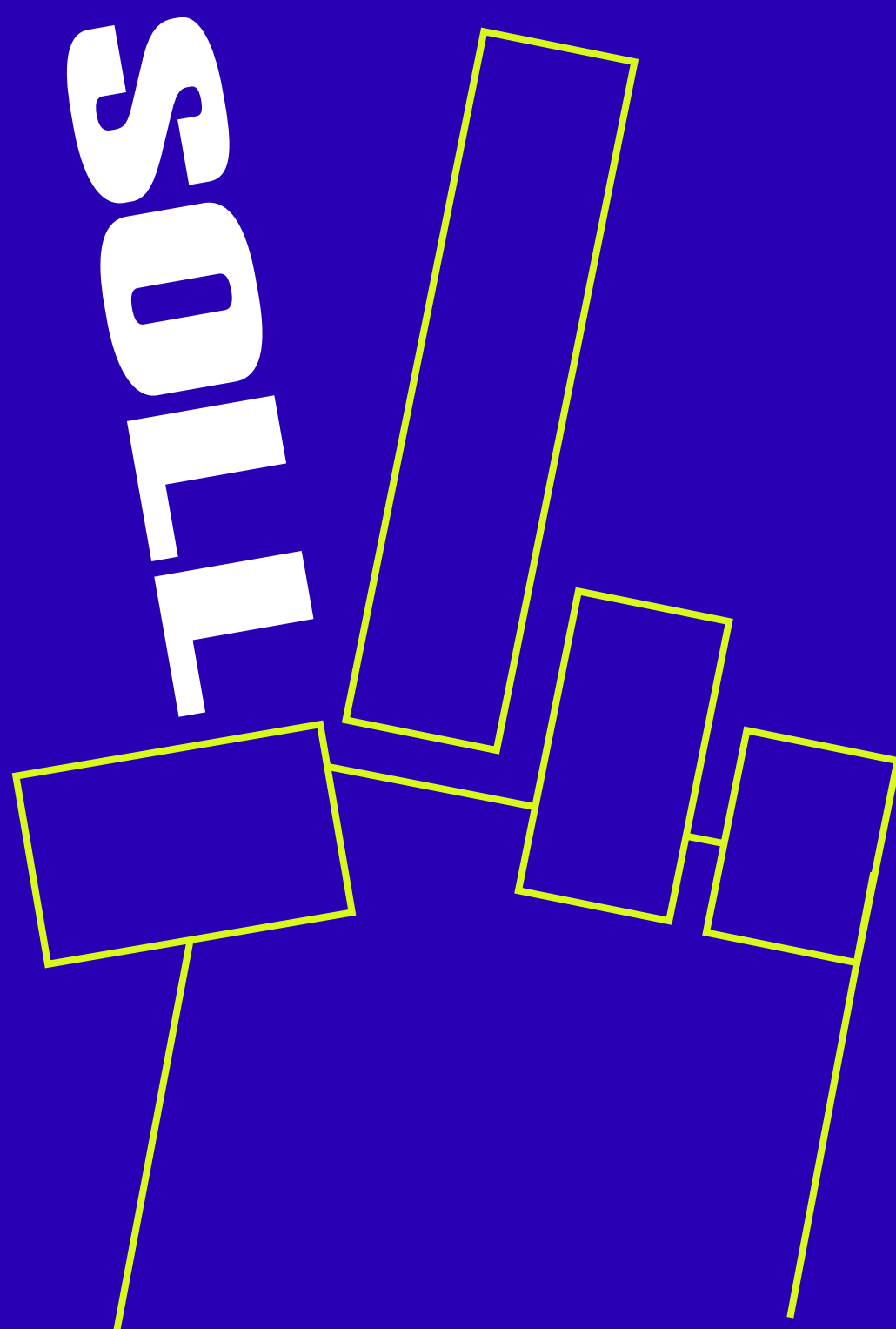


Решения, в которых есть соль

Июнь 2023



СОЛЬ

Est. 2014

Помогаем брендам
понять в чём их соль

СОЛЬ

Философия перемен

Мы мыслим идеями перемен. Для нас важно, чтобы креативное решение интегрировалось в природу бренда и подталкивало его к переменам изнутри. Идеи перемен — это внутренняя сила бренда, которая трансформирует и двигает его вперёд. Чтобы прийти к идеям перемен, в своей работе мы решаем несколько задач:

1. Эффект синхронизации

2. Польза на 360 градусов

3. Новаторство

4. Любовь и удовольствие

5. Стратегическое видение

6. Удобство

[Подробнее](#)



Экспертиза

Мы реализовали сотни коммуникационных и брендинговых проектов для компаний из самых разных отраслей: от ресторанов, продуктового ритейла и спортивных товаров до банковских и страховых услуг, девелопмента недвижимости и ювелирных украшений. Разносторонний опыт приносит понимание, какие инструменты работают эффективно, а какие нет.

Креативные стратегии

Дизайн упаковки

Позиционирование

Визуальная идентичность

Нэйминг

Брендбук

Присутствие в digital

Нейросети

NFT

[Подробнее](#)

Награды

2023

White Square
Бронза
Шорт-лист (2)

2021

Ad Stars
Шорт-лист

Popai Awards
Золото

Lampa Film Fest
Золото

Ad Future
Серебро

Среда
Шорт-лист

2020

Pentawards
Бронза

2019

Young Lions
Золото

Pentawards
Шорт-лист (2)

Wow Awards
Золото

Ad Stars
Шорт-лист (2)

Среда
Шорт-лист

ADCR Awards
Серебро

Effie
Финалист

2018

Dieline Awards
Золото

Среда Серебро
Шорт-лист

ADCR Awards
Шорт-лист

Golden Drum
Шорт-лист

2017

Red Apple
Шорт-лист

Young Lions Russia
Серебро
Шорт-лист

2016

Red Apple
Шорт-лист

2014

White Square
Серебро
Шорт-лист (2)

Идея!
Спецприз РАМУ
Шорт-лист

КМФР
Шорт-лист

Клиенты

росбанк



SR
space

**ЭРКА
ФАРМ**
группа компаний

 **ФОСАГРО**



ЕВРАЗ

MR GROUP

Credit Asia

ЕДИНСТВО
ГРУППА КОМПАНИЙ



Брендинг

СОЛЬ

Nastasia Černovski.



Бренд ювелирных украшений

Что мы сделали

Позиционирование,
Система визуальной
идентичности
Дизайн упаковки
Копирайтинг

Ситуация

Nastasia Černovski — бренд ювелирных украшений от молодого российского дизайнера. Задачей агентства было вывести бренд на рынок, сформировать образ бренда.

Решение

Красота, уверенность в себе, женственность — это язык, которому можно научиться. В каждой культуре есть свои секреты совершенства образа и свой язык красоты. Ювелирные украшения Nastasia Černovski — это кросс-культурное путешествие, которое ведет вас через разные времена, эпохи и традиции.

Результат такого путешествия — современное прочтение архетипов, символов, культурных кодов. Находки в истории и культуре отражаются не только в дизайне украшений, но также в дизайне бренда и упаковки.

Опираясь на семантику образов и символику культур стран Старого и Нового Света, мы создали свой язык женской красоты не только в лирическом смысле, но и в самом что ни на есть прямом. Мы создали алфавит. Его буквы — символы, которые веками используются в культурах разных стран и народов. Каждое украшение, каждая упаковка — это литера, за которой стоит свой смысл и целый культурный срез.

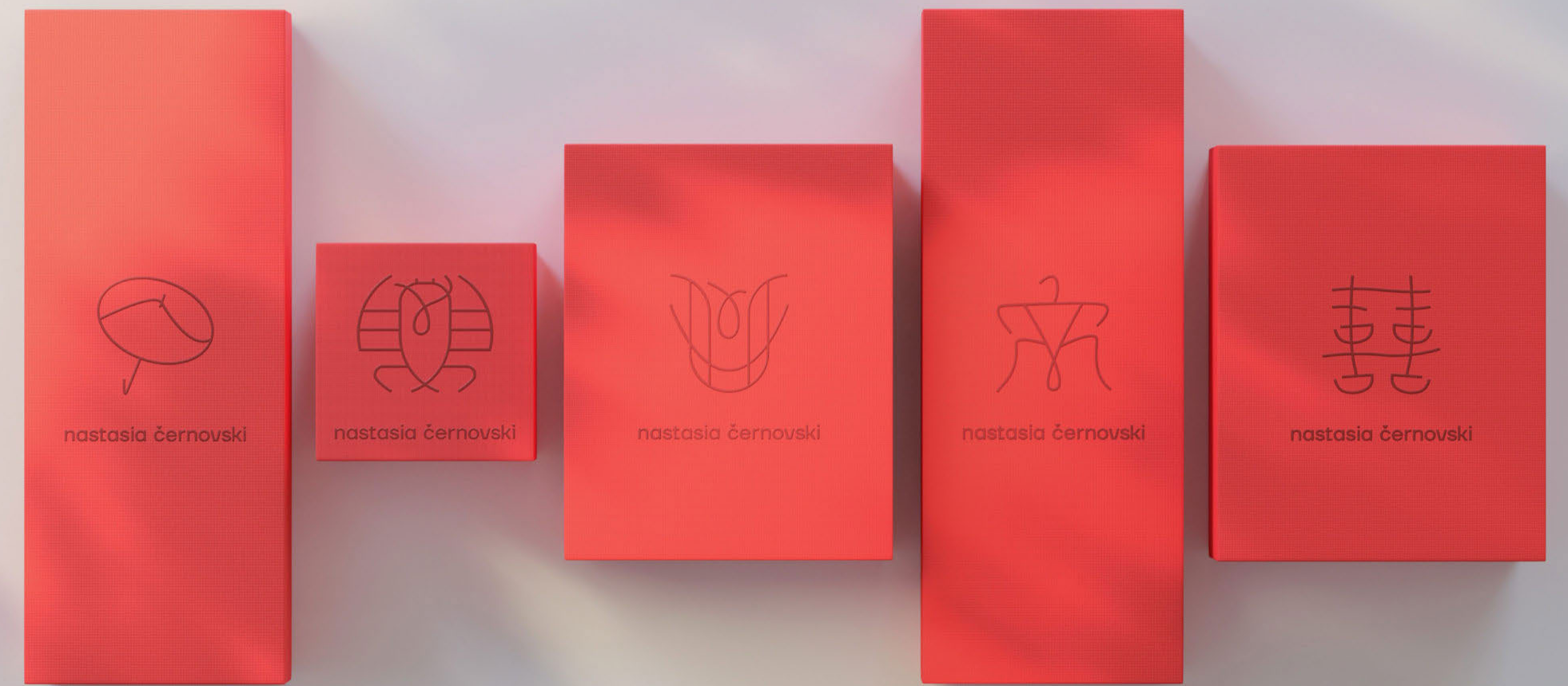
Пополняя коллекцию украшений, вы составляете новые и новые слова, открываете для себя новые смыслы, создаете свой язык красоты, обаяния, романтики и уверенности в себе. Вы создаёте себя. Nastasia Černovski — для лучших в мире созданий.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

nastasia černovski

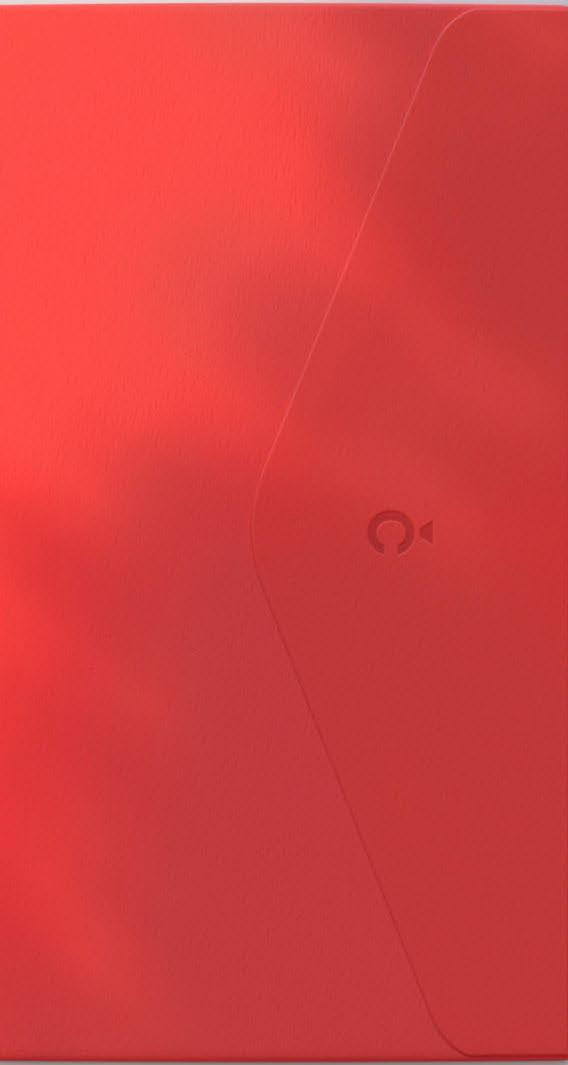
| | | | |
|---|---------------|---|-----------------|
| a | authority | h | heavenly power |
| b | beauty | i | immortality |
| c | chastity | j | justice |
| d | dominance | k | kindness |
| e | equilibrium | l | love |
| f | female purity | m | marrige harmony |
| g | good luck | n | noble |
| o | opportunity | u | unity |
| p | protection | v | veracity |

[Смотреть](#)



☉ ☽ ☼ ☽ ☽ — dream





天高天碧 地厚地人 德德德德
 德心 心德心德 德德德德
 德人德德 德人德德 德心
 德心德德 德人德德 德人德德
 德德德德 德人德德 德德德德!
 德德德德 德德 德人德德 德德德德
 德德德德 德德 德人德德
 德德德德 德德德德 德德德德
 德德 德人德德 德德德德 德德德德
 德德德德 德德 德人德德
 德德德德 德德 德人德德 德德德德

nastasia černovski

- | | | | |
|---|---------------|---|------------------|
| a | authority | h | heavenly power |
| b | beauty | i | immortality |
| c | chastity | j | justice |
| d | dominance | k | kindness |
| e | equilibrium | l | love |
| f | female purity | m | marriage harmony |
| g | good luck | n | noble |
| o | opportunity | u | unity |
| p | protection | v | veracity |
| q | quiet | w | way |



Плод воображения

Бренд ресторана с продуктами навынос

Что мы сделали

Нейминг
Визуальная идентичность
Дизайн упаковки

Ситуация

Компания VR Group обратилась к нам с задачей разработать название и визуальную идентичность кафе здорового и вкусного питания с линейкой собственных продуктов навынос. Каждое блюдо здесь — это чередование полезного слоя с лакомым.

Решение

Невообразимое множество чередований вкусов и ингредиентов, дополненное неожиданными появлениями фруктов и овощей в привычных рецептах, легло в основу визуального языка.

Здоровое питание перестало быть скучным и однообразным. Теперь его многообразие ограничивается только пределами вашего воображения.



[Смотреть](#)





Пятёрочка #налету

Бренд магазинов без кассиров

Что мы сделали

Нейминг
Брендинг
Дизайн упаковки
Оформление магазина

Ситуация

Сеть магазинов «Пятерочка» запускает инновационные магазины само-обслуживания без продавцов.

Было необходимо разработать название, брендинг и оформление магазинов.

Решение

Выбор потребителя, олицетворяющего стремительный ритм жизни большого города, но ищущего возможность сделать паузу и остаться наедине со своими желаниями.

«На лету» — выражение, которое мы используем для характеристики быстрых, ловких и своевременных действий. И этим выражением в нашем магазине можно описать многое. На лету здесь всё схватывает умная система, которая подстраивается под вас. На лету работает и весь магазин, так как очень быстро. И на лету покупатель ловит всё, что ему нужно.



[Смотреть](#)

5 Пятёрочка

#налету

Здесь только один кассир — твой смартфон

5 Пятёрочка #налету

Мы используем самые свежие технологии и продукты

5 Пятёрочка #налету

Этот магазин сэкономит твоё время

5 Пятёрочка #налету

Билет в мир новых технологий

Билет в твой новый магазин

000 000 000 345 456



Пакет, который видел новые технологии

Чтобы зайти в магазин:

1 Установи приложение

07:00–24:00
без выходных

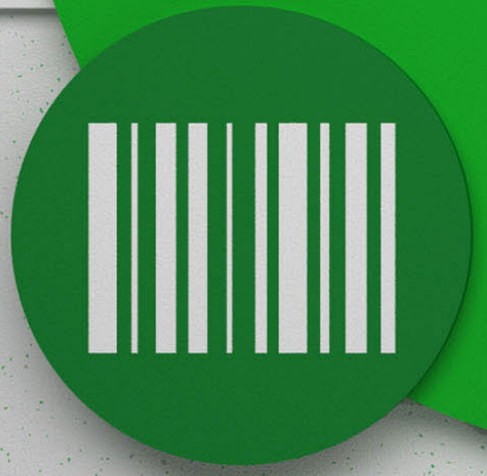
2 Сканируй QR-код и двери откроются

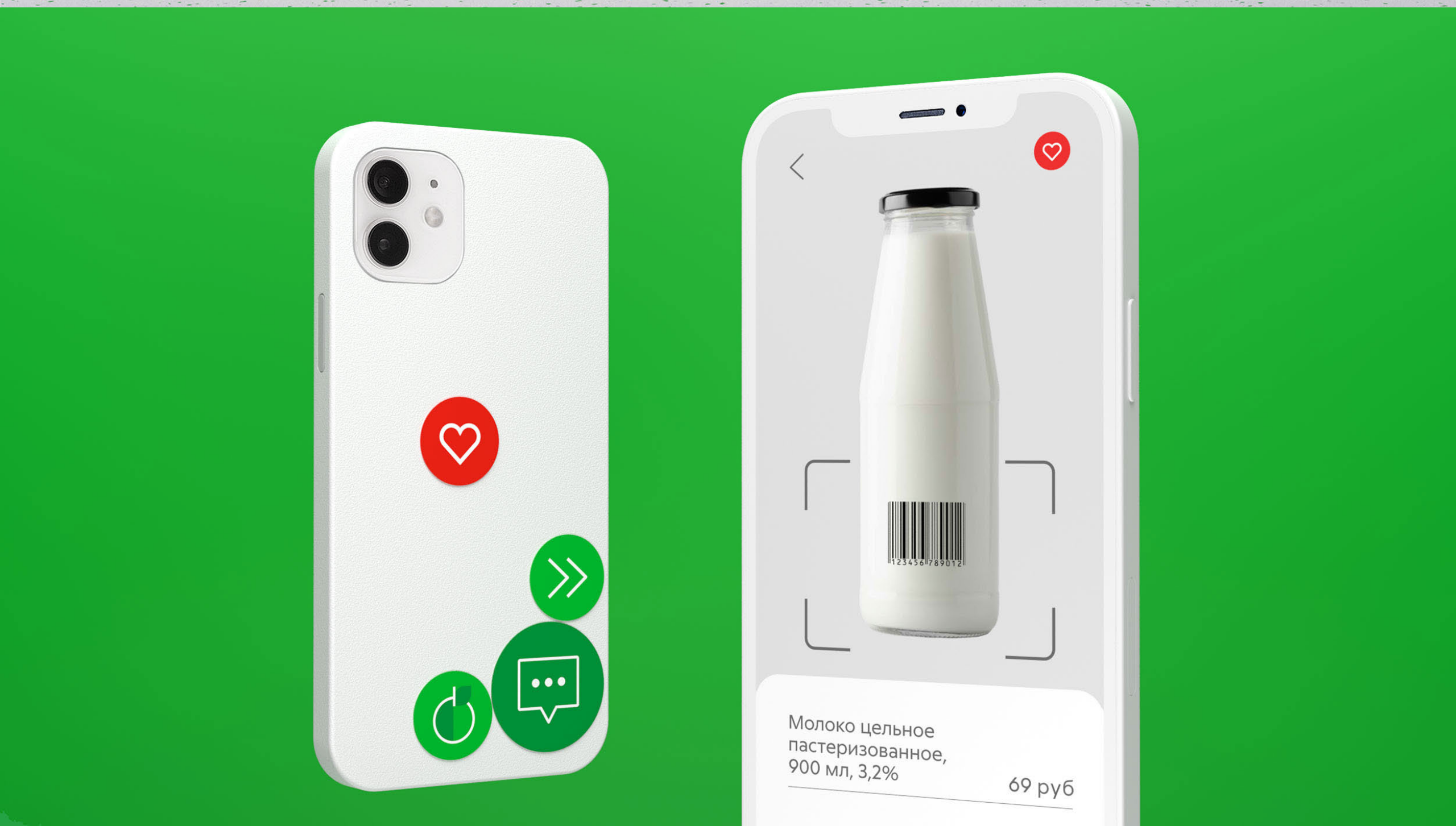
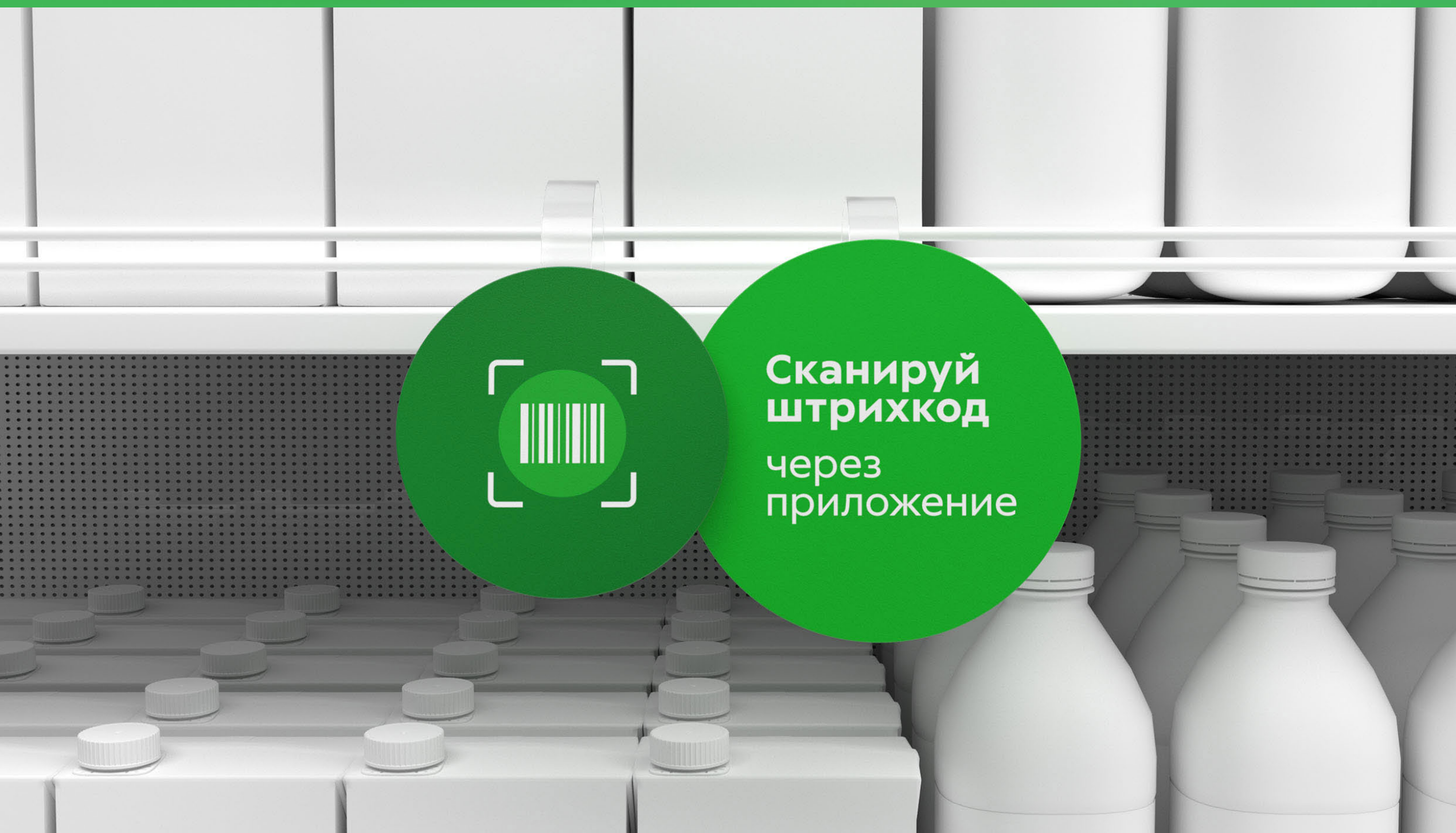
Сохраняйте дистанцию в 8 бананов #налету

Для здоровья нужно всего 1,5 метра #налету

Стань чемпионом коротких дистанций #налету

Покупки в режиме смарт





Hello Green

Бренд ресторанов здорового питания

Что мы сделали

Нейминг
Визуальная идентичность
Дизайн упаковки

Ситуация

Новый бренд ресторанной сети здорового питания — это корнеры в торговых центрах и отдельно стоящие рестораны, главный продукт в меню которых — это супы.

Но, конечно, компаньонами супам выступают продукты здорового питания: салаты, сбалансированные по составу и калориям вторые блюда, морсы, а ещё богатое детское меню.

Аудитория, в которую мы целились — семьи с детьми.

Решение

Форма суповой чашки, заложенная в логотип, стала основой для всего фирменного стиля. Так у нас появился паттерн из суповых тарелок и разнообразных ингредиентов, которые также поместились в формы чашек.

Паттерн динамичный и постоянно меняющийся: может использовать как иллюстрации ингредиентов, так, графику и логотип. Поэтому им удобно пользоваться в жизни: нет строгих правил, есть только кулинарная фантазия.

Цвета бренда отсылают нас к колористике ингредиентов и супов: они в меру яркие (настолько, чтобы создавать настроение, но выглядеть натурально, не пластиково)



[Смотреть](#)





Газпромбанк

Дизайн детских премиальных карт

Что мы сделали

Дизайн
Иллюстрация
Упаковка

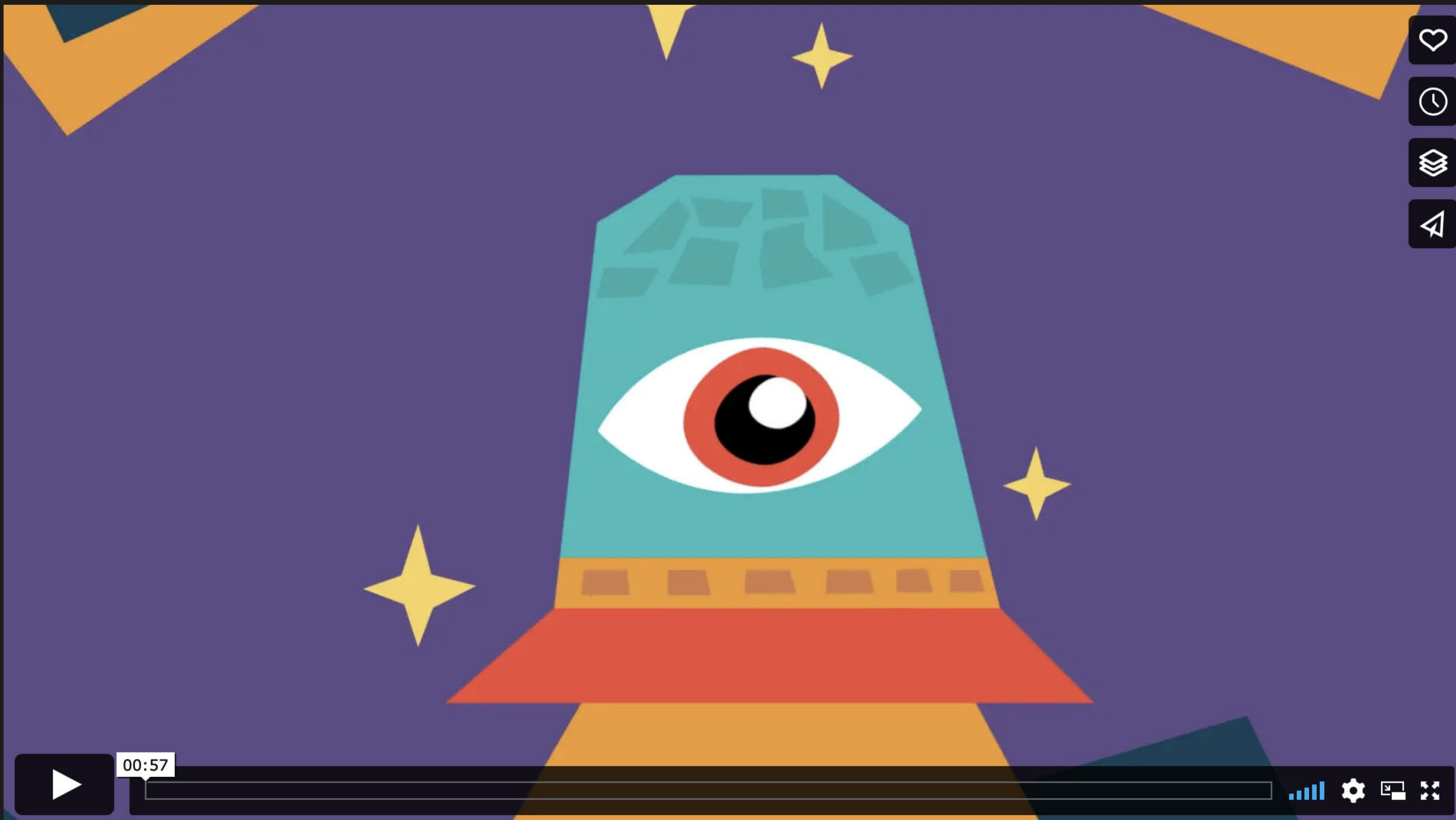
Ситуация

«Газпромбанк» выпустил детскую банковскую карту — «Space Card».

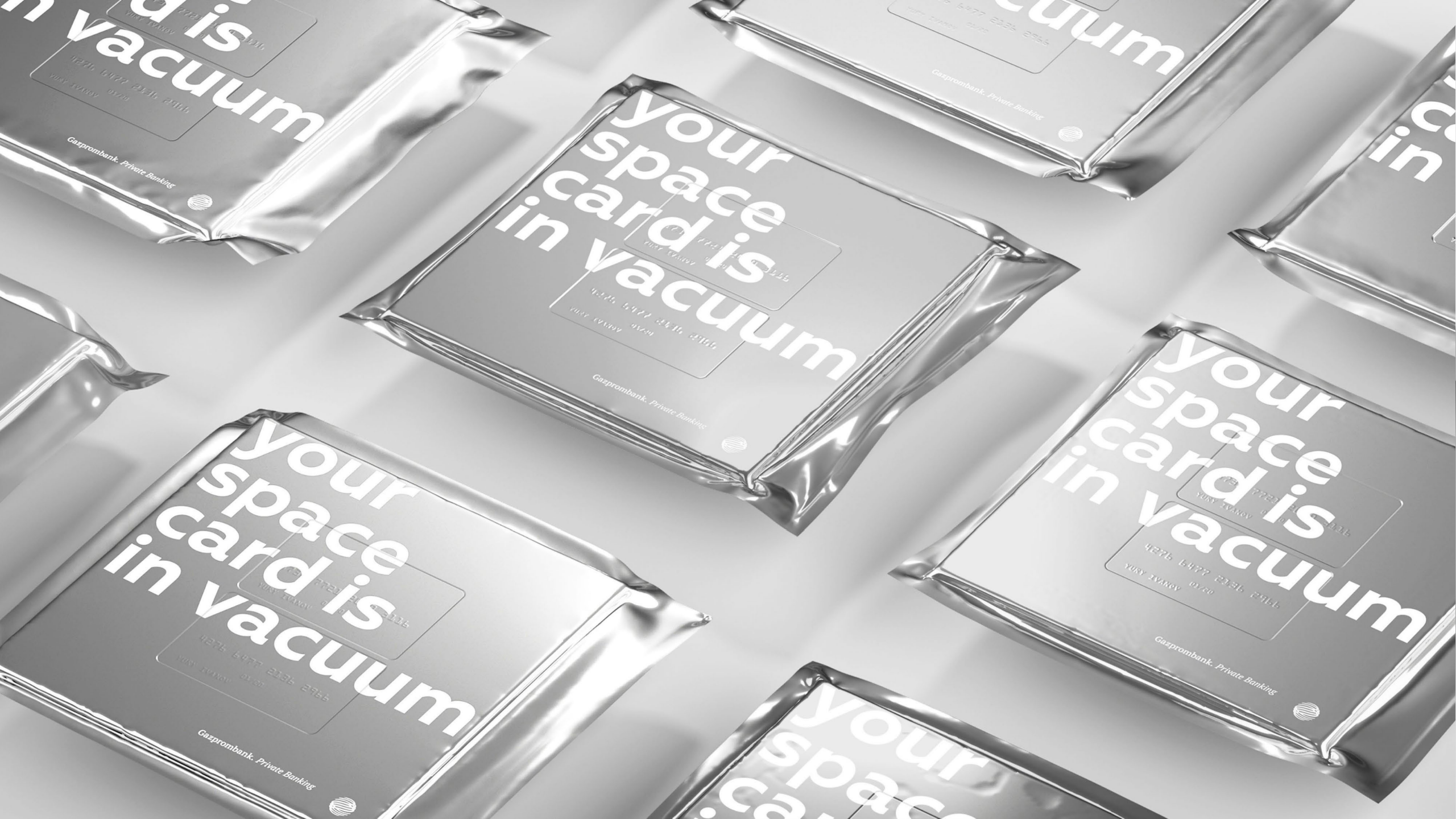
Решение

Мы сделали «Space Card» безумно яркой. Как инопланетные миры. Но как упаковать весь этот космос? Конечно, в вакуум. Ведь в космосе — сплошной вакуум.

Встречайте впервые в мире банковские карты в вакууме! Настоящий вакуум. Настоящий космос. Банковский сервис космического уровня от Газпромбанка.



[Смотреть](#)



Yarus

Бренд строительной компании

Что мы сделали

Нейминг
Визуальная идентичность

Ситуация

«Универал-Строй» — это компания, которая занимается строительством многоэтажных домов в России и использует только качественные, безопасные для окружающей среды материалы. Деятельность компании направлена в том числе на привлечение инвестиций зарубежных компаний, заинтересованных в строительстве многоэтажных объектов и ищущих надёжного партнёра на территории России.

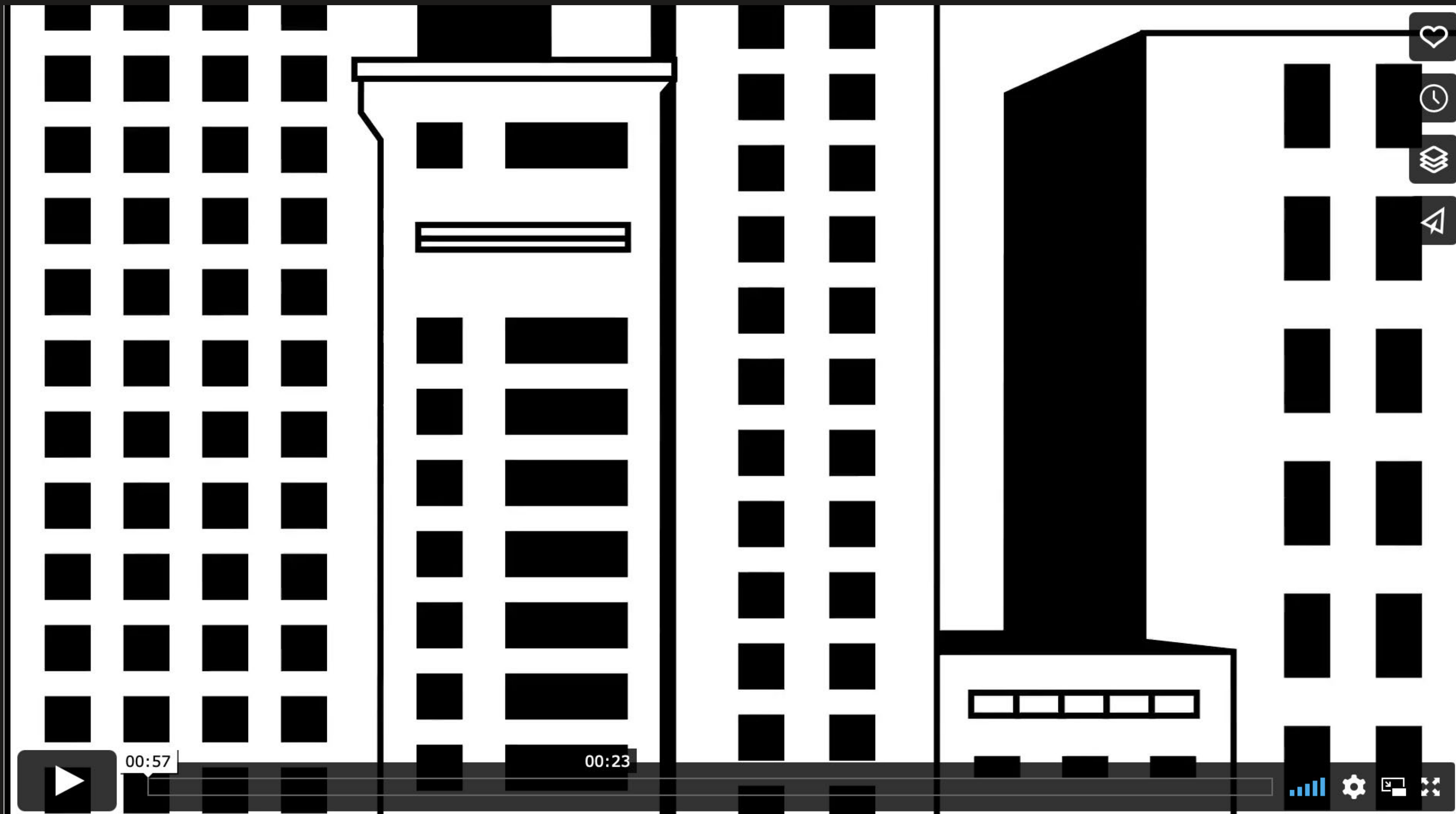
Перед агентством стояла задача разработки названия и системы визуальной идентичности нового бренда.

Решение

Название Yarus позволило нам подчеркнуть сразу несколько особенностей бренда: работу на территории России и работу в сфере строительства многоярусных, многоэтажных зданий. В визуальной идее мы также решили объединить эти два смысла.

Решение нашлось в образе русской берёзы, который помог нам рассказать одновременно о возведении высоток и подходе к работе с русской душой.

В дополнение, выбранная визуальная семантика позволила отразить приверженность принципам экологичности и незагрязнения природной среды во время выполнения строительных работ.



[Смотреть](#)

YARUS



Строим с душой. Русской душой.

Мы много лет работаем на строительном рынке России и знаем, как добиться успеха в этой конкурентной среде. Постараемся помочь вам достичь и личную ответственность, и результат, и каждую деталь мы построим с душой.

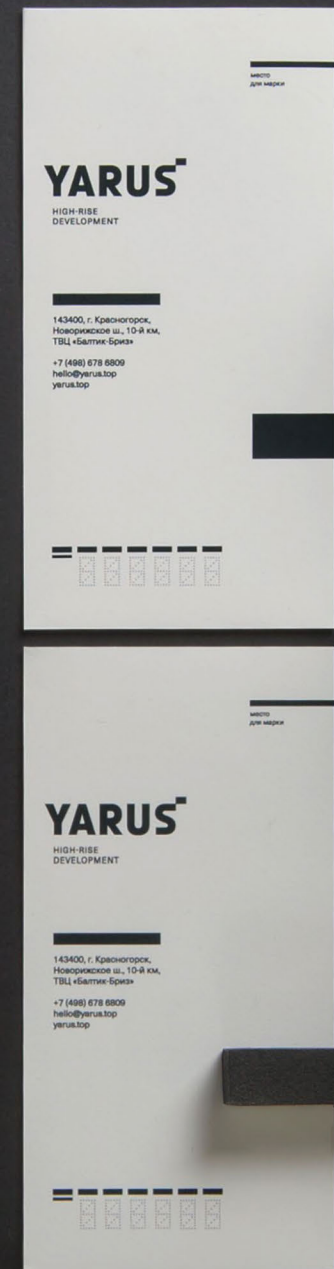
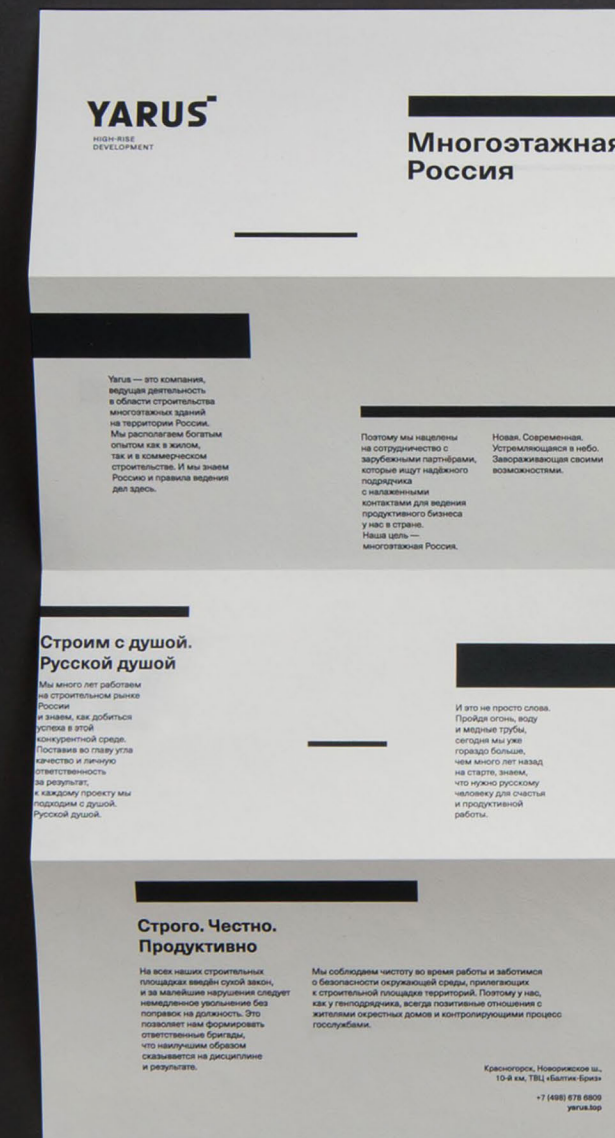
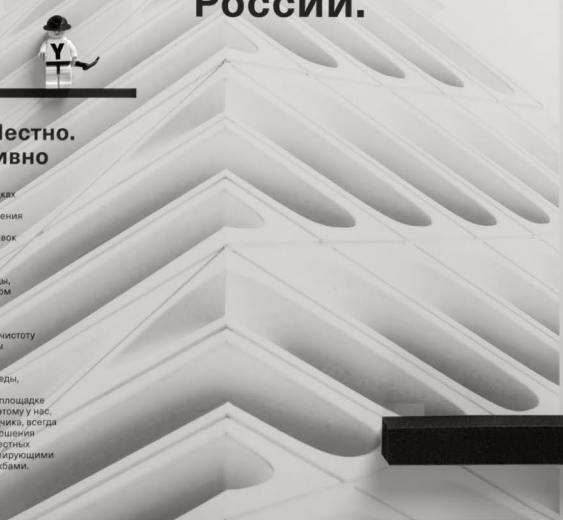
Русской душой, и это не просто слова. Профди опыт, вклад и таланты людей, которых мы уже назвали коллегами, чем больше лет назад мы строим, знаем, что нужно русскому человеку для счастья и плодотворной работы.

Yarus — это компания, ведущая деятельность в области строительства многоэтажных зданий на территории России.

Строго. Честно. Продуктивно

На всех этапах строительства мы соблюдаем строгие стандарты качества и заботимся о безопасности наших партнеров. Мы формируем прозрачные условия сотрудничества и работаем с вами честно и продуктивно.

Мы соблюдаем честность во время работы и работаем с вами строго и продуктивно. Мы соблюдаем честность во время работы и работаем с вами строго и продуктивно.





SR Space

Брендинг, сайт и NFT космической компании

Что мы сделали

Визуальная идентичность
Рекламные кампании
NFT

Ситуация

SR Space (ранее – Success Rockets) — частная российская космическая компания. Бренд-команда поставила перед собой амбициозные задачи: с одной стороны вернуть космосу романтику, сделать бренд привлекательным для широкой аудитории.

А с другой — отразить в позиционировании, визуальной идентичности бренда и digital-среде направления своей деятельности, высокую технологическую экспертизу и неразрывную связь исследований в космосе с процессами на Земле.

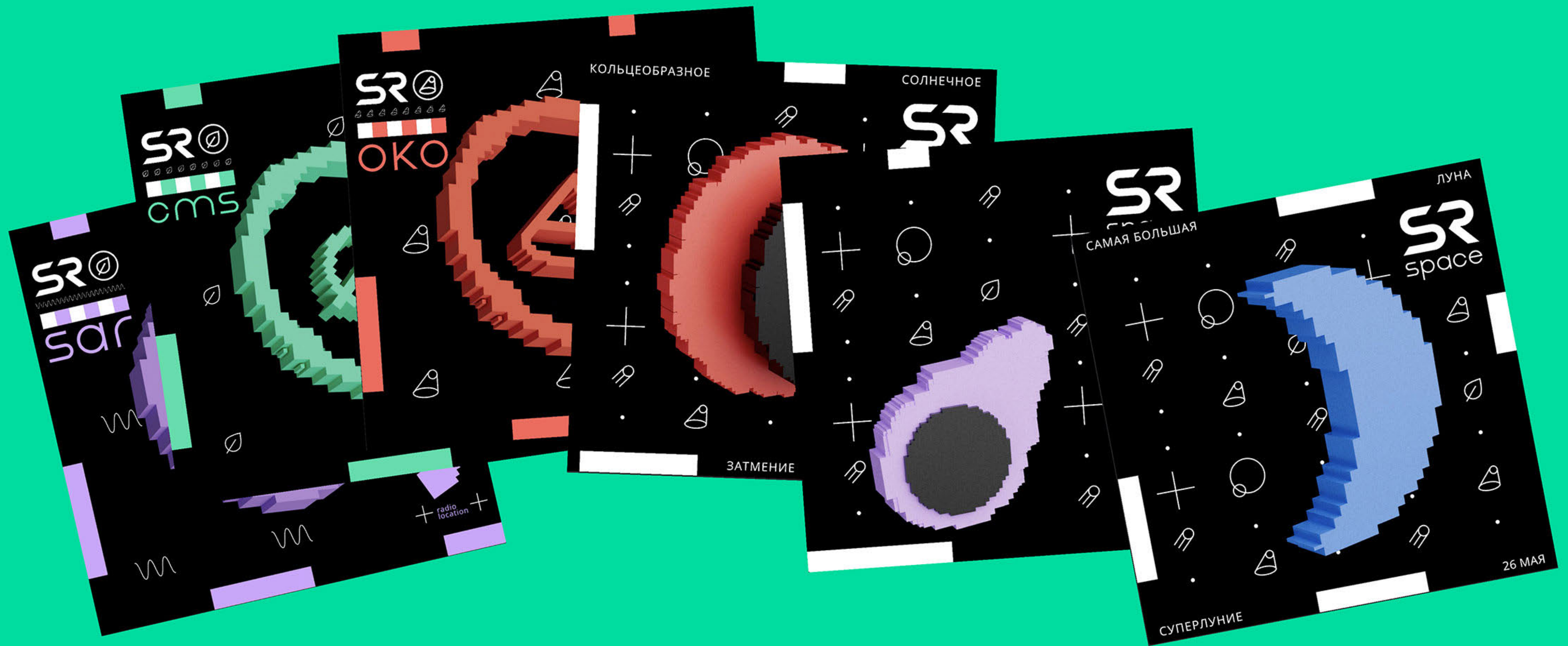
Решение

Основным стилеобразующим элементом в визуальной архитектуре бренда стали обрывистые формы фотомозаики (именно в таком виде снимки, сделанные в космосе, передаются на Землю).

В качестве инструмента для продвижения и популяризации образа бренда, как современного и тренд-сеттерского, послужила коллекция NFT. Каждый покупатель NFT, кроме самой карточки, получает бонус. Например, фирменный мерч, деловой завтрак с Олегом Мансуровым или даже возможность разместить своё имя на ракете.



[Смотреть](#)



[Смотреть](#)

Свой круг

Бренд семейного банка

Что мы сделали

Нейминг
Визуальная идентичность
Позиционирование

Ситуация

За новым семейным банком стоит большой брат — японский SBI.

С коммуникационной точки зрения, новый бренд должен был получить ненавязчивую связь с Японией, и предложить своё видение мира для российской аудитории.

Решение

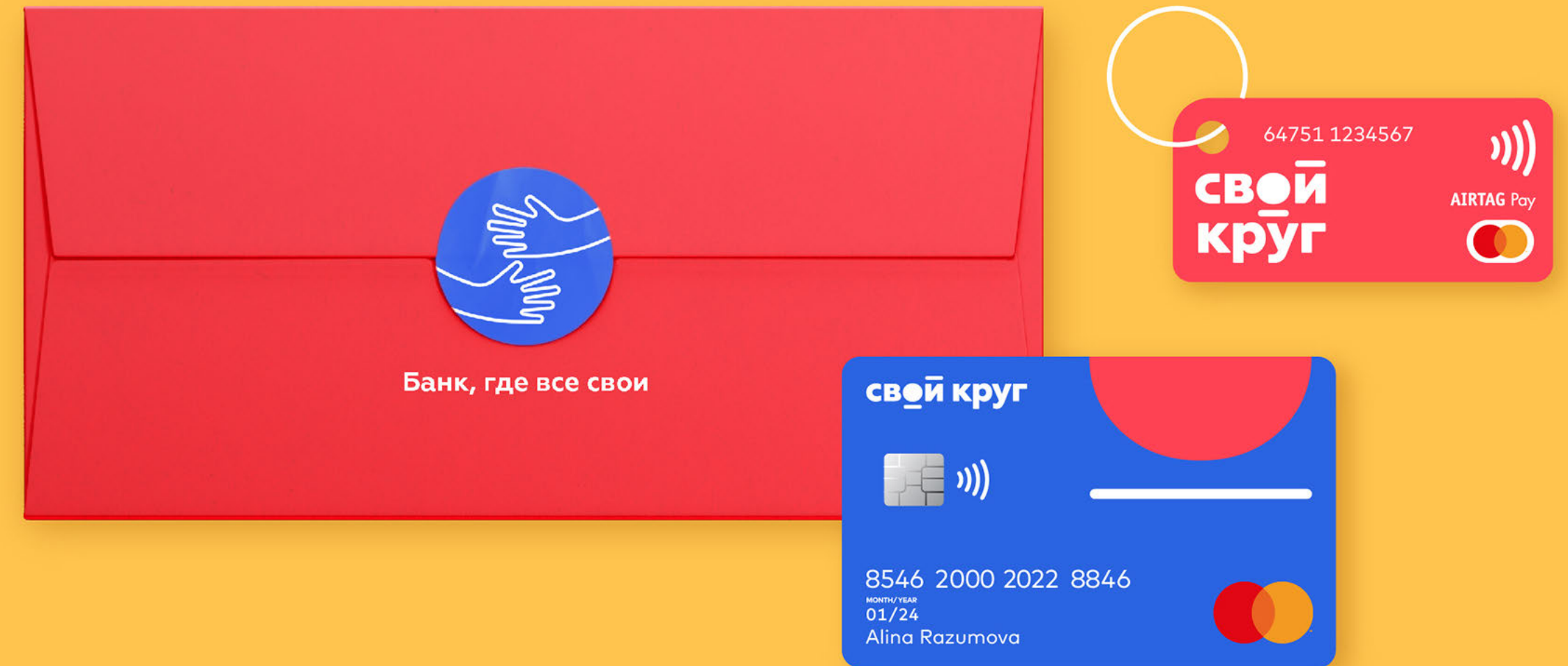
Название «Свой круг» — сразу о многом: здесь и Япония, страна восходящего солнца, и семейный круг, и финансы в виде круглой монетки.

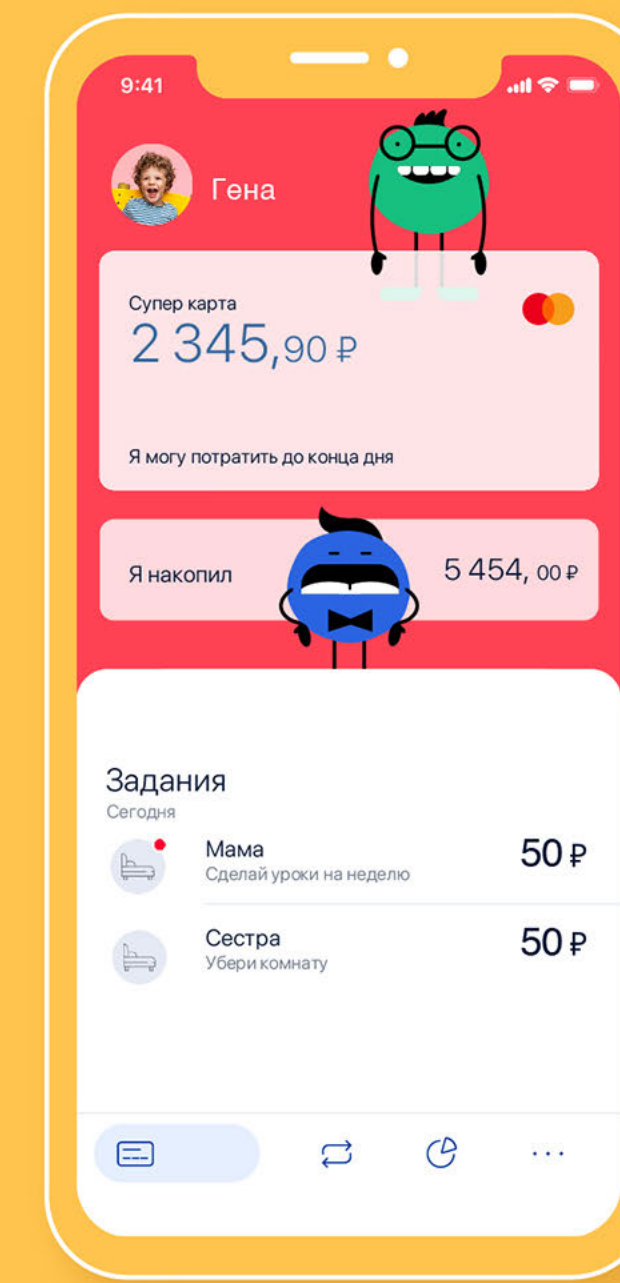
Визуально историю поддержала простая и понятная графика, при этом метафора восхода (и одновременно монетки, которая падает в копилку) легла в основу всей иконографии.

Флэтовой графике помогли иллюстрации на тему использования продукта, которые оживили внешнюю коммуникацию бренда. «Свой круг» — банковский бренд для всей семьи, добрый, понятный, свой.



[Смотреть](#)





Forsio

Бренд фитнес-батончиков

Что мы сделали

Нейминг
Дизайн упаковки

Ситуация

Вывод на рынок злаковых и протеиновых батончиков с основной точкой продаж в спортивных магазинах — задача, с которой мы работали.

При этом нужно было создать бренд с очень простой и понятной коммуникацией, чтобы покупатель мог быстро идентифицировать назначение продукта в прикассовой зоне и принять быстрое решение о покупке.

Решение

Название Forsio, которое мы придумали, содержит в себе слово Force (сила). Бренд с таким названием призван наделить вас силой, наполнить энергией.

И именно тема энергии легла в основу визуальной концепции упаковки. Каждый батончик превратился в батарейку. Больше батареек — больше энергии, как мы знаем.



[Смотреть](#)





Skiller

Бренд бытовой химии для спортивной одежды и обуви

Что мы сделали

Нейминг
Визуальная идентичность
Дизайн упаковки

Ситуация

Вывод на рынки России, СНГ, Китая и стран Европы линейки чистящих и антисептических средств для спортивной одежды.

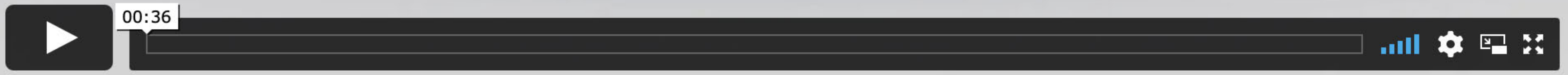
Наш приоритет — молодые и стильные люди, активно занимающиеся спортом. Люди, для которых спорт — это красивый и яркий стиль жизни. Поэтому и чистящие средства должны этому стилю соответствовать и бросать вызов окружающей повседневности.

Решение

Из Skiller мы решили сделать банду героев, каждый из членов которой олицетворял бы то или иное средство. Чтобы передать их характеры, мы решили визуализировать мимику.

В поиске неординарной графики, которая бы с одной стороны рассказывала о категории и свойствах, а с другой работала на эмоции, мы вспомнили про известную всем иконографику, которую размещают на ярлыках одежды (таз и волнистая линия воды).

Немного пофантазировав, мы оживили эту иконографику, превратив в веселые (а где-то не очень) физиономии.



[Смотреть](#)





Дорф

Бренд пивного ресторана

Что мы сделали

Визуальная идентичность
Дизайн упаковки
Иллюстрация

Ситуация

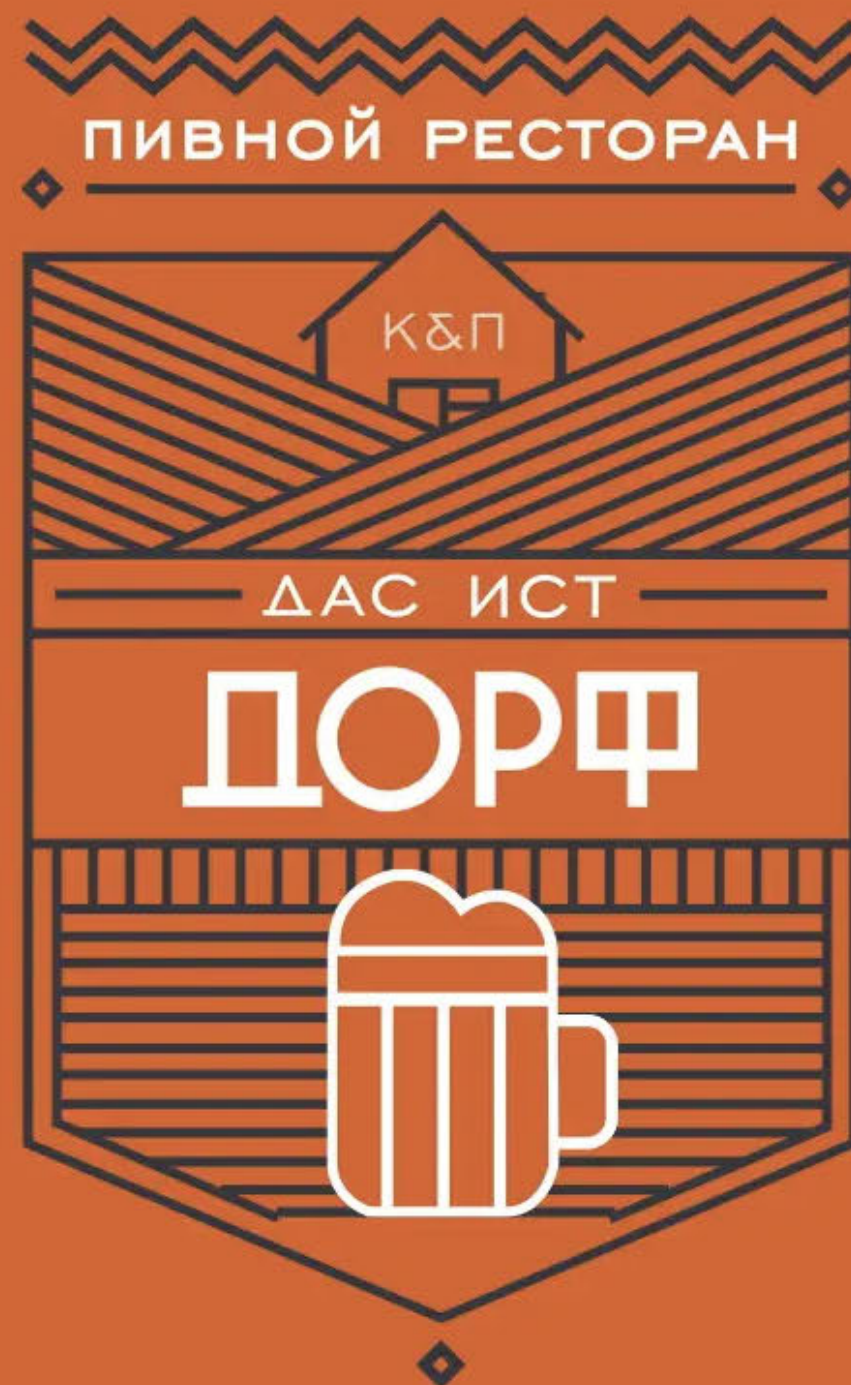
«Дорф» — это пивной ресторан в Москве, названный в честь деревушки, расположенной на границе Германии и Австрии.

В барном меню — уникальные для России сорта пива, которые поставляются в ресторан напрямую с пивоварен Европы. Крафтовость, ламповость, уникальность, натуральность и должны были стать основой нового бренда пивного ресторана.

Решение

Пиво в ресторане «Дорф» в Москве такое вкусное и свежее, что, кажется, будто из Германии в Россию проложили пивопровод. Метафору пивопровода мы и сделали стилеобразующей.

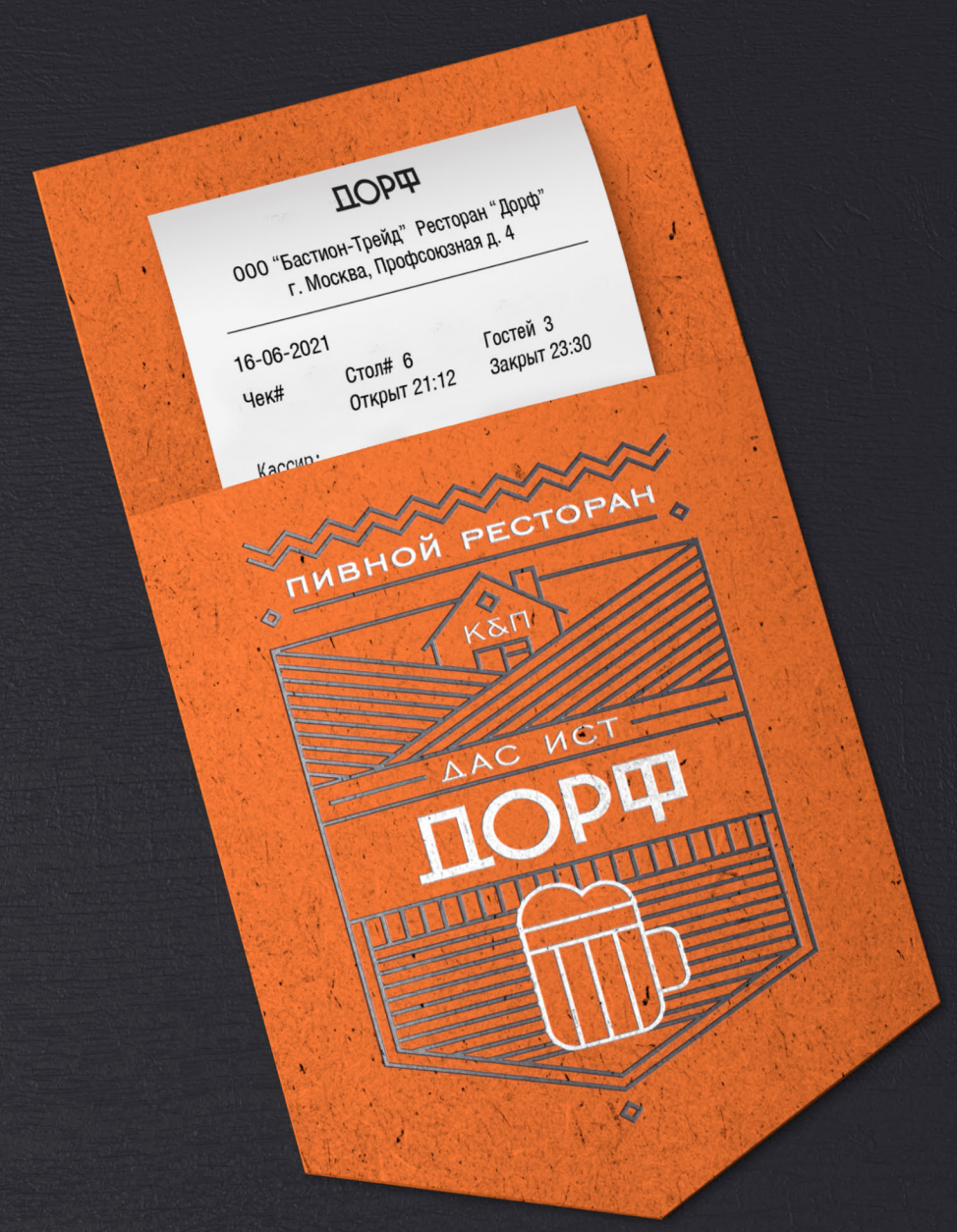
С помощью линейной графики мы отрисовали деревушку Дорф и сеть пивопроводов связали её с рестораном в Москве. Герб тоже сделали в такой же стилистике: здесь и европейские луга, и деревенский домик с аббревиатурой основателей ресторана и, конечно, кружка пива с густой пеной.



01:22



[Смотреть](#)





Comractive

Бренд спортивных тренажеров

Что мы сделали

Визуальная идентичность
Нэйминг

Ситуация

Новый тренажер — результат разработки специалистов и тренеров хоккейной академии Дениса Абдуллина. Он предназначен для эффективной тренировки силы и мощности толчка, выносливости, коррекции нагрузки мышц, а также реабилитации после травм. В первую очередь ориентирован на хоккеистов, но полезен и в других видах спорта.

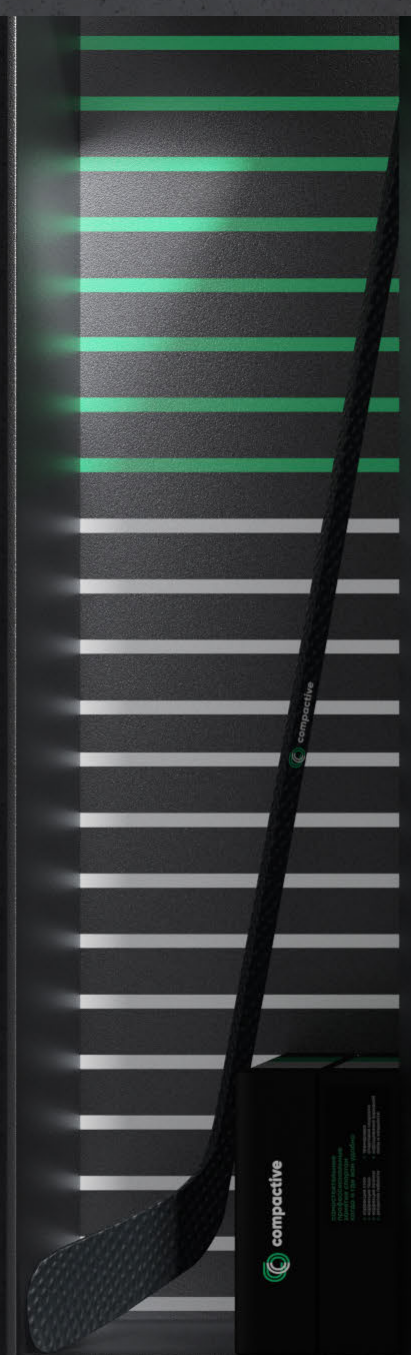
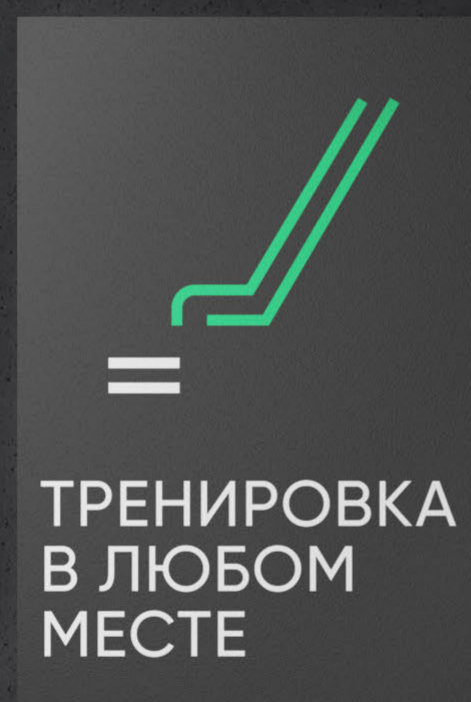
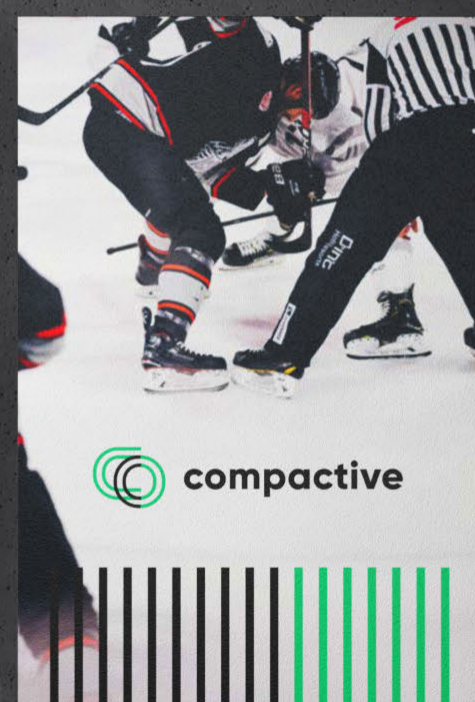
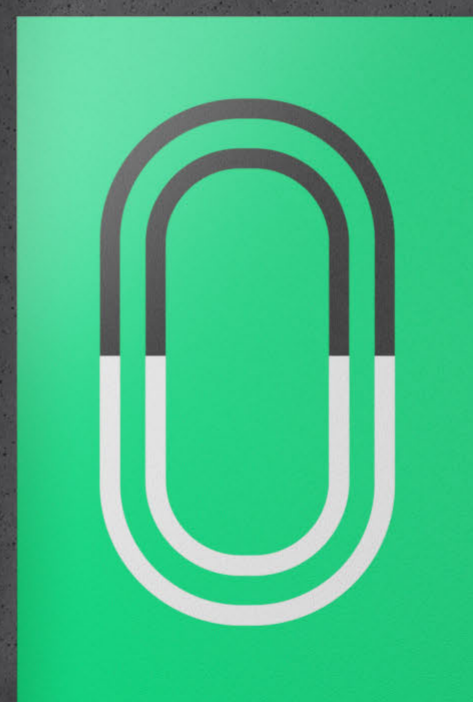
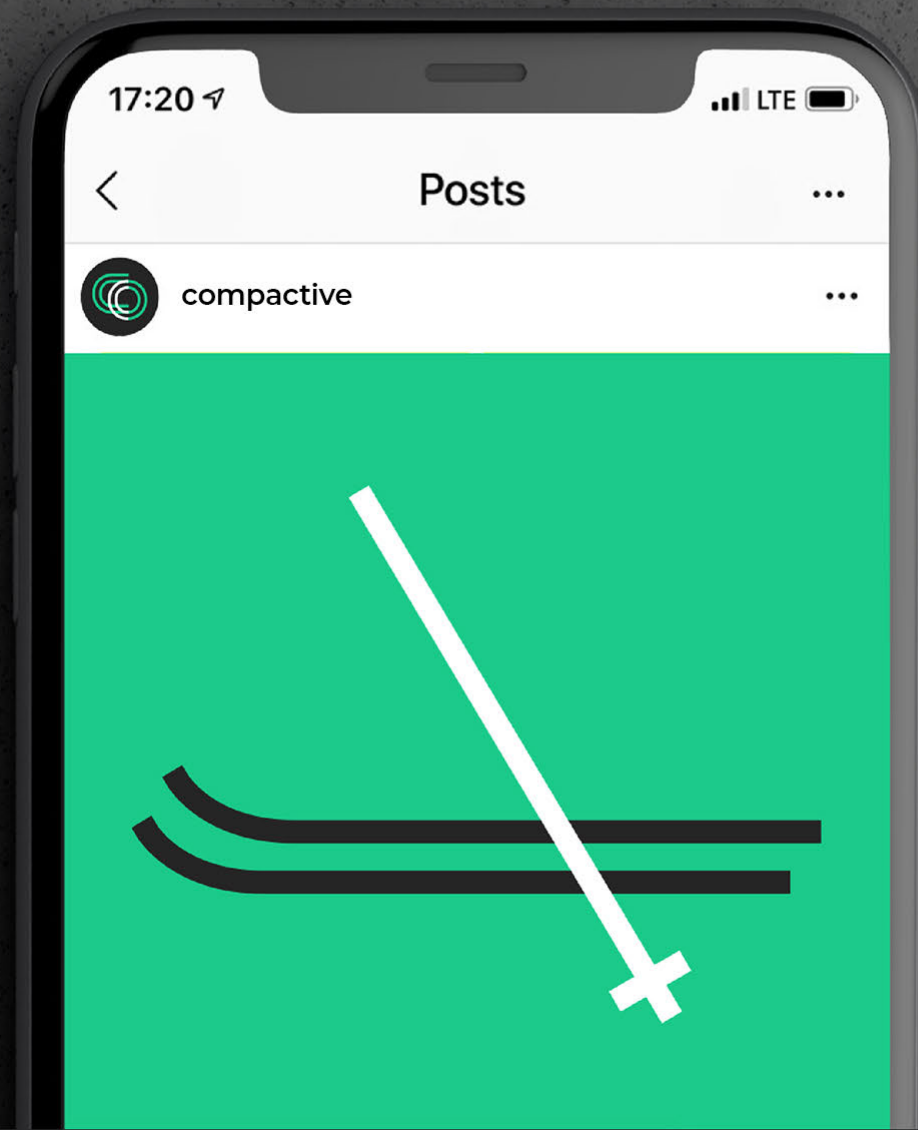
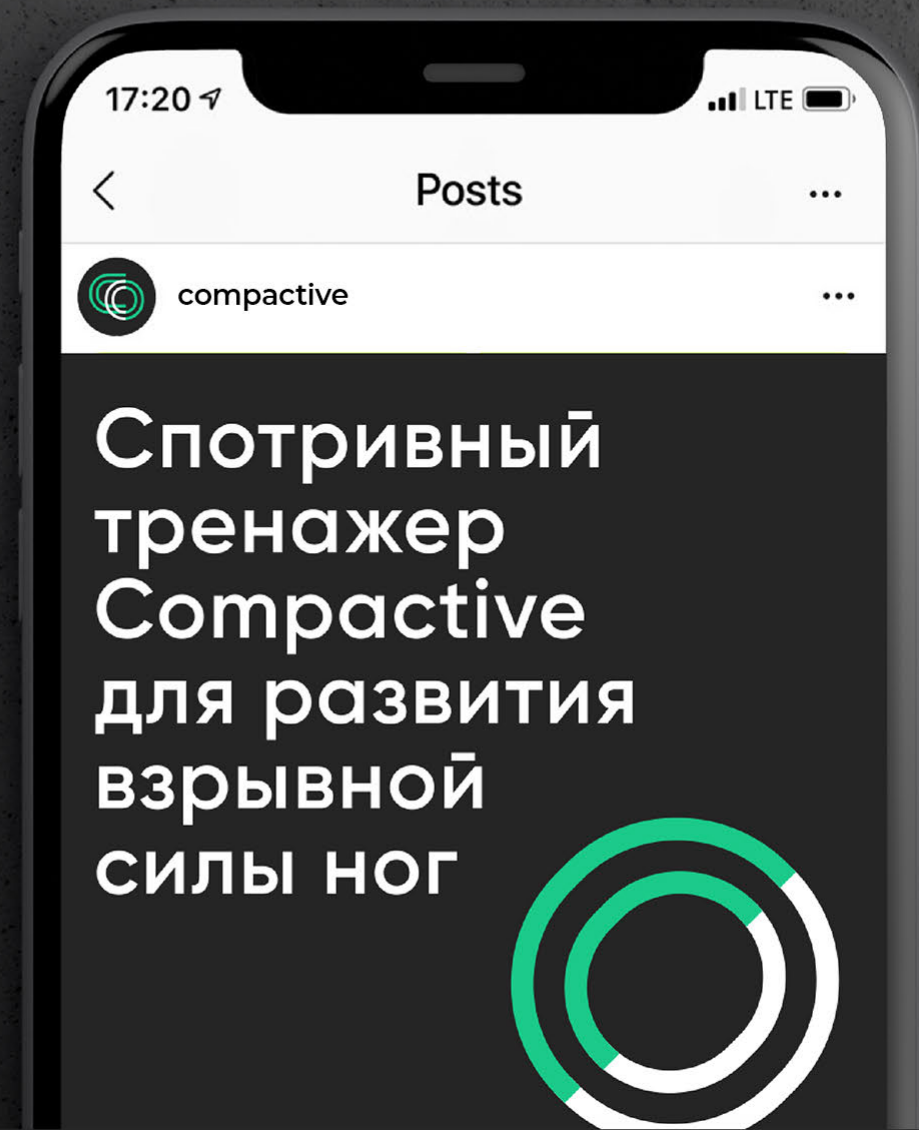
Мы работали над созданием название семейства тренажёров, а также над визуальной идентичностью будущего спортивного бренда.

Решение

В логотипе мы использовали образ беговых дорожек, стадиона и мяча как собира-тельного символа игровых видов спорта. Одновременно эти образы сложились в буквы СО — первые буквы названия и символ соединения (тренажеры хорошо использовать попарно). В такой же стилистике мы отрисовали иконки для разных видов спорта.

Приятный мятный оттенок зеленого помог рассказать об экологически чистых материалах тренажеров и том, что заниматься можно на свежем воздухе, просто взяв тренажер с собой.





Хоккейная академия Дениса Абдуллина



Время

Бренд и креативная концепция жилого квартала

Что мы сделали

Название
Визуальная идентичность
Дизайн упаковки

Ситуация

Жилой квартал комфорт-класса в центре Рязани — яркий и амбициозный проект группы компаний «Единство», нацеленный на людей 45 лет.

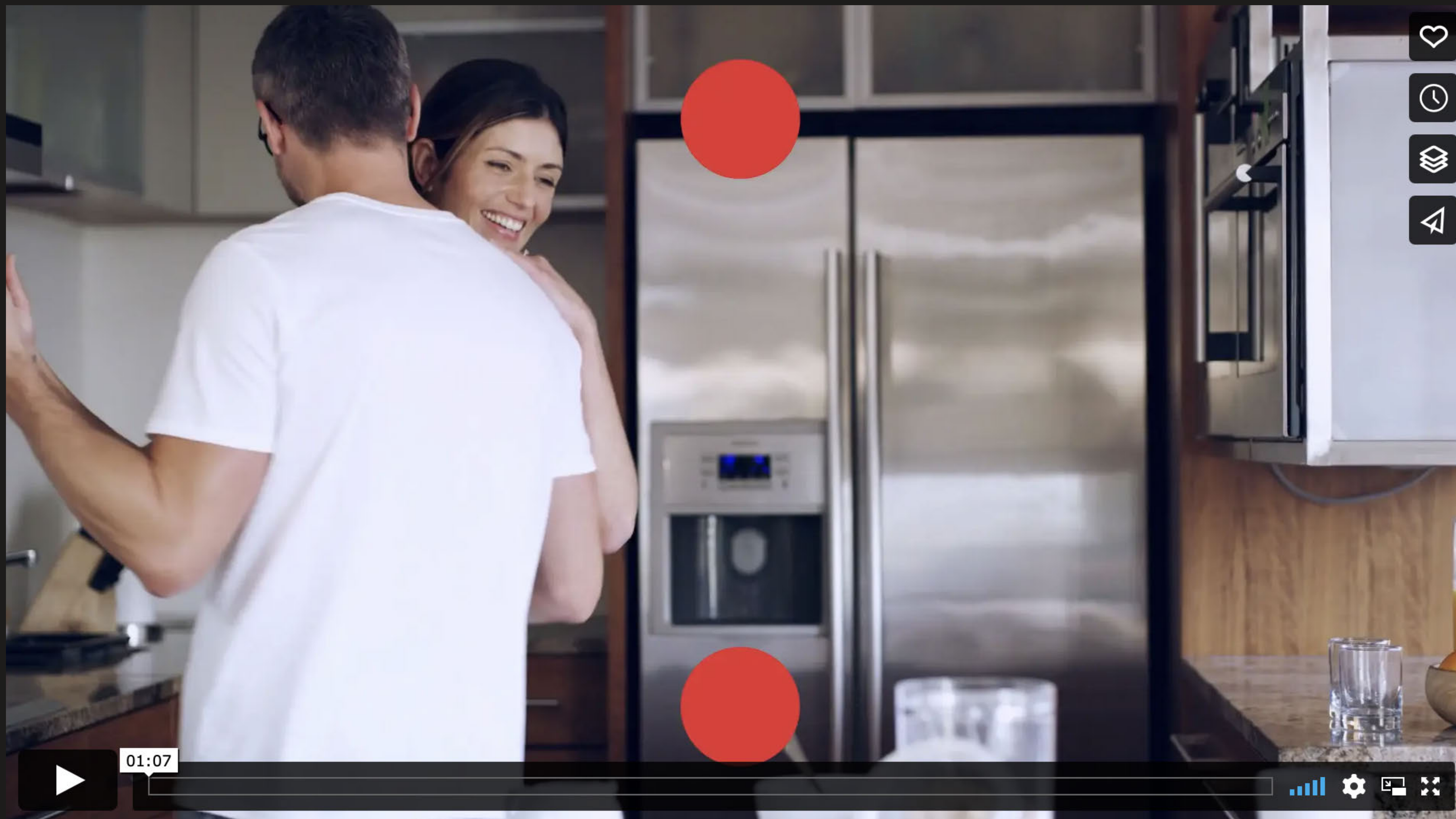
С одной стороны, это молодые профессионалы, которые не хотят тратить время на то, чтобы добираться до работы и мест отдыха. Им важно тратить каждую минуту на то, что они хотят — а не на то, на что приходится.

С другой стороны, это молодые семьи. Они готовы переселиться в новый дом пришло время улучшить жизнь детей или заводить их. Нужно, чтобы всё было рядом: и школа, и детский сад, и магазины. При этом важно не выпасть из культурной и общественной жизни, к которой они привыкли.

Решение

Время — это часы. Современные часы — электронные часы. В таких часах за движение времени отвечают две мигающие точки, отделяющие часы от минут. Возьмём образ этих точек за основу визуального языка и наполним его разными смыслами.

Раздвигая точки друг от друга в стороны, будем говорить о бесконечности счастливой жизни в новой квартире. Нарушая строго вертикальное расположение одной точки над другой, расскажем о том, что время в нашем жилом комплексе течёт по вашим законам. Добавляя объём, будем говорить о новом измерении времени, которое открывается для вас в вашей квартире.



[Смотреть](#)



Время выбирать уютную атмосферу

Квартиры от 3,5 млн Р

Время жилой комплекс

290 07 00 edinstvo62.ru



Время выбирать высокие потолки

Квартиры от 3,5 млн Р

Время жилой комплекс

290 07 00 edinstvo62.ru

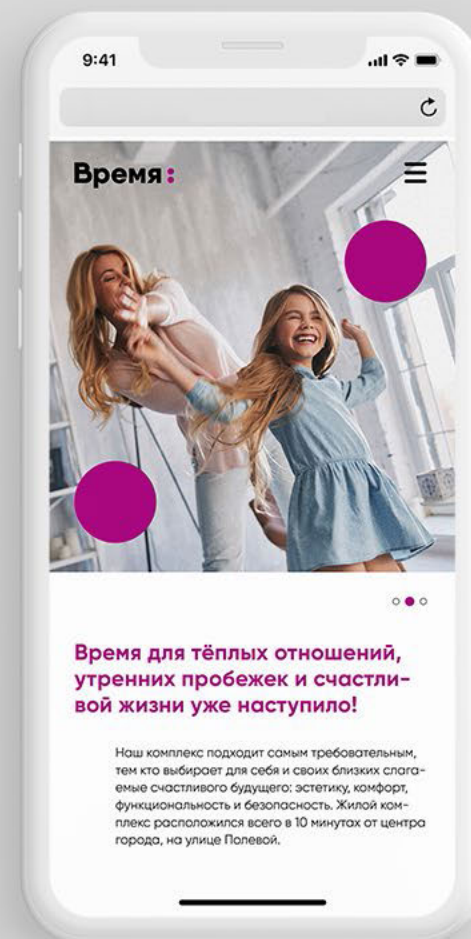
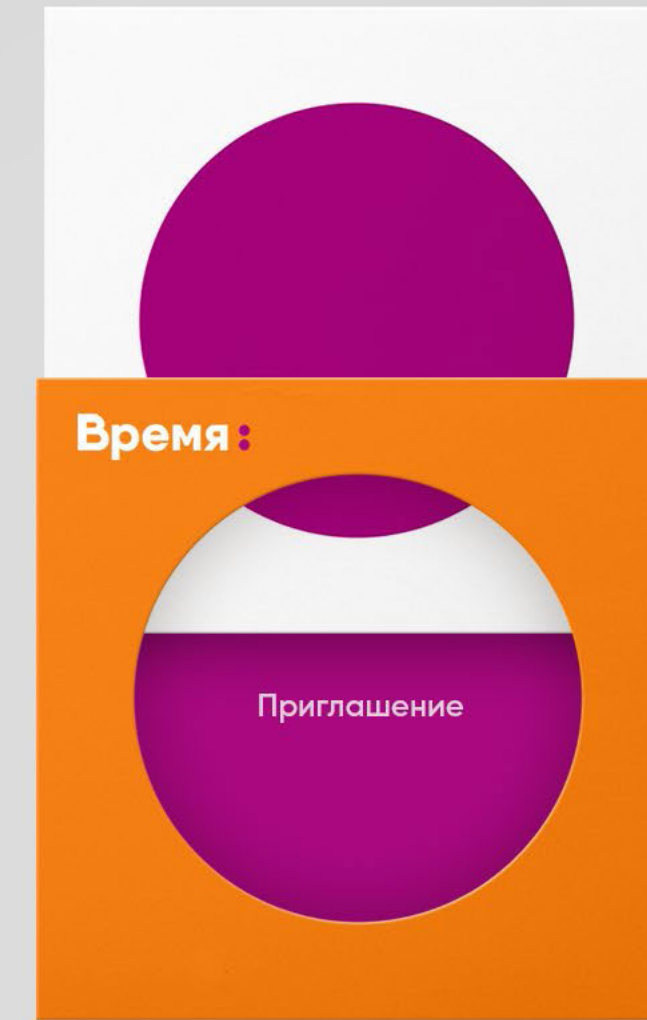


Время выбирать большую кухню

Квартиры от 3,5 млн Р

Время жилой комплекс

290 07 00 edinstvo62.ru

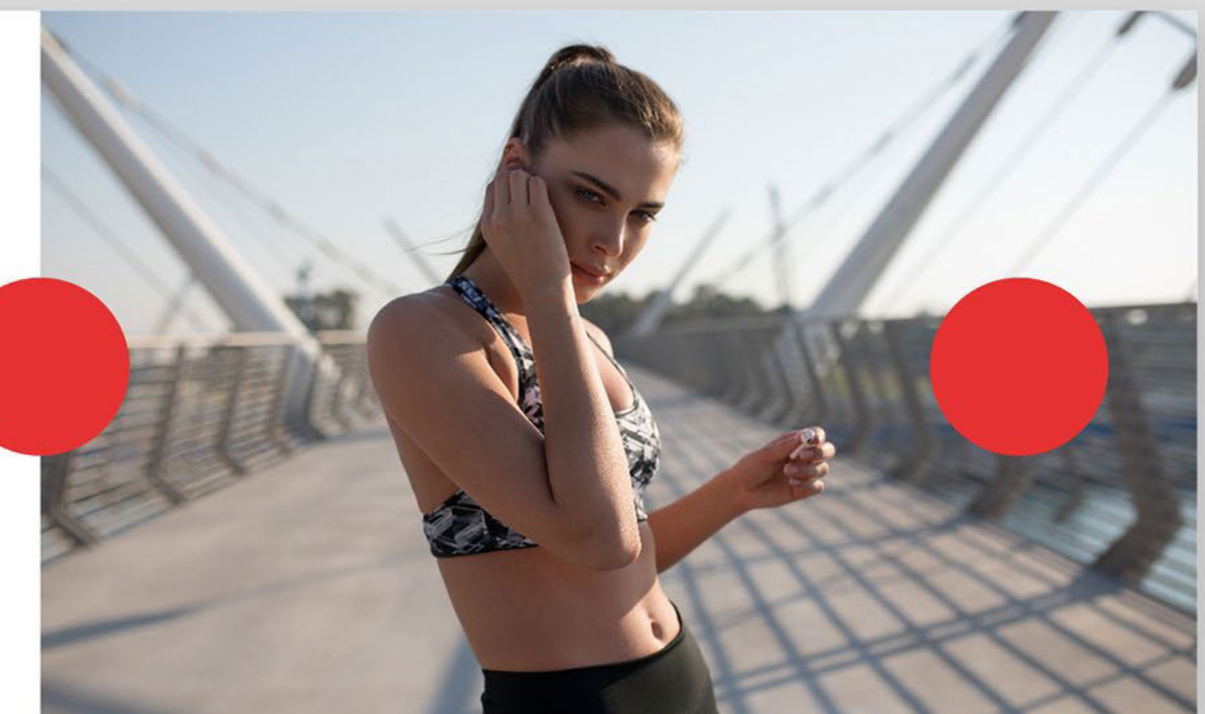


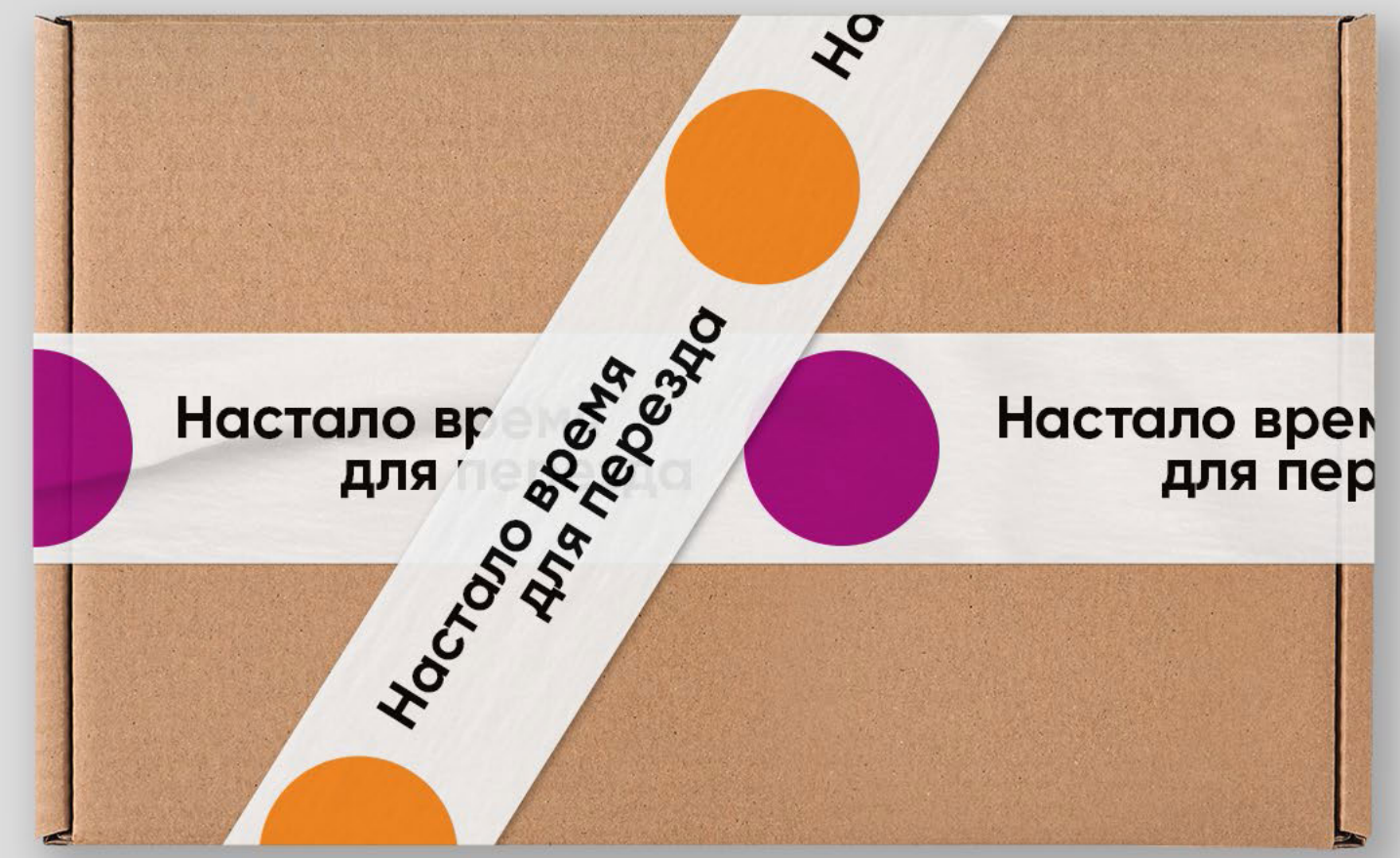
Уделяйте время спорту

Квартиры со спортплощадками у дома

Время жилой комплекс

edinstvo62.ru
491 290 07 00





Рекламные кампании

СОЛЬ

Credit Asia

Коммуникационная стратегия ритейлера техники

Что мы сделали

Стратегия
Видео
Digital
Радио
Key Visual
Motion design

Ситуация

Credit Asia — один из лидеров розничной продажи техники в Узбекистане. Основное преимущество перед конкурентами — самые выгодные условия при покупке в рассрочку. Однако у аудитории сформировался противоположный паттерн: цены на технику при покупке за наличный расчёт будут выше, чем на рынке — популярного места торговли в городах Узбекистана. А значит, поверить в выгоду рассрочки Credit Asia не так просто. Перед нами стояла задача разрушить этот барьер.

Решение

От других ритейлеров нас отличает выгодная рассрочка, от рынков — простота, удобство и эстетика покупки. Если с ритейлерами всё понятно, то как бороться с рынками? Рынки — часть культуры и национального самосознания, веками складывающийся образ жизни. Попробуем зайти на коммуникационную территорию рынков и сыграть на теме локального патриотизма. Рассрочка в Credit Asia — это всё, что вам нужно знать, отвечая на вопрос «Как купить технику выгодно?». И, как только вы узнаете об условиях выгодной рассрочки, вы больше ни о чём не можете думать. Уж простите.



[Смотреть](#)



[Смотреть](#)



[Смотреть](#)

Просто. Красиво.
Выгодно

Рассрочка 12 мес.

Credit Asia

Указанная цена рассчитана по тарифу «Народный»
и действительна до 31.11.2022. Услуги предоставляются ООО «Sifat Biznes Savdo».
Для подробной информации обратитесь в call-центр: +99878 140-00-11

СТИРАЛЬНАЯ
МАШИНА SAMSUNG
ОТ
381 000
СУМ / МЕС



Просто. Красиво.
Выгодно

Рассрочка по паспорту

Credit Asia

Указанная цена рассчитана по тарифу «Народный»
и действительна до 31.11.2022. Услуги предоставляются ООО «Sifat Biznes Savdo».
Для подробной информации обратитесь в call-центр: +99878 140-00-11

СМАРТФОН
ХИАОМИ 12 ЛІТЕ
ОТ
482 900
СУМ / МЕС

Слова будущего

NFT-коллекция и промо фонда Живи сейчас

Что мы сделали

Визуальная идентичность
Дизайн упаковки
Нэйминг
Видео
Рекламные кампании
NFT

Ситуация

БАС (боковой амиотрофический склероз) – редкая болезнь, которая постепенно отнимает у человека возможность двигаться, а в финальной стадии забирает у него голос. Эта болезнь была, например, у Стивена Хокинга.

Фонд «Живи сейчас» — единственный в России, оказывающий системную помощь людям с диагнозом БАС. Нашей задачей было информирование широкой общественности о заболевании; его особенностях; о людях, которые живут с БАС в России; а также кампания по сбору средств в поддержку программ фонда.

Решение

Мы создали NFT-капсулы. Они сохраняют голоса подопечных фонда и помогут обратить внимание будущих поколений на то, что часто мы недооцениваем в жизни. Пятеро героев проекта рассказали о том, как поддерживает любовь, как вдохновляют мечты, какое удовольствие приносит возможность жить полной жизнью каждый день и о том, как важно быть кому-то нужным.

Для каждой истории была создана отдельная NFT-капсула. Кроме голосов, в капсулах звучит музыка от известных исполнителей: Гречки, Элоны Миллер, Charusha, Дайте танк (!) и Anacondaz. Покупая NFT-капсулы на маркетплейсе Disintar, вы помогаете фонду «Живи сейчас» и больным БАС.



[Смотреть](#)



ЖИВИ СЕЙЧАС

О ПРОЕКТЕ

КАПСУЛЫ

МЕРЧ

О ФОНДЕ

КУПИТЬ NFT



ЛЮБИМАЯ



АЛЕКСАНДР ЩЕПЕТНЕВ

КУПИТЬ

ВИДЕО ОТ АВТОРА

- АЛЕКСАНДР ЩЕПЕТНЕВ
- ЭЛОНА МИЛЛЕР



МЕЧТА



ТАТЬЯНА ВЕРЕТЕННИКОВА

КУПИТЬ

ВИДЕО ОТ АВТОРА

- ТАТЬЯНА ВЕРЕТЕННИКОВА
- ДАЙТЕ ТАНК (!)



ЛЮБОВЬ



НИКОЛАЙ ШЕРЕДЕКО

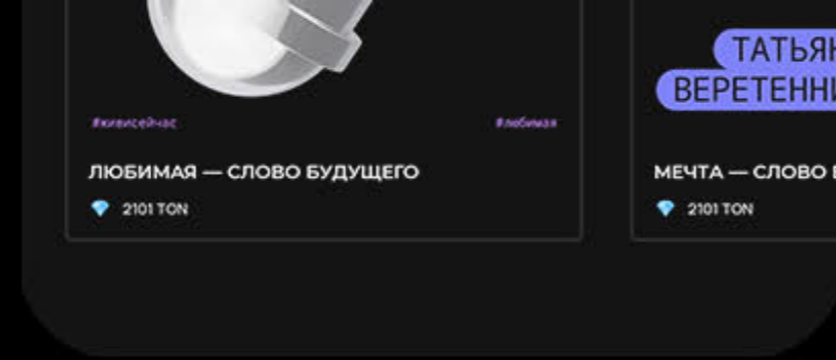
КУПИТЬ

ВИДЕО ОТ АВТОРА

- НИКОЛАЙ ШЕРЕДЕКО
- ГРЕЧКА

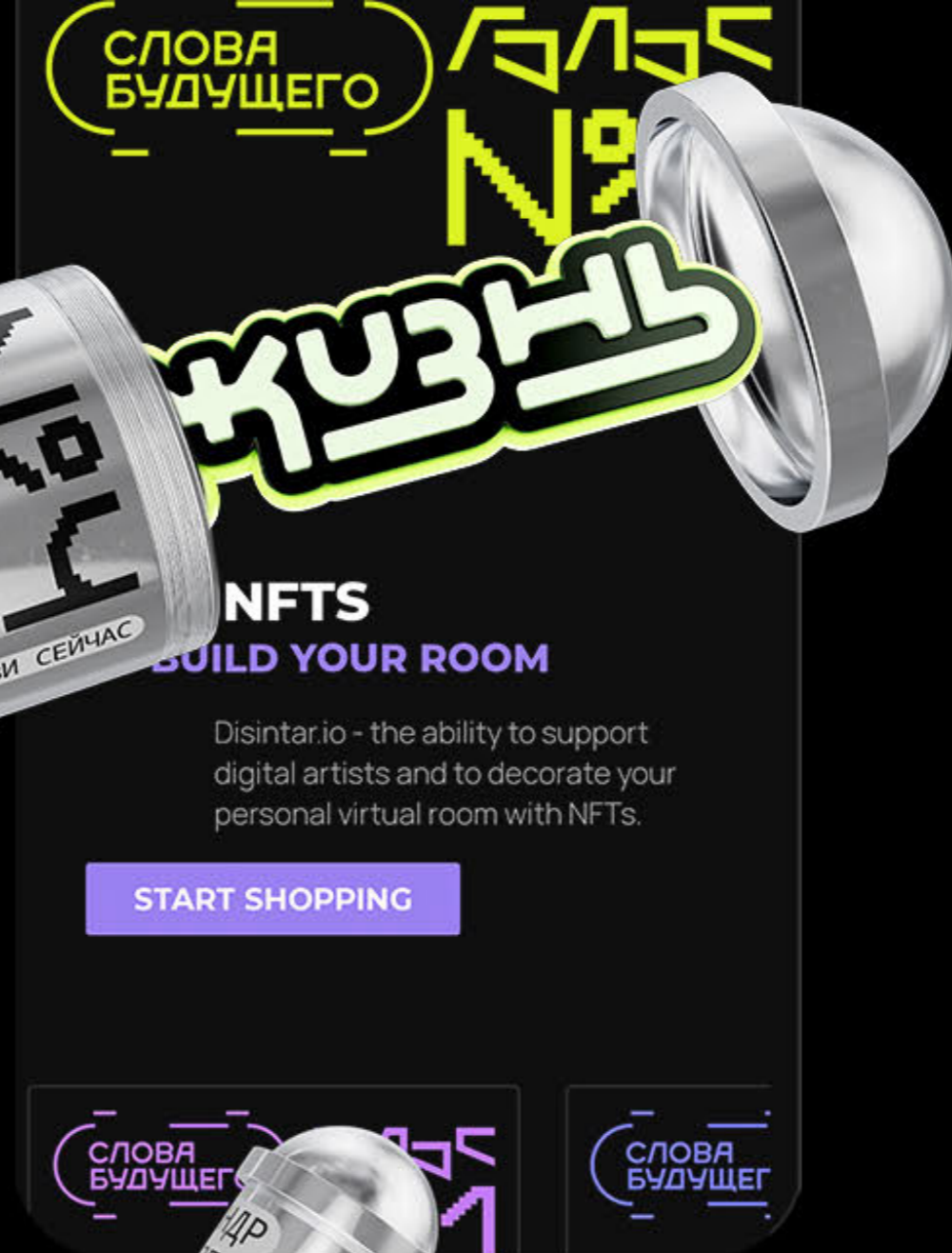
Смотреть





Forbes

«Люди с БАС постепенно теряют возможность говорить, поэтому записать самые важные слова в их жизни и сохранить их в NFT-формате навечно — то, что мы могли сделать, чтобы обратить внимание как можно большего количества людей на это заболевание, на вечные ценности, на то, как важно жить здесь и сейчас», — [рассказала](#) Наталья Луговая, генеральный директор фонда «Живи сейчас». Подробности о проекте «Слова будущего» можно узнать на [сайте](#).



Пресс-материалы

Фонд «Живи сейчас», который помогает пациентам с боковым амиотрофическим склерозом (БАС), выпустил серию NFT

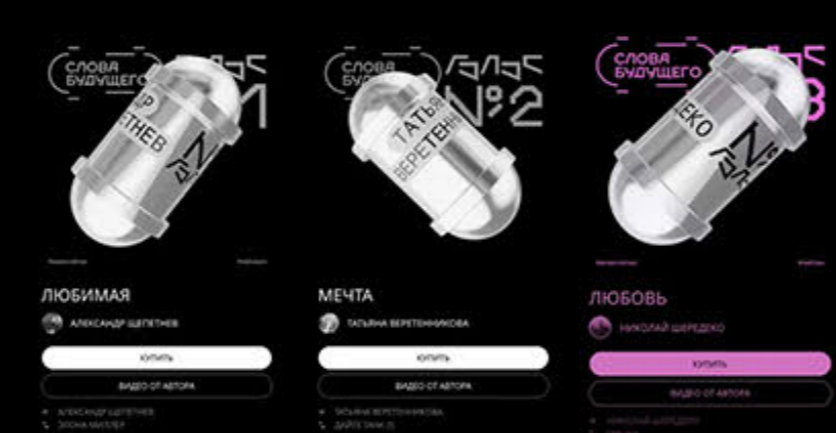
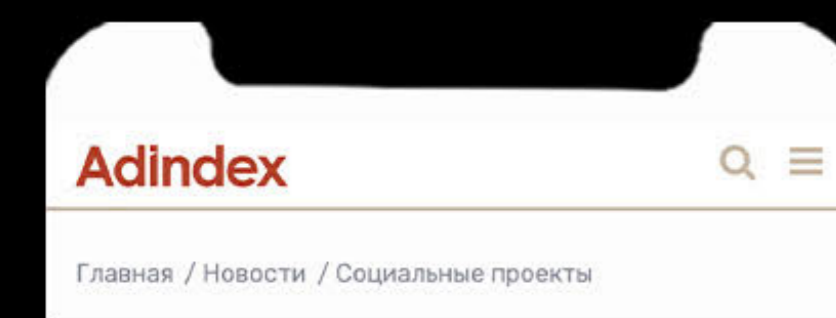


Пресс-материалы

Фонд «Живи сейчас», который помогает пациентам с боковым амиотрофическим склерозом (БАС), выпустил серию NFT в поддержку людей с этим заболеванием. Об этом «Афише Daily» сообщила пресс-служба организации.

Проект получил название «Слова будущего». В нем приняли участие российские музыканты — Гречка, Элтона Миллер, Charusha, «Дайте танк (!)» и Anacondaz.

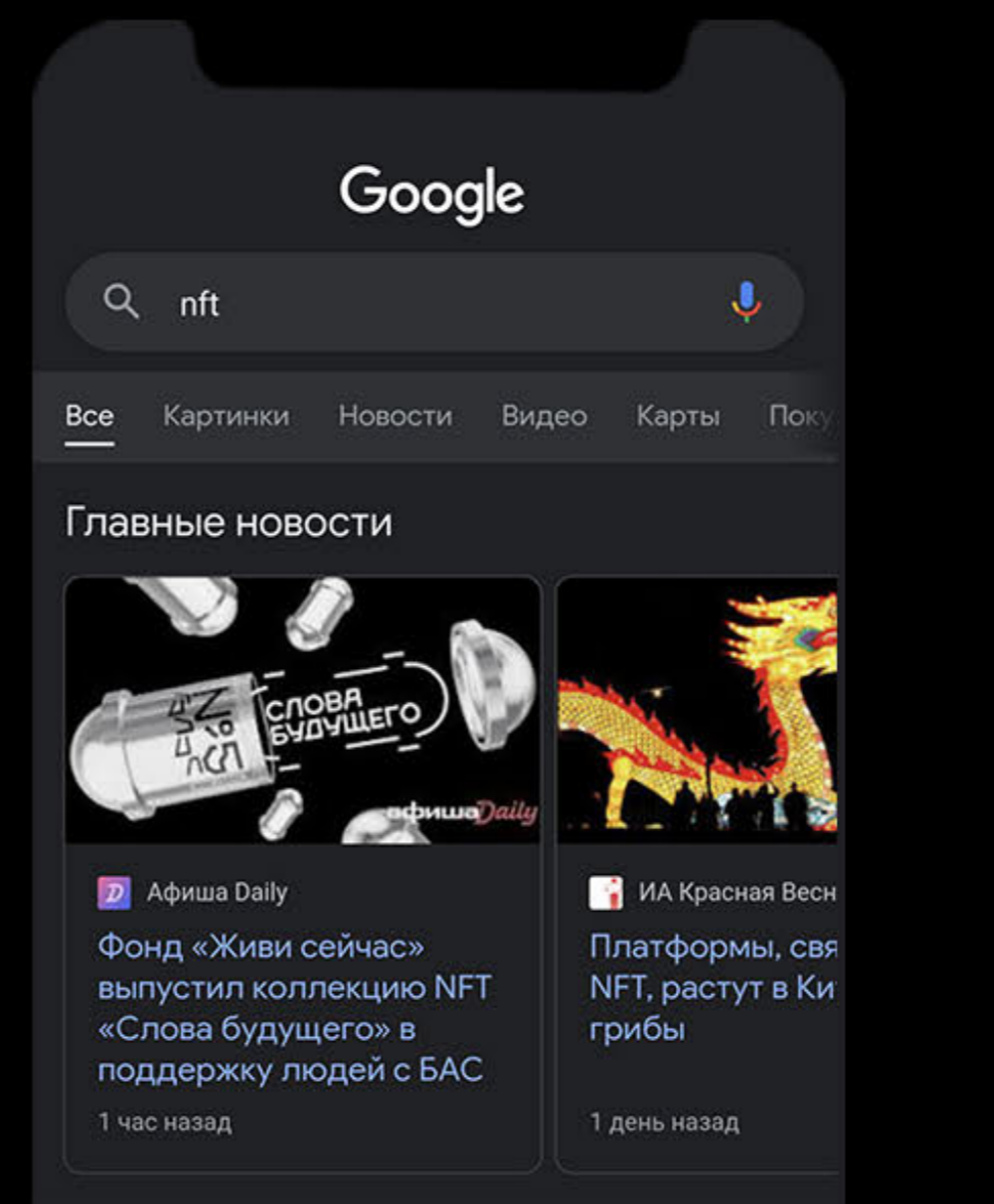
В серии представлены пять NFT-капсул, каждая из которых — со своим уникальным музыкальным...



Благотворительные NFT-капсулы для помощи людям с БАС (Скрин с сайта)

Чат-бот поиска отряда «Лиза» в «ВКонтакте» [Редактировать](#)

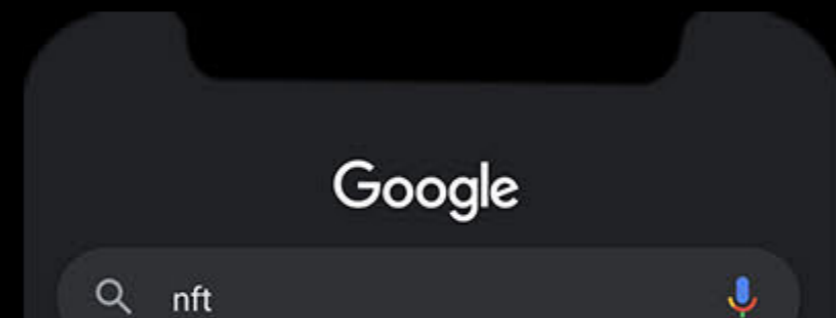
[Копировать ссылку](#)



23 Июня 2022 | 14:06

Голоса людей с БАС сохранили в NFT-капсулах

Агентство СОЛЬ совместно с



Forbes

«Люди с БАС постепенно теряют возможность говорить, поэтому записать самые важные слова в их жизни и сохранить их в NFT-формате навечно — то, что мы могли сделать, чтобы обратить внимание как можно большего количества людей на это заболевание, на вечные ценности, на то, как важно жить здесь и сейчас», — [рассказала](#) Наталья Луговая, генеральный директор фонда «Живи сейчас». Подробности о проекте «Слова будущего» можно узнать на [сайте](#).

Газпромбанк

Нейрокалендарь

Что мы сделали

Рекламная кампания

Ситуация

Перекидной календарь — не устаревающий инструмент офисного работника, но сегодня это также имиджевое медиа, с помощью которого бренд транслирует свой образ и ориентиры на будущее. Календарь «Газпромбанка» на 2023 год должен был стать больше, чем просто календарь.

Он должен был стать таким медиа и рассказать о банке как о современном, технологичном, широко представленном на всей территории России.

Решение

Для генерации арта мы использовали нейросеть Midjourney. Мы изучили достопримечательности 12 российских городов и соотнесли их с одним из стилей всемирно известных художников.

Далее мы сформировали запросы в нейросеть по типу «Место + Город + Время года и погода + Стиль» (например, «Городская Дума в Ростове-на-Дону облачным летним днём в стиле Сандро Боттичелли»).



Создано искусственным интеллектом

Улица Лево-Булачная в Казани

с видом на протоку Булак осенью в стиле фэнтези

Октябрь '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |



Создано искусственным интеллектом

Площадь 1905 года в Екатеринбурге

в праздничной иллюминации зимой в жанре рождественской открытки

Декабрь '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |



2023

Россия глазами искусственного интеллекта

Газпромбанк — банк, который черпает вдохновение у будущего и ставит передовые технологии на службу своим клиентам. Вот и страницы этого календаря были созданы алгоритмами нейросети.

На них вы увидите 12 городов России глазами искусственного интеллекта. Каждый город живёт в своём художественном стиле и в своём времени года. И в каждом городе вы, конечно, найдёте современный офис Газпромбанка.



Большой театр в Москве
солнечная зима: утро
в стиле модерн: Густав Климт

Январь '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ГАЗПРОМБАНК



Заснеженная ротонда в Перми
в вечернем свете зной
в стиле соцреализма

Февраль '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |

ГАЗПРОМБАНК



Башня Лунева в Томске
с видом на реку Тоца весной
в стиле соцреализма: Сальвадор Дали

Март '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 27 | 28 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

ГАЗПРОМБАНК



Русский мост во Владивостоке
в рассветном тумане лето
в стиле неobarocco

Июнь '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

ГАЗПРОМБАНК

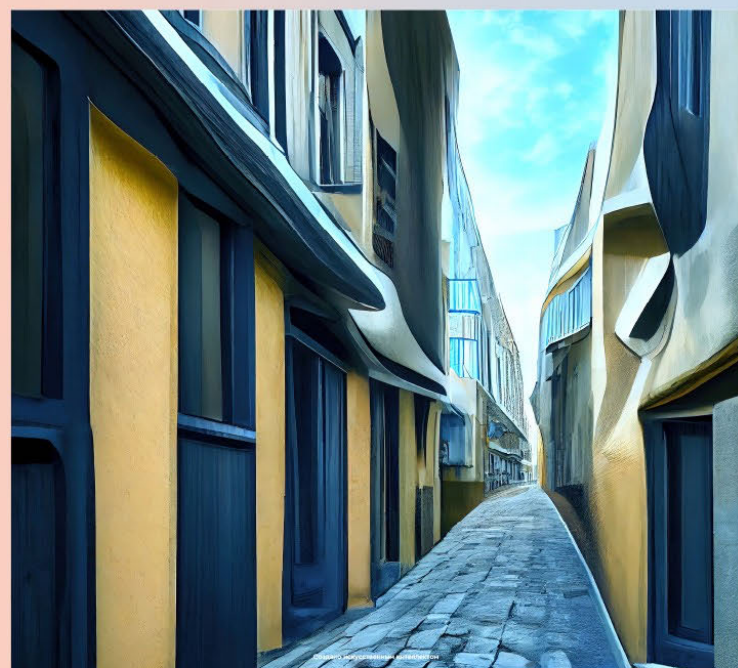


Городская Дума в Ростове-на-Дону
облачный летний день
в стиле Сальвадор Дали

Август '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |

ГАЗПРОМБАНК



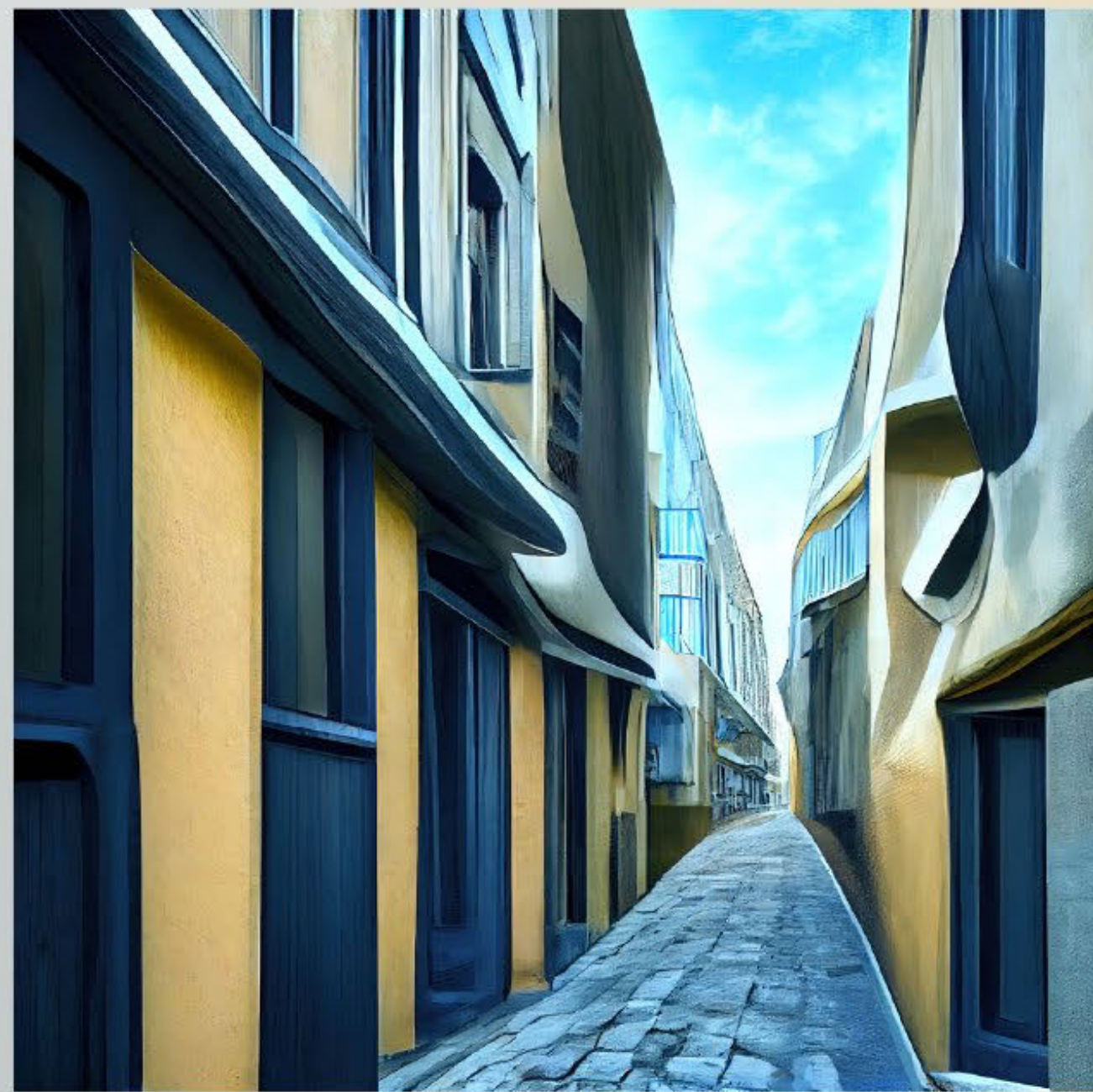
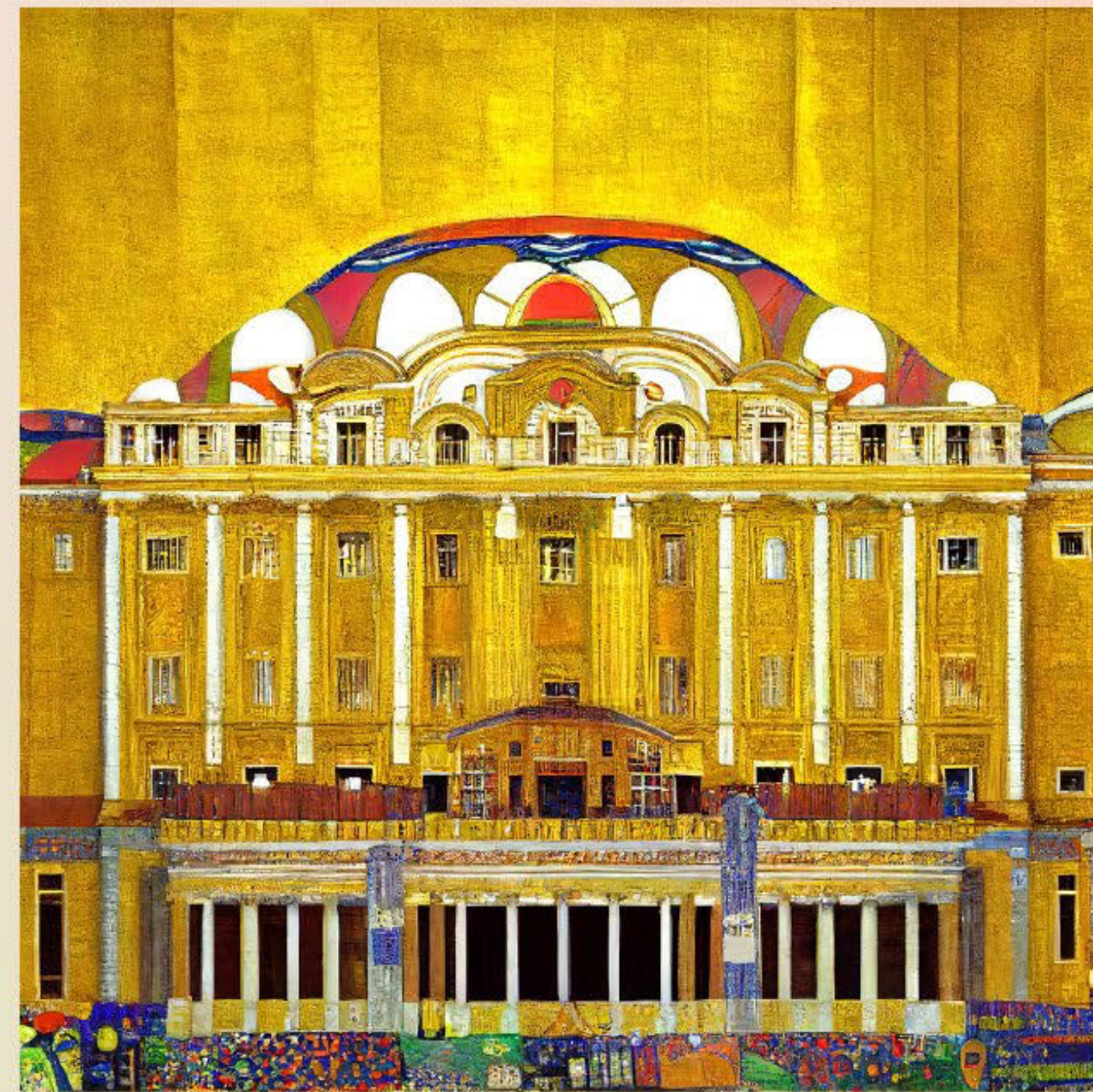
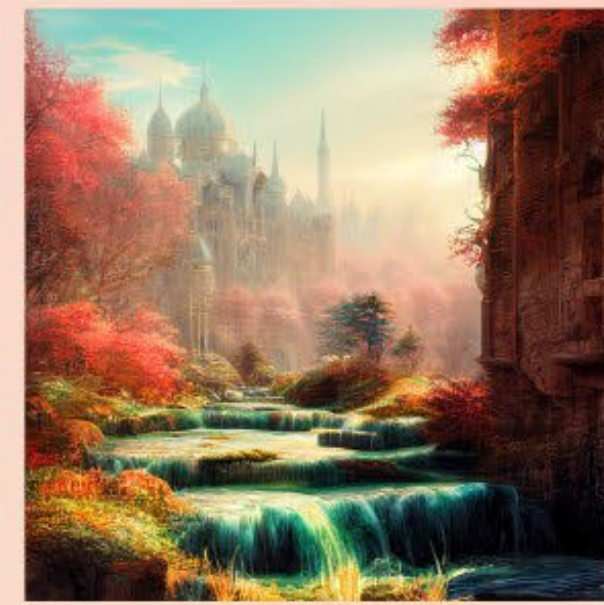
Улица Репина в Санкт-Петербурге
осенний утренний
в стиле модернизма

Сентябрь '23

| пн | вт | ср | чт | пт | сб | вс |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 28 | 29 | 30 | 31 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

ГАЗПРОМБАНК





Subway

Рекламная кампания Мега Чикен Саб

Что мы сделали

Рекламные кампании
Видео
Digital

Ситуация

Subway выпустил новый сэндвич Мега Чикен Саб для лимитированной продажи в ресторанах сети по всей России.

Перед агентством стояла задача максимально вкусно представить сэндвич аудитории, рассказав о том, что лучшие ингредиенты сэндвича — это лучшие ингредиенты для хорошего настроения и удовольствия. Кампания также должна была стать первой кампанией в России после ребрендинга сети.

Решение

Мега Чикен Саб состоит из множества видов удовольствий. Он квинтэссенция удовольствий. В ролике мы сравнили самые невообразимые позитивные эмоции, которые мы получаем в жизни, с удовольствием от наслаждения сэндвичем. Мега Чикен Саб — это как кайф от успешного финта на скейте; это как летать в облаках; как погрузиться в свой любимый трек так, что кругом голова.

Эти метафоры мы продолжили использовать в digital и запустили промосайт в поддержку кампании. В рамках проекта мы также произвели фотосъемку сэндвича и напитков. Фотографии использовались во всех промоматериалах и меню. Агентство также осуществило полную медийную поддержку кампании: в наружной рекламе, онлайн, instore.

00:10

00:03

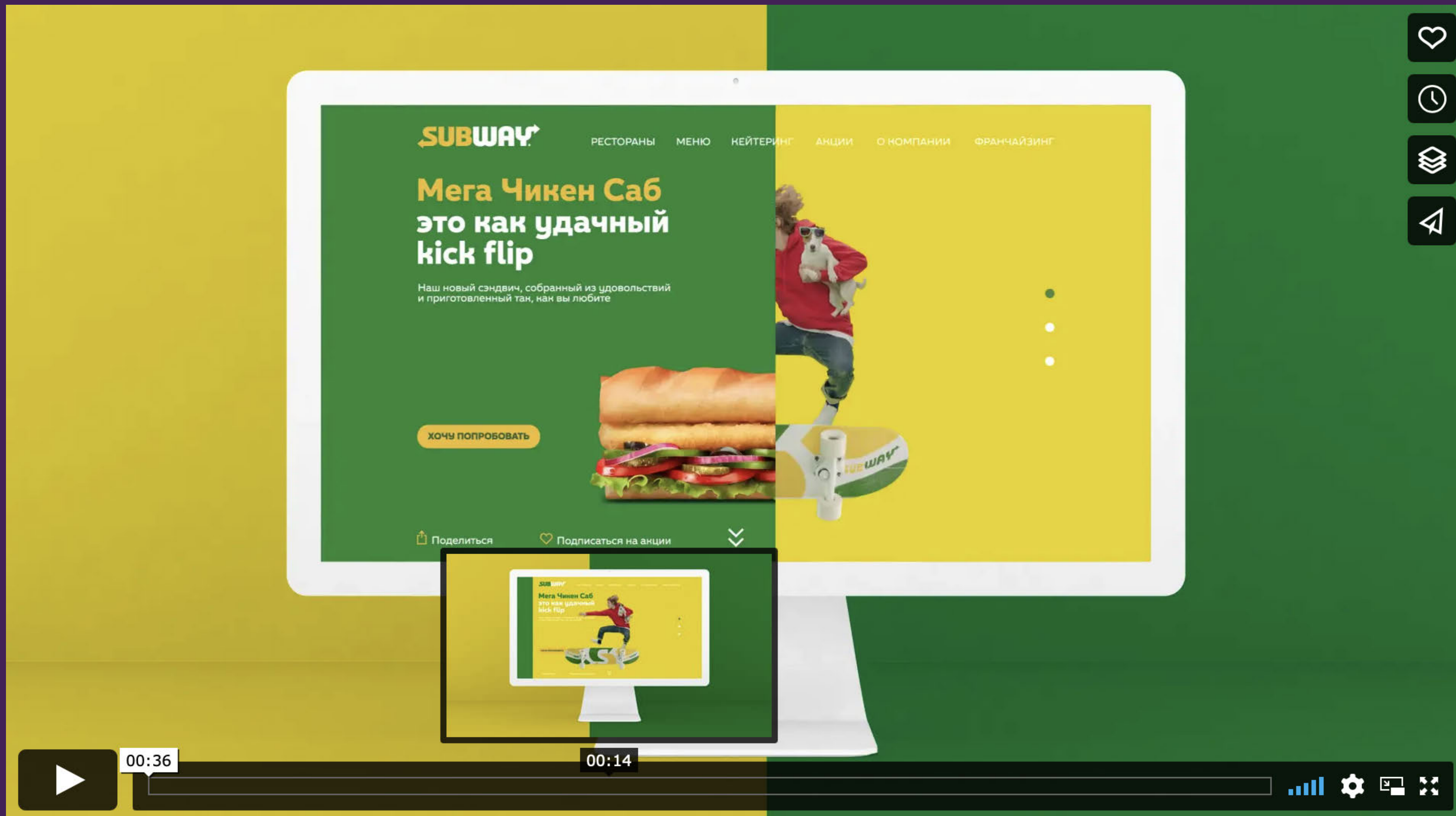
Heart icon

Clock icon

Share icon

Volume icon

[Смотреть](#)



[Смотреть](#)

Мега Чикен Саб Собери удовольствие



СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 29 НОЯБРЯ 2017 ГОДА ПО 26 ДЕКАБРЯ 2017 ГОДА. ТОЛЬКО В РЕСТОРАНАХ-УЧАСТНИКАХ. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМОАКЦИИ И ЦЕНЫ УТОЧНЯЙТЕ В РЕСТОРАНАХ-УЧАСТНИКАХ И НА САЙТЕ SUBWAY.RU/PROMOTIONS/MEGA-CHICKEN-SUB. КОЛИЧЕСТВО ПРОДУКТА ОГРАНИЧЕНО. ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕСОВМЕСТИМО С ДРУГИМИ АКЦИЯМИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ. ВНЕШНИЙ ВИД ПРОДУКТА МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИЗОБРАЖЕНИЯ НА МАКЕТЕ. ЗАКАЗЧИК: ООО «САБВЭЙ РАША ФРАНЧАЙЗИ АДВЕРТАЙЗИНГ ФАНД». SUBWAY® ЯВЛЯЕТСЯ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ.



SUBWAY®

РЕСТОРАНЫ МЕНЮ НЕЙТЕРИНГ АКЦИИ О КОМПАНИИ ФРАНЧАЙЗИНГ

Мега Чикен Саб это как удачный kick flip

Наш новый сэндвич, собранный из удовольствий и приготовленный так, как ты любишь

ХОЧУ ПОПРОБОВАТЬ



Поделиться

Подписаться на акции

SUBWAY®

РЕСТОРАНЫ МЕНЮ НЕЙТЕРИНГ АКЦИИ О КОМПАНИИ ФРАНЧАЙЗИНГ

Мега Чикен Саб это как летать в облаках

Наш новый сэндвич, собранный из удовольствий и приготовленный так, как ты любишь

ХОЧУ ПОПРОБОВАТЬ



Поделиться

Подписаться на акции

Мега Чикен Саб Собери удовольствие



SUBWAY®

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 29 НОЯБРЯ 2017 ГОДА ПО 26 ДЕКАБРЯ 2017 ГОДА. ТОЛЬКО В РЕСТОРАНАХ-УЧАСТНИКАХ. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМОАКЦИИ И ЦЕНЫ УТОЧНЯЙТЕ В РЕСТОРАНАХ-УЧАСТНИКАХ И НА САЙТЕ SUBWAY.RU/PROMOTIONS/MEGA-CHICKEN-SUB. КОЛИЧЕСТВО ПРОДУКТА ОГРАНИЧЕНО. ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕСОВМЕСТИМО С ДРУГИМИ АКЦИЯМИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ. ВНЕШНИЙ ВИД ПРОДУКТА МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИЗОБРАЖЕНИЯ НА МАКЕТЕ. ЗАКАЗЧИК: ООО «САБВЭЙ РАША ФРАНЧАЙЗИ АДВЕРТАЙЗИНГ ФАНД». SUBWAY® ЯВЛЯЕТСЯ ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫМ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ.

Царицыно

Рекламная кампания бренда колбас

Что мы сделали

Видео
Рекламные кампании
Иллюстрация

Ситуация

Царицыно выпустило линейку колбас и других мясных изделий под названием ГОСТ. Её особенность в том, что в составе нет сои, а содержание мяса как никогда высокое.

Мы работали над рекламной кампанией для ТВ и istore-постерами, которые бы рассказали k.lzby обо всём этом.

Решение

Есть вегетарианцы, это целое движение в правильном питании. Но антагониста им нет. А раз нет, то его можно придумать. Так мы придумали мясорианцев и движение мясорианства, которое они поддерживают. Это такой закрытый клуб, как у масонов. Чтобы вступить в него, нужно доказать свою приверженность вкусным колбасам, сосискам и прочим сарделькам.

И, конечно, все эти мясные деликатесы должны быть под брендом Царицыно.



[Смотреть](#)



[Смотреть](#)



[Смотреть](#)



За права мясорианцев

Мясорианцы — это движение любителей настоящих мясных продуктов. «Царицыно» следит за тем, чтобы права мясорианцев не ущемлялись, у них была свобода выбора, и чтобы на полках магазинов всегда были доступны качественные и вкусные продукты из мяса.





За права мясорианцев

Мясорианцы — это движение любителей настоящих мясных продуктов. «Царицыно» следит за тем, чтобы права мясорианцев не ущемлялись, у них была свобода выбора, и чтобы на полках магазинов всегда были доступны качественные и вкусные продукты из мяса.





За права мясорианцев

Мясорианцы — это движение любителей настоящих мясных продуктов. «Царицыно» следит за тем, чтобы права мясорианцев не ущемлялись, у них была свобода выбора, и чтобы на полках магазинов всегда были доступны качественные и вкусные продукты из мяса.



Росбанк.

Настоящие возможности

Рекламная кампания запуска обновленного бренда

Что мы сделали

Рекламная кампания
Видео

Ситуация

6 октября 2022 года Росбанк объявил о ребрендинге и новом логотипе.

Рекламная кампания должна была заявить новый брендинг и ценности обновленного позиционирования.

Решение

В первой части видео мы рассказали о новых смыслах позиционирования. Настоящие возможности — это возможности, которые Росбанк помогаем реализовать. Для этого Росбанк продолжает раскрывать возможности клиентов в самых разных направлениях деятельности. И помогает скрытым возможностям, которые есть в каждом, стать настоящими.

Вторая часть ролика — презентация обновленного брендинга. Здесь было важно показать диимику и красочно представить стиль.

Key Visual продолжил стоителинг, сфрукосировавшись на главном, — бренд-сообщении и эмоциях от новых шагов вперед.



Смотреть

росбанк

**Настоящие
ВОЗМОЖНОСТИ**



rosbank.ru

Лицензия ЦБРФ №2272 от 28.01.2015. ПАО РОСБАНК. РЕКЛАМА

росбанк

**Настоящие
ВОЗМОЖНОСТИ**



rosbank.ru

Лицензия ЦБРФ №2272 от 28.01.2015. ПАО РОСБАНК. РЕКЛАМА

Klatz

Видеореклама зубных паст для мужчин

Что мы сделали

Видео

Ситуация

Klatz выпустил чёрную зубную пасту со вкусом можжевельника и решил позиционировать её как пасту для мужчин.

Нашей задачей было донести суть позиционирования через видеоролик, посев которого планировался в digital-каналах и на ТВ.

Решение

Зубная паста Klatz Brutal Only создана для мужчин, а значит, никто другой не должен ей пользоваться. Продолжая эту мысль, мы представили, а что было бы, если бы сам продукт мог выбирать покупателя. Или не выбирать. В зависимости от пола. Да, это дискриминация. но ведь у нас такой продукт.

Паста Klatz с можжевельником безусловно хороша и привлекает всех, но создана она для мужчин. И, к радости или нет для остальных, только мужчинам суждено ощутить всю её магию.



[Смотреть](#)

Озерки

Рекламная кампания сети аптек

Что мы сделали

Рекламные кампании
Видео
Радио
Наружная реклама

Ситуация

Аптеки «Озерки» — это один из старейших аптечных брендов Санкт-Петербурга.

С 1998 года «Озерки» помогают горожанам находить лекарства по приятной цене. До 2019 года рынок аптек показывал стабильный рост. Но в какой-то момент трафик в офлайн-точки начал снижаться. Рынок упал на 14,9%. Из-за пандемии поставки стали задерживаться. Цены росли, ассортимент сокращался. «Озерки уже не те», — стали думать клиенты сети. «Озерки» потеряли 1/3 трафика.

Как вернуть доверие петербуржцев?
Как убедить их вернуться в «Озерки», если все аптеки одинаковые?

Решение

«Озерки» — питерские аптеки с питерским ДНК. В чем эта ДНК? В том числе в питерском взгляде на вещи, чувстве жизни и в питерском слэнге, от которого горожане никогда не откажутся и ни на что не променяют.

Почему бы не вписать «Озерки» в этот слэнг, поставив в один ряд с парадной, поребриком и пышкой? Сделаем «Озерки» питерско-патриотичным брендом.

ПОРЕБРИК, БУЛКА, ОЗЕРКИ.



АКЦИЮ ПРОВОДИТ ООО «ЭРКАФАРМ СЕВЕРО-ЗАПАД», 194021, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 2-Й МУРИНСКИЙ ПР-Т, Д. 51, ЛИТЕРА А, ПОМ. 22-Н, ОГРН 1177847055583 ОТ 10.02.2017 Г. ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ, РАЗМЕРЕ СКИДКИ, СРОКАХ, МЕСТЕ, ПОРЯДКЕ ЕЕ ПОЛУЧЕНИЯ ЧИТАЙТЕ НА САЙТЕ <https://ozerki.ru/> ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СКИДКИ НЕ СУММИРУЮТСЯ И НЕ ДЕЙСТВУЮТ. ЛИЦЕНЗИЯ № ЛО-78-02-003986 ОТ 16.12.2020 Г. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. АКЦИЯ ПРОХОДИТ В Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ.

00:15

[Смотреть](#)



[Смотреть](#)

ФосАгро

Рекламная кампания линейки удобрений

Что мы сделали

Рекламная кампания
Иллюстрация
Видео

Ситуация

ФосАгро входит в ТОП-5 мировых производителей удобрений.

Для продвижение своей новой линейки удобрений (Аравива, Аравива+, Nitрива, Арафеед, Араликуа) для фермеров и с/х предприятий мы разработали рекламную кампанию для В2В: постеры для соцсетей и мероприятий, оформление выставочного стенда, видеоролик.

В каждом из медиа стояла задача рассказать о всех подробностях сложного продукта, убедив в его эффективности взыскательную профессиональную аудиторию.

Решение

Мы нашли метафору в стратегии и тактики ведения военного дела. Ведь хороший урожай — это победа. победа над погодными условиями, вредителями, другими факторами среды. А любая победа — это череда умных тактических действий и стратегического мышления.

Мы мимикрировали под дизайн и сторителлинг военных карт, но главными действующими лицами стали с/х культуры, птицы и животные из фермерских хозяйств. А главным действующим лицом стал фермер. Именно он управляет всем действием и принимает верные стратегические решения.



АРАФЕED®

укрепление иммунной системы
укрепление костной системы
улучшает усвоение корма без вредных примесей
оптимизирует обмен веществ

ТАКТИКА ЖИВОЙ СИЛЫ

АРАФЕED — группа добавок в корм для животных, которые нормализуют обмен веществ, укрепляют костную, иммунную и репродуктивную системы.

phosagro.ru

ФОСАГРО®



NITRIVA®

питательная ценность
мощная дозировка
Максимальное содержание азота
витамины группы В
укрепленные желтки
аминокислоты

ТАКТИКА НАРАЩИВАНИЯ СИЛ

NITRIVA — удобрения с легко доступным азотом, обеспечивающие высокую питательную ценность растительной продукции за счет высокого накопления белка.

phosagro.ru

ФОСАГРО®



АРАВИВА+®

устойчивость растений и болезням
активное развитие растений
ускоренный результат
повышение качества урожая

ТАКТИКА ПОДКРЕПЛЕНИЯ

АРАВИВА+ — азотно-фосфорные и комплексные удобрения с микроэлементами для эффективного ускорения роста растений.

phosagro.ru

ФОСАГРО®



ФОСАГРО®

агробиологическая подборка
комплексные решения
учет особенностей географии
экологичные разработки
экономия затрат
инновационные сервисы

СТРАТЕГИЯ ВЗЯТИ УРОЖАЯ

ФОСАГРО®



Петелинка

Видеореклама куриных котлет

Что мы сделали

Видео

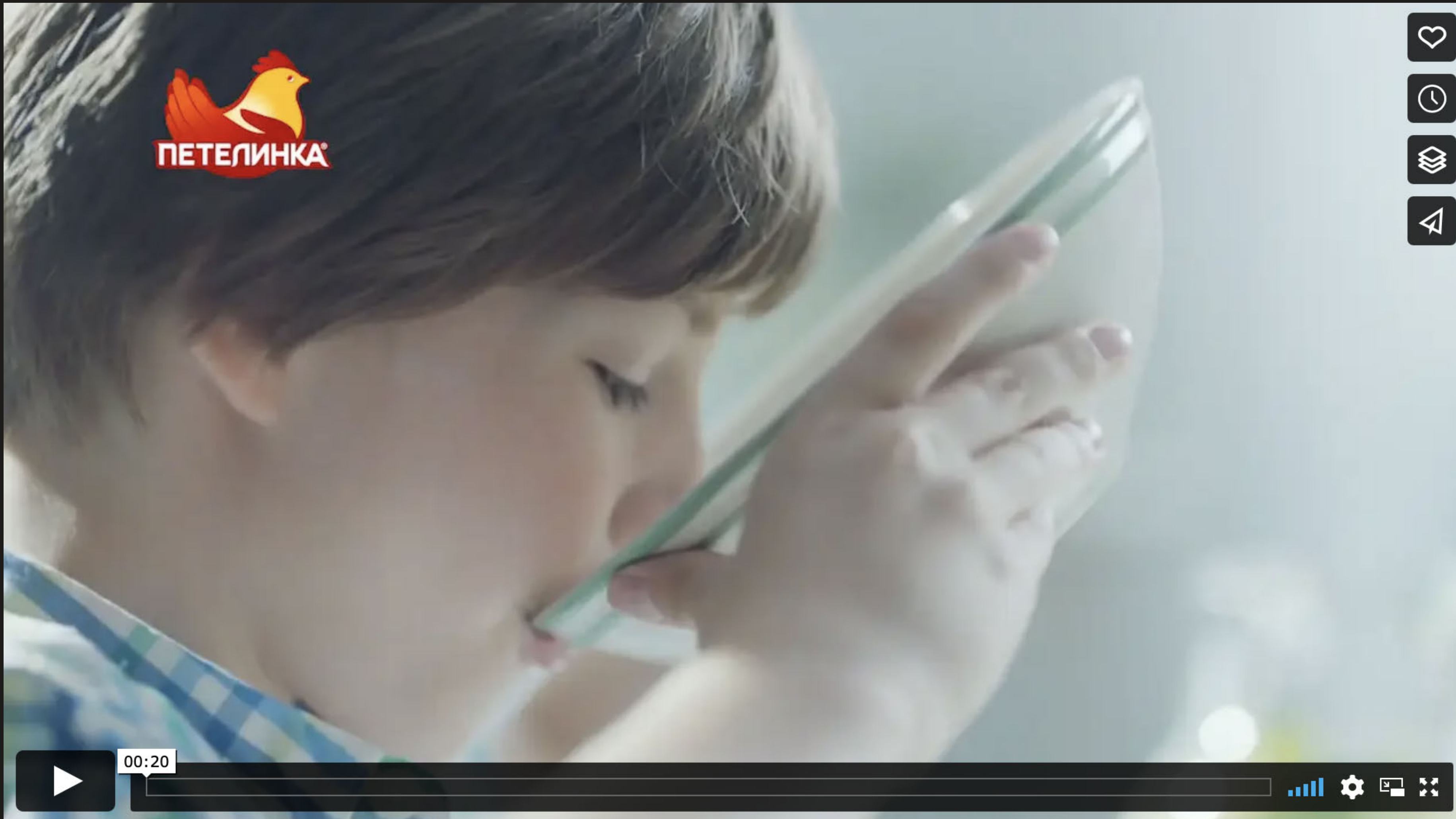
Ситуация

Сегодня «Петелинка» (агропромышленный комплекс «Черкизово») – самая известная и популярная в России торговая марка охлажденного куриного мяса. Бренд представлен в большинстве федеральных и локальных торговых сетей. Ассортимент включает в себя более 40 наименований продукции.

Перед агентством была поставлена задача – в рамках рекламной кампании рассказать в 20-секундном ролике, что в полезных и вкусных куриных котлетах «Петелинка» нет искусственных пищевых добавок – красителей, ароматизаторов, усилителей вкуса и консервантов. И тем самым побудить потребителей покупать именно этот бренд.

Решение

В куриных котлетах «Петелинка» есть только одна добавка – добавка, которую просят положить в тарелку. И это желание получить вторую порцию мы передали через визуальный ряд. В ролике чередой проходят обеденные и кухонные столы и сидящие за ними едоки просят и даже требуют добавки. Единственная добавка, которую вы попросите – это ещё порция котлет «Петелинка».



[Смотреть](#)

Серебряный дождь

Рекламная кампания радиостанции

Что мы сделали

Рекламная кампания

Ситуация

«Серебряный дождь» — это культовая радиостанция, известная громкими выходками и своим углом зрения на общественные проблемы, музыку, политику. Тем не менее, в последние годы бренд продолжал искать себя в попытке охватить различные пласты аудитории.

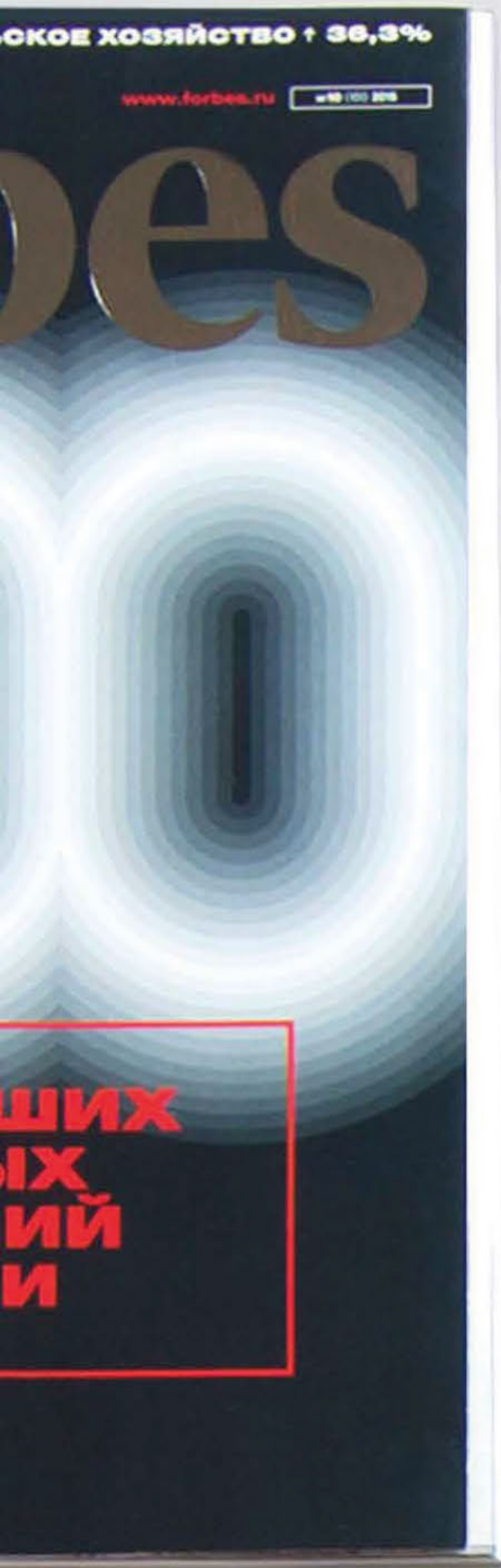
Перед агентством была поставлена задача вернуться к истокам и предложить яркую, провокационную коммуникацию, соответствующую исторически узнаваемой тональности бренда.

Решение

«Серебряный дождь» — это радио для людей с собственной точкой зрения. Поэтому мы не навязываем свои взгляды и вкусы — мы предлагаем их. Мы предлагаем философию самовыражения и самостоятельности. И для нас само отношение к жизни важнее любой личной выгоды и популярности.

НИКОГО
НЕ СЛУШАЙ!





НИКОГО НЕ СЛУШАЙ!

16+

100.1 FM
СЕРЕБРЯНЫЙ ДОЖДЬ

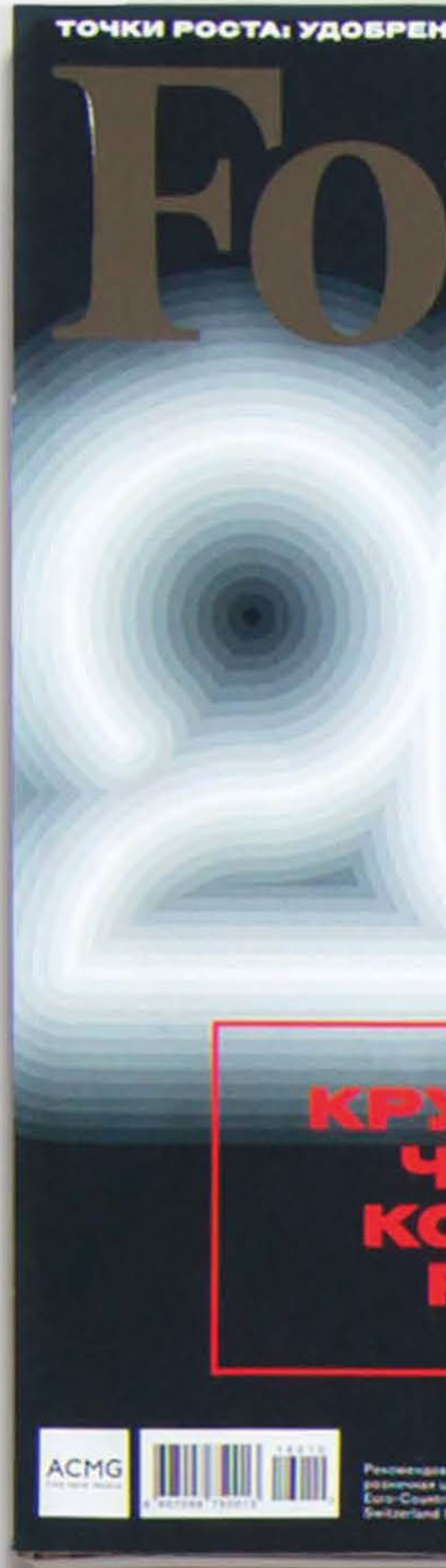
WWW.SILVER.RU

OK! мода

ТЕПЛЕЕ, ЕЩЕ ТЕПЛЕЕ

Каждый год для моды наступает сезон. Но креативному британскому сообществу даже в такой короткий период есть что предложить. Тезисно в форме и цвете Paul Smith рассказывает свои творческие мысли на ежегодном лекционном курсе, а вот Рэйчел Райт рассказывает о своем творчестве и о том, как она работает с клиентами. Рэйчел Райт рассказывает о своем творчестве и о том, как она работает с клиентами. Рэйчел Райт рассказывает о своем творчестве и о том, как она работает с клиентами.

На фото: Экспозиция дизайна Paul Smith SS 2017



новости | Международная следственная комиссия считает, что сбитый малайзийский Boeing «Бук» доставлен с территории РФ — 3

мировая политика | Премьер Японии намерен сотрудничеством с Россией создать условия для возвращения Курил и мирного договора — 6

ДЕЛОВЫЕ НОВОСТИ

Коммерсантъ



Четверг 29 сентября 2016 №180 (5930 с момента во...

Газета издается для «Коммерсантъ» Редисей с 1992 года. С 1917 по 1992 год ее выпускали по инициативе от редакции «Общественник». С 1992 года выпускает в газетодержательской редакции. С 1992 года — в собственности.

kommersant.ru | Коммерсантъ FM 93.6

07 Курсом транзитного рубля Иностранные туристы экономят на полетах через Россию

07 Убытки авиакомпаний пошли на снижение Благодаря налогам, экономии и «Трансаэро»

08 Граждане пытаются спасти накопления

новости | «Мусорная» реформа под угрозой: 23 региона не представили в срок требуемые документы

Растроение Правительство выбирает м...

Правительство готовит альтернативные варианты основных параметров федерального бюджета на 2017–2019 годы в дополнение к разработанным Минфином летом этого года. Альтернатива будет три. Первая предполагает только увеличение НДС, вторая — только рост подоходного налога, третья — только увеличение взносов госдолга. Предлагается представить разные сроки роста налогов — с 2017 или 2018 года. Все варианты будут содержать норму выплат дивидендов госкомпаний в бюджет в размере 50%, сокращение субсидирования госкомпаний и госкорпораций, рост порога или его отмену для сборов в Пенсионный фонд и Фонд социального страхования. Выбор между вариантами произойдет 3–4 октября.

У стали известны подробности обсуждения в правительстве и Администрации президента бюджетной конструкции на 2017–2019 годы. В целом они были определены на совещании у премьер-министра Дмитрия Медведева 21 сентября и у президента Владимира Путина 22 сентября и оформлены премьерскими поручениями Минфину, Минэкономки, Минотруду и Минюсту. Большая их часть, сообщает источник «Ъ» в Белом доме, имеет срок исполнения 27 сентября (поручение представить сроки завершения «большого нефтяного маневра» — 30 сентября). Вчера сообщалось о совещании на бюджетные темы у президента, источник «Ъ» говорит о совещании по тем же темам у премьер-министра, итоги их не объявлялись. 3–4 октября должны состояться финальные совещания: в комиссии по бюджетным проектировкам опов...

У студентов МГИМО теперь есть своя синагога



В синагогу по традиции вешают новый свиток Торы после каждой сессии

Домашней еврейской общинной центр открылся в жилом здании прямо напротив входа в вуз. В доме под синагогу арендовали двухэтажное помещение. Работа над воплощением этого проекта в жизнь заняла несколько лет, — рассказала Metro руководитель центра развития Шимон Красноводский. — В МГИМО есть еврейский клуб и есть много ребят нашей национальности, которые нуждаются в полноценной своей культуре, традиций, образа жизни. В синагоге у них будет такая возможность. Здесь же, во первом этаже помещения, мы открываем кошерное кафе, и те ребята, которые купают кошерно или хотят это попробовать, смогут на перемене зайти к кафе кафе будет открыто во время учебы. По словам раввина, приходить сюда смогут все. Кафе будет работать не только для евреев и не только для студентов, а также для всех людей, которые могут рядом как просто проводить время.

А социально для евреев на втором этаже, в синагоге, расположился учебный класс. — В нем будут проводить занятия по изучению наших традиций и их истории, — рассказал Шимон Красноводский. И это не всё, что ждет приехавших новой синагогой. Большая часть наших замислов реализована, но, конечно, есть ещё много идей, над которыми предстоит поработаться, — подытожил Красноводский, УРАКАВА КАРИНА

Вести

Религиозные заведения в вузах

- На Большой Никитской улице столицы найдется храм одной из крупнейших Тетивки при МГУ
- В здании Национального исследовательского центра университета МГУИИ пока есть свой православный храм

Прочее

Новые подробности

На 50-летнего бывшего учителя оскандальнейшей школы №57 Бориса Меерсона и его бывшую ученицу, 25-летнюю Марию Невскер, возбуждено уголовное дело. По версии следствия, они неоднократно приглашали к себе в гости 16-летнего школьника и растлуживали его **мать**

Справка

Театр откроется раньше

Реконструкция Малого театра в Москве завершена. — В этом году на протяжении равные сроки мы открываем после полной реконструкции Малый театр, — сказал Медведев на заседании коллегии Министерства культуры в среду **мать**

НИКОГО НЕ СЛУШАЙ!

100.1 FM СЕРЕБРЯНЫЙ ДОЖДЬ

16+

Реклама

#ВОТВЧЕМСОЛЬ

Москва, ул. Троицкая, 15с1
new@thesoll.com
+7 (495) 664 9012

vk.com/soll.agency
t.me/sollagency
vimeo.com/thesoll/videos

thesoll.com

СОЛЬ