UP BRANDS

PORTFOLIO

FMCG

UP BRANDS

Дизайн упаковки

4 сезона

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Силами нашего агентства был проведен рестайлинг логотипа и упаковки замороженных овощей и готовых блюд «4 Сезона». Обновленный логотип стал более выразительным и дружелюбным, при этом полностью сохранил преемственность. Для эффектной презентации продукта была проведена профессиональная фотосъемка готовых блюд с привлечением повара и фуд-стилиста.

Дизайн упаковки

Белевская пастила

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки
Развитие линеек

О проекте:
Комплексный редизайн упаковки пастилы «Белевские сладости». Новый дизайн был разработан с целью увеличить целевую аудиторию бренда. Сохранив традиционный подход к торговой марке и шрифтам, в UP BRANDS избавились от архаичных элементов. Чтобы показать крупную и аппетитную фудзону, была проведена фотосъемка продукции.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

SMARTBIT

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Нейминг
Дизайн упаковки
Фирменный стиль

О проекте:
Для успешного выхода на FMCG рынок новинки в категории правильного питания нами была разработана концепция позиционирования, нейминг и дизайн упаковки для умного перекуса SMARTBIT. Батончики SMARTBIT – это цельные злаки, сухофрукты, овощи, ягоды, орехи и натуральные пребиотики.

UP BRANDS

Дизайн упаковки

Махеевъ

Сделано:
Создание новых линеек
Дизайн упаковки
Фотосьемка, фудстайлинг

О проекте:
Расширение линейки соусов бренда «Махеевъ» от майонезов до горчицы. На яркой упаковке выигрышно смотрится аппетитное изображение блюд, полученных в результате комплексной фотосъемки и дальнейшей обработки элементов. Крупный узнаваемый логотип вызывает доверие как у покупателей давно знакомых с продукцией марки, так и у новой аудитории.

Selectica

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
В UP BRANDS был разработан бренд элитного натурального меда для рынка Китая. Сложная упаковка с медным тиснением и плотной фактурной бумагой отражает высочайшее качество продукта, натуральные материалы призваны подчеркнуть его экологичность и статусность. Название отражает суть подхода к продукту, а с помощью QR-кода потребителю можно легко узнать происхождение мёда и дату его производства.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Рогачевъ

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки
Развитие линеек

О проекте:
Для многих жителей постсоветского пространства сгущенное молоко «Рогачевъ» – это не просто бренд, это – детская любовь. Продукция «Рогачевъ» славится натуральностью, высоким качеством и неизменно отличным вкусом. В агентстве был произведен рестайлинг логотипа и комплексное обновление упаковки для продукции завода.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Летели облака

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
«Летели облака» — новый российский бренд в сегменте соевых продуктов, который отличается натуральным и экологичным составом. Целевая аудитория бренда заботится о своем здоровье и питании. Агентством было разработано позиционирование, название и дизайн упаковки для всей линейки соевых продуктов.

The gentle nut

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Агентством UP BRANDS был сделан редизайн линейки растительных напитков «The Gentle Nut» для российского рынка.

Чтобы отразить натуральность и состав продукта, на упаковку была вынесена аппетитная фудзона в виде крупных фотографий орехов и фруктов, которые входят в состав напитков. Верхняя часть упаковки выполнена в виде белой молочной волны, которая обыгрывает название «Мягкий орех» и отражает характер продукта. На упаковке выделены главные преимущества напитков — без глютена, лактозы и сои, которые подчеркивают их пользу и эффективно коммуницируют с целевой аудиторией. У каждого вкуса есть особенное преимущество. Например, в напитке с кокосом много клетчатки, фундук является антиоксидантом, а миндаль богат источником кальция и витаминами.

The gentle nut BARISTA

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Наша команда разработала уникальный дизайн для ореховых напитков Barista Professional — профессионального продукта для кофеен и ресторанов, который также будет интересен любителям кофе. Мы не только создали дизайн упаковки, но и придумали позиционирование нового продукта. Упаковка примечательна иллюстративным изображением бариста мастера, который готовит напиток, крупной надписью Barista с дескриптором professional, изображением ореха на основе которого сделано молоко. Кроме того, на упаковке присутствуют клеймы VEGAN и другие преимущества продукта.

Джангл

Сделано:
Создание бренда
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
Создание бренда фруктовых чипсов. Знакомьтесь, «Джангл» — новый бренд в сегменте полезных снэков. Он ориентирован на молодых и активных людей, которые следят за своим питанием. Дизайн упаковки построен на меловом леттеринге. Такой подход подчеркивает «крафтовость» производства и выделяет продукт среди конкурентов.

Фермерский крекер

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Фермерский крекер — это линейка крекеров, изготовленных из натуральных ингредиентов на фруктозе. К существующему фирменному паттерну бренда, построенному на старославянском узоре «орепей» (гребенчатый ромб, который по орнаментальной традиции означает «плодородие») агентством был подобран старославянский шрифт. Тщательно проработанная аппетитная фуд-зона с изображением крекеров и колосков ржи подчеркивает натуральность и вкус продукта.

Тогрус кетчуп

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Тогрус - отечественный производитель соусов, приправ, варений и джемов. Агентством был разработан новый дизайн для линейки кетчупов. Визуальная концепция включает в себе крупное аппетитное изображение фуд-зоны, авторский леттеринг и оригинальные иллюстрации.

1996
Тогрус
Шашлычный
КЕТЧУП
ИДЕАЛЬНО К МЯСУ
Острый
КЕТЧУП
ВЫСШАЯ КАТЕГОРИЯ

1996
Тогрус
Шашлычный
КЕТЧУП

Классический
ТОМАТНЫЙ КЕТЧУП

1996
Тогрус
Сладкий
КЕТЧУП
ВЫСШАЯ КАТЕГОРИЯ

Агрокомплекс

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Задачами проекта были — создать итальянский образ продукта, отстроиться от конкурентов на полках магазинов и сделать акцент на новые рецептуры.

Линейка колбасных изделий «ITALIANO» включает в себя два вида сосисок, два вида полукопченых колбасок и варено-копченую колбасу. В составе продукции натуральные травы, овощи, специи и сыр, характерные традиционным вкусам средиземноморской кухни.

Итальянское позиционирование продукции отражено в гравюре живописного тосканского пейзажа, которая расположена в верхней части этикетки. Под крупным названием линейки «ITALIANO» расположены три полоски, которые напоминают цвета итальянского флага. Аппетитные иллюстрации томатов, сыра, чеснока, базилика и орегано призваны передать оригинальный вкус и аромат колбасных изделий.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Мясная тема

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Разработка концепции дизайна упаковки для линейки колбасных изделий «Мясная тема» от Сибирской аграрной группы. Интересные геометрические формы в сочетании со смелыми цветовыми решениями выделяют бренд среди других производителей на полке. Концепция упаковки предполагает цветовое кодирование для каждого вида колбасных изделий.

Дизайн упаковки

Мясной стол

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
Мясной стол — новый бренд в сегменте мясной консервации. Объединяет весь ассортимент мясных консервов: от тушенки до паштетов и ветчины. Перед нами стала задача создать название для новой торговой марки в сегменте высококачественной консервированной продукции и разработать дизайн для линейки мясных консервов.

Вкусный стандарт

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Бастурма и суджух любимые многими деликатесы, но конкурентных предложений на рынке много. Для выделения продукции компании «Вкусный стандарт» на полке была разработана оригинальная авторская иллюстрация. Аппетитное изображение продукта продолжается окном, через которое можно увидеть саму нарезку. Дополнена иллюстрация традиционными пряностями и чесноком, в которых приготавливается мясо.

Сласти для счастья

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Название бренда «Сласти для счастья» напоминает о том, что маленькие радости могут быть очень простыми и доступными – будь то коробочка пастилы, зефира или мармелада. Коммуникация на упаковке передает всю нежность и воздушность кондитерских изделий. Мы разработали дизайн линейки в ярких сочных цветах. Основной акцент был сделан на аппетитные изображения продуктов.

Мишка любит

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Разработка бренда меда «Мишка любит». Образ двух мишек разоряющих пчелиный улей стал идеальным решением для этого бренда. Фоновый паттерн отражает природную составляющую меда и служит указателем на происхождение меда.

Детские забавы

UP BRANDS

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Развитие линейки «Детские забавы» для «Ротфронт». Детское печенье в форме веселых динозавриков в яркой упаковке с различными вкусами.

Дизайн упаковки

Диетмарка

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Вся продукция бренда «ДиетМарка» изготовлена из отрубей и относится к диетическому питанию. Агентством был проведен редизайн упаковок отрубей с сохранением преемственности. В новом дизайне логотип выделен красной лентой, на упаковке сделан акцент на уникальной форме хлопьев, для лучшего понимания того, что находится внутри, в центре упаковки присутствует прозрачное окно.

Белый сад

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
ООО «Профессор Белов» — ведущий производитель молочных продуктов в Астраханской области. Компания провела ребрендинг линейки продукции «Белый сад». Главная идея ребрендинга — дизайн должен соответствовать определяющим характеристикам продукции: традиционная, качественная, аппетитная. Агентством был предложен новый вариант логотипа, в котором нашло свое отражение название бренда. Использование белого, зеленого цветов и цвета топленого молока транслирует идею свежести, натуральности и экологичности. Сочетание паттерна с листьями и свежего зеленого цвета создает у покупателя внутреннее ощущение, что это продукт фермерского производства.

Родниковое поле

Сделано:
Создание бренда
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
«Родниковое поле» - это современное хозяйство с роботизированной молочной фермой. Поэтому при разработке дизайна упаковки для молочной продукции был сделан акцент на современность, лаконичность и чистоту. Такой подход к дизайну несомненно выделит продукты «Родникового поля» среди огромного количества типичных деревенских пейзажей, которые так «приелись» российскому потребителю.

MAMORI
crunchy kids

Сделано:
Дизайн упаковки
Бренд-персонаж

О проекте:
Разработка дизайна, ориентированного на детскую аудиторию, требует учета ряда факторов: привлекательного, яркого дизайна для юных любителей «вкусняшек» и наглядной демонстрации пользы продукта для их родителей.

Myllyn Paras

Сделано:
Дизайн упаковки
Бренд-персонаж

О проекте:
Мюллюн Парас давно зарекомендовал себя на рынке и производит по финским стандартам хлопья, каши и муку под различными брендами, в том числе под брендом для детей «Тигрёнок». Мы помогли сделать упаковку более «живой» благодаря отрисовке фонового пейзажа в акварельной технике, а также изменил самого Тигрёнка, сделав его более жизнерадостным. Мы уверены, что благодаря обновлённому дизайну, дети подружатся с Тигрёнком и будут охотнее есть кашу.

Мартин Premium

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Компания UP BRANDS разработала дизайн для эксклюзивной линейки семечек «Мартин». В концепции используется черный цвет и яркая иллюстрация подсолнухов, которая притягивает взгляд и создает ассоциации с высоким качеством семечек. На фоне черного цвета иллюстрация выглядит особенно выразительной и контрастной. В рамках проекта дизайнеры провели легкий рестайлинг логотипа: обновили шрифт и упростили знак. Элегантный и стильный дизайн привлекает внимание покупателей и выделяет продукт на полке магазина.

Полосатые «От Мартина»

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Новый продукт в линейке семечек «От Мартина». Это самые крупные семечки, идеально обжаренные и оптимально приправленные морской солью. В дизайне были отражены главные преимущества продукта – их сорт и крупный калибр. Для лучшей идентификации на полке продукт с солью был выделен синим цветом.

Max Mix «От Мартина»

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
Мы рады представить свежую работу в сегменте снеков для бренда «От Мартина». В рамках создания нового продукта мы разработали эффектное и звучное название, применили оригинальное исполнение элементов дизайна с прицелом на широкий спектр целевой аудитории. И, что особенно ценно - обновили изображение знаменитого гуся! Теперь он более выразительный и харизматичный, но при этом - абсолютно узнаваемый для потребителя. Итак - встречайте новинку на полках любимых магазинов!

Семачос

Сделано:
Создание бренда
Нейминг
Дизайн упаковки
Бренд-персонаж

О проекте:
Семачос — новая продукция от известной и устоявшейся на рынке компании «Мартин». При разработке визуальной концепции для новой линии семечек, основная задача заключалась в создании уникальной, привлекательной упаковки для молодежной аудитории с широким географическим охватом.

Azar

Сделано:
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Создание бренда чипсов Azar из питы. Свежие, хрустящие снеки с малым содержанием соли, обжареные в печи призваны заменить традционные чипсы и предложить новый продукт в привычном формате.

СТМ «Твой Дом»

Сделано:
Создание слоганов
Дизайн упаковки
Рекламные материалы

О проекте:
Для сети гипермаркетов «ТВОЙ ДОМ» агентством был разработан дизайн упаковки линейки готовых блюд, соков и компотов под собственной торговой маркой бренда. В рамках проекта были разработаны аппетитные авторские иллюстрации. Также в рамках сотрудничества были созданы шаблоны верстки имиджевых материалов и рекламных носителей, верстка каталога продукции и концепция рекламной кампании «Собирай фишки — получай скидки».

Дизайн упаковки

Карачиха

Сделано:
Рестайлинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Рестайлинг торговой марки «Карачиха». Комплексный рестайлинг группы бакалеи, запуск круп и мгновенных каш в новом формате упаковки, дизайн упаковки для различных видов муки, панировки и других сыпучих изделий.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Белевские чипсы

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
В рамках работы над брендом «Белевские сладости» была разработана новая линейка яблочных чипсов. Для нового продукта была подобрана минималистичная стилистика иллюстраций с яркими цветами и крупными ручными шрифтами.

Баянов

Сделано:
Нейминг
Создание бренда
Создание логотипа и дизайна упаковки
Адаптация на товарную линейку

О проекте:
В рамках работы над проектом было разработано название «Баянов».

Для нового продукта был разработан яркий харизматичный персонаж — медведь в шапке-ушанке. Упаковку отличает от конкурентов аппетитная фудзона и брутальнй фон.

Cheecorn

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Упаковка воздушного хрустящего сыра Cheecorn — это верный спутник для ценителей пенных напитков.

Этикетка, вдохновленная миром гранжа, исполнена в брутальном черном цвете. Элементы рваной бумаги, дополняющие дизайн, в сочетании с оранжевым цветом, придают упаковке дерзости и привлекают внимание.

Тульский пряник

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Главный потребитель продукта — любознательный образованный турист. Любит радовать и удивлять близких и друзей. Отсюда и стремление приобрести Тульский пряник в красивой эффектной упаковке. В агентстве учли требования Заказчика сохранить значение сувенирного пряника как важной части исторического наследия. Источниками вдохновения для дизайнеров стали русские национальные костюмы, ярморочно-лубочная культура и художественный стиль Бориса Кустодиева. Большую смысловую нагрузку несут детали: изображенный на заднем плане город с церквями и великолепный «гастрономический» натюрморт. Счастливые девушки на упаковке символизируют красоту, яркую жизнь и изобилие.

Агрокомплекс

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Крупнейший агрохолдинг России «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева обновил дизайн упаковки для линейки мороженого. В ассортименте «Агрокомплекса» представлены 13 видов мороженого: пять вафельных стаканчиков с разными наполнителями, пять видов эскимо в молочной или шоколадной глазури, а также три вида мороженого в форме «Полено».

Агентству поставили задачу выделить продукт на полке с конкурентами, подчеркнуть высокое качество и нежный вкус мороженого. В дизайне упаковки ключевой акцент был сделан на крупной фудзоне. Для каждого продукта была создана аппетитная 3D-визуализация мороженого с добавлением ванили, шоколадной плитки, карамели или ягод. Для дифференциации упаковки были предложены сдержанные жемчужные оттенки, которые усилили акцент на вкусах мороженого.

Стильный лаконичный дизайн выделяет продукт среди конкурентов, аппетитная фудзона подчеркивают восхитительный вкус мороженого, предлагая потребителям насладится нежным десертом.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Samba

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Кофе — это прежде всего волшебная атмосфера, создаваемая магией аромата. А бренд — это комплекс ассоциаций и эмоций, возникающих у потребителя при контакте с продуктом. Поэтому для нашего Клиента было важно, чтобы при создании дизайна упаковки четко прослеживалась идея позиционирования его продукта как бразильского кофе, который известен на весь мир. Эта идея и определила название «Самба». При создании дизайна было важно, чтобы с первого контакта с упаковкой потребитель погружался в атмосферу фантастической феерии и энергии бразильских карнавалов.

Фабрика Калачеевых

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Кондитерские изделия «Фабрики Калачеевых» давно зарекомендовали себя как прекрасное дополнение к любому чаепитию. Компанией было решено изменить дизайн упаковки для выхода в более высокий ценовой сегмент. Изменения претерпел не только дизайн упаковки, но и логотип бренда. Упаковка стала минималистичной. Мы отказались от иллюстраций с персонажами и ярких цветов, отдав предпочтение сдержанности и классике, оставив фудзону и обновленный логотип.

Хлебный спас

Сделано:
Редизайн
Дизайн упаковки

О проекте:
Агентством была проведена масштабная работа по созданию нового позиционирования и обновлению фирменного стиля бренда «Хлебный спас». Изменения коснулись всех элементов оформления бренда: логотипа, упаковок, корпоративного и промо-сайта, а также всей полиграфической и сувенирной продукции.

Браслав

Сделано:
Создание бренда
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Создание новой линейки премиальных сыров. Название «Браслав» — производная от названия поселка Браславль. Производство находится в экологически чистом регионе, известного своими озерами. Важный визуальный элемент бренда — костел расположенный в Браславе, он является памятником архитектуры и визитной карточкой всей области.

Дизайн упаковки

Grande Gusto

Сделано:
Создание бренда
Нейминг
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Создание премиальной линейки сыров Grande Gusto для компании «Рогачевъ». Разработано название отражающее характер нового бренда и его позиционирование. Чтобы подчеркнуть высокий статус бренда и отделить его от основной линейки молочной продукции «Рогачев» была выбрана сдержанная цветовая гамма и стиль Ар Деко. Новый продукт будет представлен в традиционнных головах, твердой картонной упаковке и флоупаках.

Перекусов

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Ребрендинг
Создание бренда

О проекте:
Линейка популярной закуски с широким выбором наполнителей нуждалась в ребрендинге. Яркое и запоминающееся название, которое четко позиционирует продукт и определяет формат его потребления, стало отправной точкой для репозиционирования.

Gonzalez Gold

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Оливки «Gonzalez Gold» изготовлены по традиционным испанским рецептам из лучших сортов, выращенных в провинции Касерес. Задача ребрендинга заключалась в том, чтобы повысить узнаваемость бренда и усилить акцент на стране происхождения. Благодаря редизайну логотипа и остальных элементов фирменного стиля нам удалось создать целостный образ премиального испанского бренда, гарантирующего высокое качество своей продукции.

Aquality

Сделано:
Разработка стратегии позиционирования
Формообразование
Создание логотипа и дизайна упаковки
Адаптация на товарную линейку

О проекте:
Современный, активный и заряженный энергией здоровья бренд в сегменте питьевой воды. Для выделения среди брендов конкурентов мы использовали четкие и строгие графические элементы, создающие визуальный образ продукта, который подходит современному покупателю с активной жизненной позицией. В рамках платформы бренда был сделан акцент на спорте и здоровом образе жизни. Использованы мотивирующие хэш-теги и убедительное описание полезных свойств минералов в составе этой воды.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

COCO Water

Сделано:
Создание логотипа и дизайна упаковки

О проекте:
Упаковка нового бренда кокосовой воды «COCO WATER» сочетает в себе классический и минималистический подход к дизайну.
Логотип бренда символизирует собой кокос внутри которого находится капля кокосовой воды. Крупное изображение сочного открытого кокоса с водой притягивает к себе внимание потребителей. Зеленый цвет подчеркивает пользу и натуральность продукта.

Терский Привоз

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Разработка дизайна упаковки для бренда майонезов и соусов в эконом-сегменте. Образ лошади, везущей воз с провиантом возвращает потребителя во времена, когда лучшие продукты со всей окрестности свозились в одно место, где велась торговля. Обновленный логотип в сочетании с аппетитной фуд-зоной не оставят потребителя равнодушным и вызовут желание попробовать новый продукт.

Тогрус

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки
Позиционирование

О проекте:
Компания Тогрус является Российским производителем и поставщиком майонеза с 1996 года. В связи с необходимостью расширения географии бренда было принято решение произвести обновление дизайна продукта. Авторский леттеринг, аппетитная фуд-зона и сочные цвета обновленного дизайна создали современное европейское восприятие бренда. Комплекс работ позволил значительно расширить географию бренда, выделить его на полке и повысить узнаваемость.

Тогрус
Провансаль
Оливковый
55%

1996
Тогрус
HORECA
БУРГЕРНЫЙ
МАЙОНЕЗ
67%

1996
Тогрус
HORECA
50.5%
МАЙОНЕЗ
ПРОВАНСАЛЬ

Тогрус
27%
ПАСТА
ТОМАТНАЯ
Тогрус
67%
ПРОВАНСАЛЬ
Томатная паста и кетчуп
Майонез

Нестеров

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Дизайн упаковки

О проекте:
Создание концепции позиционирования семейной винотеки Нестеровых. Разработка дизайна этикеток премиального вина «Нестеров» и фирменного стиля винотек, авторские иллюстрации.

Fresh Wine

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда
Позиционирование

О проекте:
Визуальная концепция дизайна этикеток фруктового вина «Fresh Wine» построена на объединении классической традиции винной этикетки и авторской иллюстрации, отражающие вкусовые и ароматические качества продукта. Сочные ягоды и спелые фрукты на этикетке привлекают к себе внимание, провоцируя вкусовые рецепторы и вызывая желание попробовать напиток.

Мартин консервация

Сделано:
Дизайн упаковки
Авторские иллюстрации

О проекте:
Перед нами была поставлена задача перевести высококачественную консервированную продукцию от компании «Мартин» в более высокий ценовой сегмент за счет обновления дизайна этикеток. Для успешного решения этой задачи наши специалисты отрисовали ряд иллюстраций для фуд-групп с изображением овощей и фруктов, из которых сделаны продукты. За счет качественной проработки деталей и выдерживания единой стилистики на всей линейке удалось сформировать эффектный внешний вид упаковки.

Заветный погребок

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки

О проекте:
В основу концепции дизайна упаковки «Заветный погребок» легли аппетитные иллюстрации овощей и ягод, расставленные на полочках погреба. Звучное название обрело форму в фирменном начертании. Целостный образ нового бренда, запоминающееся название, яркая упаковка и высокое качество продукции помогло производителю выйти на новый рынок и увеличить целевую аудиторию продукции.

Сырная тарелка Say Cheese

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Нейминг
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Сырная тарелка Say Cheese от компании Вкусный Стандарт — это необычный продукт готовой сырной тарелки, в которой собраны гармонично сочетающиеся между собой сорта сыра и легкая закуска к ним. Специалистами UP BRANDS был осуществлён успешный запуск бренда: разработаны название и слоганы, фирменный стиль, дизайн линии упаковок, а также созданы рекламные и презентационные материалы для эффективного продвижения в ритейл сетях.

Феличита

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Российский производитель и переработчик молока с 50-летней историей Молвест представил новинку — бренд Felicita, под которым выпускаются сыры по традиционной итальянской рецептуре. Нашим агентством был разработан дизайн упаковки для сыра брынза. Аппетитная фуд-зона, где сыр традиционно подается с помидорами и зеленью, занимает примерно четверть лицевой части упаковки, идеально сочетаясь с голубым фоном, что придает внешнему виду легкость, дополняя
логотип Felicita, что переводится как счастье.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Балалайкино

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Бренд Балалайкино призван подчеркнуть уникальные вкусовые качества продукта и главную его ценность — традиционную рецептуру сливочного масла, которым славится Алтайский край. Балалайкино - это вымышленная деревня, где царит атмосфера уюта, тепла и веселья. Как видно из названия, образом бренда является исконно русский инструмент — балалайка, которую называют русской душой. И действительно, образ балалайки находит теплый отклик в душе каждого русского человека, а звук этого инструмента столь же мягок, как сливочное масло Балалайкино.

Экоагрофарминг

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линеек

О проекте:
«Экоагрофарминг» – современное высокотехнологичное сельхозпредпредприятие с серьезными перспективами и рациональным подходом к земле. Компания занимается выращиванием высококачественного продовольственного и кормового картофеля в экологически чистом районе Тверской области.

Милава

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Дизайн новых продуктов гармонично сочетает в себе традиционный гастрономический подход к фудстайлингу и хорошо узнаваемый фирменный стиль бренда Милава. В новых линейках ярко и аппетитно раскрыты вкусовые характеристики сыров, подчеркнуты ключевые особенности каждого продукта, четко выстроена вкусовая дифференциация. Новая упаковка призвана подчеркнуть натуральность и отличные вкусовые качества белорусской продукции.

Milnaad
С ПАПРИКОЙ
Milnaad
МОЛОЧНЫЙ
Milnaad
С ЛУК

Слана

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Слана — белорусский бренд молочной продукции с традиционным позиционированием. Для упаковки был разработан бренд-персонаж. Это красивая белокурая девушка, которая предлагает попробовать угощение из плетеной корзинки. Для того, чтобы продукт ассоциировалась с Белоруссией на упаковке был размещен национальный орнамент.

Деревня Масловка

Сделано:
Развитие линейки
POS

О проекте:
Обновленный дизайн упаковки соков и нектаров от компании «Фруктолайн» ярко выделил продукцию среди конкурентов в сегменте недорогих фруктовых и ягодных напитков. Редизайн привел товарную линейку к целостному виду и отразил концепцию доступного качества.

Сибирский дух

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда
Развитие линейки

О проекте:
Морс — это русский национальный напиток с традиционным и понятным для российского потребителя вкусом. Этот напиток востребован круглый год: летом он утоляет жажду, а в осенне-зимний период даёт нашему иммунитету дополнительную поддержку. Морсы «Сибирский дух» - это напоминание современным людям о славных традициях наших предков не только благодаря исключительному вкусу, но и благодаря упаковке в этническом стиле. В основу дизайна упаковки морсов легли авторские иллюстрации, выполненные в технике акварель, а также паттерн с витиеватыми русскими узорами.

Коробочка сока

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Обновленный дизайн упаковки соков и нектаров от компании «Фруктолайн» ярко выделил продукцию среди конкурентов в сегменте недорогих фруктовых и ягодных напитков. Редизайн привел товарную линейку к целостному виду и отразил концепцию доступного качества.

Лето

Сделано:
Создание логотипа и дизайна упаковки

О проекте:
Новый напиток в эконом-сегменте. Дизайн упаковки выделяется крупным изображением фруктов, входящих в состав и контрастным, ярким написанием вкуса продукта. Динамическая подложка в виде красной ленты прекрасно работает с массивным логотипом в виде печати. Таким образом создается образ надежного и сильного бренда, а продукт выглядит солиднее своих «одноклассников».

Фрутик

Сделано:
Ребрендинг
Создание логотипа и дизайна упаковки

О проекте:
Создание линейки напитков на основе натуральных соков. В основе концепции дизайна лежит крупный логотип и запоминающееся название, подчеркивающее наличие натуральных составляющих продукции. Этот вектор поддерживает яркое и аппетитное изображение фруктов. А использование элементов, напоминающих покупателю о теплых чувствах повышает доверие к бренду.

Свой кулинар

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Редизайн упаковки готовых блюд «Свой кулинар» для компании «RBE GROUP» — основного поставщика готовых блюд и кулинарии для Российских Железных Дорог. Агентством был проведен рестайлинг, разработана система дифференциации продуктов и проведена фотосьёмка готовых блюд.

Ясно Вкусно

Сделано:
Создание бренда
Дизайн упаковки

О проекте:
Разработка бренда и создание дизайна упаковки для линейки наггетсов от Сибирской Аграрной группы. Бренд «Ясно Вкусно» нацелен на современную молодую аудиторию, которым важно все успевать. Поэтому основной акцент в концепции был сделан на простоту и удобство потребления продукта с помощью крупных изображений способов разогрева на лицевой стороне и лаконичной инфографики на оборотной стороне упаковки.

Garuda

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Перед агентством стояла задача выделить новый бренд испанского оливкового масла на полке. Агентством была разработана концепция, в которой обыгрывалось название бренда. В рамках проекта была создана авторская иллюстрация крыла, которая транслировалось на линейку продукции.

Мука Мартин

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Дизайн упаковки линейки муки «Мартин» для локального рынка. Для того чтобы сделать дизайн более эмоциональным и домашним в проекте были использованы авторские иллюстрации и отрисован паттерн из колосков.

Merista

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Разработка нового бренда макаронных изделий в высоком ценовом сегменте. Название «Merista» — неологизм, созданный на основе итальянских слов «Meravigliosa» и «Vista», что переводится как «прекрасный вид». В дизайне используется интересный шрифт в виде макарон, которым написано название продукта. Фотоизображения свежего базилика с томатом на пастельном фоне делают упаковку аппетитной и вызывают ассоциации с Италией. Чтобы покупатель смог убедиться в отличном качестве продукта на упаковке было добавлено продуктовое окно.

Воронежский шампиньон

UP BRANDS

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
Создание нового бренда для российской компании по выращиванию грибов. Название отражает региональную принадлежность продукта. В качестве триггеров, привлекающих внимание покупателя, используются чистые свежие цвета, аппетитное изображение шампиньонов и зеленые листики, подчеркивающие экологичность и натуральность продукта.

Дизайн упаковки

Сунжа овощи

Сделано:
Создание бренда
Дизайн упаковки

О проекте:
Создание упаковки для производства овощей. Акцент на региональную привязку «родом из солнечной Ингушетии» для четкого позиционирования продукта и яркий минималистичный дизайн этикетки, который гармонично сочетается с видом продукта - сочные и аппетитные помидоры всегда привлекают внимание покупателя.

Fruitmap

Сделано:
Создание бренда
Позиционирование
Нейминг
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Разработка нового бренда фасованных фруктов и ягод в высоком ценовом сегменте. Все фрукты и ягоды поставляются из разных стран мира, широкий ассортимент и отменное качество продукции — все это отражено в названии бренда Fruit map и дизайне упаковки.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Энергия моря

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Создание нового бренда в сегменте морских деликатесов. Сильное, благозвучное название, вместе с ярким дизайном и проработанной фудзоной вызывают самые благоприятные ассоциации и пробуждают аппетит. Любители морепродуктов не остались равнодушными к новому продукту и охотно приобретают деликатесы под новой маркой.

ЭНЕРГИЯ МОРЯ
МЯСО КРАБА
камчатского
ЭНЕРГИЯ МОРЯ

ЭНЕРГИЯ МОРЯ
РАКИ
пресноводные

Wild Russia

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Черная икра, часто называемая «черным золотом», — это такой же символ России, как матрёшка или Красная площадь. При разработке атрибутов бренда астраханской черной икры было важно подчеркнуть благородство этого деликатеса и отразить образы, определяемые культурным кодом России. Миссия бренда — возродить лучшие национальные традиции производства классической икры осетровых рыб. Агентством было разработано название бренда, дизайн упаковки для линейки черной икры и презентационные материалы.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Risma

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда

О проекте:
Разработка дизайна упаковки для производителя морепродуктов и ингредиентов для японской кухни премиального качества с целью выхода на новый рынок. Лаконичная чистая упаковка с проработанной графической подачей продукта отлично привлекает внимание целевой аудитории и эффективно дифференцирует линейки внутри бренда. В рамках проекта была проведена профессиональная фотосъёмка продукции.

Дизайн упаковки

RISMA
QUALITY AND SERVICE
SUSHI
GINGER
1000 g
生姜

RISMA
QUALITY AND SERVICE
SUSHI
GINGER
1000 g
生姜

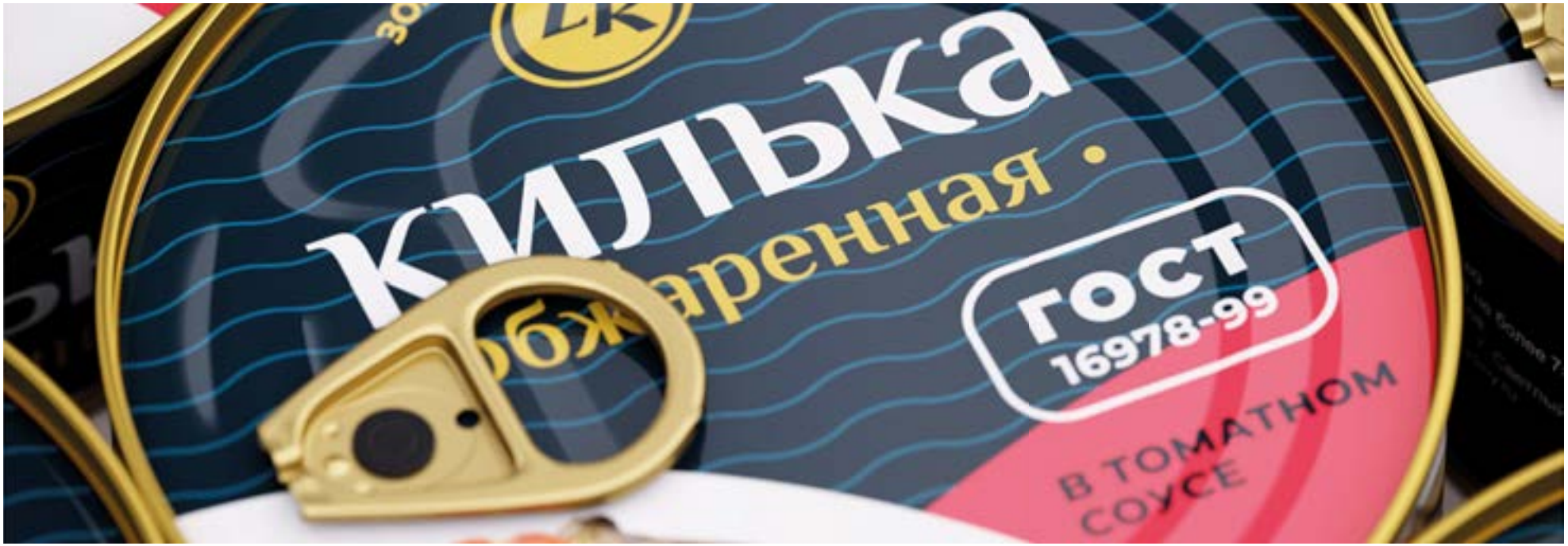
RISMA
QUALITY AND SERVICE
ROASTED EEL
うなぎ

RISMA
QUALITY AND SERVICE
IZUMI-DAI
9/11 OZ/PC
とまり木

RISMA
QUALITY AND SERVICE
NORI GOLD
100 SHEETS
紫菜
CHINESE
TRADITIONS

RISMA
QUALITY AND SERVICE
SEASONED
SEAWEED SALAD
1000 g

RISMA
QUALITY AND SERVICE
WASABI
POWDER
1000 g
わさび



Золотистая рыбка

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Агентством был проведен редизайн упаковки для рыбных консервов «Золотистая рыбка». В рамках проекта была разработан новый логотип и создана единая концепция дизайна упаковки. Помимо аппетитного фотоизображения для каждого вида рыбы была придумана цветовая дифференциация. Отдельная концепция упаковки была разработана для шпрот, которые вылавливают в Балтийском море. В данном дизайне использовано классическое для продукта сочетание золотого и черного цветов. Большую часть этикетки занимает иллюстрация прибалтийского города.

Жемчужина Морей

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Создание бренда
Позиционирование

О проекте:
Агентство UP BRANDS разработало позиционирование, название и дизайн упаковки для линейки бренда.
В рамках проекта было проведено тестирование дизайна. Выбранная концепция представляет собой лаконичный дизайн с современной графикой, которая ассоциируется с морской тематикой. Для дифференциации продукции были использованы цвет и графические элементы. Продукция бренда имеет единую стилистику, которая хорошо выделяется на полке и привлекает внимание покупателей.

Osterfish

Сделано:
Дизайн упаковки

О проекте:
«Osterfish» — бренд рыбных консервов и морепродуктов от компании «Фаворит». Перед агентством стояла задача разработать дизайн, который удержит внимание старой аудитории и привлечет новую. Агентство провело рестайлинг логотипа и этикетки с сохранением преемственности. Обновленный дизайн упаковки стал выразительнее, ярче и привлекательнее для потребителей.

Ultra Fish

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Редизайн упаковки для поставщика рыбной продукции «УльтраФиш». Использование крупных геометрических форм в тёмной цветовой гамме с золотыми акцентами и яркие фотографии продукции отражают премиальное позиционирование бренда. Упаковка подчеркивает высокое качество и вкус продукции.

MAMA ULTIMATE

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Перед агентством стояла задача «освежить» дизайн упаковки продукции Mama Ultimate, сделать его лаконичным и современным. В процессе работы был изменен логотип, где акцент перешел на слово «mama», такое привычное русскому человеку. Также был упрощен знак «Green Label», который согласуется с обновленным логотипом. Новый дизайн легко адаптируется на линейку средств для мытья посуды Mama Ultimate и делает выбор потребителя проще и комфортнее.

Yes's

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Нашим агентством был разработан дизайн упаковки для линейки непродовольственных товаров под брендом Yes's. Новая упаковка призвана подчеркнуть легкость и гигиеничность продукции. После проведенного редизайна товары Yes's стали выглядеть современнее и заняли достойное место на полках магазинов.

Yes's
ВАТНЫЕ ПАЛОЧКИ
Плотная наметка
100% хлопок
200 штук

64 штук
Yes's
ВЛАЖНЫЕ САЛФЕТКИ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ОЧИЩАЮЩИЕ
Содержат экстракты ромашки и календулы
Не содержат спирт

Было:

yes's
toilet paper
туалетная бумага

Стало:

Yes's
Deluxe
Туалетная бумага
8
3

Yes's
Ватные диски
100%
120

Анолит

Сделано:
Разработка стратегии позиционирования
Создание логотипа и дизайна упаковки
Дизайн сайта и промо материалов
Комплексный digital-маркетинг

О проекте:
В условиях пандемии особенно важно было выделить новый бренд в сегменте дезинфицирующих средств. Акценты на эффективности и безопасности, подкрепленные научными исследованиями, сделали свое дело. Новый продукт активно вошел на рынок и завоевал доверие потребителей. В настоящее время бренд активно развивается и выводит свою продукцию как в розничные сети, так и осуществляет поставки коммерческим организациям.

Гудмэн жидкое мыло

Сделано:
Концепция дизайна упаковки
Адаптация на товарную линейку

О проекте:
Новая линейка натурального жидкого мыла для животных получила уникальную визуальную концепцию благодаря авторским иллюстрациям и оригинальной верстке элементов этикетки. Стилистика изображений, входящих в состав мыла природных компонентов, отражает суть продукции бренда — натуральность, качество и ответственный подход к деталям. Удачно подобранные шрифтовые группы позволяют потребителю удобно идентифицировать продукт на полке и упрощает решение о покупке.

Гудмэн Шампуни

Сделано:
Концепция дизайна упаковки
Адаптация на товарную линейку

О проекте:
Российская компания «Гудмэн» выпускает лекарственные и косметические средства для домашних животных. Благодаря собственной лаборатории и качественному сырью для питомцев производятся эффективные и безопасные продукты. Шампуни «Гудмэн» – это нежные формулы, которые могут использоваться даже для маленьких щенков и котят, а также для животных, чья кожа нуждается в бережном и деликатном уходе. Агентством был разработан дизайн упаковки для линейки шампуней «Доктор».

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Ecomatic

Сделано:
Дизайн упаковки
Адаптация на линейку продукции

О проекте:
Дизайн упаковки стиральных порошков «Ecomatic» был создан в результате реализации стратегии позиционирования продукта с акцентом на корейское производство, определяющее высокое качество при сохранении доступной цены. Яркий лаконичный дизайн с использованием корейских иероглифов наряду с русскоязычным описанием, наглядная инфографика и акцент на экологичность порошка выполняют поставленную задачу на все 100%.

Eurostek

Сделано:
Дизайн упаковки
Ребрендинг

О проекте:
Обновление бренда и создание дизайна упаковки для линейки посуды из нержавеющей стали и кухонных аксессуаров. Для удобства и единообразия использования элементов фирменного стиля мы разработали универсальную модульную систему дизайна, которая позволит адаптировать дизайн на любой вид товара и тип упаковки, сохраняя узнаваемость и целостный образ бренда.

Гудмэн Биолизин

UP BRANDS

Сделано:
Дизайн упаковки
Развитие линейки

О проекте:
Оформление упаковки биологически активных добавок для собак. В основу концепции легли монохромные изображения собак с яркими акцентами в виде плашек и инфографики. Строгий дизайн выглядит профессионально и подчеркивает эффективность продукта.

Дизайн упаковки

VanStore

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
Ребрендинг упаковок аксессуаров для ванных комнат. Строгие формы, выдержанные в ярких, насыщенных цветах, выделяют продукцию компании на полке среди конкурентов. Качественная проработка изображения карниза, вместе с заметными надписями дают чёткое понимание, какой продукт находится внутри.

Silca

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки

О проекте:
«SILCAMED» — международный бренд в сегменте зубных паст и средств по уходу за полостью рта. Компания производит продукцию высокого качества для России и стран СНГ. Линейка зубных паст бренда «SILCAMED» представлена широким ассортимент профессиональных рецептур, обеспечивающих эффективное решение любой задачи. Агентством были разработаны дизайны для немецкой и корейской линеек зубных паст.

Дизайн упаковки

UP BRANDS

Semily

Сделано:
Ребрендинг
Дизайн упаковки
Фирменный стиль
Digital маркетинг
Позиционирование

О проекте:
Semily — это российская торговая марка недорогой уходовой косметики. В рамках ребрендинга было сформировано актуальное позиционирование. Фокус сделан на молодых современных женщин, которые покупают косметику на маркетплейсах.

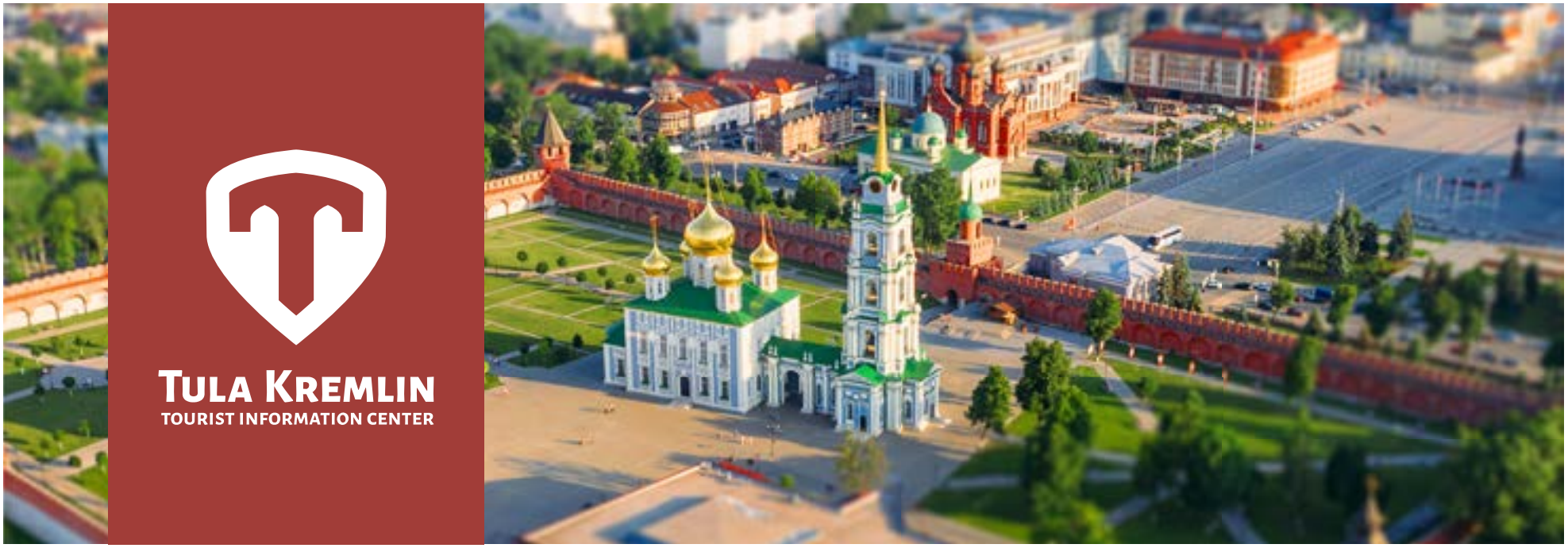
Для бренда была создана единая дизайн-система. Мы сделали дизайн упаковки всех базовых позиций бренда, выработали единый подход к 3D визуализации и фотосъёмке товаров. Придумали узнаваемый шаблон карточек товаров для маркетплейсов, который моментально показал прирост выкупа в Wildberries на 87,5%.

UP BRANDS

PORTFOLIO
АЙДЕНТИКА

UP BRANDS

Айдентика



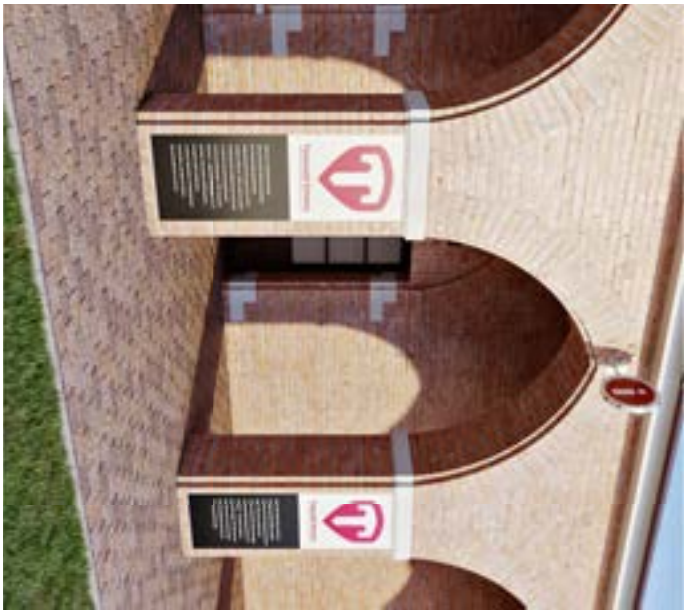
ТИЦ «Тульский Кремль»

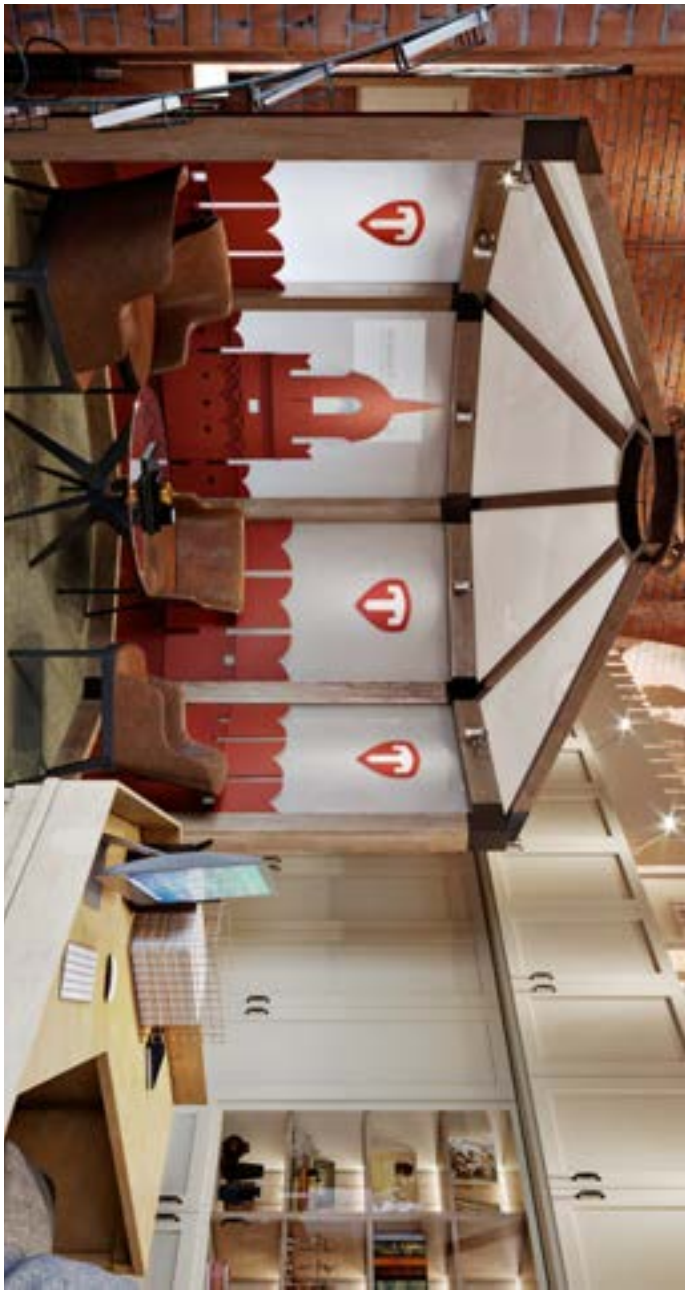
Тула — город самоваров, пряников и оружейников, известный своими мастерами и героями. Но помимо этих примечательностей визитной карточкой города является Тульский кремль, древнейшее сооружение города, памятник архитектуры XVI века.

Основой фирменного стиля стал военнооружейный символизм, испокон веков являющийся неотъемлемой составляющей Тулы, поскольку «Тула веками оружие ковала». Логотип состоит из знака, где объединены как элементы геральдики в виде щита, так и узнаваемые всеми очертания деталей стен и башен Тульского кремля в контрформах буквы Т, и шрифтового начертания, которое тонко подчёркивает и усиливает восприятие логотипа. За основу цветового решения были взяты карминово-красный и тёмно-серый цвета, такое сочетания создаёт ассоциации с культурным и сдержанным направлением.

Фирменный стиль призван сделать «Тульский кремль» главным ТИЦ в Тульской области, представив его в роли отправной точки для путешествия по значимым историческим местам, ведь не зря слоган этого места гласит «Все начинается с главного».

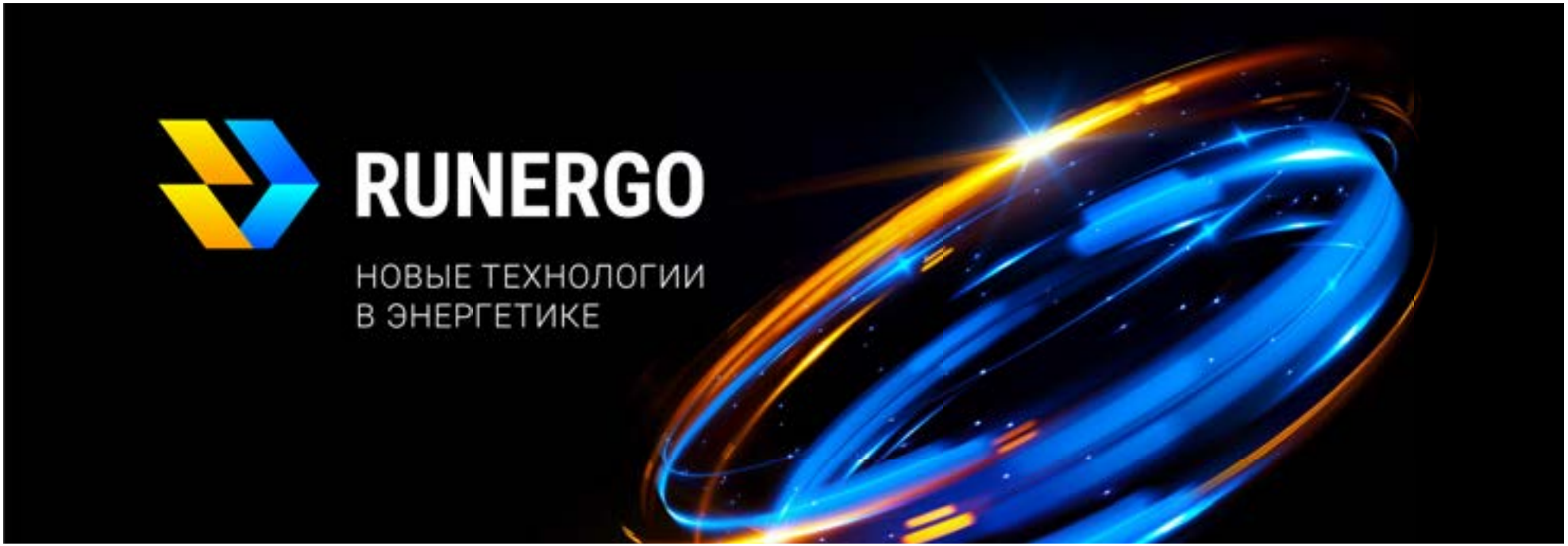
Сделано:
Стратегия
Фирменный стиль
Брендбук
Дизайн пространства
Архитектурный проект





Тульский Кремль
Афиша
ТУЛЬСКИЙ МУЗЕЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ
Тульский Кремль
КУЛИКОВСКАЯ БИТВА

Тульский Кремль



Runergo

«Рунерго» — компания, миссией которой является развитие и внедрение в России новых технологий в энергетической сфере.

Одним из новых направлений компании является популяризация в промышленности и домашних хозяйствах возобновляемых источников энергии, внедрение в общественный транспорт, каршеринг и личный транспорт электрифицированных, экологически чистых средств передвижения, внедрение систем умного дома и энергосбережения на предприятиях.

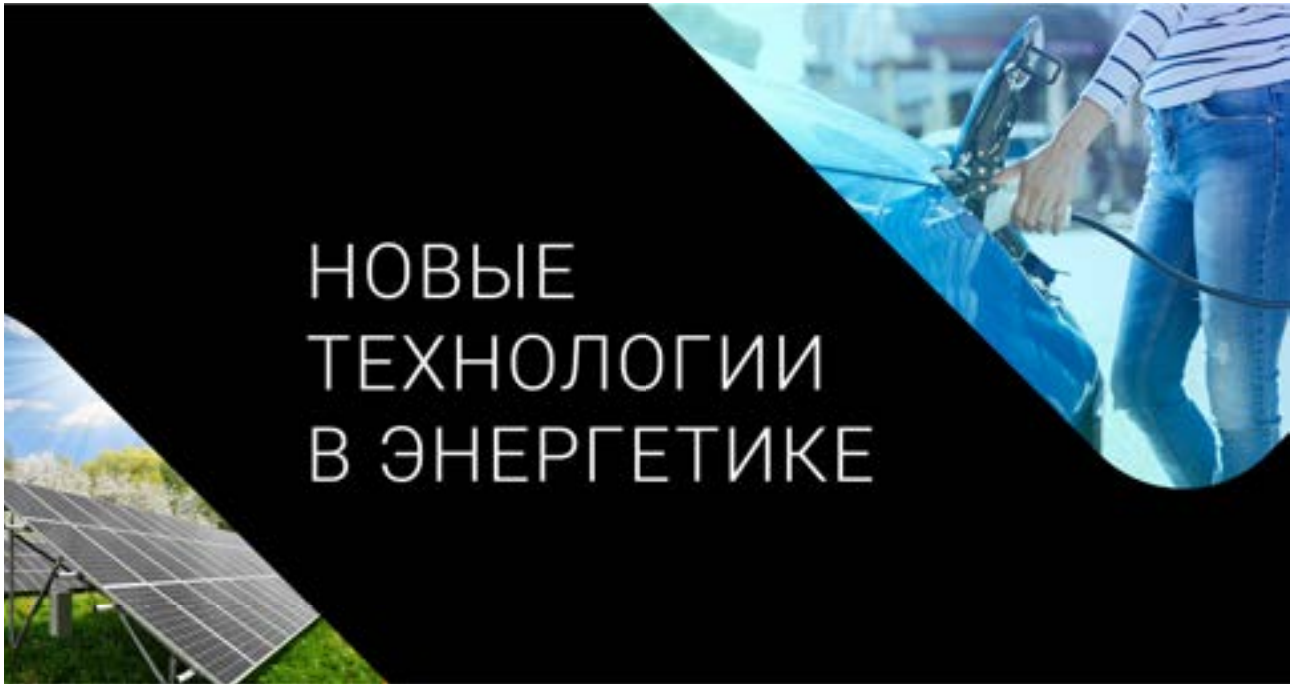
В UP BRANDS был проведен комплексный ребрендинг фирменного стиля компании согласно новому вектору развития компании.
Разработана новая платформа бренда, на основе которой был придуман новый слоган, отражающий суть текущей деятельности организации.

Создан обновленный фирменный стиль, в том числе переработан логотип и вся фирменная айдентика, создан гайдлайн, включающий стандарты оформления презентационных материалы для ключевых направлений деятельности.

Сделано:
Ребрендинг
Фирменный стиль
Брендбук

RUNERGO
ДОЛЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ ПО ВСЕМУ МИРУ
26%
СОВОКУПНАЯ МОЩНОСТЬ УСТАНОВОК ВОЗОБНОВЛЯЕМ ЭНЕРГЕТИКИ
2400 ГВт
ДОЛЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РОССИИ

RUNERGO


НОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
В ЭНЕРГЕТИКЕ

Авиа Фэд Сервис

Был проведен комплексный ребрендинг компании «АвиаФэдСервис» с целью отстройки от ближайших конкурентов и повышения имиджевой составляющий бренда.Мы побывали на производстве компании, познакомились с сотрудниками и некоторыми внутренними процессами для детального погружения в бизнес клиента. В результате проведенных интервью и исследований рынка ремонта и обслуживания авиационной техники, была создана обновленная концепция фирменного стиля.

В разработанном руководстве по использованию элементов нового корпоративного стиля были описаны правила использования логотипа, оформления деловой документации, канцелярских принадлежностей, а также была подобрана линейка необычной сувенирной продукции, которая будет удивлять и радовать партнеров и клиентов компании.

Сделано:
Ребрендинг
Фирменный стиль
Брендбук

Шелякина
Алла Николаевна
АФС

АФС

АФС

АФС

Открытые Решения

Открытые решения — компания по разработке комплексных ИТ-решений. Ключевой задачей работы с данной фирмой был рестайлинг текущего образа бренда с целью создания инновационного, стильного и технологичного имиджа, который будет вызывать у клиентов ощущение доверия и уверенности в высоком качестве предоставляемых услуг.

Глубокий рестайлинг затронул каждый элемент стилистики: начертание, логотип, цветовое кодирование, фирменный узор. Такие изменения не могли не отразиться на позиционировании бренда: «плюс один» к профессионализму и классу предоставления услуг.

Сделано:
Ребрендинг
Фирменный стиль
Дизайн сайта
Брендбук

Открытые
Решения_
Открытые
решения_
Открытые
Решения_
Открытые
решения_
Мы работ
Delphi Tpo

DAR

Компания «ДмитровАгроРесурс» — это известный на рынке поставщик техники и оборудования для сельского хозяйства. Обновление логотипа и фирменного стиля — показатель развития и роста компании, которая имеет множество партнеров, в том числе и западных. Новый логотип стал более строгим и лаконичным, а фирменный зеленый отражает деятельность предприятия и символизирует плодородную почву.

Ребрендинг призван сместить фокус с сельхозпредприятия на современную и технологичную компанию. Слоган «Технологии для сельского хозяйства» усиливает новое восприятие компании в сознании постоянных и будущих заказчиков.

Сделано:
Стратегия
Фирменный стиль
Ребрендинг
Брендбук

DAR
О КОМПАНИИ
УСЛУГИ
Лизинг
Кредит
Trade-in
Barter
DAR
ГРУППА КОМПАНИИ
AMAZONE

DAR

Agroflex

Компания «Агро-Флэкс» является производителем сухих завтраков и переработчиком круп собственного производства, выпускаемых с 1993 года. Принципами деятельности предприятия являются высокое качество продукции и доступность для потребителя.

В UP BRANDS был проведен ребрендинг фирменного стиля. В рамках обновленного фирменного фирменного стиля был разработан дизан католога продукции, корпоративный сайт, обновлена айдентика, создано руководство по управлению фирменным стилем.

Сделано:
Ребрендинг
Фирменный стиль
Дизайн сайта
Брендбук

AGRO FLEX
AGRO FLEX

AGRO FLEX
АГРО ФЛЭКС

АГРО ФЛЭКС

АГРО ФЛЭКС
История

BUTLER

Специалистами нашего агентства был проведен комплекс работ по созданию бренда в сфере премиальных услуг по ремонту и уходу за обувью, одеждой и аксессуарами. Одна из важных миссий сервиса — сформировать культуру продления «жизни» вещей.В частности регулярного сезонного ухода за обувью.

Положительная тенденция развития сегмента премиальных сервисов продиктовала необходимость создания подобного бренда. В рамках проекта было создано название, разработаны логотип и базовые элементы корпоративной айдентики.
Фирменный стиль призван выделить BUTLER среди конкурентов, обозначить премиальный статус, явно указать на высокое качество оказываемых услуг. Установить контакт с целевой аудиторией и удержать ее внимание.

Сделано:
Создание бренда
Нейминг
Фирменный стиль
Брендбук

BUTLER

BUTLER.
ЗАБОТА О ВАШЕМ ГАРДЕРОБЕ
BUTLER.
BUTLER.
РЕМОНТ И УХО

BUTLER.
BUTLER.
1
2
3

BUTLER.
ЗАБОТА О ВАШЕМ ГАРДЕРОБЕ

MEDAVITA RUSSIA

MEDAVITA – косметический бренд с богатой историей. В 1963 году в Милане Джанкарло Верона – основатель бренда – представил итальянскому рынку первый продукт Medavita – Lotion Concentree, созданный по уникальному старинному рецепту из экстрактов растений и трав. Так Джанкарло Верона стал пионером фитотерапии в косметике. Со дня основания и по сей день компания занимается научными исследованиями природы человеческого волоса. И вот косметика MEDAVITA пришла на российский рынок, чтобы сделать волосы наших красавиц еще более привлекательными. Для завоевания нового рынка необходимо адаптировать бренд и провести рестайлинг. Агентство UP BRANDS разработало концепцию адаптации как визуальных элементов фирменного стиля, так и всех его носителей для выхода MEDOVITA на российский рынок. Константы фирменного стиля не меняются. Тот стиль, который был внедрен итальянскими коллегами, отвечает определенным стратегическим задачам, стоящим перед брендом: увеличивал узнаваемость, подчеркивал премиальность, исключительность и итальянское происхождение продукции.

Сделано:
Стратегия
Фирменный стиль
Рекламные и POS материалы

MEDAVITA

MEDAVITA

MEDAVITA

MEDAVITA
MEDAVITA

Theorie du fluide

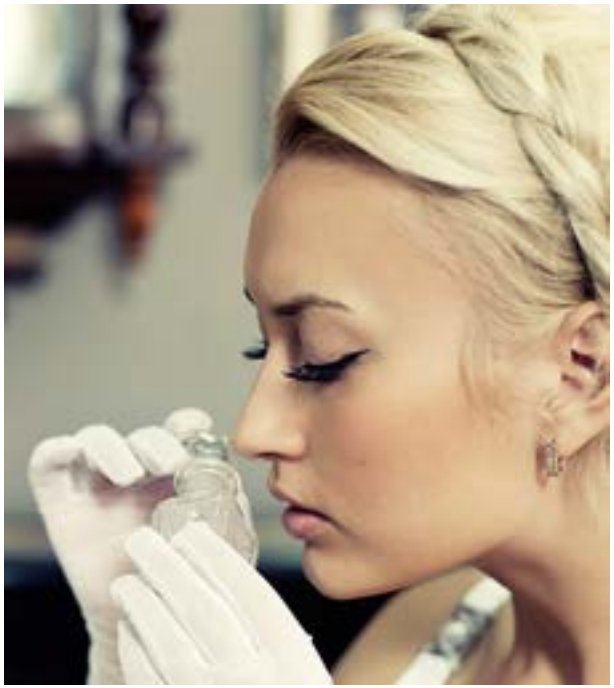
Théorie du fluide — бренд в сегменте розничной продажи селективной парфюмерии. Бренд ориентирован преимущественно на женскую аудиторию.

Завораживающий облик бренда притягивает внимание потенциальных потребителей своей загадочностью, изящностью линий. Théorie du fluide — место, окутанное ореолом романтики. Оно всегда будет притягивать к себе взгляды своей таинственностью, красотой и изысканной роскошью.

Сделано:
Стратегия
Нейминг
Фирменный стиль
Ритейл-бук
Концепция интерьера

Пакеты
Théorie du fluide

Théorie du fluide
Parfumerie Sélective
FIVE O'CLOCK



Входная группа
Théorie du fluide
Ценник

Sointera

Sointera — новое имя института красоты, обеспечивающего широкий спектр эстетических и косметологических услуг на высоком профессиональном уровне.

Полный ремаркетинг бизнес-модели обеспечил создание бренда, нацеленного на потребителей, стремящихся обрести именно свой индивидуальный и неповторимый образ, требующий от мастеров не только профессионализма, но и особого внимания к себе.

Перед творческой группой стояла задача создать бренд не подвластный переменчивой моде, но при этом отвечающий тенденциям рынка и потребительским ожиданиям.

Строгие, но при этом современные визуальные решения заложили твёрдый фундамент позиционирования данной бизнес-модели в приоритетном сегменте, отражая высокие стандарты качества, ставшие эталонными для данного салона красоты.

Сделано:
Стратегия
Нейминг
Фирменный стиль
Брендбук
Концепция интерьера

SOINTERA
ИНСТИТУТ КРАСОТЫ

ПРЕЙСКУРАНТ
SOINTERA
Ламинирование волос
Выпрямление волос
Химическая завивка
BEAUTY UNDER $10
TRY THE SEX DIET & CURB YOUR CARB

SOINTERA
ИНСТИТУТ КРАСОТЫ
Балашиха, пр. Ленина 24
+7 (495) 521-83-07 www.sointera.ru
ВАШ ВЫСОКИЙ СТИЛЬ

SOINTERA
ИНСТИТУТ КРАСОТЫ
Балашиха
пр. Ленина 24
+7 (495) 521-83-07
+7 (495) 521-97-34
www.sointera.ru

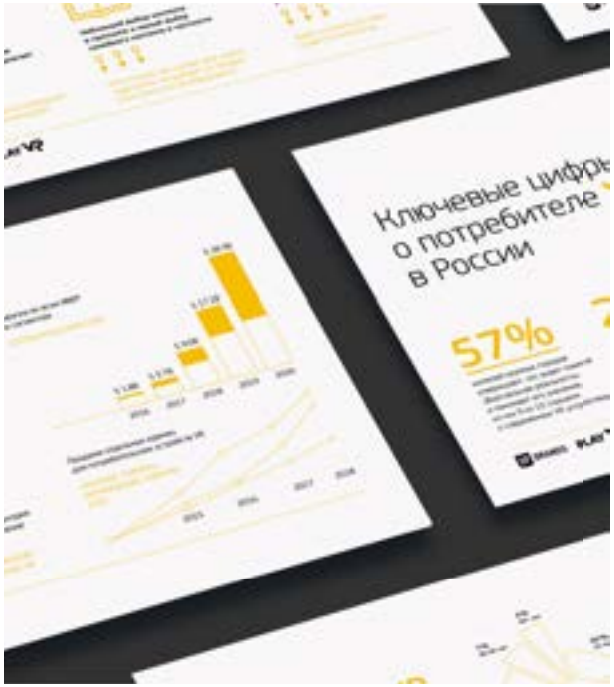
Play VR

За последние несколько лет VR-технологии стали одним из ключевых трендов в развлекательной индустрии. Задавшись целью охватить новые целевые группы и повысить рентабельность бизнеса, самая масштабная сеть залов виртуальной реальности обратилась к нам за помощью.

Мы провели глубокий анализ рынка, на основании которого сформировали новую стратегию позиционированию и платформу бренда, что в комплексе с проведенными работами по обновлению фирменного стиля, созданию яркой айдентики, проработке элементов оформления локаций и рекламных материалов, помогло добиться поставленных целей.

Разработанный визуальный образ в стиле комикса формирует имидж молодежного развлекательного бренда, наделяя его статусом друга, вызывая доверие потребителей, а также эффективно отстраивая от конкурентов в своем сегменте.

Сделано:
Создание бренда
Стратегия
Нейминг
Фирменный стиль
Дизайн пространства
Брендбук


Ключевые цифры
о потребителе
в России
57%

КТО ЛУЧШИЙ СТРЕЛОК?
REVOLVR
PLAY VR
РАЗВИВАЙ РЕАКЦИЮ!
СМЕШАРИКИ
PLAY VR
В АТАКУ!!!
ПИРАТЫ VR
PLAY VR

КТО ЛУЧШИЙ СТРЕЛОК?
ИГРОВОЙ ЗАЛ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ
PLAY VR
RevolVR
ПОПРОБУЙ НОВЫЕ ОЩУЩЕНИЯ ОТ 200 Р!!!

VR

Леоград

Парк развлечений «ЛеоГрад» — это море разнообразных аттракционов и игрового оборудования, семейное кафе, площадка для детей и маркет с сувенирами. Перед нашим агентством стояла задача разработать название, персонажа и фирменный стиль для нового парка развлечений , который будет обладать максимальной узнаваемостью и восприниматься как самое лучшее место для проведения досуга с семьей или друзьями.

Основой визуальной концепции является, созданный в объемном пространстве, динамичный логотип.
Для получения целостного восприятия бренда и узнаваемости, мы также провели работу по оформлению всех элементов, используемых в пространстве парка развлечений, а для поддержания персонажа в интерьере заложены элементы джунглей и образы других животных.

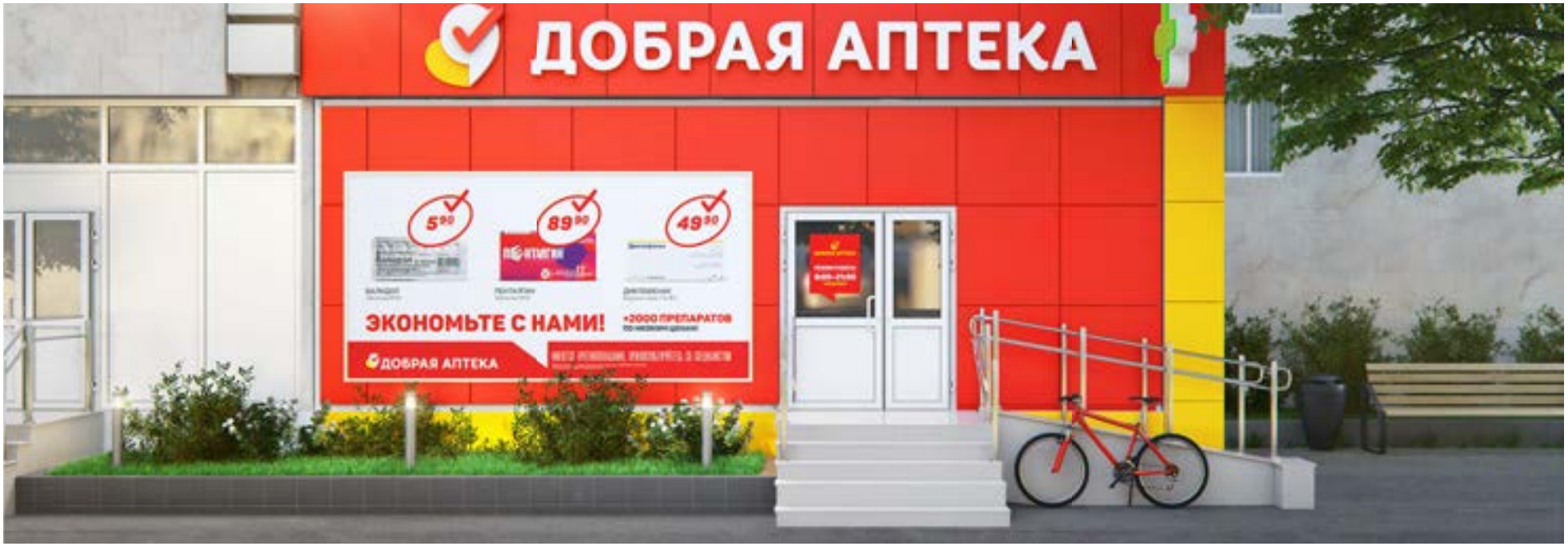
Итогом комплекса работ стал целостный, запоминающийся образ энергичного и располагающего к себе львёнка, который полюбился детям и вызвал доверие родителей.

Сделано:
Создание бренда
Нейминг
Фирменный стиль
Брендбук
Digital маркетинг

Леоград
ПАРК

Леокафе
МЕНЮ
детское

Леоград
ВПЕРЕД
К ПРИКЛЮЧЕНИЯМ!
ТРЦ СОЛОМБАЛА МОЛЛ
+7 921 123-45-67
LEO-GRAD.RU



Добрая Аптека

Сеть аптек-дискаунтеров «Добрая аптека» представляет комплексный подход в вопросах здоровья семьи и сотрудничает с ведущими мировыми и российскими производителями и поставщиками фармацевтической продукции.

Проведенное исследование выявило ряд возможностей для укрепления позиций сети аптек и выделения на фоне конкурентов. Обновление бренда началось с переработки общей концепции и элементов фирменного стиля.
Разработаны стандарты оформления интерьера и экстерьера торговых точек. Создан пакет рекламных материалов для Digital и оффлайн среды. Разработан брендбук, в котором были собраны основные рекомендации по использованию фирменного стиля на различных носителях.

В настоящее время, с целью сохранения высокой эффективности фирменного стиля бренда, специалистами нашего агентства ведется авторский надзор.

Сделано:
Ребрендинг
Стратегия
Фирменный стиль
Ритейл-бук
Дизайн пространства
Реклимные материалы
Digital маркетинг

149 90
БЕЛЫЙ УГОЛЬ
БЕЛЫЙ УГОЛЬ
ТОЛЬКО НЕДЕЛЮ
В ЧЕСТЬ ОТКРЫТИЯ!
ДОБРАЯ АПТЕКА
199 90
ДОКТОР МОМ
НИЗКИЕ ЦЕНЫ –
ЗДОРОВЫЙ ВЫБОР!
ДОБРАЯ АПТЕКА
69 90
МЕЗИН-ФОРТЕ
ТОЛЬКО НЕДЕЛЮ
В ЧЕСТЬ ОТКРЫТИЯ!
ДОБРАЯ АПТЕКА

ДОБРАЯ
АПТЕКА

г. Архангельск, ул. Полевая д.45
тел: +7 8182 631-600
факс: +7 8182 631-600
эл.почта: info@dobrateka.ru
www.dobrateka.ru

Горлица

«Горлица» — это новый бренд российской мебели в среднем сегменте. Мебель «Горлица» сочетает в себе практичность, долговечность и что особенно важно для российской мебели современный дизайн.

В UP BRANDS придумали уютное и патриотичное название, яркую и узнаваемую айдентику и оформление для одного из первых магазинов торговой сети. Создали уникальный логотип и айдентику, придумали дизайн проект пилотного магазина.

Сделано:
Создание бренда
Стратегия
Нейминг
Фирменный стиль
Ритейл-бук
Концепция интерьера

мебель
ГОРЛИЦА
+7 (48439) 7 9090 | ул Жолио-Кюри, д. 9
mebelobninska.ru

СОЗДАЁМ
УЮТ
мебель
ГОРЛИЦА

ДИВАНЫ
И КРЕСЛА

Cotton Hugs

Агентством UP BRANDS был разработан новый бренд детской одежды и товаров для сна. Концепция бренда раскрывается в его названии: Cotton hugs — это натуральный хлопок, забота и качество. Cotton hugs — это не просто бренд, это целая философия. Детство должно быть наполнено радостью и уютом, продукция компании поможет создать такую атмосферу в каждой семье.

Бренд создан для заботливых родителей, которые хотят обеспечить максимальный комфорт своим детям во время сна и отдыха. Коллекция «Cotton hugs» включает в себя модели со стильными принтами, которые понравятся как мальчикам, так и девочкам. Продукция бренда изготовлена из натурального хлопка, который приятен на ощупь и позволяет коже дышать, не вызывая аллергических реакций. Материал изделий хорошо сохраняет тепло и не накапливает статическое электричество.

Сделано:
Нейминг
Дизайн упаковки
Фирменный стиль
Создание бренда
Брендбук
Позиционирование

c·h
cotton
hugs

c·h
cotton
hugs

c·h
cotton
hugs

c·h
cotton
hugs