

MAKING SENSE IN VISUALS

SELECTED PROJECTS

BULVAR CREATIVE AGENCY

НЕЗАВИСИМОЕ АГЕНТСТВО С ПРИНЦИПАМИ

Дело даже не в нас, как в агентстве BULVAR, сформировавшемся в 2006 году.

Дело в принципах, которых мы придерживаемся в своей работе с каждым проектом или клиентом. Мы задаем вопросы, много слушаем, критически мыслим и искренне верим, что информация ведет к вдохновению.

Мы видим ценность брендов или продуктов в их смыслах, о которых мы говорим на языке визуальной коммуникации.

BRANDING

- Позиционирование
- Стратегия коммуникации
- Бренд платформа
- Корпоративный брендинг
- Продуктовый брендинг
- Ребрендинг

CREATIVE

- Креативные концепции
- Разработка рекламных кампаний
- Разработка Key-Visual
- Коммуникационные механики
- Копирайт

EXECUTION

- Брендбуки
- Презентации и отчеты
- Производство видео
- Рекламные и POS-материалы
- Адаптация и запуск кампаний
- Digital решения и интерфейсы

КЛИЕНТЫ

METRO



legrand

kaspersky

KFC



INVITRO

ФОРАБАНК

ALTEGROSKY

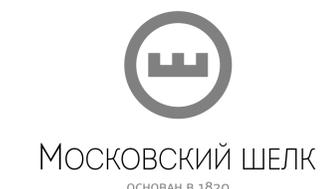


NESPRESSO



Möbel Expo

GledenInvest
ГЛЕДЕН ИНВЕСТ



METRO

Разработка HR бренда Metro в России

Аналитика и позиционирование HR бренда Metro в своем сегменте привели нас к формированию правильного, релевантного EVP и креативного брифа на разработку айдентики и внутренних коммуникационных материалов.

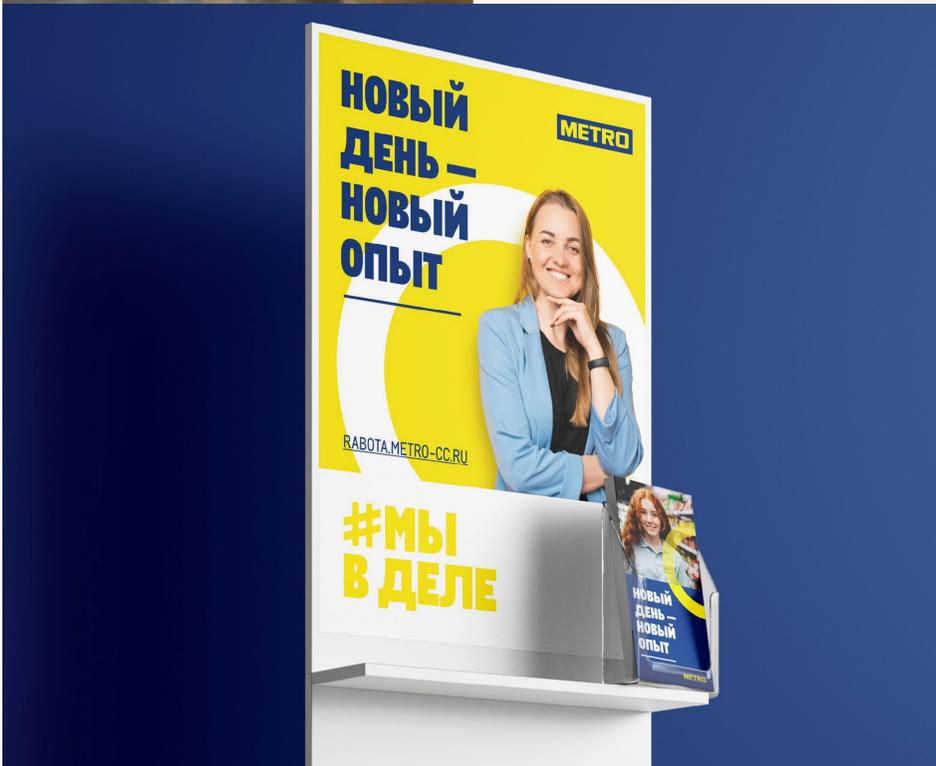
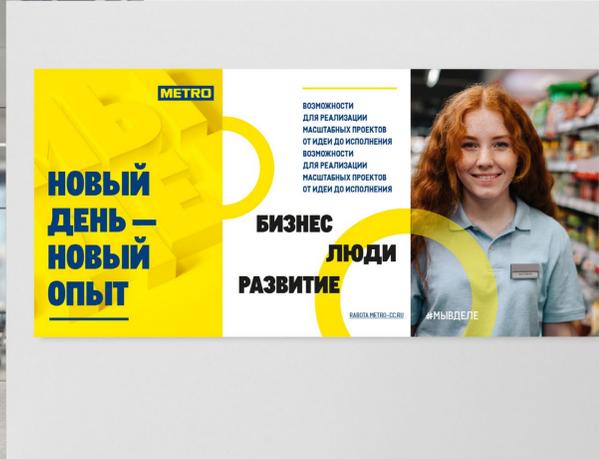
Яркий и жизнеутверждающий визуальный образ позволил выстроить правильное восприятие стабильной и открытой компании, которая объединяет целеустремленных профессиональных людей, людей своего дела.

Основные принципы системы айдентики сосредоточены вокруг двух элементов: визуального ряда людей компании и сопутствующей графической системы, состоящей из внутренней среды и типографики.



#МЫВДЕЛЕ

Большая часть визуальной коммуникации построена вокруг ключевого хештега #мывделе, который является неотъемлемой частью как смысловой так и визуальной идентичности.



БИЗНЕС

ЛЮДИ

РАЗВИТИЕ



WHOLESALE FOR ALL

Сложная и многоуровневая стратегия развития компании Metro укладывается всего в два слова. Она охватывает абсолютно все внутренние процессы и внешнюю коммуникацию с несколькими категориями целевой аудитории.

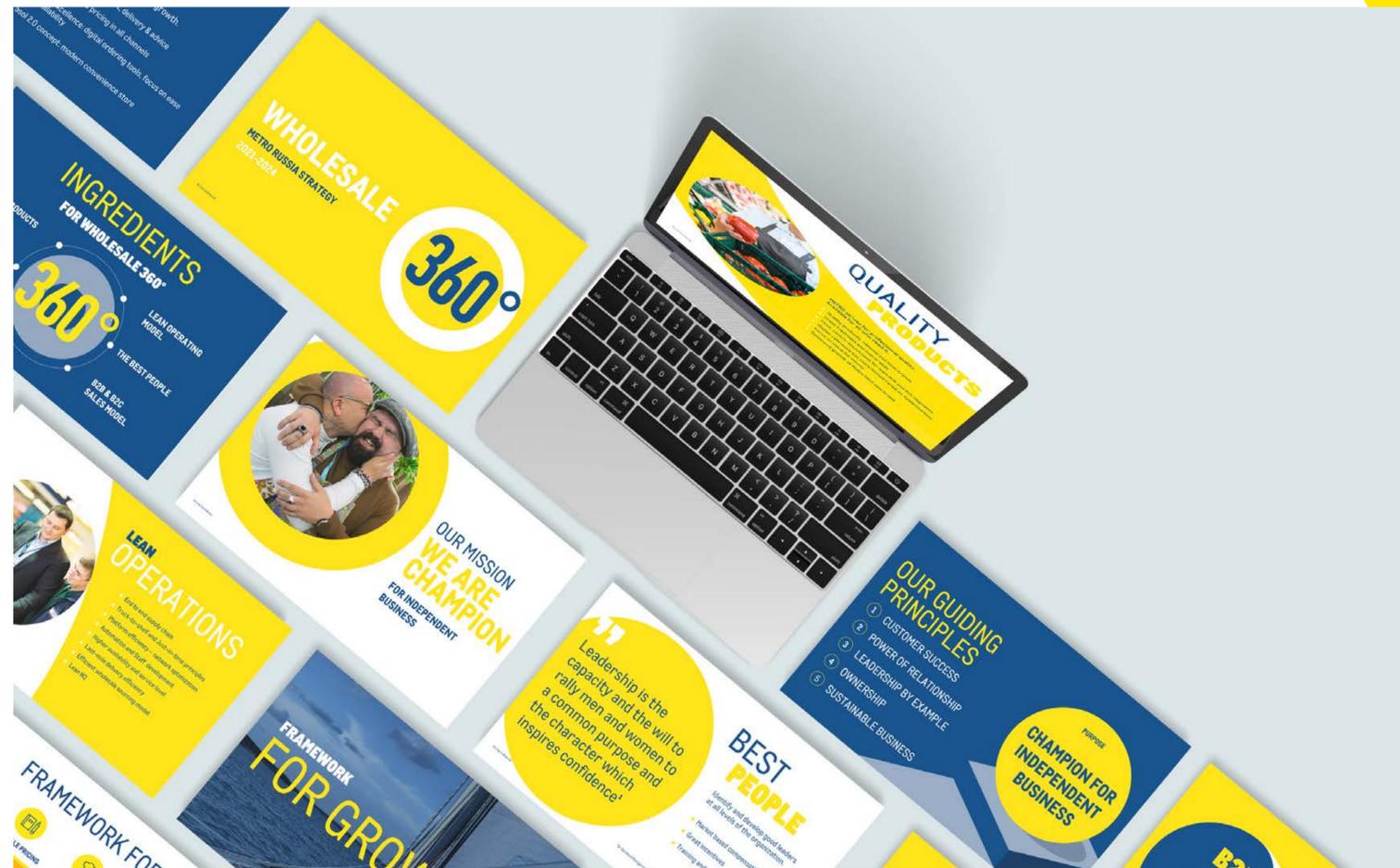
Простые и понятные цели должны достигаться с помощью комплексного подхода внутри компании.

Визуализация стратегии компании и разработка сопутствующих материалов



Разнонаправленные векторы развития компании легли в основу простой визуальной метафоры, которая заложена в логотип стратегии. В рамках работы над проектом была разработана стилистика, наборы инфографики и имиджевые материалы.

Презентация новой стратегии проходила в офлайн и онлайн формате, с предшествующими анонсами во внутренних и внешних каналах. Дизайн концепция оформления легла в основу нового оформления офисного пространства главного офиса компании и закрепились в формате оформления внутренних коммуникаций.



ДОБИВАЕМСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ И СТРЕМИМСЯ В БУДУЩЕЕ

Мы выстроили визуальную концепцию миссии и целей компании, используя достаточно сильный актив в виде личных брендов ее основателей и акционеров. Внутренняя коммуникация строится на прямой речи и лозунгах соответствующего лидера того или иного направления деятельности.

ВЫИГРЫВАЕМ ВМЕСТЕ

Это наша модель развития банковской деятельности, которая учитывает интересы всех участников рынка: клиентов, акционеров, менеджеров, персонала и государства.



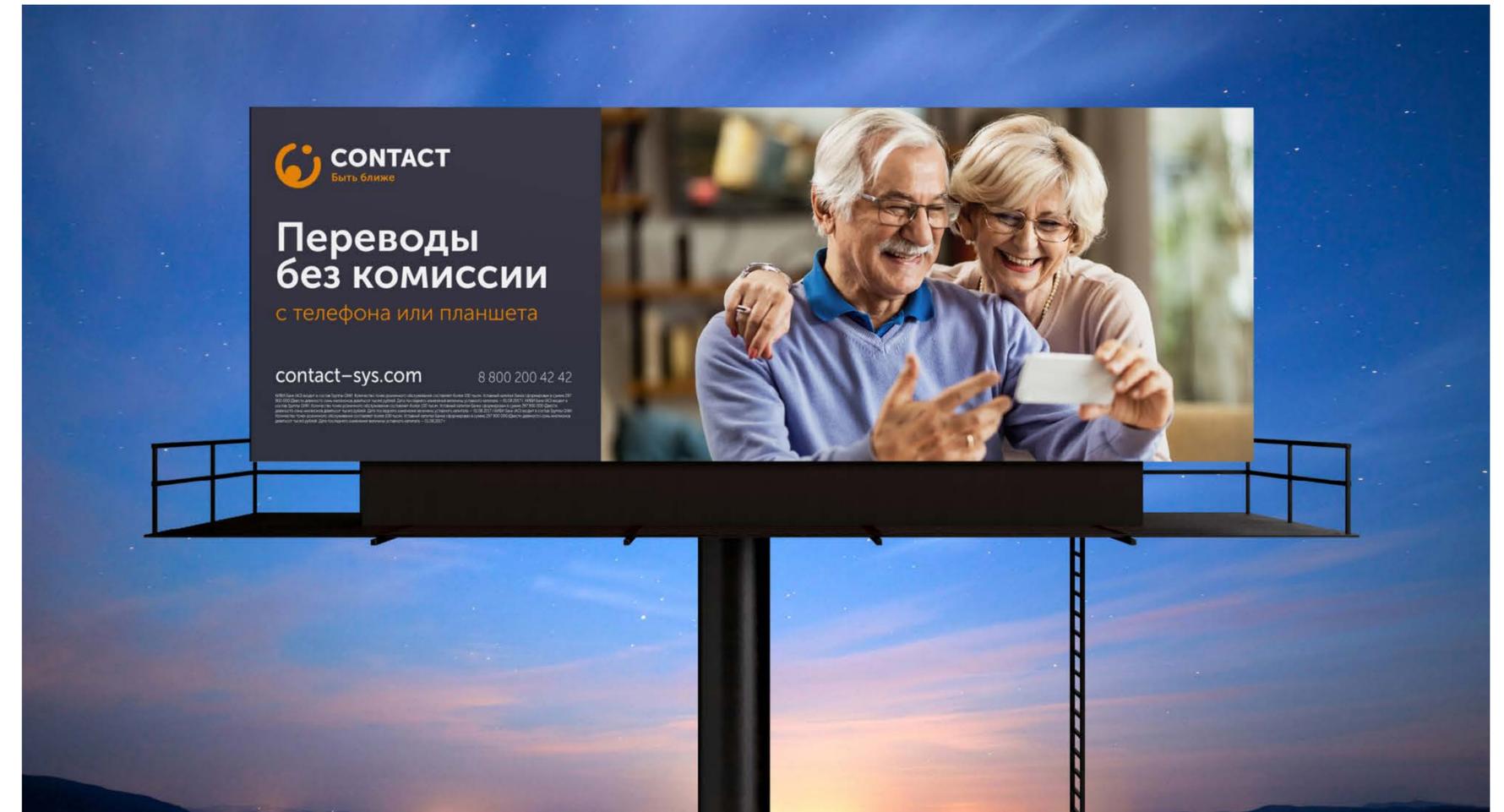
Классическую бизнес фотосессию в черно-белом исполнении хорошо дополнила авангардная графика в рамках фирменного стиля банка. Сильные и уверенные в себе и в своем деле образы лишней раз подчеркивают силу высказываний.

В ходе проекта были разработаны стилеобразующие константы, которые легли в основу имиджевой презентационной книги и годового отчета банка а также частичного брендинга офиса и отделений.



Почему Contact — это больше, чем денежные переводы

Новый CONTACT не про «отправителей» и «получателей», а про любящих родственников; не про «движение средств», а про связь между родными людьми.



САМОЕ ВАЖНОЕ В ЖИЗНИ КАЖДОГО

Каждый год в Россию на заработки приезжает более 300 тысяч человек из стран СНГ и Средней Азии. Они делают это не столько ради личной выгоды, чаще ими движет желание обеспечить семью и близких, которые остались на Родине. Между трудовыми мигрантами и их семьями сохраняется сильная эмоциональная связь.

Денежный перевод перестает быть просто деньгами. Сейчас это способ передать тепло на расстоянии, поддерживать родных, заботиться о семье и активно участвовать в жизни близких.

Мы сформулировали для себя основную задачу, как формирование понятного, надежного и дружелюбного образа компании, который сможет преодолеть барьеры к целевой аудитории. Трудовые мигранты с большим недоверием и опаской относятся к любым новым продуктам, тем более в сфере финансовых услуг.

Идея логотипа — круг семьи, где глава семейства оберегает и заботится о близких. Базовый оранжевый цвет остался неизменным по двум причинам: — связь с мастер-брендом QIWI; — демонстрация доступности и хорошего соотношения цена / качество.

Заголовок (X)
Museo Sans Cyril 700

Подзаголовок (X/1.7)
Museo Sans Cyril 300

Основной текст (X/5.2)
Museo Sans Cyril 100

Фирменный блок (X/3.7)
Museo Sans Cyril 100

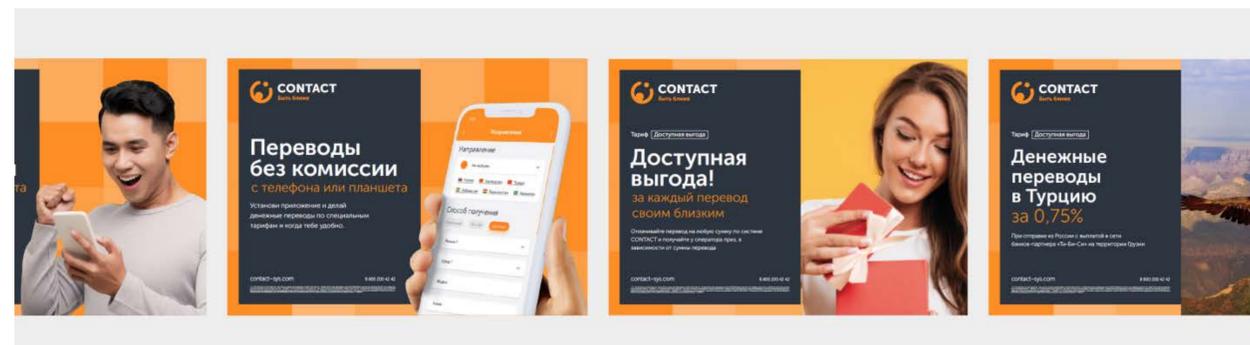
Сноска (не менее 6пт)
Museo Sans Cyril 100

Переводы без комиссии

с телефона или планшета

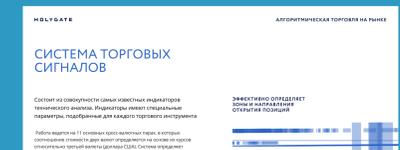
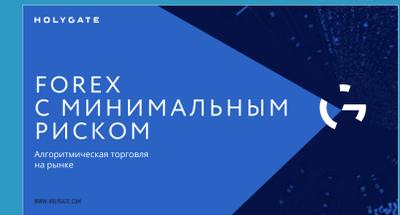
В период действия акции клиентская комиссия за отправку перевода из России и Стран БЗ (кроме исключений) в Турцию с выплатой наличными в более 9000 точек Universal Payment Transfer снижена и составляет от 0,75% суммы перевода.

contact-sys.com 8 800 200 42 42

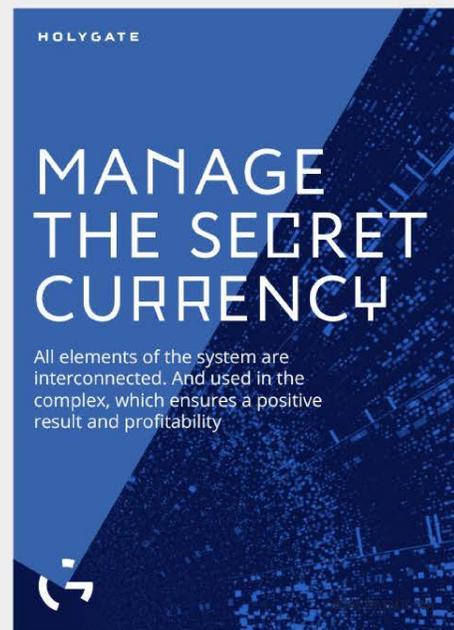
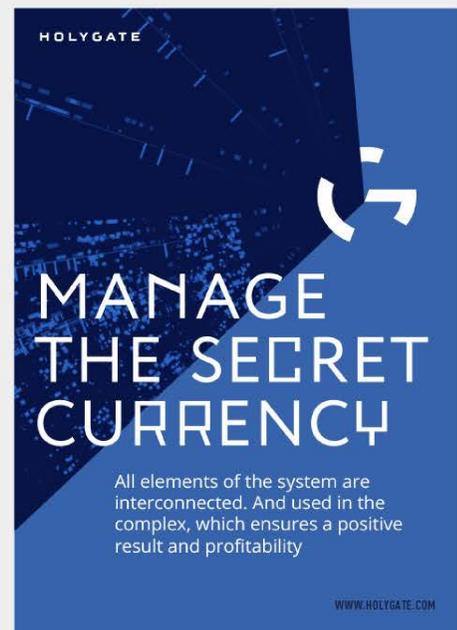
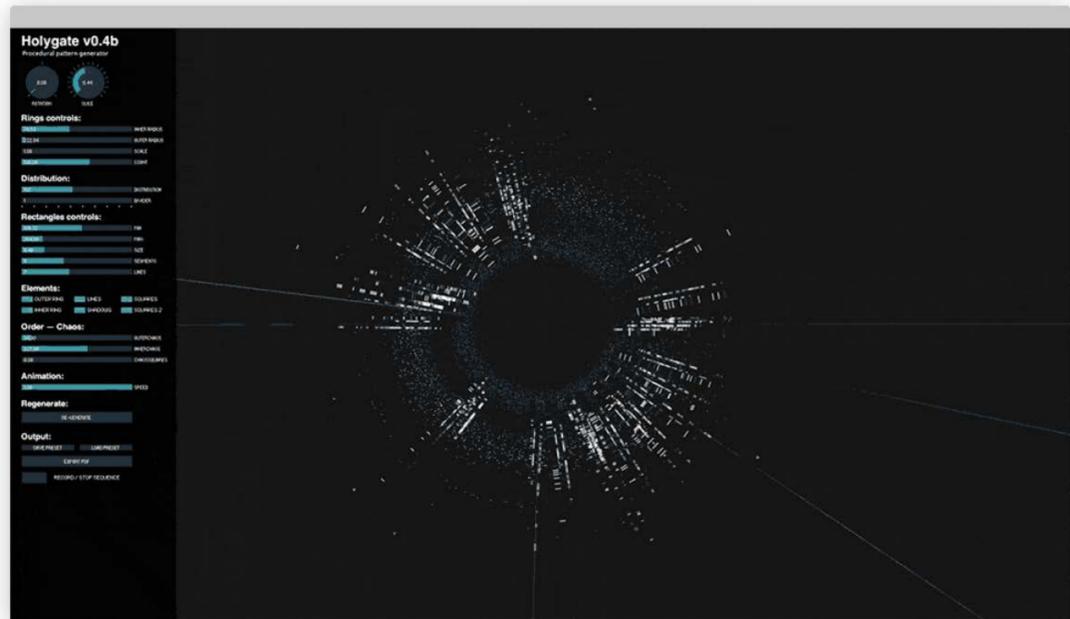



Генеративная айдентика инвестиционной компании Holygate

Идея визуального раскрытия внутренней сущности формы, которую мы увидели в работах Арнальдо Помодоро, как нельзя лучше легла в креативный бриф на разработку айдентики для финансовой компании HOLYGATE, специализирующейся на разработке современных математических алгоритмов для управления капиталом.



BULVAR CREATIVE AGENCY



РАДИАЛЬНЫЙ ПАТТЕРН ЯВЛЯЕТСЯ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ФИРМЕННОЙ ГРАФИКИ. ЗАДАЧА ПАТТЕРНА СОСТОИТ В СОЗДАНИИ ОЩУЩЕНИЯ ПОГРУЖЕНИЯ В ЦИФРОВОЕ ПРОСТРАНСТВО, СОСТОЯЩЕЕ ИЗ БЕСКОНЕЧНОГО ПОТОКА ДАННЫХ.

METRO

Metro Expo 2020 Брендинг юбилейной конференции

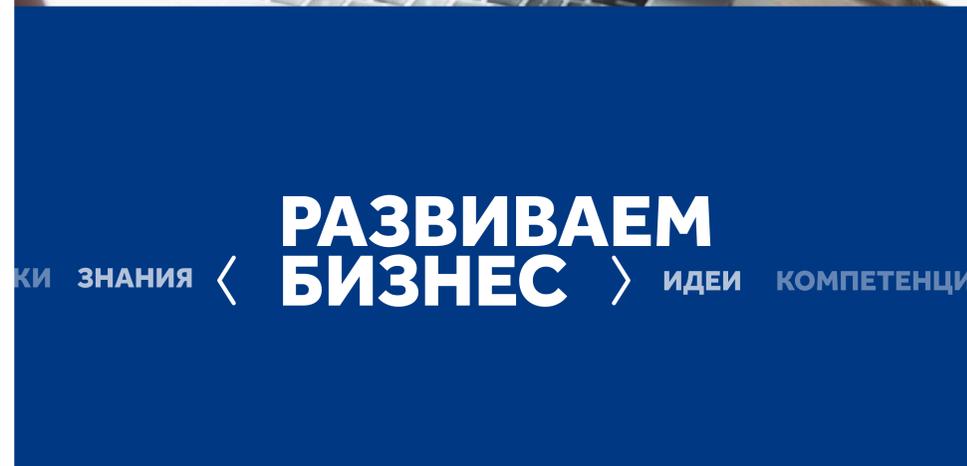
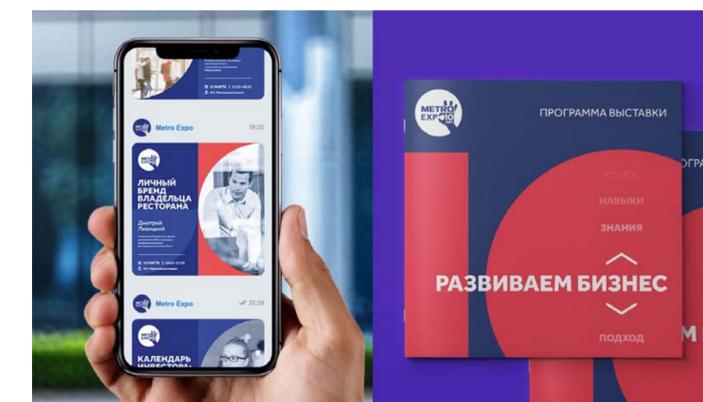
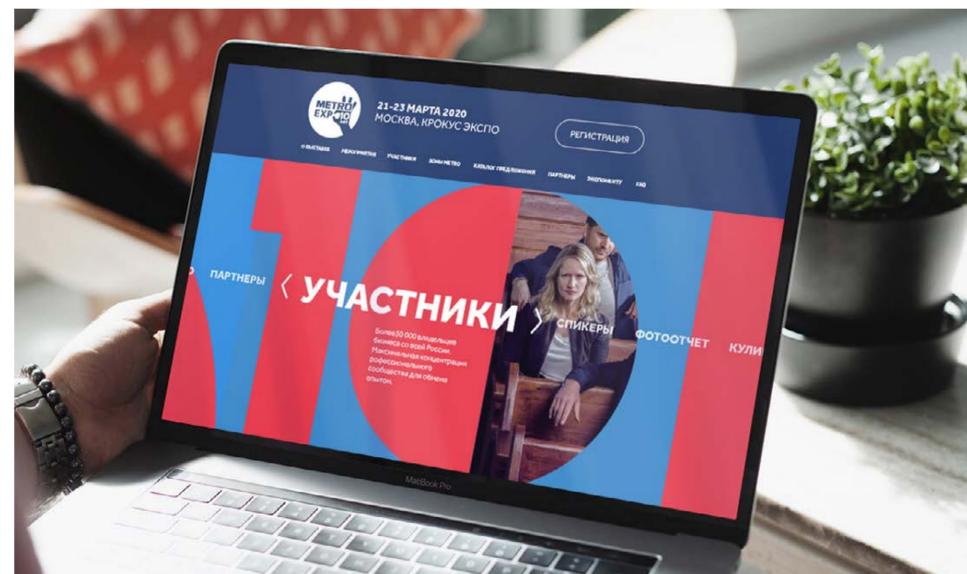


Дизайн команде выпала нелегкая задача по разработке концепции брендинга и фирменного стиля мероприятия. В основу концепции мы заложили монохромный паттерн, в графике которого прослеживается цифра 10. У разработанного паттерна есть несколько масштабов для использования на полиграфических материалах и при оформлении пространства мероприятия.

Для создания акцентов в коммуникационных материалах мы использовали яркие цветовые сочетания для элементов паттерна. В большинстве случаев этот акцент ставился на цифру 10. В дополнение к графике мы разработали универсальный текстовый блок с коммуникацией, которая отражает широту тем и цифровой подход компании к развитию компетенций своей аудитории.

В рамках проекта помимо концепции стиля в целом, мы разработали по несколько материалов для разных сфер использования:

- основной кейвизуал, который лег в основу наружной рекламы;
- бейджи для участников мероприятия и каталог выставки;
- главную страницу сайта, стиль которой распространился на другие цифровые форматы;
- форматы рекламных блоков для публикаций в социальных сетях и пр.



BULVAR CREATIVE AGENCY



ДУХ
НАШИХ
СВОБОД
МИР
ПЕРЕ-
ВЕРНЕТ



Позиционирование и разработка бренда Sanders Grill by KFC

SANDERS GRILL

BY KFC

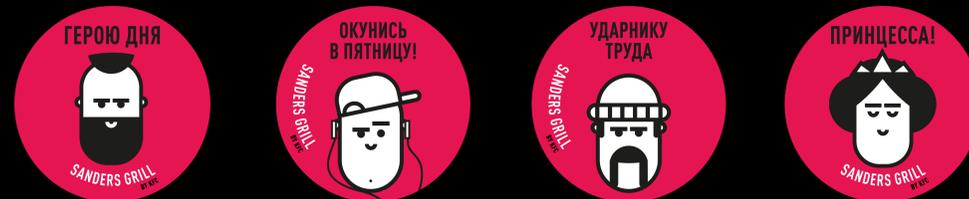
Современные жители мегаполиса верят в себя и в свои возможности, они динамичны, имеют предпринимательский дух и мечтают познать мир. У них есть своя точка зрения и абсолютный иммунитет к рекламе. Исходя из этого, бренд ориентируется на жизненные ценности, а не на продукт.

Это позволяет предложить превосходное качество и результат доступно и быстро, при этом для потребителя создается своя неповторимая атмосфера. Бренд дает ощущение определенной степени свободы, получаемой через открытость. Открытый гриль — для открытых людей, открытых к новым ощущениям, новым вкусам, новым эмоциям, открытым к будущему.

Курица — настоящий мясной продукт, в отличие от фарша, в котором может быть, что угодно. Приготовленные на огне цельные куски курицы раскрывают натуральный вкус, а соусы по домашним рецептам открывают хорошо знакомый продукт по-новому. Вкус настоящего стейка для любителей курицы.

В основе идентичности бренда лежит куриный след, который надолго останется в сердцах ценителей этого продукта и надежно связывает бренд с продуктом.

Куриный
СТЕЙК
ВОЗЬМИ
С ДРУЗЬЯМИ
БРЭЙК



EVERYTHING YOU WANT AND AS YOU WANT

WE BELIEVE THAT CATERING IS NOT JUST ABOUT DELICIOUS MEALS DELIVERED FAST.

IT'S ALSO ABOUT MAKING YOUR LIFE A BIT EASIER AND A LOT TASTIER.

Вариативный брендинг для кейтеринг компании Dine Nation



Логотип и фирменный стиль кейтеринг компании Dine Nation построен на вариативной графике, состоящей из упрощенных форм столовых приборов и символизирующей основные правила сервировки.

Динамически изменяющийся логотип компании легко адаптируется под любой формат рекламного или имиджевого материала. Ломаная типографика и разные наборы столовых приборов символизируют гибкость подхода компании к обслуживанию своих клиентов.

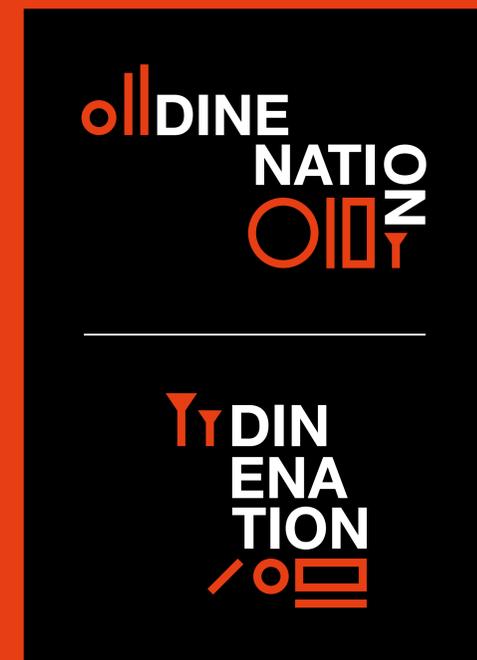


ДИЗАЙН СИСТЕМА, КОТОРАЯ ОТРАЖАЕТ ВОЗМОЖНОСТИ И ГИБКОСТЬ ПОДХОДА ПО ОКАЗАНИЮ КЕЙТЕРИНГ УСЛУГ.



НАБОР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

Для усиления коммуникации с целевой аудиторией была разработана серия простых, в меру нелепых и комичных иллюстраций, создающих настроения праздника и безудержного веселья.



МИЛКШЕЙК КУЛЬТУРА В НОВОМ ДИЗАЙНЕ СТАКАНОВ BURGER KING



МИЛКШЕЙК КУЛЬТУРА

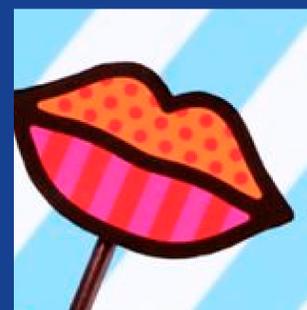
В основе графики узоры, напрямую ассоциирующиеся с милкшейками: сахарное конфетти и пластика тягучего мороженого. Все это образует крутой замес вкуса.

МИЛК ШЕЙКИЧ

Дополнительный акцент на продукте в виде персонажа, слегка эпатажного Милкшейкича.

ВЗРЫВНОЙ ВКУС

По-настоящему взрывной вкус — это леденящий душу милкшейк. Графика в игривой стилистике стрит-арт культуры, комиксов и баблов с эмоциональными текстами.



Фестиваль подарков

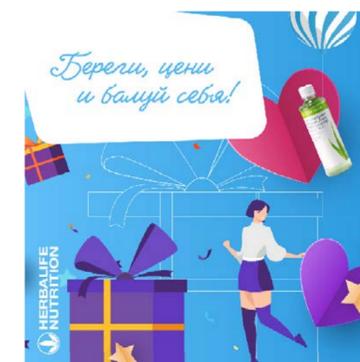
Есть повод? И подарок найдется!

Основа коммуникационного сообщения, с которым рекламная кампания усиливает продажи продуктов в обычные дни и предпраздничное время.



Рекламная кампания по продвижению подарочных наборов

Всегда есть повод проявить внимание и заботу к близким вам людям вместе с Herbalife Nutrition. Подарочные наборы или отдельные продукты станут желанным подарком к любому празднику. Порадуйте ваших родственников, друзей и коллег!



Рекламная кампания собирает трафик из существующих клиентов компании на отдельный лендинг через следующие каналы:

- основной сайт herbalife.ru;
- инвайты через мессенджеры;
- посты в социальных сетях;
- публикации в пабликах.

В рамках кампании были разработаны коммуникационные материалы для соответствующих каналов.

Парк больших эмоций

Парк не оставит вас равнодушным. Каждый найдет в нем все, что нужно. Одна из основных задач парка — оставить незабываемое впечатление и зарекомендовать себя как место, вызывающее положительные эмоции.

Для тематических зон парка предполагается использование разных коммуникационных сообщений, раскрывающих эмоции посетителей.

тематический парк

**Дарим впечатления
WOW**

торговый променад

**Создаем желания
ХОЧУ**

ландшафтный парк

**Меняем представления
ОГО**

концертный зал

**Розжигаем эмоции
БРАВО**

трасса F1

**Заряжаем драйвом
А-А-А**



Зарядись положительными эмоциями от посещения уникального тематического, парка объединившего развлечения для детей и взрослых, зоны шоппинга и пеших прогулок. Эмоции, которыми хочется делиться.



НИ СЛОВА БОЛЬШЕ

когда хочется полезный десерт



ТОМАТО КОНФЕТТО



ТОМАТО КОНФЕТТО – КОГДА ХОЧЕТСЯ ЧТО-ТО ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ!

Разрабатывая идею для рекламной кампании мы сделали акцент на привлечение дополнительной аудитории, которая сможет "увидеть" в продукте пользу, вкус, эстетику и самодостаточность, а не только классическое применение в виде ингредиента.

BULVAR CREATIVE AGENCY



Визуальная концепция рекламной кампании умных устройств Legrand with Netatmo



Когда **НЕ** удобно



ИНСАЙТ

Мир полностью перешел на цифру. Мы ищем информацию в сети, общаемся в сети, совершаем покупки через интернет, оплачиваем счета через телефон. И все это в большинстве случаев мы делаем на ходу со смартфоном в руке. Это стало частью нашей жизни. Потому что это доступно и удобно! И все под контролем!

Но в большинстве своем эти технологии обходили или обходят стороной МОЙ ДОМ! Иногда это дорого или непонятно, иногда и то и другое.

ИДЕЯ

На определенном этапе жизни мы начинаем создавать вокруг себя дополнительный уют и комфорт, думаем о безопасности. При этом с возрастом о безопасности мы думаем больше.

Что нас заставляет думать об этом?

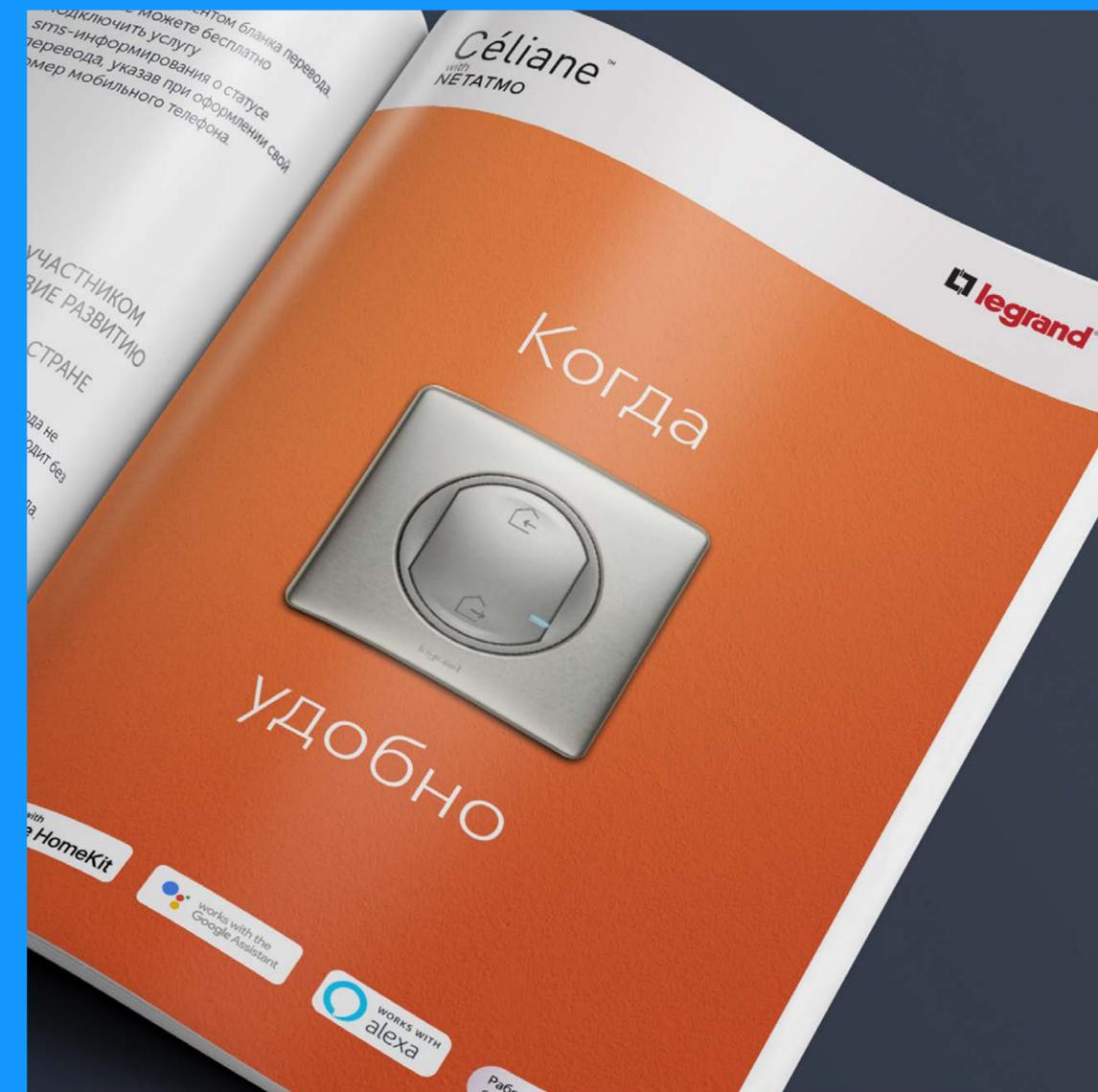
Да, да. Это те самые ежедневные бытовые ситуации дома, о которых вы все знаете.

- Когда НЕ комфортно.
- Когда НЕ удобно.
- Когда НЕ уютно.
- Когда НЕ безопасно.

Новая коллекция Legrand with Netatmo дает ответ на все эти неудобные ситуации простыми, доступными и понятными устройствами.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ:

- таргетированная баннерная реклама
- тех обзоры у блогеров
- промо-страницы на партнерских сайтах
- размещение в категорийных СМИ
- POS материалы в точках контакта с ЦА





АНИМАЦИЯ, МОНТАЖ И АДАПТАЦИЯ КОНТЕНТА ДЛЯ ЦИФРОВЫХ ЭКРАНОВ

Микроанимация элементов ключевых кадров или пэкшотов создает дополнительные акценты в коммуникации и привлекает внимание гостей в ресторане. Для каждого пэкшота мы создаем мастер-ролик, который потом адаптируем под соответствующие разрешения и склеиваем все в единую последовательность.





**САМОЕ
ВКУСНОЕ,
ЧТО У НАС СЪЕСТЬ**

Дизайн нового ланчбокса Burger King

Новый дизайн кинг бокса Burger King впитал в себя все самое ценное, что может унести с собой гость ресторана. Для коммуникации было разработано несколько клеймов в классической игривой форме. Любимые комбо-сеты теперь удобно брать с собой на новые приключения.



**ВКУСНО
ПРОСТО
ОГОНЬ**



**КОМБО
УДАР
ПО ГОЛОДУ**



**ВЗЯЛ
ОТ ЖИЗНИ
ВСЕ ВКУСНОЕ**



**КОМБО
ПРОТИВ
ГОЛОДА**



#ЛЕГКО

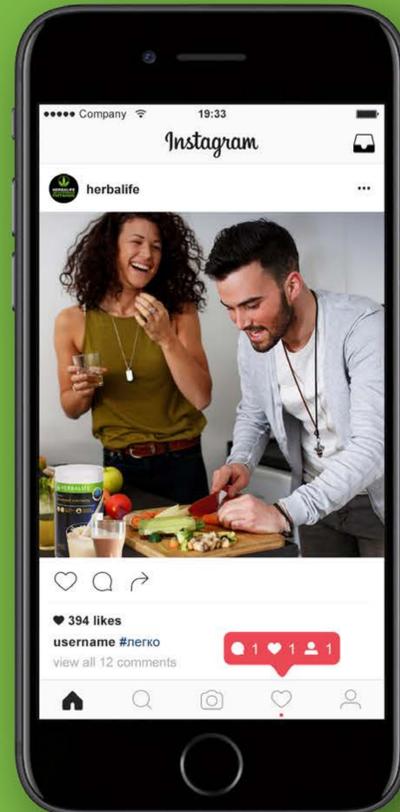
Концепция рекламной кампании по перезапуску продукта Evening Shake Formula 1



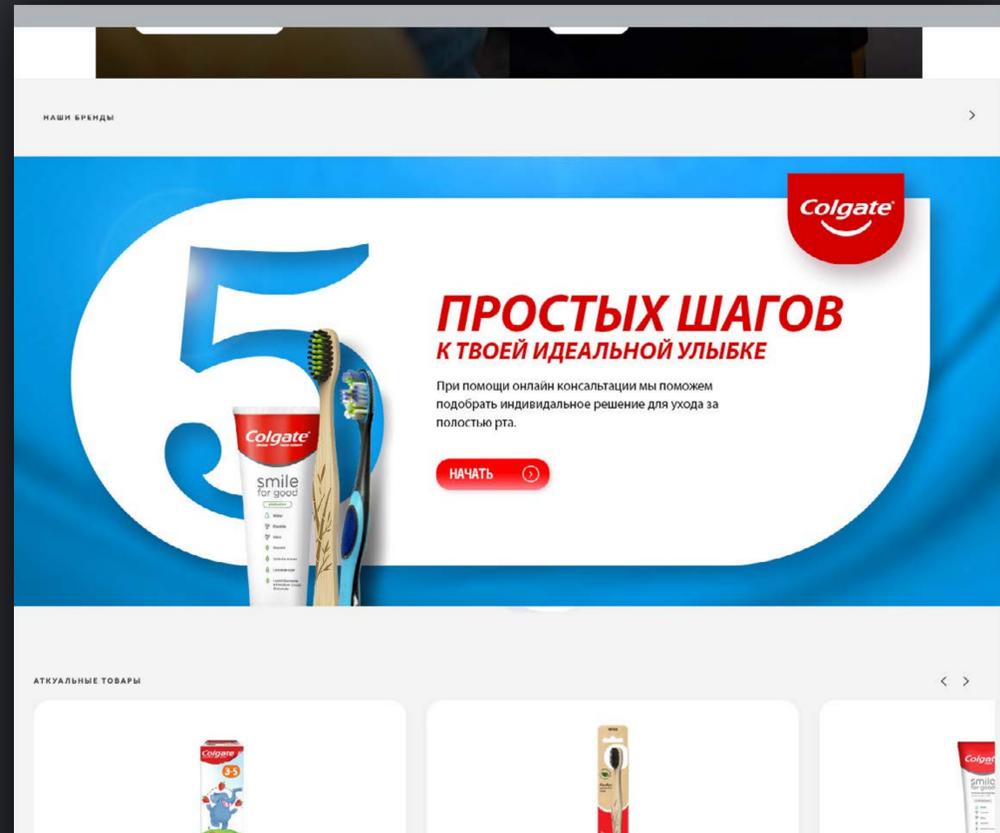
С каждым днем все больше не хочется обременять себя сложными задачами. Особенно вечером, особенно дома.

Порой просто не хватает сил. Вот бы было... #ЛЕГКО

- #ЛЕГКО ГОТОВИТЬ
- #ЛЕГКО ЗАБОТИТЬСЯ
- #ЛЕГКО УДИВЛЯТЬ
- #ЛЕГКО ПЕРЕКУСИТЬ
- #ЛЕГКО ПОУЖИНАТЬ
- #ЛЕГКО НЕ ПЕРЕЕДАТЬ
- #ЛЕГКО ПРОБОВАТЬ
- #ЛЕГКО ЗАСЫПАТЬ
- #ЛЕГКО СПАТЬ



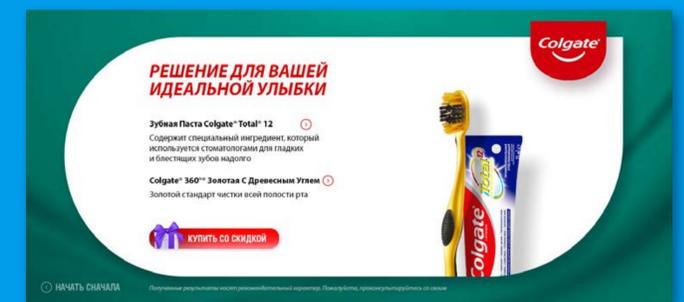
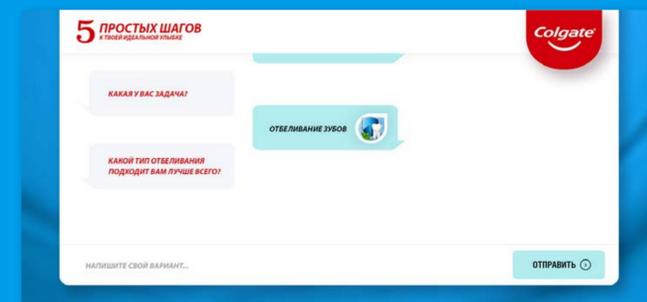
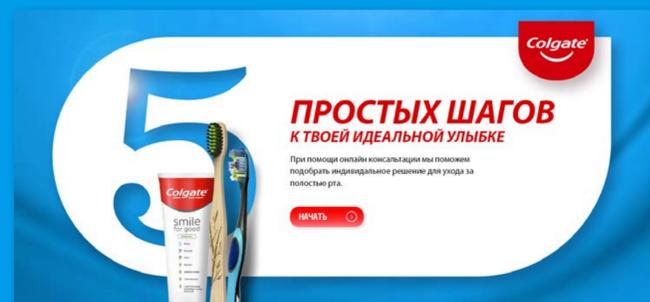
Colgate ставит перед собой задачу делать мир лучше, а улыбки открытыми, наполняющими жизнь оптимизмом.



ЛЕГКИЙ ПУТЬ К КРАСИВОЙ УЛЫБКЕ

Интегрированный в партнерские сайты чат-бот за 5 простых шагов помогает подобрать оптимальное решение по уходу за полостью рта.

ВСЕГО ПЯТЬ ШАГОВ ДО ИДЕАЛЬНОЙ УЛЫБКИ



Чат-бот предлагает пользователю ответить на вопросы, выбрав один из предложенных вариантов ответа.

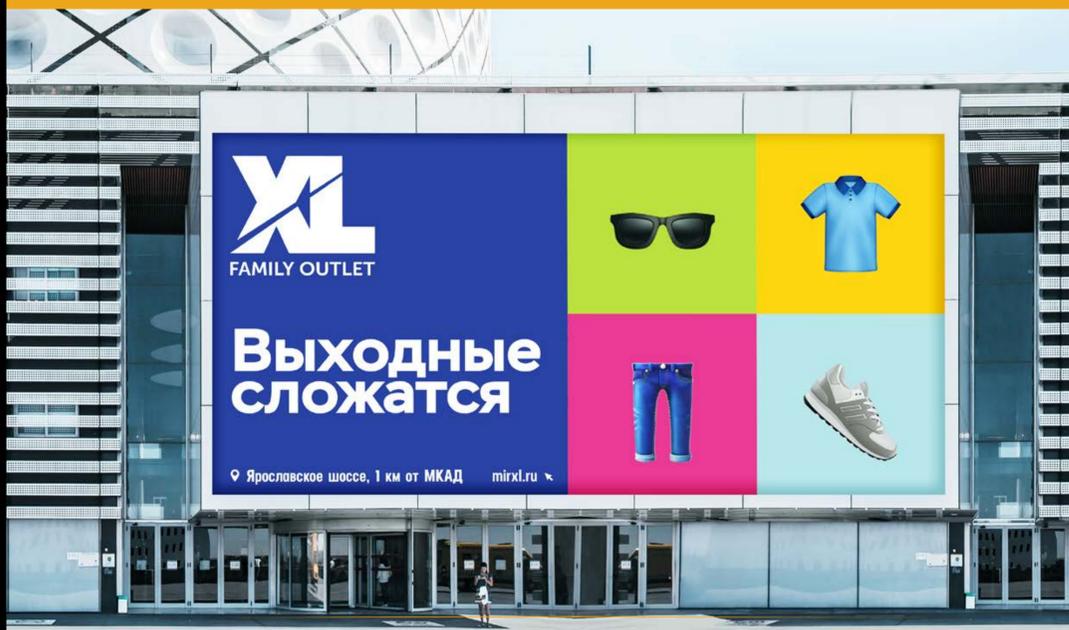
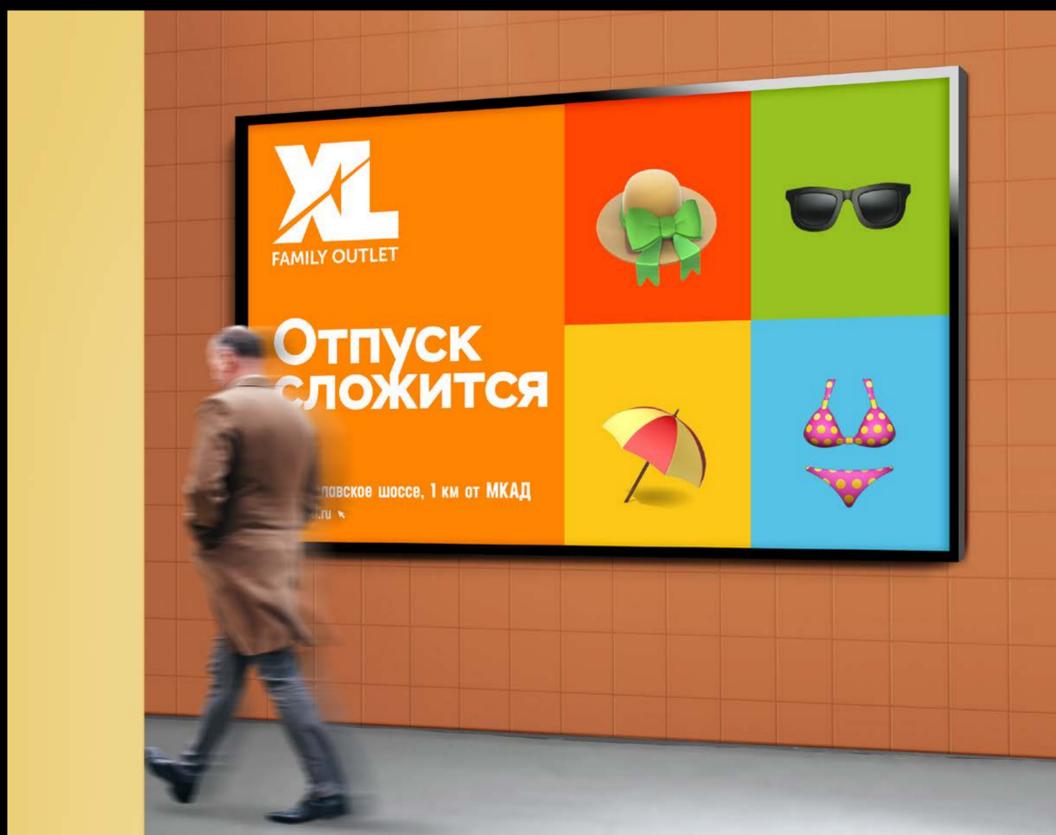
По результатам ответов чат-бот рекомендует подходящую щетку и аксессуары и перенаправляет на карточку товара с продукцией.



ВСЕ СЛОЖИТСЯ

Идея рекламной кампании основана на подборках товаров, которые относятся к конкретным жизненным ситуациям потребителей. Визуальный ряд реализован через простые и всем известные по мессенджерам эмодзи.

Бренд хочет быть простым, понятным и доступным для своей целевой аудитории, поэтому и визуальная коммуникация соответствует этим принципам.



Рекламная кампания в основном ориентирована на ООП размещение вдоль основных магистралей, ведущих к торговому центру.

В зависимости от времени и периода размещения основа коммуникационного сообщения может видоизменяться, при этом оставаясь в рамках заданной стилистики.



MEGUSTRO Fashion Show

Закрытый показ модной формы для работы на кухне. Это супер модное мероприятие тусовка «избранных» — только шеф-повара и дизайнеры.
#шефы #мода

MEGUSTRO

ФОРМА МУЗЫКИ

Музыка вдохновляет нас и помогает найти новые образы там, где нет четкой структуры. Это – чистое творчество.



Образы, отражающие пластичность музыки и творчество в работе шеф-повара.

СТРАТЕГИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ



В рамках разработки нового позиционирования бренда Cordiant мы сформулировали ключевые инструменты при помощи которых бренд будет общаться с потребителем.

ПРОДУКТ

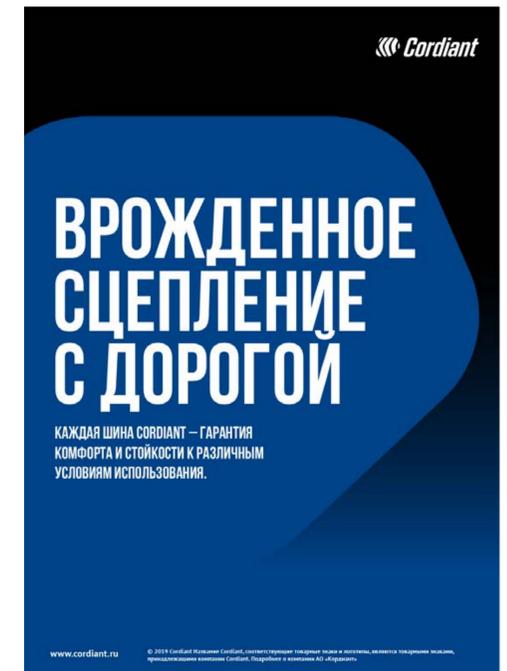
Представление продукта через удобство использования.

ТЕХНОЛОГИИ

Мы будем говорить о технологиях на языке обычных людей, а не инженеров и экспертов.

ЛАКОНИЧНОСТЬ

Создание узнаваемой графики и правильное расставление информационных акцентов



ВРОЖДЕННОЕ СЦЕПЛЕНИЕ С ДОРОГОЙ



Слоган — самостоятельная единица коммуникации, у которой есть свой смысл и свое назначение: подсветить продукт, технологию или познакомить с философией бренда.

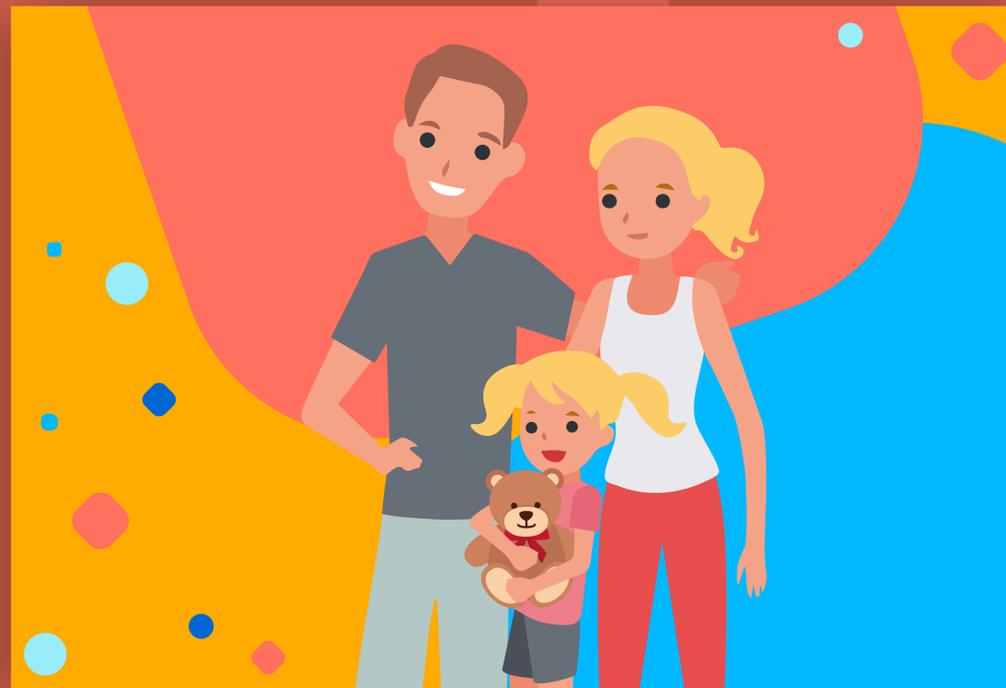
ДЕЛО НА ПЕРВОМ МЕСТЕ

КАЖДАЯ ШИНА CORDIANT — ГАРАНТИЯ КОМФОРТА И СТОЙКОСТИ К РАЗЛИЧНЫМ УСЛОВИЯМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

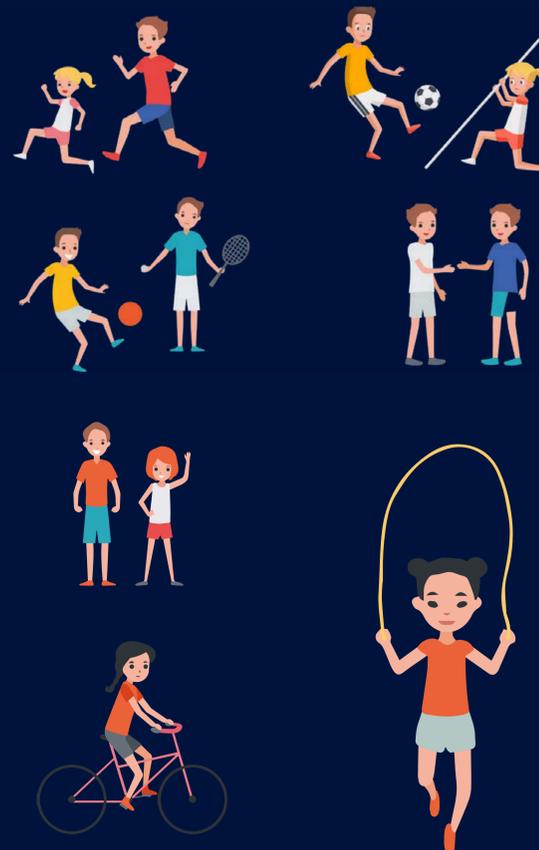


БРЕНДИНГ И МАТЕРИАЛЫ РУСАДА ДЕТЯМ

- ОБЪЕДИНИТЬ МАТЕРИАЛЫ ЕДИНЫМ СТИЛЕМ
- ДРУЖЕЛЮБНЫЙ, КРАСОЧНЫЙ, ЗАНИМАТЕЛЬНЫЙ
- РАЗРАБОТАТЬ ЕДИНОЕ НАПИСАНИЕ ДЛЯ ДЕТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ



Самодисциплина,
уважение
и контроль над
собой.



РУСАДА ДЕТЯМ

ИГРАЙ ЧЕСТНО

Дух спорта — это прославление человеческого духа, тела и разума и отображение следующих ценностей, которые мы находим в спорте и благодаря ему:

- Характер и образование
- Этика, справедливость и честность
- Удовольствие и радость
- Здоровье
- Уважение к правилам и законам
- Уважение к себе и к другим участникам соревнований

rusada.ru

РУСАДА ДЕТЯМ

ИГРАЙ ЧЕСТНО

Дух спорта — это прославление человеческого духа, тела и разума и отображение следующих ценностей, которые мы находим в спорте и благодаря ему:

- Здоровье
- Характер и образование
- Удовольствие и радость
- Этика, справедливость и честность
- Уважение к правилам и законам
- Уважение к себе и к другим участникам соревнований

rusada.ru

РУСАДА ДЕТЯМ

ОКРУЖЕНИЕ

Родители, тренер, врачи, психологи, менеджеры, друзья, болельщики — все они оказывают влияние на спортсмена и могут положительно или негативно воздействовать на его модель поведения.

Цель игры: Карточка помогает провести различие между позитивными и негативными влияниями окружения на действия спортсмена.

Задание: Помести каждую карточку в нужной стороне таблицы.

ВЛИЯНИЕ ОКРУЖЕНИЯ

| Положительное | Негативное |
|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> |

rusada.ru

РУСАДА ДЕТЯМ

ПРАВИЛА В СПОРТЕ

В каждом виде спорта существуют правила. Проверь вместе с РУСАДА небольшие исследования, посвященные роли правил в мире спорта.

Цель игры: Карточка помогает понять, насколько важна роль правил в спорте и проверить, в том числе и детские вопросы относятся к спорту.

Задание: Ответь на вопросы о роли правил в спорте и проверь, насколько ты знаешь правила в спорте.

ПРАВИЛА В СПОРТЕ

КАКИМ БЫЛ БЫ СПОРТ БЕЗ ПРАВИЛ?

rusada.ru

Просто и ярко о будущем отпуске

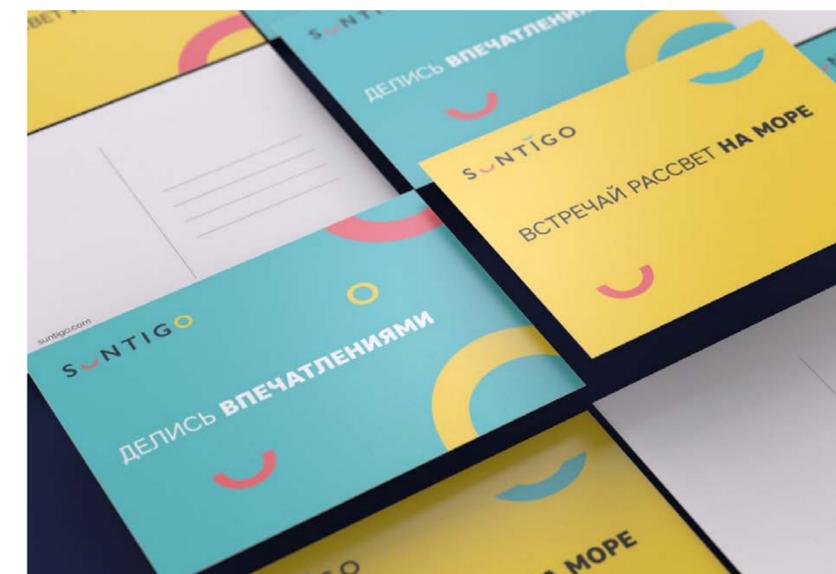
Нейминг, логотип
и визуальная стратегия
для нового туристического
сервиса Suntigo.

SUNTIGO

При упрощении этого образа мы получили минималистичные символы солнца с его отражением на морском горизонте и прибрежных птиц. Эти элементы используются как в логотипе, так и в рекламных материалах, в качестве дополнительных стилеобразующих констант.



Нам важно было передать простоту и легкость сервиса в логотипе и фирменном стиле. Люди и их желания об отдыхе легли в основу элементов идентичности бренда. Солнце, море и природа ассоциативно трансформировались в закатный морской пейзаж.



МОСКВА,
УЛ. РОЧДЕЛЬСКАЯ, 15, СТР.8
БЦ «ТРЕХГОРНАЯ МАНУФАКТУРА»
Т +7 495 927-01-58
WELCOME@BULVAR.AGENCY
WWW.BULVAR.AGENCY

BULVAR