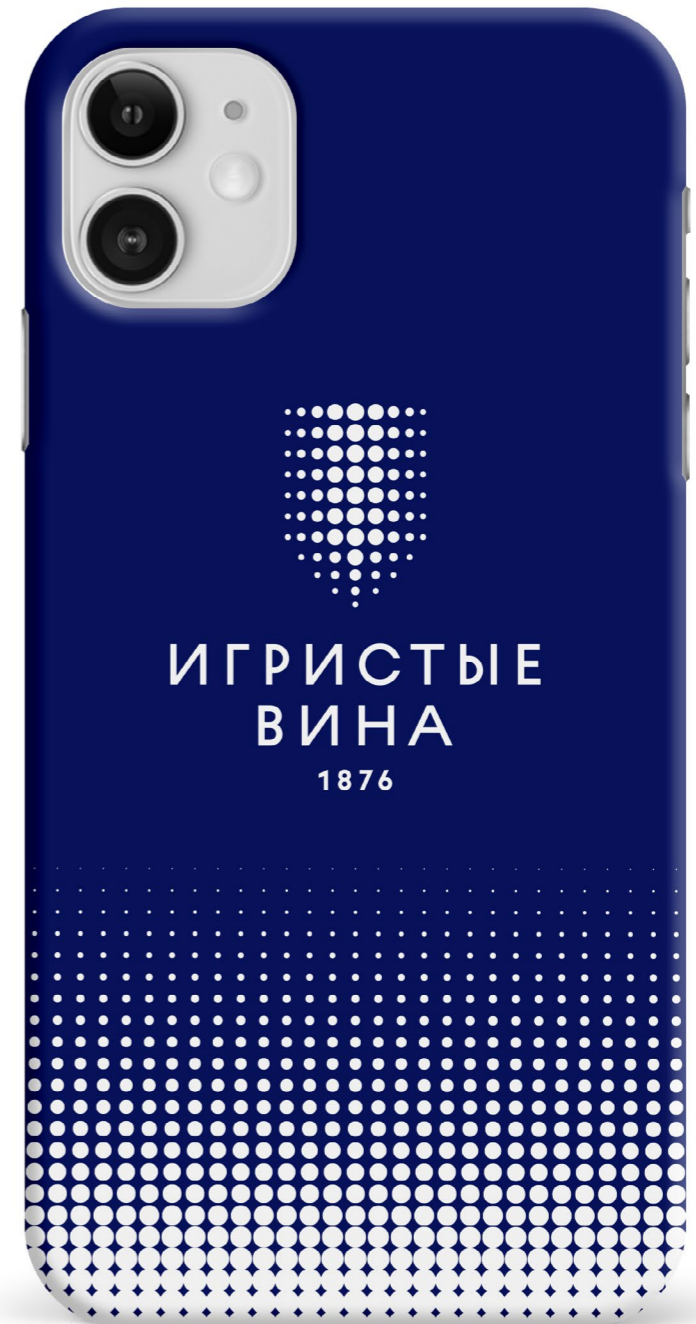
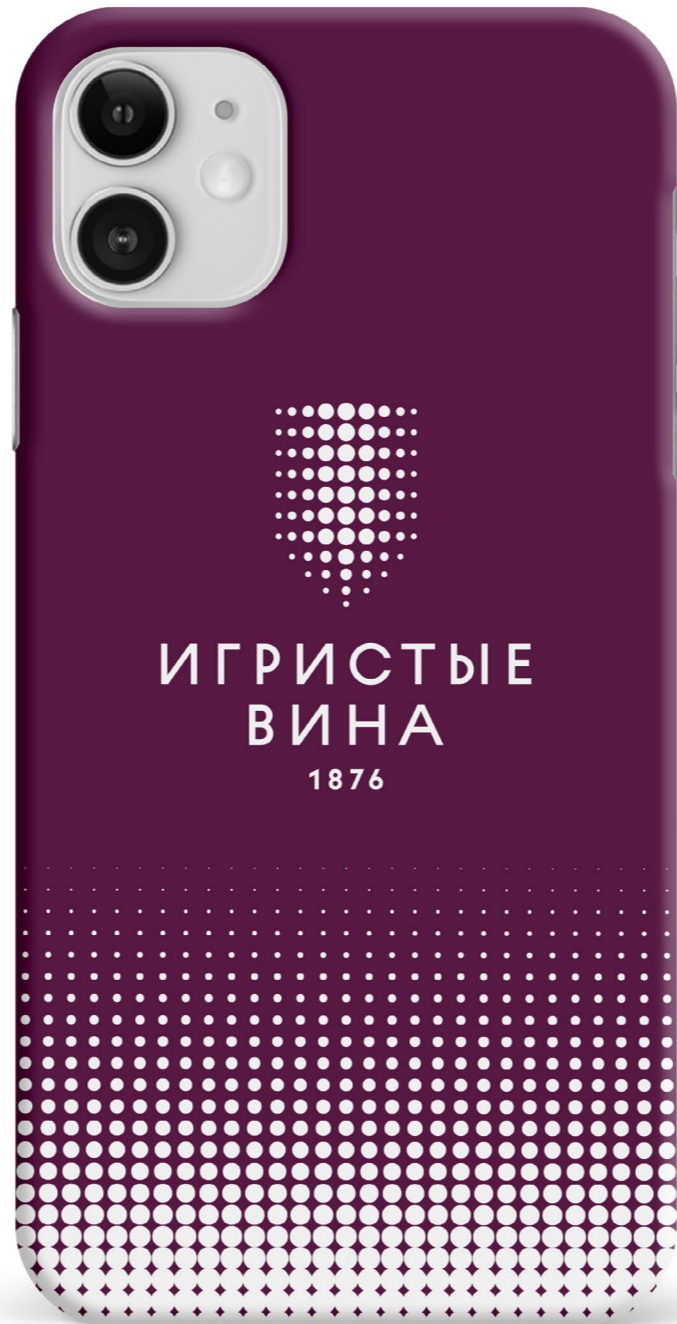
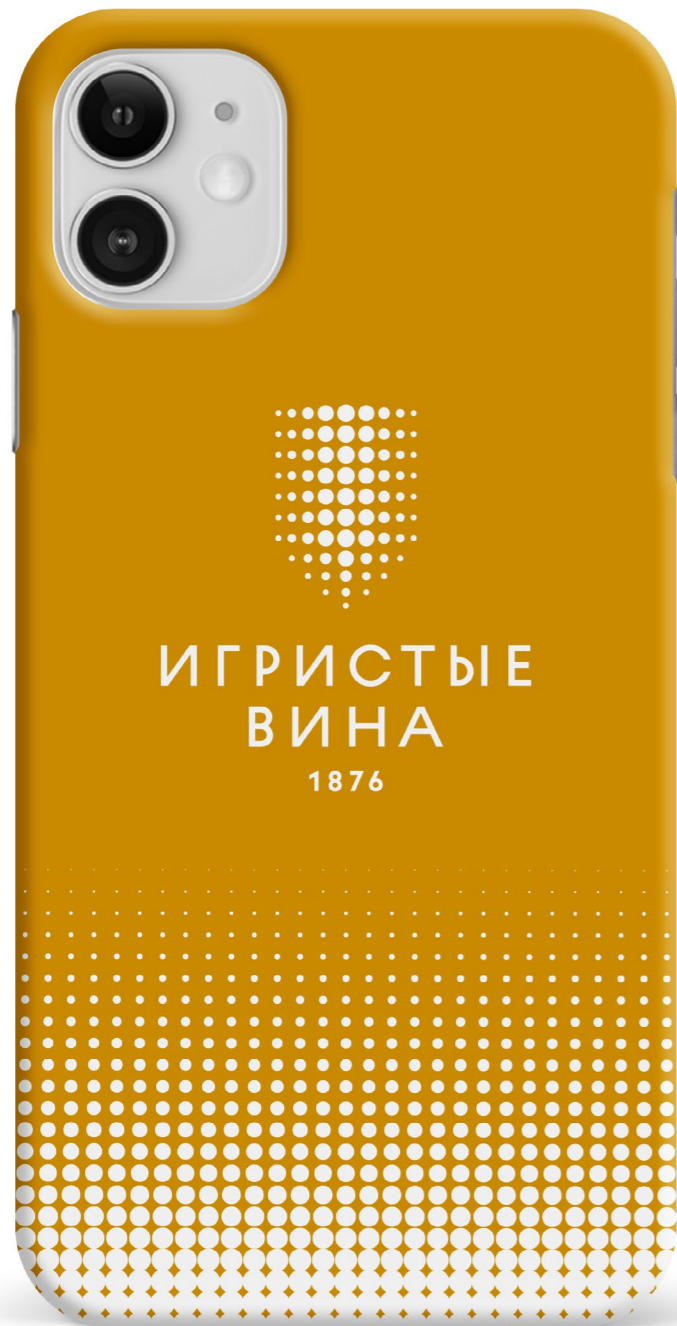
#### Оборотная сторона







ИГРИСТЫЕ  
ВИНА  
1876





ИГРИСТЫЕ  
ВИНА  
1876

ИГРИСТЫЕ  
ВИНА  
1876

ИГРИСТЫЕ  
ВИНА  
1876

ИГРИСТЫЕ  
ВИНА  
1876

# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «РУССКИЙ ЛЕН»

## **Задача**

Разработка платформы позиционирования и системы идентификации для компании «Русский лен», входящей в агрохолдинг «Промагро».

## **Рыночный контекст**

На сегодняшний день льняная отрасль России находится в упадке. Реально функционируют 15–20 заводов производителей льноволокна. Почти все из них — в неудовлетворительном состоянии. Новый современный завод Русского льна обещает стать точкой роста для всей отрасли. Кроме того, предприятие сможет удовлетворить экспортные амбиции страны — Россия как поставщик вновь вернется на мировой рынок льнотресты, обеспечив сырьевые запросы основных производителей текстильной продукции — Индии и Китая.

# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «РУССКИЙ ЛЕН»

## **Особенности целевых рынков**

Страны азиатского региона — носители собственной ментальности, серьезно отличающейся от европейской. В ходе исследований, проведенных агентством, в частности было выделено два важных паттерна восприятия, которые важно было учесть при формировании бренда. Для Китая прямая или косвенная поддержка предприятия государством является серьезным плюсом, это подчеркивает стабильность и надежность компании. Что касается Индии, то в ней развитие текстильной отрасли — одна из ключевых госзадач. Акцент на преимущества, которые дает отрасли компания, станет позитивным маркером для бренда на этом рынке.

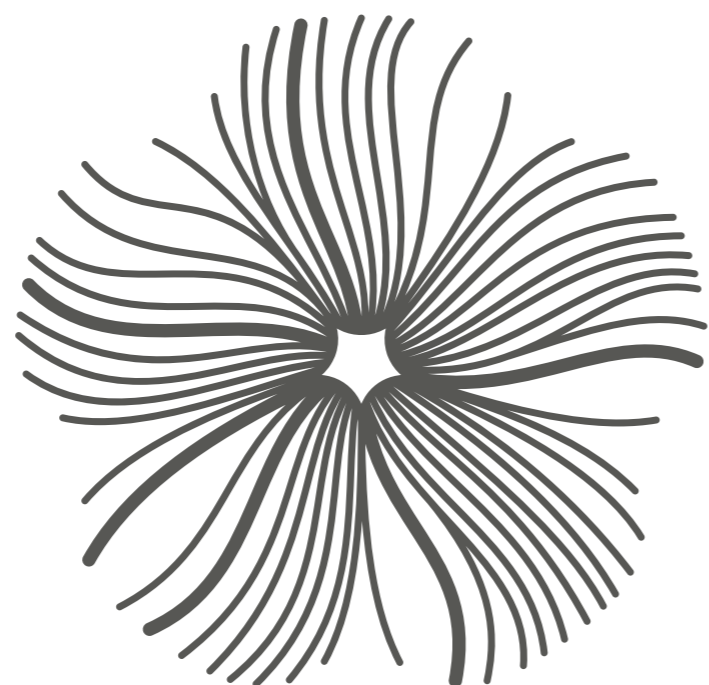
## **Позиционирование**

На основании изучения рыночной ситуации, а также идентичности компании Русский лен было сформулировано позиционирование бренда. Ключевой месседж успешно работает на всех уровнях коммуникации. Для внутренней аудитории он подчеркивает созидательное начало, работу на благо страны вообще и отрасли в частности. Для внешней — акцентирует внимание на масштабе бренда, наличии государственной поддержки (плюс для китайского рынка) и ориентацию на развитие текстильной отрасли (плюс для индийского рынка). Русский лен — это реноватор текстильной отрасли России, создающий новую веху, новое полотно истории для сегмента, страны и всего мира.

# РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «РУССКИЙ ЛЕН»

## Реализация

Волокна льна — главный графический образ фирменного стиля. Из них «собран» знак — цветок льна. Благодаря форме лепестков, которые словно трепещут на ветру, создается ощущение живости образа, свободы, открытости миру. Лаконичное написание уравнивает образ, добавляет сдержанности и спокойствия логотипу. Из тонких нитей «ткется» и фирменный паттерн компании — изображение бесконечных ландшафтов полей, уходящих до самого горизонта. Марка, которая ткёт льняную отрасль страны, получает фирменный стиль, словно сотканный из льняного волокна. Айдентика марки находится в удачном балансе между понятностью вложенных в нее метафор и сдержанностью корпоративного бренда, представляющего государственные интересы страны на международной арене.



РУССКИЙ  
ЛЁН



РУССКИЙ  
ЛЁН

ООО «Русский Лён»  
Россия, 215500, Смоленская область,  
г. Сафоново, ул. Ленина, 19 А

тел.: +7 (495) 269-0381  
e-mail: info@russianlinen.ru  
www.russianlinen.ru

Исх № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Вх № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Генеральному директору  
ООО «\_\_\_\_\_»  
Иванову А. А.

**Длинный заголовок письма  
в две строки**

ООО «Русский Лён» является резидентом индустриального парка «Сафоново». Для реализации проекта предоставлен земельный участок площадью 30 гектар. В настоящее время ведутся проектные работы. Начало строительства планируется в 3 квартале 2018 года.

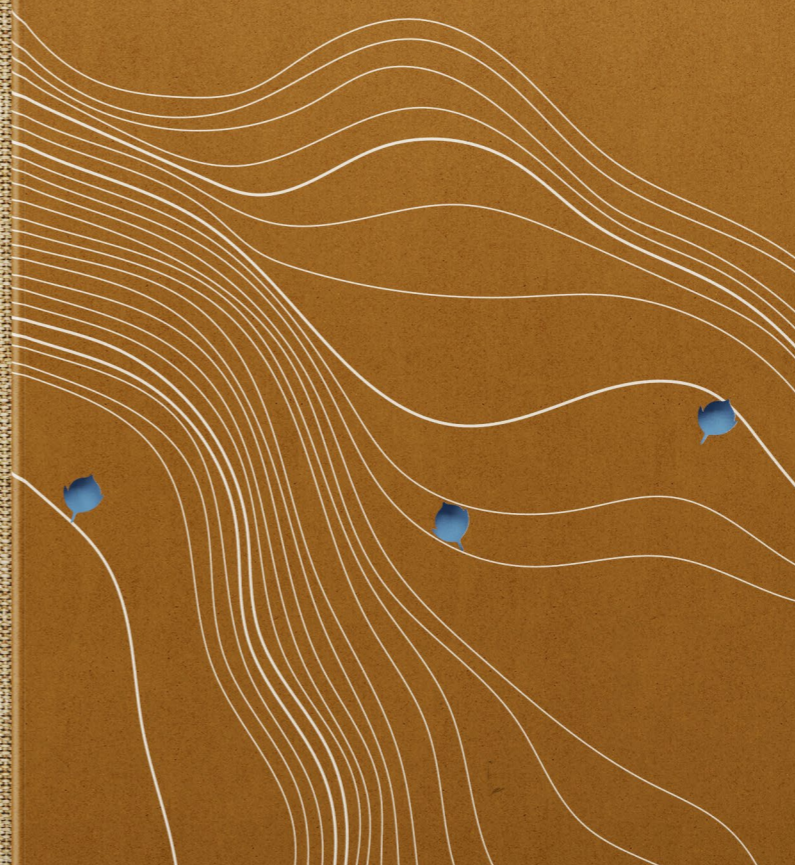
**Заголовок второго уровня**  
ООО «Русский Лён» является резидентом индустриального парка «Сафоново». Для реализации проекта предоставлен земельный участок площадью 30 гектар. В настоящее время ведутся проектные работы. Начало строительства планируется в 3 квартале 2018 года.

Генеральный директор \_\_\_\_\_ А. А. Иванов

Генеральный директор \_\_\_\_\_ А. А. Иванов

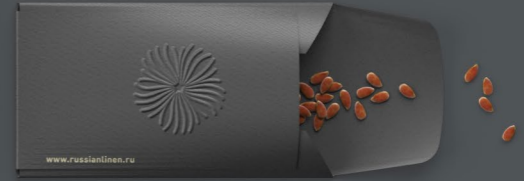


РУССКИЙ  
ЛЁН



РУССКИЙ  
ЛЁН

Каминская Анна Семёновна  
Заместитель исполнительного директора  
ноб.: +7 (910) 543-6399; тел.: +7 (495) 269-0381  
e-mail: kaminskaya.as@promagro.ru  
Россия, 215500, Смоленская область,  
г. Сафоново, ул. Ленина, 19А



www.russianlinen.ru



РУССКИЙ  
ЛЁН



РУССКИЙ  
ЛЁН

Каминская Анна Семёновна  
Заместитель исполнительного директора  
ноб.: +7 (910) 543-6399; тел.: +7 (495) 269-0381  
e-mail: kaminskaya.as@promagro.ru  
Россия, 215500, Смоленская область,  
г. Сафоново, ул. Ленина, 19А



www.russianlinen.ru



**Общая информация о проекте**

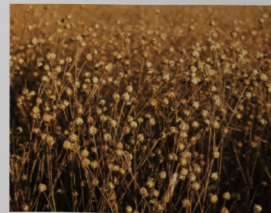
Проект подразумевает строительство самого современного льнозавода в России, который при выходе на полную мощность будет являться одним из крупнейших по переработке льна в РФ.

В течение нескольких лет будет построен завод по первичной переработке льнотресты в механический хлопок по инновационным российским и европейским технологиям, что позволит выпускать конкурентноспособную продукцию высокого качества.

**Номенклатура выпускаемой продукции**

Лён — исконно русский, экологичный и натуральный продукт с уникальными свойствами.

В XX веке Россия занимала лидирующую позицию по выращиванию и переработке льна, с общей долей на мировом рынке до 80%. В технологии переработки не используются вредные химические реагенты. Производственный комплекс дивизиона «Текстиль» (компания «Русский Лён») будет располагаться в г. Сафоново Смоленской области. Использование оборудования ведущих иностранных и российских производителей.



Производственный комплекс дивизиона «Текстиль» (компания «Русский Лён») будет располагаться в г. Сафоново Смоленской области.



РУССКИЙ  
ЛЁН

Короткое волокно



Мы ткем льняную  
отрасль страны



РУССКИЙ  
ЛЁН

Длинное волокно



Мы ткем льняную  
отрасль страны





# РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА УПАКОВКИ ФЕРМЕРСКОГО ПЛОМБИРА «ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ»

## **Задача**

Разработка дизайна упаковки для нового продукта в линейке «Золотой стандарт».

## **Продукт**

В линейке эталонного мороженого «Золотой стандарт» появилось обновление — «Фермерский пломбир». Его уникальность — в составе и рецептуре. Пломбир делается с использованием молока фермерских коров. Характерный сливочно-карамельный вкус продукта получается благодаря добавлению топленого молока.

## **Условия**

Создавая упаковку для нового, более дорогого продукта, важно было подчеркнуть натуральность и щедрость состава, а также его насыщенный сливочный вкус. При этом, упаковка должна гармонично вписаться в уже существующую линейку «Золотого стандарта».

# РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА УПАКОВКИ ФЕРМЕРСКОГО ПЛОМБИРА «ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ»

## **Решение**

Ключевым визуальным образом стала крынка, переполненная молоком, льющимся на пломбир. Изображение подчеркивает щедрость состава и богатый вкус продукта. Использованная гамма — насыщенные, но чуть приглушенные, словно разбавленные сливками, цвета — акцентирует внимание на уникальности марки, ее крафтовом подходе к делу, а также помогает выделиться на полке среди конкурентов.







# РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА УПАКОВКИ ЛИНЕЙКИ ЙОГУРТОВ BOTANIC ДЛЯ КОМПАНИИ «АКТИВИА»

## **Задача**

Создать продукт, идущий в ногу со временем, для основной аудитории и object of desire для более молодой группы потребителей поколения Z и миллениалов.

## **Ситуация**

Бренд «Активиа» успешно сохраняет свою стабильную лояльную базу, однако более молодая ЦА воспринимает «Активиа» как очень серьезный, функциональный и «взрослый» бренд.

## **Концепция**

Botanic — это натуральный йогурт для особенной заботы об организме, с зарядом пробиотиков и чайно-фруктовыми нотками во вкусе. Это современный, полезный и премиальный продукт, одинаково подходящий как для молодой аудитории, для которой внешний вид и соответствие актуальным трендам имеет такое же определяющее значение, как и натуральный, природный состав, так и для основной аудитории, которая выбирает «Активиа» за качество, экспертность и вкус.

# РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА УПАКОВКИ ЛИНЕЙКИ ЙОГУРТОВ BOTANIC ДЛЯ КОМПАНИИ «АКТИВИА»

## **Стратегия**

Мы омолодили и освежили бренд, сохранив при этом ключевые дифференцирующие особенности, которые знают и любят потребители. Дизайн линейки Botanic сохраняет структурную целостность линейки термостатных йогуртов и соответствует новой концепции, транслирует коды натуральности, природности и премиальности на понятном для обеих ЦА вербальном и визуальном языке.

## **Внедрение**

Мы сохранили расположение крупной лого-зоны в верхней части упаковки, заменив при этом фон на текстуру листа, что позволило сохранить узнаваемый вид линейки и в то же время показать натуральность. Оформление фуд-зоны соответствует в том числе и вкусовым качествам самого продукта, придает ощущение легкости, насыщенности, вкусового и эстетического разнообразия, простого и непринужденного.



АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la Botanic  
термостатный  
натуральный  
биоюгurt



DANONE

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la Botanic  
Вкус красный  
чай и гранат



АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la Botanic  
термостатный  
натуральный  
биоюгurt



DANONE

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la Botanic  
Вкус белый  
чай и лимон



АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la Botanic  
термостатный  
натуральный  
биоюгurt



DANONE

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

АКТИВИА  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

100 г  
67 ккал  
50 мг белка  
6%

399 кДж/95 ккал





**АКТИВИА**  
ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ



a'la

**Botanic**

термостатный  
натуральный  
биоюгurt



Вкус зеленого  
чая и мяты

DANONE

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус зеленый чай и мята

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус зеленый чай и мята

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус красный чай и гранат

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус белый чай и лимон

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

a'la

**Botanic**



Вкус зеленый чай и мята



**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус зеленый чай и мята

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус зеленый чай и мята

**АКТИВИА**

ЗАРЯД ПРОБИОТИКОВ

170 г  
627 кДж  
150 ккал  
6%

100 г:  
369 кДж/88 ккал

a'la

**Botanic**



Вкус красный чай и гранат

# РАЗРАБОТКА УПАКОВКИ ЙОГУРТА ДЛЯ КОМПАНИИ «ВАЛИО»

## **Задача**

Разработка оформления упаковки для нового сливочного йогурта, вкус которого был вдохновлен Лапландией.

## **Ситуация**

ООО «Валио» — дочернее подразделение финского концерна Valio и один из ведущих производителей молочной продукции на Северо-Западе. Бренд с финскими корнями широко известен в регионе, имеет высокую лояльность аудитории, которая ценит качественные и натуральные продукты.

## **Продукт**

Концепция нового йогурта тесно связана с финскими корнями бренда. Лапландия — северный регион Финляндии, где насыщенные и питательные молочные продукты, которые дарят энергию в суровых природных условиях, считаются особенно полезными. Насыщенный вкус, необычные сочетания, жирность более 7% — основные отличительные черты новой линейки йогуртов Valio Laplandia. Созданный из настоящих сливок и молока, соответствующего сорту Elite по внутренней классификации международного концерна, он покоряет любителей сытных завтраков.

# РАЗРАБОТКА УПАКОВКИ ЙОГУРТА ДЛЯ КОМПАНИИ «ВАЛИО»

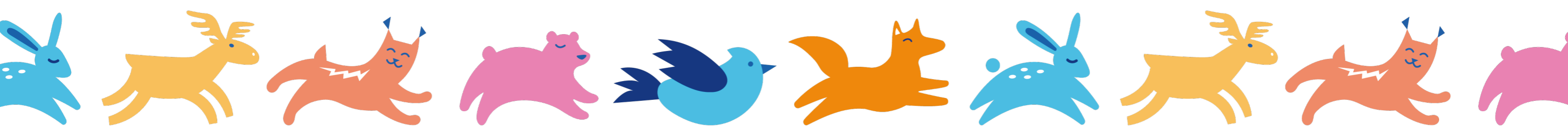
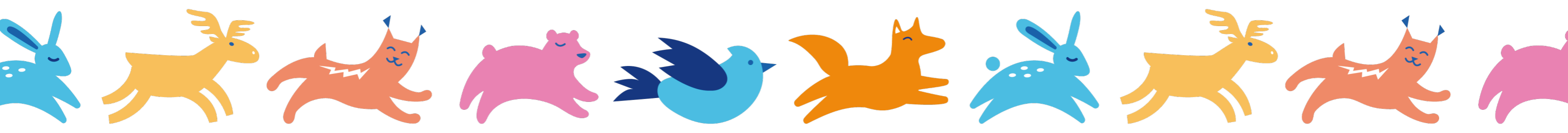
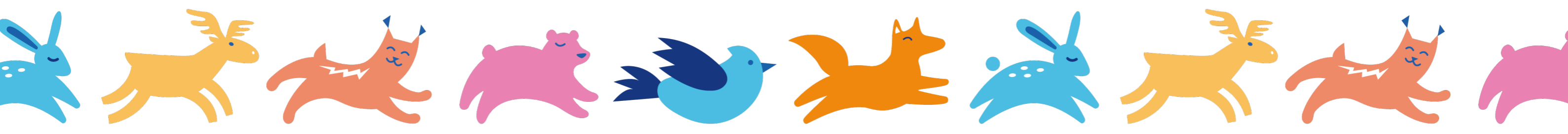
## **Гипотеза**

Лапландия — край сказок, снежных просторов и счастливых людей. Здесь ценят и берегут красоту и чистоту природы. Здесь, как нигде, знают толк в действительно питательных продуктах, полных вкуса и пользы. Таких, как новый йогурт от Valio — невероятно сливочный, удивительно нежный, сказочно вкусный. Такой похожий на Лапландию.

## **Решение**

Когда Лапландия — источник вдохновения для вкуса, тогда скандинавские национальные промыслы и фольклор — отправные точки для создания упаковки. Мы переосмыслили традиционные северные узоры и создали из них собственную дизайн-систему. Сохранив интуитивно понятную связь со Скандинавией, народными промыслами региона и сказками, сумели сделать паттерн для бренда понятным и актуальным. Новый продукт от Valio — это переосмысление традиций Лапландии. Упаковка к нему — свободное сочинение на тему Севера.











# РЕДИЗАЙН ЭТИКЕТОК ЛИНЕЙКИ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ГРИЛЯ

## Цель

Предложить редизайн этикеток линейки продуктов для гриля. Грильмания — сезонные продукты, востребованные рынком с мая по октябрь.

## Задача

Создать дизайн, который вдохновит людей на отдых. Пришел, увидел, захотел окунуться в загородную природу и пожарить колбаски на гриле.

## Концепция

Грильмания продукт сам по себе «дикий», потому как готовится и употребляется в условиях далеких от цивилизованных. Да и люди, оказавшись в подобных условиях, на свежем воздухе, расслабляются и дают волю своим второму «Я». Расстегивают тугие вороты рубашек, меняют туфли на кроссовки и совершенно дичают. Именно эта необузданная энергия, первобытное начало вырывается наружу. Оно рычит, оно бежит, оно поет и смеется. Решением для этикетки стали картины неистового кутежа на природе. Мы показали «дикость» людей на природе, с помощью мягкого сравнения их с животными. Картины напоминают триптих Босха. Только в нашем случае, все заняты своим делом: кто-то спит, кто-то танцует, кто-то жарит. Большое внимание было уделено элементам, закодированным в этикетке: здесь можно увидеть символы плодородия, мужского и женского начала.

0001 171033

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр ERE  
I ♡ BBQ Самсон 4 620001 171033

**Колбаски мергез**  
в натуральной оболочке

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр ERE  
I ♡ BBQ Самсон 4 620001 171033



**GRILL MANIA**

**Ассорти набор**  
в натуральной оболочке

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр ERE  
I ♡ BBQ Самсон 4 620001 171033



**GRILL MANIA**

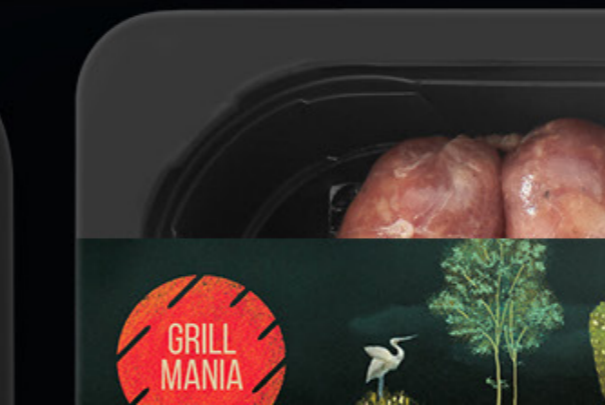
**Чевапчичи балканские**

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр ERE  
I ♡ BBQ Самсон 4 620001 171033



**GRILL MANIA**

**Ассорти набор**  
в натуральной оболочке



**GRILL MANIA**

**Ассорти набор**  
в натуральной оболочке

GRILL  
MANIA



Ассорти  
набор



GRILL  
MANIA



# Чевапчичи балканские

Подобраны только лучшие фаршевые ингредиенты высшего качества.  
Состав: говядина, баранина, свинина, лук, соль, специи, чеснок, сахар, антиокислитель аскорбиновая кислота.  
Рекомендуется для приготовления: запечь на гриле или сковороде 20-30 минут. Рекомендуемая температура на 100 г продукта:  
фарш - не менее 72°С, котлеты - не менее 75°С, гуляш - 77°С. Энергетическая ценность на 100 г продукта: 210 ккал/870 кДж.  
Срок годности при температуре от 0°С до +4°С: 3 суток. Температура и влажность хранения: масса нетто 400 г ± 2%.  
Импортер: ООО «Самсон» (информация о филиалах, офисах, представительствах): г. Москва, Ленинский пр., д. 116, корпус 81, тел. (495) 476-08-56, www.samson.ru

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр EAC

I  
BBQ

Самсон



GRILL  
MANIA



# Ассорти набор

в натуральной  
оболочке

Полуфабрикат мясной рубленый фаршеобразный категории Б охлажденный.  
Состав: говядина, баранина, свинина, лук, соль, специи, пряности, сахар, аскорбиновая кислота.  
Рекомендации по приготовлению: жарить на гриле или сковороде 7-10 минут. Пищевая ценность на 100 г  
продукта: Белки — не менее 12 г, жиры — не более 22 г, углеводы — 3 г. Энергетическая ценность на 100 г  
продукта: 270 ккал/1130 кДж. Температура хранения от 0°C до +4°C. Годен 7 суток. Упаковано в защитную  
атмосферу. Масса нетто 400 г ± 2%. Ижевск: ООО «Мясной комбинат «Самсон»», 188442, Россия,  
Ленинградский обл., г. Волжский, Волжский пр., д. 118, литер А1, тел.: (817) 674-08-50, www.lovebbq.ru

ГОСТ Р 52675-2006 400 гр EAC

I  
BBQ

Самсон





# **РАЗРАБОТКА УПАКОВКИ ДЛЯ НОВОЙ ЛИНЕЙКИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ ДЛЯ КОМПАНИИ «ЛЕОВИТ»**

## **Задача**

Разработка упаковки для новой линейки функционального питания для компании «Леовит».

## **Ситуация**

Марка «Леовит» давно и успешно создает продукты для похудения. Однако с ростом культуры питания у потенциальной целевой аудитории меняются паттерны поведения. Все больше людей ориентированы не на оперативное похудение, а на правильное питание как стиль жизни. Забота о здоровье, осознанный подход, внимание к потребляемым продуктам — все это можно назвать восходящими трендами рынка.

## **Целевая аудитория**

Современные городские жители, которые ценят свое время, комфорт и здоровье.

# РАЗРАБОТКА УПАКОВКИ ДЛЯ НОВОЙ ЛИНЕЙКИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ ДЛЯ КОМПАНИИ «ЛЕОВИТ»

## Новый продукт

Марка выпустила новую линейку функционального питания. Внутри нее на сегодняшний день существует три направления, каждое из которых ориентировано на собственные задачи. Линия Gastro помогает вернуть комфорт при проблемах и заболеваниях желудочно-кишечного тракта. Направление Detox способствует очищению от шлаков и токсинов. Программа Anti Age поддерживает здоровье и долголетие организма в комплексе.

## Реализация

Ключевым визуальным элементом упаковки стала буквальная метафора идеи. Взаимодействуя со стилизованным силуэтом человека, еда из программы «Леовит» совершенствует фигуру, делая ее стройнее. При смене угла осмотра пачки силуэт тела становится то более реалистичным, то более абстрактным. Сдержанный, лаконичный дизайн упаковки подчеркивает специализацию нового бренда — функциональное питание. Кодирование линеек по цветам помогает решить не только внешние, но и внутренние задачи. Продукция компании отлично смотрится на аптечной полке, создавая единое цветовое пятно, увеличивающее масштаб присутствия бренда и привлекающее внимание ЦА.



### КАША ОВСЯНАЯ С ЯБЛОКОМ И СЕМЕНЕМ ЛЬНА

Очищение организма от шлаков и токсинов

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КОКТЕЙЛЬ БЕЛКОВЫЙ ОБЛЕПИХОВЫЙ

Полезное питание при проблемах с ЖКТ

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### СУП-ПЮРЕ КАРТОФЕЛЬНЫЙ С КУНЖУТОМ

Очищение организма от шлаков и токсинов

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КАША ОВСЯНАЯ С ГРУШЕЙ И КУНЖУТОМ

Полезное питание при проблемах с ЖКТ

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ГРАНАТОМ

Снижение веса и холестерина

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### СУП-ПЮРЕ ТОМАТНЫЙ С КУНЖУТОМ

Полезное питание при проблемах с ЖКТ

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### СУП-ПЮРЕ ТОМАТНЫЙ ПО ТОСКАНСКИ

Снижение веса и холестерина

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КОКТЕЙЛЬ БЕЛКОВЫЙ ОБЛЕПИХОВЫЙ

Полезное питание при проблемах с ЖКТ

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КРАСНЫЙ СМУЗИ ЯБЛОЧНЫЙ С КОЛЛАГЕНОМ

Снижение веса и холестерина

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КАША ОВСЯНАЯ С ГРУШЕЙ И КУНЖУТОМ

Полезное питание при проблемах с ЖКТ

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### ДЕТОХ

Очищение и легкость

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT

### КИСЕЛЬ ЖЕЛУДОЧНЫЙ ГРУШЕВЫЙ

Очищение организма от шлаков и токсинов

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомфорта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



LEOVIT



<p><b>ЕЖЕДНЕВНО</b> БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ</p> <p><b>ЗАВТРАК</b> КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ, СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ</p> <p><b>ОБЕД</b> СУП-ПЮРЕ СО ЗЛАКАМИ, ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ С ОВОЩАМИ</p> <p><b>ПОЛДНИК</b> КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)</p> <p><b>УЖИН</b> КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ И КОЛЛАГЕНОМ</p> <p><b>ДЕНЬ 2</b></p>	<p><b>ЕЖЕДНЕВНО</b> БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ</p> <p><b>ЗАВТРАК</b> КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ, СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ</p> <p><b>ОБЕД</b> СУП-ПЮРЕ СО ЗЛАКАМИ, ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ С ОВОЩАМИ</p> <p><b>ПОЛДНИК</b> КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)</p> <p><b>УЖИН</b> КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ И КОЛЛАГЕНОМ</p> <p><b>ДЕНЬ 3</b></p>	<p><b>ЕЖЕДНЕВНО</b> БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ</p> <p><b>ЗАВТРАК</b> КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ, СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ</p> <p><b>ОБЕД</b> СУП-ПЮРЕ СО ЗЛАКАМИ, ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ С ОВОЩАМИ</p> <p><b>ПОЛДНИК</b> КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)</p> <p><b>УЖИН</b> КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ И КОЛЛАГЕНОМ</p> <p><b>ДЕНЬ 4</b></p>	<p><b>ЕЖЕДНЕВНО</b> БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ</p> <p><b>ЗАВТРАК</b> КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ, СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ</p> <p><b>ОБЕД</b> СУП-ПЮРЕ СО ЗЛАКАМИ, ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ С ОВОЩАМИ</p> <p><b>ПОЛДНИК</b> КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)</p> <p><b>УЖИН</b> КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ И КОЛЛАГЕНОМ</p> <p><b>ДЕНЬ 5</b></p>
--	--	--	--

**ДЕТОХ** | Очищение и легкость

**СУП-ПЮРЕ ТОМАТНЫЙ ПО-ТОСКАНСКИ**  
Очищение организма от шлаков и токсинов

**ЛЕОВИТ**

7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ

1 ЗАПУСК ЕСТЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА  
2 ПОВЫШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ТОНУСА, УВЕЛИЧЕНИЕ ЭНЕРГИИ  
3 BEAUTY-ЭФФЕКТ (УЛУЧШЕНИЕ СОСТОЯНИЯ КОЖИ, ВОЛОС)  
4 СНИЖЕНИЕ МАССЫ ТЕЛА

708 Г

**ДЕТОХ** | Очищение и легкость

**ЛЕОВИТ**

**ПРОГРАММА ПИТАНИЯ НА 5 ДНЕЙ**  
Очищение организма от шлаков и токсинов

5

7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ

1 ЗАПУСК ЕСТЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА  
2 ПОВЫШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ТОНУСА, УВЕЛИЧЕНИЕ ЭНЕРГИИ  
3 BEAUTY-ЭФФЕКТ (УЛУЧШЕНИЕ СОСТОЯНИЯ КОЖИ, ВОЛОС)  
4 СНИЖЕНИЕ МАССЫ ТЕЛА

708 Г

**ДЕТОХ** | Очищение и легкость

**ДЕНЬ 1**  
Очищение организма от шлаков и токсинов

**ЛЕОВИТ**

7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ

1 ДЛЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО И ДИЕТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ  
2 ЗАЩИЩАЕТ ОТ КАРСОТИ, МЕТОРМАЛА И ДИСКОНЬФОРТА  
3 РЕКОМЕНДОВАНО ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ЖКТ  
4 НОРМАЛИЗУЕТ ПИЩЕВАРЕНИЕ

708 Г

Очищение и легкость  
ПРОГРАММА НА 5 ДНЕЙ  
Очищение от шлаков и токсинов  
1 ЗАПУСК ЕСТЕСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ  
2 ТОНСА, УВЕЛИЧЕНИЕ ЭНЕРГИИ  
повышение жизненного тонуса, увеличение энергии

DETOX

**ЕЖЕДНЕВНО**  
БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ

**ЗАВТРАК**  
КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ,  
СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ  
ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ

**ОБЕД**  
СУП-ПОРЕ СО ЗЛАКАМИ,  
ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ  
КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ  
С ОВОЩАМИ

**ПОЛДНИК**  
КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ  
ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)

**УЖИН**  
КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ  
И КОЛЛАГЕНОМ

**ДЕНЬ 1**

**ЕЖЕДНЕВНО**  
БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ

**ЗАВТРАК**  
КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ,  
СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ  
ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ

**ОБЕД**  
СУП-ПОРЕ СО ЗЛАКАМИ,  
ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ  
КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ  
С ОВОЩАМИ

**ПОЛДНИК**  
КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ  
ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)

**УЖИН**  
КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ  
И КОЛЛАГЕНОМ

**ДЕНЬ 2**

**ЕЖЕДНЕВНО**  
БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ

**ЗАВТРАК**  
КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ,  
СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ  
ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ

**ОБЕД**  
СУП-ПОРЕ СО ЗЛАКАМИ,  
ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ  
КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ  
С ОВОЩАМИ

**ПОЛДНИК**  
КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ  
ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)

**УЖИН**  
КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ  
И КОЛЛАГЕНОМ

**ДЕНЬ 3**

**ЕЖЕДНЕВНО**  
БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ

**ЗАВТРАК**  
КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ,  
СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ  
ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ

**ОБЕД**  
СУП-ПОРЕ СО ЗЛАКАМИ,  
ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ  
КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ  
С ОВОЩАМИ

**ПОЛДНИК**  
КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ  
ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)

**УЖИН**  
КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ  
И КОЛЛАГЕНОМ

**ДЕНЬ 4**

**ЕЖЕДНЕВНО**  
БАД АНТИОКСИДАТ ФОРТЕ

**ЗАВТРАК**  
КАША ОВСЯНАЯ СО СВЕКЛОЙ,  
СЕЛЬДЕРЕЕМ И ЯБЛОКОМ  
ЧАЙ ОЧИЩАЮЩИЙ

**ОБЕД**  
СУП-ПОРЕ СО ЗЛАКАМИ,  
ШПИНАТОМ И СЕЛЬДЕРЕЕМ  
КАША ПРОТЕИНОВАЯ ЛЬНЯНАЯ  
С ОВОЩАМИ

**ПОЛДНИК**  
КИСЕЛЬ ДЕТОКСИКАЦИОННЫЙ  
ЯГОДНЫЙ (ЧЕРНИКА)

**УЖИН**  
КРАСНЫЙ СМУЗИ С ПЕКТИНОМ  
И КОЛЛАГЕНОМ

**ДЕНЬ 5**

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ

- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САЛАТ
- ОДОБРЕНО ДИЕТОЛОГАМ
- ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАМ
- НЕОБХОДИМО ВЗЯТЬ С СОБОЙ



**GASTRO**

Комфортное  
питание

**ПРОГРАММА  
ПИТАНИЯ  
НА 1 ДЕНЬ**

Деск



**ЛЕОВИТ**

Изготовитель: ООО «ЛЕОВИТ  
нутрио».  
Место нахождения, почтовый адрес:  
Россия, 127410, город Москва, улица  
Поморская, дом 33, комната 2, пом. I,  
этаж 2; Россия, дом 33, город  
Москва, ул. Новослободская, д.  
14/19, строение 1. Адрес  
производства: Россия, 127410, город  
Москва, улица Поморская, дом 33.  
Юридический адрес: ЖШҚ «ЛЕОВИТ нутрио»  
Адрес: ЖШҚ «ЛЕОВИТ нутрио»  
Адрес: ЖШҚ «ЛЕОВИТ нутрио»  
Адрес: ЖШҚ «ЛЕОВИТ нутрио»  
Адрес: ЖШҚ «ЛЕОВИТ нутрио»



**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА**

**ПОДСРЕДНО ВИТЕЛОГАМИ**

**ПОДСРЕДНО ВЗЯТЬ С СОБОЙ**

**ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАНЦАМ**

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА**

**ПОДСРЕДНО ВИТЕЛОГАМИ**

**ПОДСРЕДНО ВЗЯТЬ С СОБОЙ**

**ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАНЦАМ**

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**ANTI-AGE** | Профилактика и поддержка

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 1 для профилактики и диетического питания
- 2 защищает от изжоги, метеоризма и дискомоторта
- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА**

**ПОДСРЕДНО ВИТЕЛОГАМИ**

**ПОДСРЕДНО ВЗЯТЬ С СОБОЙ**

**ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАНЦАМ**

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г

**БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА**

**ПОДСРЕДНО ВИТЕЛОГАМИ**

**ПОДСРЕДНО ВЗЯТЬ С СОБОЙ**

**ПОДХОДИТ ВЕГЕТАРИАНЦАМ**

**КАША ОВСЯНАЯ С ТРАВАМИ И ЗЕРНАМИ ГРАНАТА**  
 Дескриптор Anti-age

**7 ЦЕЛЕБНЫХ ТРАВ**

- 3 рекомендовано при заболеваниях ЖКТ
- 4 нормализует пищеварение

708 Г



# РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКИ КОТЛЕТ «МИРАТОРГ»

## **Задача**

Редизайн потребительской упаковки котлет.

## **Целевая аудитория**

Современные городские жители, которые ценят свое время и комфорт. Они требовательны к себе и окружающим и не размениваются по пустякам, для них важна семья — они вдумчиво воспитывают детей, выстраивают отношения с супругами, уделяют внимание близким. И, конечно же, для них важно правильно питаться с пользой для здоровья, ведь это основа качественной жизни. Они должны быть уверены, что — то, что они едят, соответствует их высоким стандартам.

## **Ситуация**

Отношение к полуфабрикатам сегодня крайне неоднозначное. Зачастую простота приготовления — это единственное, чем могут похвастаться подобные продукты. Их вкусовые качества, как правило, не соответствуют ожиданиям покупателя, поскольку в составе часто присутствуют субпродукты и другие добавки. Кроме того, некоторые полуфабрикаты требуют разморозки перед приготовлением, что противоречит самой идее быстрого, но при этом полноценного питания. В итоге, покупателю элементарно не вкусно, а почему? Потому что продукт сделан неправильно.

# РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКИ КОТЛЕТ «МИРАТОРГ»

## Стратегия

Чем котлеты Мираторг отличаются от других? В первую очередь, это «чистый» состав с максимальным количеством мяса, и, разумеется, без добавления субпродуктов. Эти котлеты легко и просто приготовить — на сковороде, без разморозки и добавления масла. Ну и удобная упаковка, — ее легко открыть, а каждая котлета в ней индивидуально упакована в пакетик. Все это и делает котлеты Мираторг «правильными».

## Концепция

Котлеты от Мираторг — это действительно правильные полуфабрикаты, которые сделаны в соответствии с высокими стандартами качества производителя. Котлеты от Мираторг — это действительно правильные полуфабрикаты, которые сделаны в соответствии с высокими стандартами качества производителя. Чтобы подчеркнуть чистоту состава и простоту приготовления, упаковка выполнена в сдержанной, пастельной цветовой гамме с лаконичным дизайном и готовой котлетой в качестве главного акцента. Товар лицом, как говорится.

# РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКИ КОТЛЕТ «МИРАТОРГ»

## **Внедрение**

Готовая, сочная, аппетитная котлета, размещенная на интересном, приятном по цвету фоне, сразу же обращает на себя внимание. Производитель и название — «правильные котлеты» — лаконично интегрированы в композицию и хорошо считываются. На обратной стороне размещен состав и рекомендуемый способ приготовления. Правильная упаковка для правильных котлет. Ничего лишнего.

# МИРАТОРГ

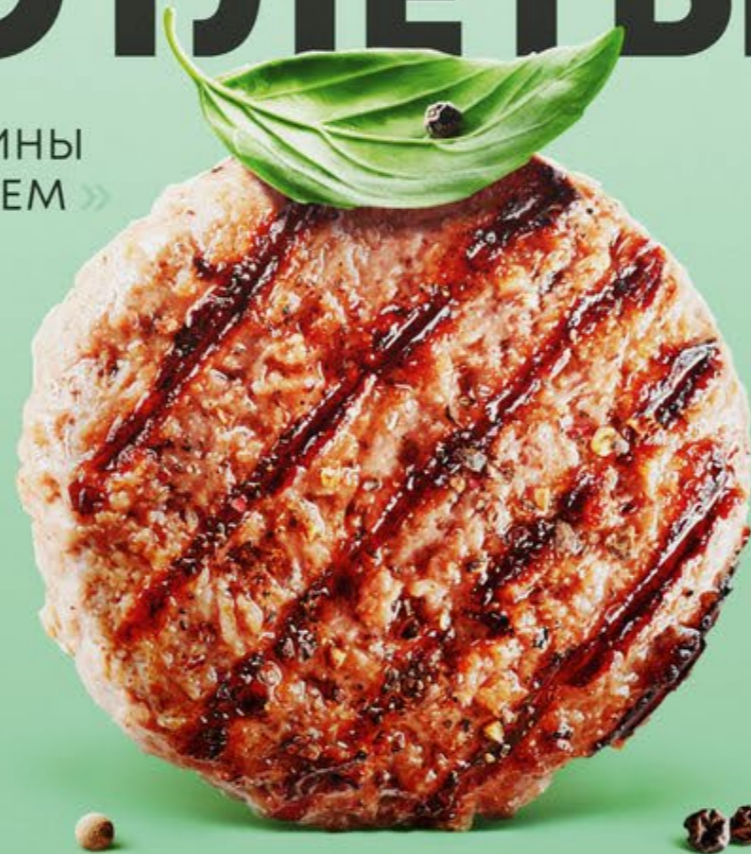
## КОТЛЕТЫ



МИРАТОРГ

«ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**

ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ »



Рекомендации по сервировке

**3** шт.

ПОЛУФАБРИКАТ МЯСНОЙ РУБЛЕНЬЕЙ ФОРМОВАННОЙ КАТЕГОРИИ Б ЗАМОРОЖЕННЫЙ



МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ КУРИНОГО  
ФИЛЕ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ КУРИНОГО  
ФИЛЕ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ РУБЛЕНОЙ  
ГОВЯДИНЫ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ РУБЛЕНОЙ  
ГОВЯДИНЫ

3 шт.

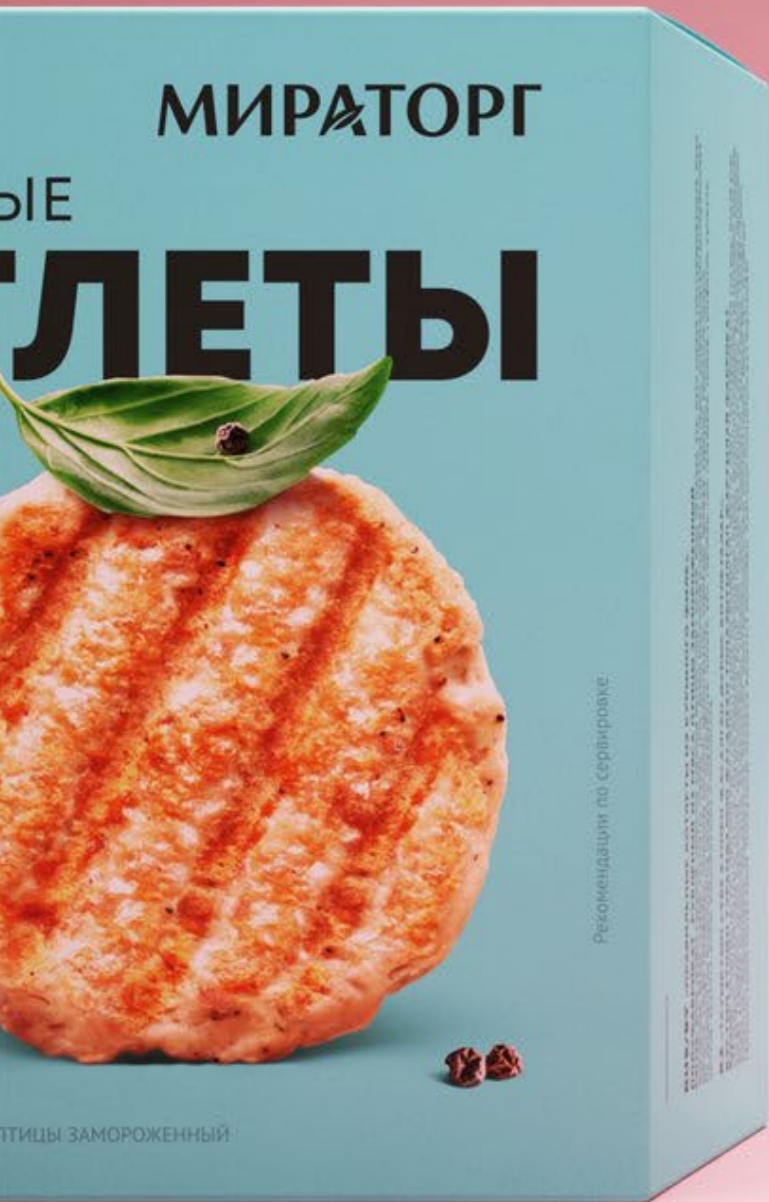
МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ

3 шт.

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ КУРИНОГО  
ФИЛЕ

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ

МИРАТОРГ  
ПРАВИЛЬНЫЕ  
**КОТЛЕТЫ**  
ИЗ СВИНИНЫ  
С ШАЛФЕЕМ



«ПРАВИЛЬНЫЕ КОТЛЕТЫ»

ИЗ РУБЛЕННОЙ ПТИЦЫ

МИРАТОРГ

3 ШТ.

ПРОИЗВЕДЕНО В РОССИИ

Адрес: 238324, Россия, Калининградская обл., Гурьевский р-н, п. Невское, ул. Совхозная, д. 12. «Морозпродукт». Адрес: 222810, Республика Беларусь, г. Марьина Горка, ул. Октябрьская, 133-5. тел.: +375 17 266 09 25. Импортер: ТОО «ПК Деметра», Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Төле би көшесі 302, каб. 15, 050031, тел.: +7 (727) 330-20-86, +7 (727) 327-86-64.

ЖШК «Мираторг Запад» ЖШС, Мекенжайы: 238324, Ресей, Калининград обл., Гурьев ауданы, Невское кенті, Совхозная к-сі, 12-үй. Импорттаушы: «ПК Деметра» ЖШС, Мекенжайы: Қазақстан Республикасы, Алматы қ., 050031, Төле би көшесі 302, 15 кабинет, тел.: +7(727) 330-20-86, +7(727) 327-86-64.

Дата изготовления және орауған күні: 8 800 100-80-87

Телефон горячей линии: 8 800 100-80-87

ТУ 10.13.14-002-48765249

4 630056 980146

ЕАС

PP

PAP

«ПРАВИЛЬНЫЕ КОТЛЕТЫ»

ИЗ РУБЛЕННОЙ ГОВЯДИНЫ

МИРАТОРГ

3 ШТ.

ПРОИЗВЕДЕНО В РОССИИ

Адрес: 238324, Россия, Калининградская обл., Гурьевский р-н, п. Невское, ул. Совхозная, д. 12. «Морозпродукт». Адрес: 222810, Республика Беларусь, г. Марьина Горка, ул. Октябрьская, 133-5. тел.: +375 17 266 09 25. Импортер: ТОО «ПК Деметра», Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Төле би көшесі 302, каб. 15, 050031, тел.: +7 (727) 330-20-86, +7 (727) 327-86-64.

ЖШК «Мираторг Запад» ЖШС, Мекенжайы: 238324, Ресей, Калининград обл., Гурьев ауданы, Невское кенті, Совхозная к-сі, 12-үй. Импорттаушы: «ПК Деметра» ЖШС, Мекенжайы: Қазақстан Республикасы, Алматы қ., 050031, Төле би көшесі 302, 15 кабинет, тел.: +7(727) 330-20-86, +7(727) 327-86-64.

Дата изготовления және орауған күні: 8 800 100-80-87

Телефон горячей линии: 8 800 100-80-87

ТУ 10.13.14-002-48765249

4 630056 980146

ЕАС

PP

PAP

«ПРАВИЛЬНЫЕ КОТЛЕТЫ»

ИЗ СВИНИНЫ С ШАЛФЕЕМ

МИРАТОРГ

3 ШТ.

ПРОИЗВЕДЕНО В РОССИИ

Адрес: 238324, Россия, Калининградская обл., Гурьевский р-н, п. Невское, ул. Совхозная, д. 12. «Морозпродукт». Адрес: 222810, Республика Беларусь, г. Марьина Горка, ул. Октябрьская, 133-5. тел.: +375 17 266 09 25. Импортер: ТОО «ПК Деметра», Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Төле би көшесі 302, каб. 15, 050031, тел.: +7 (727) 330-20-86, +7 (727) 327-86-64.

ЖШК «Мираторг Запад» ЖШС, Мекенжайы: 238324, Ресей, Калининград обл., Гурьев ауданы, Невское кенті, Совхозная к-сі, 12-үй. Импорттаушы: «ПК Деметра» ЖШС, Мекенжайы: Қазақстан Республикасы, Алматы қ., 050031, Төле би көшесі 302, 15 кабинет, тел.: +7(727) 330-20-86, +7(727) 327-86-64.

Дата изготовления және орауған күні: 8 800 100-80-87

Телефон горячей линии: 8 800 100-80-87

ТУ 10.13.14-002-48765249

4 630056 980146

ЕАС

PP

PAP

# РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ ЛИНЕЙКИ СРЕДСТВ ОТ ВЫПАДЕНИЯ ВОЛОС ALERANA

## Ситуация

Alerana — серия №1 для предотвращения выпадения волос и стимулирования их роста. Бренд давно представлен на аптечном рынке. Составы средств Alerana эффективны и актуальны. Чего нельзя сказать об их оформлении. Дизайн упаковки был разработан командой: OTVETDESIGN в 2013 году и к 2019-му требовал обновления.

## Задача

Произвести «лифтинг» упаковки Alerana. Сохранить узнаваемость образа, но сделать внешний вид марки более актуальным текущему времени, а также подчеркнуть ключевые смысловые константы этикетки.

## Изменения

Доработка имеющегося — зачастую куда более сложный и кропотливый процесс, чем создание нового. Основные изменения коснулись общего вида упаковки: она стала «чище», лаконичнее, что подчеркивает выбранный маркой сегмент — на стыке фармацевтики и косметологии. Alerana глубоко работает с проблемой выпадения волос — начиная от их корней. Мы тоже уделили корням пристальное внимание — тщательно проработали изображение волосяной луковицы, ключевого визуального образа упаковки.

# РЕДИЗАЙН УПАКОВКИ ЛИНЕЙКИ СРЕДСТВ ОТ ВЫПАДЕНИЯ ВОЛОС ALERANA

## **Продуктовая линейка**

Широкая продуктовая линейка марки получила более ясную цветовую дифференциацию. Также была разработана система маркирования внутри линейки. Расположение паттернов «разводит» средства для внешнего использования (шампуни, бальзамы, маски) и для внутреннего (витаминно-минеральный комплекс).

## **Результат**

Красота и здоровье — это яркие тренды современности. ALERANA способствует росту волос, а мы поспособствовали росту внимания и доверия к марке. Упаковка стала еще более «профессиональной», современной и актуальной.





ALERANA®

СПРЕЙ 5%  
МИНОКСИДИЛ

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС



ALERANA®

БАЛЬЗАМ-  
ополаскиватель  
глубокое восстановление

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС

- обогащен натуральными стимуляторами роста
- укрепляет корни и восстанавливает структуру волос



ALERANA®

ШАМПУНЬ  
плотность и объем

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС

- обогащен натуральными стимуляторами роста
- укрепляет корни и восстанавливает структуру волос



ALERANA®

ШАМПУНЬ  
от перхоти

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС

- обогащен натуральными стимуляторами роста
- укрепляет корни и восстанавливает структуру волос



ALERANA®

ШАМПУНЬ  
интенсивное питание

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС

- обогащен натуральными стимуляторами роста
- укрепляет корни и восстанавливает структуру волос



ALERANA®

ШАМПУНЬ  
интенсивное питание

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС

- обогащен натуральными стимуляторами роста
- укрепляет корни и восстанавливает структуру волос



ALERANA®

ВИТАМИННО-  
МИНЕРАЛЬНЫЙ  
КОМПЛЕКС  
18 компонентов

для укрепления  
и роста волос



ALERANA®

ВИТАМИННО-  
МИНЕРАЛЬНЫЙ  
КОМПЛЕКС

**18** компонентов



Для УКРЕПЛЕНИЯ  
И РОСТА ВОЛОС

- двойная формула  
«ДЕНЬ» и «НОЧЬ»
- 60 таблеток  
на 30 дней



ALERANA®

ВИТАМИННО-  
МИНЕРАЛЬНЫЙ  
КОМПЛЕКС

**18** компонентов



Для УКРЕПЛЕНИЯ  
И РОСТА ВОЛОС

- двойная формула  
«ДЕНЬ» и «НОЧЬ»
- 60 таблеток  
на 30 дней





# ALERANA®

## СПРЕЙ 5%

МИНОКСИДИЛ

ПРЕДОТВРАЩАЕТ  
ВЫПАДЕНИЕ  
И СТИМУЛИРУЕТ  
РОСТ ВОЛОС



# РАЗРАБОТКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «АЛЬФА-ЛИЗИНГ»

## «ДВИГАЕМСЯ К ПРАЗДНИКУ»

### **Задача**

Новогодний подарок для клиентов и партнеров марки.

### **Концепция**

Даже простой подарок может стать большим впечатлением, если его грамотно упаковать. В этот раз «Альфа-Лизинг» дарил своим клиентам беспроводную зарядку. Для нее мы разработали и реализовали упаковку индивидуальной конструкции. Достаточно потянуть за клапан коробки, чтобы она превратилась в большую батарейку, а одариваемый увидел поздравительную открытку от компании.



Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов

Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов

Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов

Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов

Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов

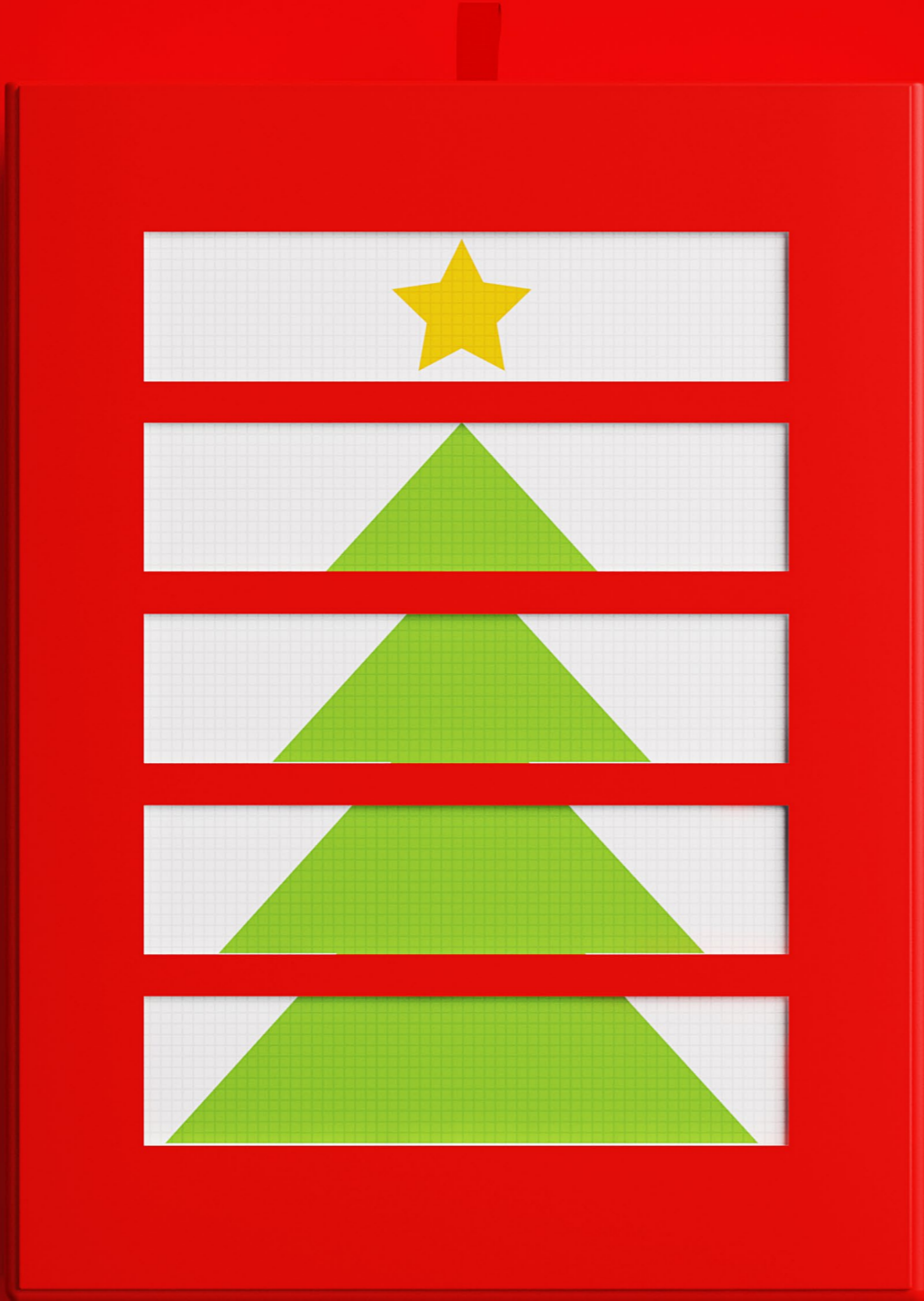
Как следует  
набраться. Сип

A

Александр Платонов



Как следует  
набраться. Сил



# РАЗРАБОТКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «LADA»

## «СВОЯ ЛИНИЯ»

### **Задача**

Создание эксклюзивной коллекции сувенирно-аксессуарной продукции и построение эффективной сбытовой сети по реализации сувенирной продукции «Лада-Имидж». Для марки требовалось создать качественную, стильную, единую линейку сувениров и аксессуаров. Не формальное промо, а вещи, которые хотелось бы носить и пользоваться ими каждый. Они уникальны, желанны и их не купишь в обычном магазине. Сувениры должны транслировать идеологию марки: «Лада-Имидж» — крепкий, уверенный бренд с четкой линией и с большим вниманием к деталям.

### **Идея**

Сколько людей — столько мнений. У всех разные вкусы и предпочтения. Концерн не гонится за популярностью и всеобщей любовью, а просто делает автомобили — хорошие, качественные, в современном кузове, приспособленные для сложных погодных условий нашей страны. Двигается по своему пути, продолжает свою линию. Это автомобили для тех, кто определился. Решил для себя, чего хочет, куда стремится и движется. Уверенность в собственном мнении, уверенность в себе — уверенность в выборе автомобиля.

# РАЗРАБОТКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «LADA»

## «СВОЯ ЛИНИЯ»

### Реализация

«Своя линия» — это сувениры, которые продолжают идеологию марки «Есть только один путь. Свой». В данном случае линейка сувениров отражает генеральную линию марки, ее характер. Уверенный, прямой, четкий. Существует много дорог, но «Лада-Имидж», как и владельцы автомобилей марки, не петляет по объездным путям, а пролагает свои. Придерживается своей линии.

### Одежда

Для брендинга фирменной одежды мы разработали фирменный паттерн, в основе которого — переплетающиеся и петляющие дороги. Сверху паттерна всегда проходит яркая прямая линия «Лада-Имидж». В зависимости от модели изделия были продуманы варианты нанесения и выделения отдельных элементов одежды яркой линией. На толстовках и жилетах такими элементами являются молнии и застежки, на худи оранжевым выделены канты по краям изделия и шнурки на капюшоне. Отдельно была разработана линейка с нанесением текстовых сообщений: «Своя линия», «Дорог много — я выбираю свою».

# РАЗРАБОТКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ КОМПАНИИ «LADA»

## «СВОЯ ЛИНИЯ»

### **Аксессуары**

«Лада-Имидж» отличается своим вниманием к деталям. Аксессуары не исключение. В каждой вещи мы выделили одну основную линию и сделали на ней яркий акцент. Все аксессуары выполнены в сдержанной темно-серой фирменной гамме с оранжевой линией. Без лишних акцентов.

### **Упаковка**

На каждой упаковке, в зависимости от особенностей конструктива, также выделен фирменный элемент — оранжевая линия.

### **Детская линейка**

Получилась тоже своя и особенная, нарисованная, как будто мелками на асфальте. Веселая по наполнению и сдержанная по оформлению.







С В О Я Л И Н И Я

LADA

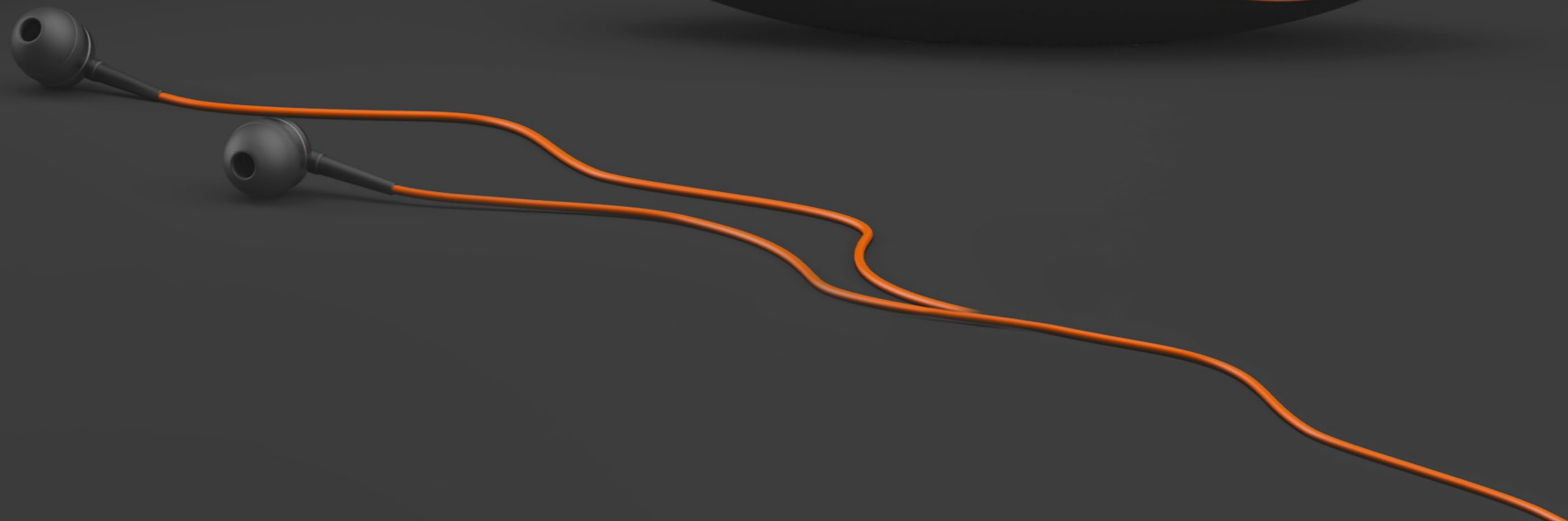
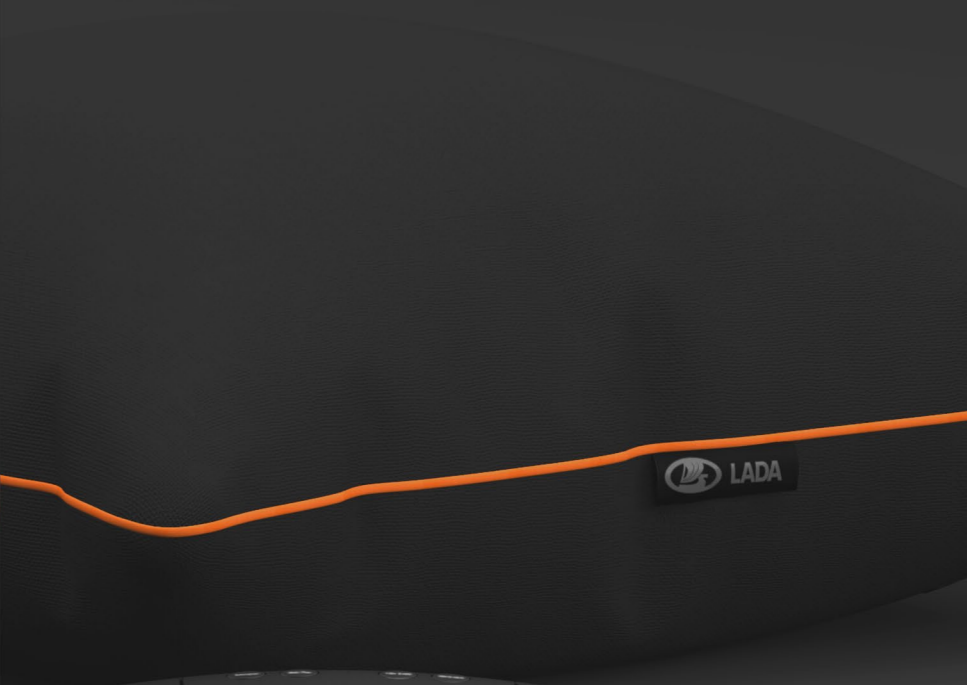
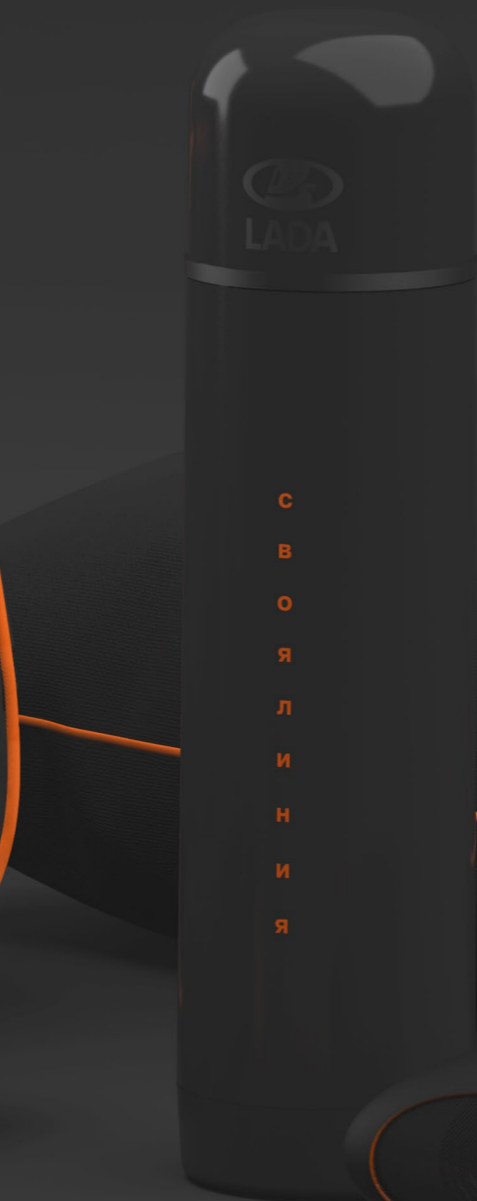
С 163



























# РАЗРАБОТКА МЕДАЛЕЙ ДЛЯ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ХОККЕЮ

## «ДОСТОЙНЫ НАГРАДЫ»

### **Задача**

Разработать концепцию медалей для чемпионата мира по хоккею 2016 года, который проходил в Санкт-Петербурге. Из года в год для чемпионата предлагаются стандартные идеи и решения по дизайну и материалам медалей — клюшки, шайбы и хоккеисты. Поэтому в 2016 году хоккейный клуб СКА поставил перед агентствами задачу разработать оригинальный дизайн. И мы выиграли эту медаль.

### **Концепция**

Что может быть более уникальным, чем рисунок морозных узоров на стекле или узоров от коньков на льду! Именно эту идею мы взяли за основу и, вопреки традициям изготавливать медали из металла, предложили сделать их из стекла. Таким образом, каждая медаль становится не просто наградой, а частью льда, на котором была одержана победа.

### **Решение**

Для изготовления медали были использованы две линзы из оптического стекла для создания эффекта объема. Что интересно, вес медалей соответствует весу настоящей шайбы. Узор на медалях повторяет морозные узоры. Для того чтобы изготовить такую медаль, было использовано 10 различных новых технологий.





2016



ICE HOCKEY  
WORLD  
CHAMPIONSHIP  
RUSSIA

Moscow - St.Petersburg





2016 IIHF ICE HOCKEY WORLD CHAMPIONSHIP • 2016 IIHF ICE HOCKEY WORLD CHAMPIONSHIP

2016



ICE HOCKEY  
WORLD  
CHAMPIONSHIP  
RUSSIA  
Moscow - St. Petersburg

2016



ICE HOCKEY  
WORLD  
CHAMPIONSHIP  
RUSSIA  
Moscow - St. Petersburg

