

# ПРОЕКТЫ УЧАСТНИКИ В НОМИНАЦИЯХ

- Лучшая мотивационная программа
- Лучший мерчандайзинг
- Оформление категории (полочное оформление)
- Лучший проект в области категорийного менеджмента
- Лучшая Shopper Marketing кампания
- Ритейл-брендинг
- Цифровые решения в точках продаж
- Торцы (торцевое оформление)
- ЭКО POSM
- Shop-in-Shop (разделение по категориям)
- Shop Design (в том числе Pop-Up Store и Витрины)
- Оформление коммерческого пространства
- Popai Student Design Awards



# СПОНСОРЫ 2024!

POPAI RUSSIA  
АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ

Генеральный информационный партнёр



**retail.ru**  
ритейлеру и поставщику

Официальные партнёры:

**PUBLIC TOTEM**  
SINCE 1991

**30 corall GROUP**  
MARKETING COMMUNICATIONS COMPANY

Стратегические партнёры:

 **лазерстиль**  
рекламно-производственная компания

**Intelligence**

Digital партнёр:



Popai Student Design Awards:

**VIRTU**

Дизайн партнёр:

**REDIN**

Полиграфический партнёр:



Партнёр Церемонии награждения:

**IS** INSCOM  
Solutions

## Лучшая мотивационная программа в области торгового маркетинга

### Номинант



### Описание:

Мотивационная программа СЛПК направлена на стимулирование продаж бумаги оптовым покупателям. B2B Сегмент. За регистрацию накладных на портале клиентам начисляются баллы, которые они могут потратить на привилегии - паллеты с бумагой, сертификаты на подарки и офисную канцелярию

Компания:  
ООО «Революшн»

Заказчик:  
Сыктывкарский ЛПК

Бренд:  
Снегурочка, Чайка, Projecta, Cartblank

Intelligence

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ  
КОМПАНИЯ



+7 495 023 88 88 ♦ info@in-adv.com

## Мотивация — ключ к успешному мерчендайзингу

### Номинант



### Описание:

Как улучшить выкладку и сохранить бюджет? Ответом стала мотивационная программа для полевого персонала, в рамках которой происходила оптимизация мерчендайзинговых ресурсов. По приоритетным позициям компании Эссен Продакшн АГ осуществляется мерчендайзинг с повышенными ставками, что позволило добиться лучшей выкладки на рынке.

Компания:  
R!evolution

Заказчик:  
Эссен Продакшн АГ

## Разработка и реализация новой стратегии мерчендайзинга (совмещенного) для увеличения охвата торговых точек, представленности продукта на полке и роста продаж при сохранении бюджета на мерчендайзинг.

### Номинант



### Описание:

Целью проекта являлась разработка новой мерчендайзинговой стратегии для брендов KBK групп: Коктебель, Крымский коньяк и LONGER через использование аналитики данных продаж и корректировку мерчендайзинговых активностей.

Компания:  
GRADUS

Заказчик:  
KBK

## Выделение категории на стандартном стеллаже



### Описание:

Комплект из стопперов и светодиодной подсветки для установки на стандартные стеллажи торговой точки.

Компания:  
ООО «Итон групп»

Заказчик:  
Mars

Бренд:  
Мультибренд

Производитель:  
ООО «Итон групп»

Дизайн:  
ООО «Итон групп»

## Арка и мобайл Мистер Лис

### Номинант



### Описание:

Подвесной мобайл и арка Мистер Лис для сети Магнит. Арка телескопическая, с возможностью адаптировать ее под разные размеры в зависимости от магазина сети, что позволило сэкономить на замерах в каждой точке. В части магазинов изделие использовалось как арка на входе в категорию, в некоторых — как торцевое оформление.

Компания:  
ООО «Коника Минолта»

Заказчик:  
ОПХ

Бренд:  
Мистер Лис

Производитель:  
ООО «Коника Минолта»

Дизайн:  
ООО «Коника Минолта»

## Шоколадная Фабрика



### Описание:

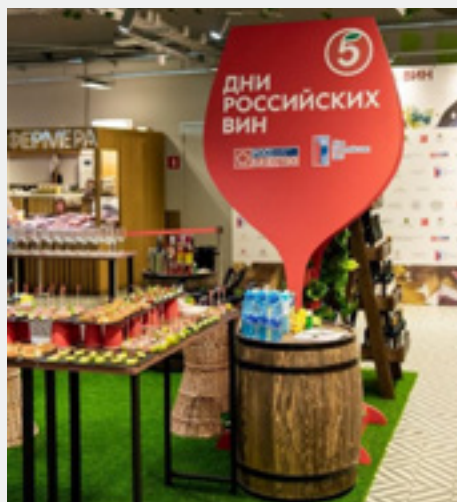
Гипермаркет ЛЕНТА г. Воронеж.  
Проектирование и реализация оформления  
категории «Кондитерские изделия»  
в виде шоколадной фабрики.

Компания:  
ООО «Группа Квадрат»

Заказчик:  
Mars

Бренд:  
Мультибренд

## Импортозамещение в действии: Дни российских вин в «Пятёрочке»



### Описание:

В ситуации активного запроса на импортозамещение несмотря на все законодательные сложности и ограничения нам удалось убедительно рассказать потребителю о российском виноделии, обратить внимание на нашу винную полку и привлечь новых покупателей в категорию. Кампания эффективно решила задачу повышения доверия потребителей к отечественным винам в «Пятёрочке», сделав сложный для выбора продукт понятней. В конечном итоге, кампания привела к росту товарооборота и привлечению новых покупателей вин в «Пятёрочку».

Компания:  
ТС «Пятёрочка»

Заказчик:  
ООО «Агроторг»

Бренд:  
«Пятёрочка»

## Раскрась свое утро!



### Описание:

Любятово с брендами детских готовых завтраков Unicorn, Chocozavr и Dinosaurs провели кампанию «Раскрась своё утро!» в период с 15.05.23 — 15.09.23 года. Целью было увеличить продажи, но не через обычное промо, а создать 360° проект, который позволит достичь вау-KPI и вау-отклик от целевой аудитории.

Тотал выполнение по охватам — 132%,  
по показам — 129%, по кликам — 104%,  
по регистрациям медиа — 145%,  
по чекам — 100%.

Компания:  
ООО «Прогрешен»

Заказчик:  
ООО «Любятово»

Бренд:  
Unicorn, Chocozavr, Dinosaurs

## «Магазин сокровищ» в «Пятёрочке»



### Описание:

В коммуникации детских акций в категории фуд-ритейла принято фокусно обращаться к детям на «детском» языке. Мы пошли другим путем. Путем объединения взрослых и детей: начиная от продукта (старинные монеты) и заканчивая выбором селебрити и стилистикой ролика. Кроме того, в кампании мы сделали из детей настоящих пиратов, вместо того чтобы показывать «игру в пиратов», как это обычно делается в категории, что позволило выделить акцию на фоне аналогичных.

Компания:  
ТC «Пятёрочка»

Заказчик:  
ООО «Агроторг»

Бренд:  
«Пятёрочка»



## Lassie



### Описание:

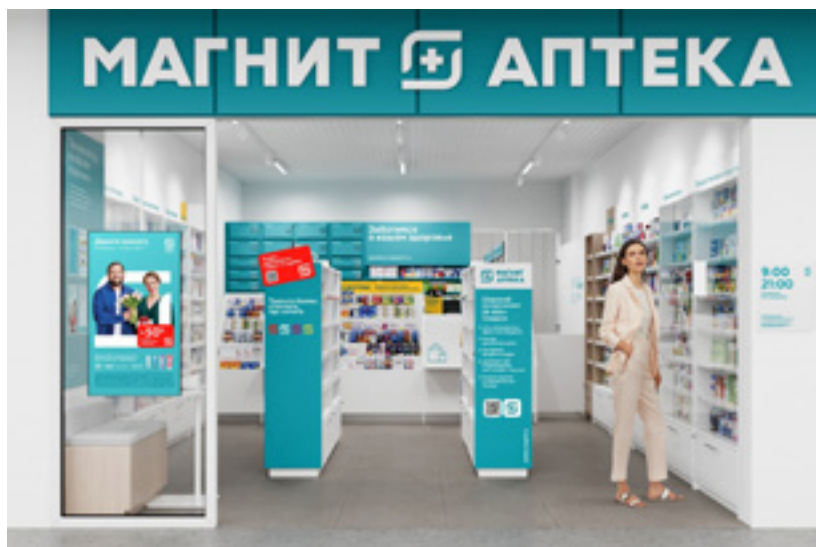
Команда Lassie обратилась в агентство за комплексной разработкой ритейл-бренда, начиная с создания бренд-платформы и айдентики до детальной ритейл-концепции магазина. Разнообразие скандинавской природы и широкий ассортимент бренда натолкнули на переосмысление традиционных скандинавских цветов. Фирменными цветами Lassie были выбраны тёмно-синий Blue Gulf, который символизирует кристально чистые озёра и фьорды Скандинавии, и светло-голубой Iceberg, который является воплощением многочисленных ледников и ясного неба. Дополнительными цветами бренда являются светло-зелёный Green Sprout, лососёвый Salmon и графитовый Silver Sand. Они служат для дифференциации коммуникационных макетов — имиджевых ситуационных и продуктовых. Чтобы подчеркнуть финские корни и продуманную технологичность бренда Lassie, дизайнеры агентства создали серию графических элементов в виде линий, которые ненавязчиво отсылают к синим полосам флага Финляндии. Чтобы детский бренд не выглядел слишком сухо, в дополнение к основным элементам были разработаны небольшие геометрические иллюстрации, из которых можно складывать сюжеты на тему бескрайних финских ландшафтов и природы — горы, дома, леса, реки, поля и мягкое северное солнце. Фотостиль построен на абсолютной естественности. Дети не замечают, что их снимают, и поэтому ведут себя соответственно, исследуя окружающий мир.

Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Lassie

Бренд:  
Lassie

## Ребрендинг сети «Магнит Аптека»



### Описание:

Мы провели ребрендинг аптек сети «Магнит». Аптеки ранее уже существовали, у них был фирменный стиль, но устаревший и не очень практичный. Одной из главных проблем клиент озвучил плохо работающую навигацию, визуальный и коммуникационный шум в аптеках. С нами в связке работало архитектурное бюро KIDZ. Мы обратились к коллегам за нестандартным взглядом на аптечную категорию. В результате получилась современная аптека, которая сохранила преемственность с точки зрения дизайна и осталась узнаваемой для потребителя, а также обрела дружелюбную и заботливую тональность коммуникации, стала современной и удобной с точки зрения навигации и использования торгового пространства и транслируемых коммуникаций. В результате тестирования пилотного объекта обновлённая Магнит Аптека получила высокие оценки по ряду важных показателей: на 85% увеличился РТО и на 61% вырос трафик.

Компания:  
Брендинговое агентство Depot

Заказчик:  
АО «Тандер»

Бренд:  
Магнит Аптека

## Маkро Local

### Номинант



Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Маkро

Бренд:  
Маkро Local

### Описание:

В начале мая в Узбекистане открылся магазин крупнейшего фуд-ритейлера Маkро в новом дизайне. Новое позиционирование, айдентика и ритейл-концепция Маkро, разработанные агентством, гармонично сочетают в себе атмосферу душевности и сетевые стандарты качества. Позиционирование базируется на теме добрососедства. Бренд Маkро — это «сосед, который стал настоящим другом». За основу визуального кода обновленного бренда команда LINII взяла «руки» — важный символ в Узбекистане, без которого не обходится ни одно приветствие, объятие, выбор продуктов на прилавке и разделение свежего хлеба с другом или соседом. Фотоизображения продуктов в сочетании с рукописными иллюстрациями придают всему стилю человечности. Благодаря контрастному и уникальному сочетанию свежесинего и песочного цветов, Маkро заметно выделяется среди других продуктовых ритейлеров Узбекистана.

**лазерстиль**  
развлекательно-производственная компания

**27 ЛЕТ**  
на рынке рекламы

**raso gabanne**

**СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО (10 000 кв.м.)**

- raw-материалы
- торговое оборудование для брендов
- оформление мест продаж
- shop-in-shop
- комплексное оформление магазинов

**ПОЛНЫЙ СПЕКТР УСЛУГ:**

- дизайн
- производство
- логистика
- монтаж
- сервис

+7 (495) 734-91-56 e-mail: info@laserstyle.ru www.laserstyle.ru

## Визуальная айдентика ресторана ЖЕРАРНЯ

### Номинант



### Описание:

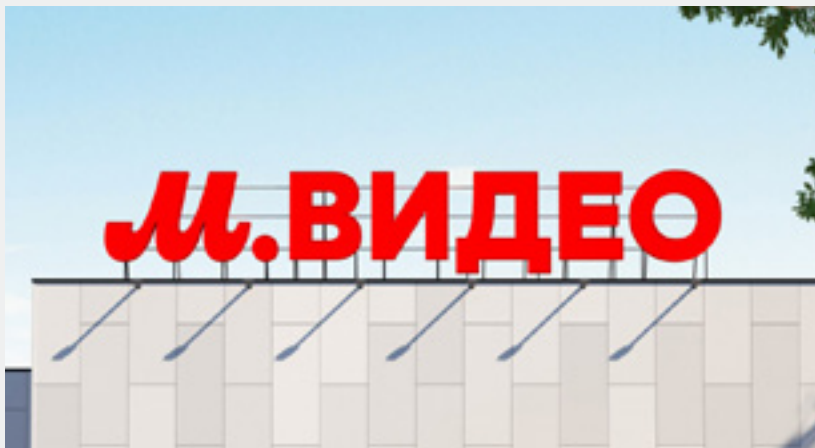
«Жерарня» — небыстро от актёра Жерара Депардье и ресторатора Дениса Иванова, сочетающее в своем меню русскую, французскую и европейскую кухни. Всё, от концепции ресторана до пёстрого интерьера с открытой кухней направлено на сближение посетителя и ресторатора. Чтобы подчеркнуть гостеприимство Жерара, была разработана визуальная айдентика ресторана — лёгкая и атмосферная. Основным элементом стиля стал почерк хозяина, который привносит жизнь и характер в строгую ресторанный типографику. В дополнение, мы разработали ироничные иллюстрации в юмористическом ключе, показывающие различные сценки ресторанной жизни. Объединяя иллюстрацию и типографику мы создаём уникальное графическое решение, которое пронесит нотки французского шарма через всю визуальную коммуникацию ресторана.

Компания:  
ООО Бизнес Дизайн

Заказчик:  
Рестораны Дениса Иванова

Бренд:  
ЖЕРАРНЯ

## М.Видео



### Описание:

Совместно с командой ритейл-гиганта мы сформулировали платформу бренда, обновили логотип, который почти не менялся с 1994 года, модернизировали айдентика и пересмотрели стиль коммуникаций бренда. Наша команда предложила визуальную концепцию Heritage («Наследие»), которая позволит сохранить преемственность и узнаваемость бренда. Мы сохранили знаковую «М», сделав ее стилиобразующим элементом и частью фирменного паттерна. Таким образом, «М» всегда нативно присутствует в макете, но при этом делает его ярким и заметным.

Компания:  
LIII Group

Заказчик:  
М.Видео

Бренд:  
М.Видео

## Брендинг магазина игрушек «Большой детский»



### Описание:

Большой Детский — новый магазина игрушек на Урале с инновационным подходом и уникальным ассортиментом. Проект включал разработку визуальной айдентики, вдохновленной богатым наследием викторианской эпохой, с её выразительными акцидентными шрифтами и изысканными формами, а также новаторскими идеями рубежа веков. Логотип стал отражением эры великих изобретений, захватывающих цирковых представлений, вековых традиций, и предлагает незабываемые впечатления, сопоставимые с посещением магазина «Большой детский». Мы выбрали нестандартный для этой ниши подход к созданию логотипа, используя леттеринг. В результате новая айдентика «Большой детский» успешно сочетает в себе классические и современные элементы, обеспечивая универсальность и гибкость в применении. Стиль эффективен как в минималистичных, так и в более насыщенных цветовых решениях, что позволило магазину занять уникальную нишу на рынке и укрепить свои позиции.

Компания:  
Be Brand People

Заказчик:  
Магазин товаров для детей «Большой детский»

Бренд:  
Большой детский

## Читай-город

### Номинант



### Описание:

«Читай-город» обратился в агентство за редизайном бренда и разработкой ритейл-концепции для своих магазинов. Творческая идея для бренда звучит как «Жизнь в книгах». Айдетика «Читай-города» построена на модификации знака.

Логотип представляет из себя набор книг, сквозь которые можно увидеть нечто больше — и это нечто всегда меняется.

В рамках редизайна также разработаны фирменные иконки, система навигации и графические обозначения зон. Изменения коснулись и внутреннего пространства магазинов.

Первый пилотный магазин «Читай-город» уже можно посетить в «Метрополисе» на Войковской.

Пространство было оптимизировано с учётом пожелания заказчика — разместить на сравнительно небольшой площади множество активностей. Команда агентства разработали покупательский путь, новое зонирование и планировочное решение. В особом стиле оформлена детская зона, зона с комиксами, предусмотрены места для чтения, кофе-корнер с аппаратом, витрины представляют собой лайтбоксы с вписанными в знак фотографиями города. Дизайн-команда упростила и уменьшила количество фирменных цветов в пространстве магазина. За счёт добавления дерева и мягкого освещения в интерьере, магазин стал более уютным и очеловеченным.

Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Читай-город

Бренд:  
Читай-город

## BAON



### Описание:

BAON — бренд женской и мужской одежды в среднем ценовом сегменте с 30-летней историей.

Совместно с агентством ритейлер провёл масштабную работу по уточнению позиционирования, изменению визуального облика и формированию основного вектора для дальнейшего развития: яркой эмоциональной истории с философией «непринуждённой элегантности».

Новая айдентика ритейлера основана на типографике, цветовой палитре и фотостиле. Шрифтовой логотип строится на лаконичности, естественности и красоте. Он делался с нуля специально для BAON. Получился узнаваемый и отражающий характер бренда знак.

Кроме того, были разработаны лого для направлений по стилю и ассортименту, бирки и ярлыки. Фотостиль играет решающую роль, так как максимально передаёт идею и настроение, заложенные в позиционировании. Палитра состоит из богатых и сложных оттенков: молочного, жемчужного, тёплого-серого, коричневого и чёрного. Также присутствуют дополнительные акцентные цвета для специальных линеек и оформления коммуникаций для распродаж и акций.

Компания:  
LIII Group

Заказчик:  
BAON

Бренд:  
Большой детский

## Бренд-зоны KRUPS

### Номинант



### Описание:

Премиальность и строгость бренда KRUPS соединились воедино в цифровых бренд-зонах, размещенных в 22 магазинах сети М-Видео в топовых ТЦ Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников.

Каждая бренд-зона разработана индивидуально под магазин, тем самым наилучшим образом вписывается в торговое пространство.

Огромные бесшовные П-образные LED экраны площадью 4.2м2 размещены в верхней части бренд-зон, размещенных в 2 магазинах М-Видео в ТЦ МЕГА в Москве.

50-дюймовая LCD профпанель размещена на бренд-острове в магазине М-Видео в ТЦ Меркурий в Санкт-Петербурге. 19 настенных LED экранов площадью 1.7м2 каждый размещены в топовых магазинах Москвы, СПб и городов-миллионников.

Digital носители такого формата на бренд-зонах издали привлекают особое внимание покупателей к бренду и к категории кофе-машин и приглашают совершить покупку, тем самым оказывая существенное влияние на увеличение продаж бренда Krups в торговых точках.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
GROUPE SEB

Бренд:  
KRUPS



## Флагманский магазин adidas в ТЦ Мега (г. Алма-Аты)



### Описание:

Флагманский магазин adidas в ТЦ Мега (г. Алма-Аты) разработан с инновационно-технологическим подходом, отвечающим актуальным трендам и потребностям покупателей.

Это современное пространство с цифровыми решениями, создающими эффект полного погружения в атмосферу бренда, вовлекающими покупателя в эмоциональный контакт и максимально комфортный шопинг. Здесь приверженцы бренда могут собираться вместе, став частью семьи adidas, и творить, меняя жизнь к лучшему с помощью спорта. Согласно концепции магазина, все экраны соответствуют нормальному восприятию зрения человека: при всей яркости видеоконтента, он не причиняет дискомфорт глазам.

По данным от клиента омниканальный опыт покупки способствовал увеличению продаж по всем SKU на 11,7% и повышению лояльности клиентов по данным NPS-метрики. Эффективность внедренных диджитал решений подтверждает тот факт, что после открытия флагмана реализовано уже 9 магазинов с таким же форматом внедренных технологий по Казахстану.

Компания:  
ADDREA

Заказчик:  
adidas

Бренд:  
adidas

## Цифровая пирамида МАГНИТ

### Номинант



### Описание:

WOW эффект в ритейле — это коротко о Digital пирамидах, размещенных в ГМ сети МАГНИТ Краснодар и Москвы.

Digital пирамиды, состоящие из подиума для выкладки кондитерской продукции и 30 LED экранов, размещенных по 4 сторонам и синхронизированных друг с другом, с ярким контентом МАГНИТ 30 Лет Празднуем Вместе, являются центром притяжения покупателей торговой сети и увеличивают продажи кондитерских брендов, размещаемых на конструкции, а также обеспечивают широкую выкладку продукции и лучшую цифровую коммуникацию для покупателей.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
МАГНИТ

Бренд:  
Мультибренд

# Торцы (торцевое оформление)

## Торец Rowenta x Karl Lagerfeld



### Описание:

Торцы Karl Lagerfeld размещены в 51 магазине сети М-Видео. Решение разработано в рамках выделения линейки Rowenta Karl Lagerfeld. На торце размещено несколько приборов из линейки Karl Lagerfeld. Приборы меняются в зависимости от стока в магазине и новинок, которые появляются каждый год. Особенность торца — выкладка с универсальными держателями, позволяющая разместить как приборы женской красоты и эпиляторы, так и приборы мужской красоты.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
GROUPE SEB

Бренд:  
ROWENTA

Производитель:  
IAM

Дизайн:  
IAM

## Торцевое оформление Летние вкусы



### Описание:

Торцевая конструкция «Летние вкусы: искусство сочетаний» компании Simple для флагманских магазинов METRO, с кросс-выкладкой и touch-экраном привлекает внимание покупателей, заметно выделяясь в торговом зале за счет своего яркого летнего дизайна, и при этом не выбивается из цветовой гаммы сети. Основная идея — предложить покупателю попробовать новые вкусы, напитки и гастрономические сочетания в формате готовых решений для домашнего отдыха, вечеринки или пикника. Интерактивный каталог оригинальных рецептов коктейлей от бренд-амбассадоров компании Simple на touch-экране, качественные напитки, дополнительные ингредиенты и коктейльные аксессуары — все для приготовления коктейлей на одном стенде.

Компания:  
ООО «Нами»

Заказчик:  
SIMPLE

Бренд:  
Мультибренд

Производитель:  
ООО «Нами»

Дизайн:  
SIMPLE

## Бренд-зона под кондиционеры TCL



### Описание:

Единая система управления медиаконтентом  
Бренд-зона под кондиционеры TCL — это уникальное пространство, где современный дизайн и инновационные технологии сочетаются с комфортом и элегантностью.

Компания:  
ООО «Конь-Огонь»

Заказчик:  
ООО «ТИЭСЭЛ РУС»

Бренд:  
TCL

Производитель:  
ООО «Конь-Огонь»

Дизайн:  
ООО «ТИЭСЭЛ РУС»

## Торец Rowenta Ultimate Experience

### Номинант



### Описание:

Торец разработан в рамках выделения линейки Rowenta Ultimate Experience и героя Hair therapist. Дизайн акцентирует внимание покупателя на уникальном продукте Hair therapist. Выигрышная демо выкладка продуктов из линейки Ultimate Experience позволяет с легкостью взять любой продукт, протестировать в руках, а также включить через предусмотренную в оборудовании розетку, чтобы принять окончательное решение о покупке. Продуктовые ролики на широкоформатном дисплее 37 дюймов, инфокарты с основными USP и демо-выкладка усиливают коммуникацию и облегчают выбор покупателя. Сменный креативный элемент — акцент на уникальном продукте Hair therapist — выделяет инновационный прибор, который восстанавливает волосы. Торцевые дисплеи Rowenta Ultimate Experience размещены в 51 магазине сети М-Видео на всей территории РФ.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
GROUPE SEB

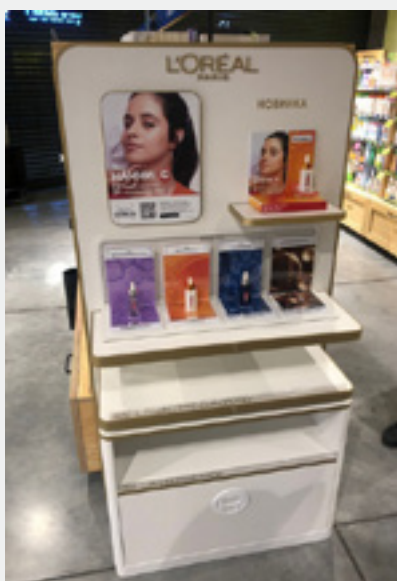
Бренд:  
ROWENTA

Производитель:  
IAM

Дизайн:  
IAM

## Торцы L'Oréal Paris для сети Золотое Яблоко

### Номинант



### Описание:

Производство тиража торцов L'Oréal Paris для сети Золотое Яблоко.

Компания:  
ООО «Конь-Огонь»

Заказчик:  
АО «Л'Ореаль»

Бренд:  
L'Oréal Paris

Производитель:  
ООО «Конь-Огонь»

Дизайн:  
АО «Л'Ореаль»

## Торец Rowenta LC

### Номинант



### Описание:

Торец разработан в рамках запуска продуктов по уходу за одеждой от бренда Rowenta. Дизайн акцентирует внимание покупателя на уникальной подошве MicroSteam 400HD с 400 активными паровыми отверстиями, что обеспечивает лучшее распределение пара: рельефные боковины торца с перфорацией выполнены из МДФ и имитируют подошву утюга. Двухуровневая столешница с размещением 1 утюга и 1 парогенератора демонстрирует, что бренд Rowenta покрывает все категории глажки. Выдвижная гладильная доска позволяет проводить демонстрацию приборов. А встроенная в решение профпанель с дисплеем 32 дюйма обеспечивает лучшую коммуникацию для покупателей по продуктам Rowenta для ухода за одеждой. Торцы размещены в магазинах сети М-Видео в Москве и Ростове-на-Дону.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
GROUPE SEB

Бренд:  
ROWENTA

Производитель:  
IAM

Дизайн:  
IAM

## Экологичные рекламные материалы в «Пятёрочке»

### Номинант



### Описание:

Экологичные рекламные материалы в «Пятёрочке»

Компания:  
 ТС «Пятёрочка»

Заказчик:  
 «Пятёрочка»

Бренд:  
 «Пятёрочка»

Производитель:  
 «Пятёрочка»

## Каскадный препак



### Описание:

Pre-pack – витрина – это альтернатива POSM-дисплеям. Эко-продукт. Полностью состоит из гофрокартонов. Сборка одним человеком из листовых деталей. Для ассортиментного или моно продукта. Для различных категорий товаров. Основные критерии:

- Экологичность
- Удобство
- Надежность
- Дешевизна
- Инновационность

Патент на изобретение RU 2714629

Компания:  
 ООО «IQ-Pack»

Заказчик:  
 ИНТЕР ГРУПП

Бренд:  
 BUCHERON

Производитель:  
 IQ-PACK

## POSM-сет Zewa Summer Collection

## Номинант



## Описание:

Этот набор POSM-сети, разработанный в поддержку летней коллекции, состоящей из театрализации и напольного дисплея, эффективно демонстрирует, как интеграция экологически чистых материалов в торговое пространство может улучшить пользовательский опыт, сохранить основные ценности бренда и иметь те же функциональность и назначение, что и традиционно разработанные POSM.

Компания:  
Public Totem

Заказчик:  
ООО «ЭвоКом»

Бренд:  
Zewa

Производитель:  
Public Totem



# SHOP-IN-SHOP. Косметика и парфюмерия

**2024!**  
**POPAI RUSSIA**  
АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ

## Корнер Maison Francis Kurkdjian в Алматы



### Описание:

Целью проекта стала такая презентация коллекции изысканных ароматов Maison Francis Kurkdjian, которая смогла бы чётко выделить бренд и сделать его максимально узнаваемым в магазине казахстанской сети Французский дом в Алматы.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
Французский  
дом

Бренд:  
Maison Francis  
Kurkdjian

Производитель:  
VIRTU

Дизайн:  
Maison Francis  
Kurkdjian

## Shop-in-Shop Dolce&Gabbana

### Номинант



### Описание:

В рамках данного проекта перед нами стояла задача произвести и смонтировать уникальный по конструктиву Shop-in-Shop для нового аромата Devotion от Dolce&Gabbana в ТРЦ «АФИМОЛЛ Сити». Dolce&Gabbana — это синоним итальянской моды и Сицилийских традиций, роскошь, выраженная в неповторимом и вневременном стиле, сочетающая самые инновационные решения с неизменным духом культурных традиций Средиземноморья. Стильный, восхитительно яркий Shop-in-Shop, созданный для проведения активностей бренда, воплотил роскошь и изысканность Dolce&Gabbana, а так же чувственность и благородность аромата Devotion.

Компания:  
ООО «КОРАЛЛ ГРУПП»

Заказчик:  
ООО «Алькор и Ко»

Бренд:  
Dolce&Gabbana

Производитель:  
ООО «Коралл Групп»

Дизайн:  
ООО «Алькор и Ко» и ООО «Коралл Групп»

## Корнер DOLCE MILK Sahara

### Номинант



### Описание:

Нашей задачей было адаптировать дизайн-концепт, разработанный клиентом для бренда Dolce Milk, для производства корнера в Объединенных Арабских Эмиратах. Ориентированные на покупателя навигация, коммуникация и цветовое решение создали привлекательную среду, в которой покупатели могут изучать и знакомиться с новыми продуктами. Высокая колонна в совокупности с невысокими стеллажами и яркими акцентными светильниками создают открытый обзор и уютную обстановку, вовлекая в путешествие по DOLCE MILK WORLD.

Компания:  
Public Totem

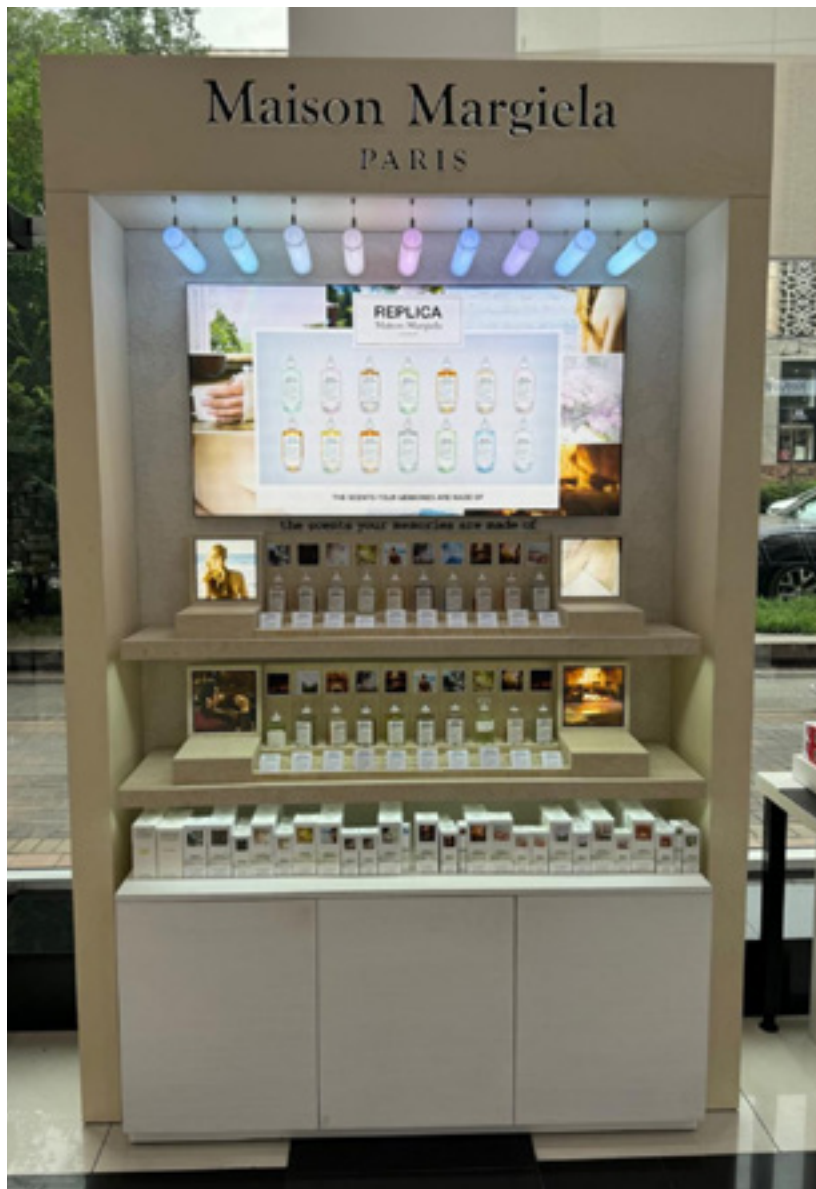
Заказчик:  
ООО «Алькор и Ко»

Бренд:  
Dolce Milk

Производитель:  
Public Totem

Дизайн:  
ООО «Алькор и Ко»

## Корнер Maison Margiela



### Описание:

Перед нами стояла задача ознакомиться с нюансами производства оригинального корнера, произведенного во Франции и полностью воспроизвести в Казахстане со строгим соблюдением гайдлайнов клиента – в том числе с обязательным использованием натурального камня в отделке полочного пространства. Особенность проекта — полностью локальное производство уникального корнера в Казахстане. Используемые материалы при производстве:- Полки и тестер-стенды, включая лайтбоксы, выполнены из натурального камня травертин, доставленного из Киргизии.- Корпус выполнен из МДФ с отделкой декоративной штукатуркой. В корпус инкрустирован световой логотип. — Накопитель – натуральный шпон в белой покраске. — Подсветка ниши – оригинальные светильники ручной сборки.

Компания:  
ООО «КОРАЛЛ ГРУПП»

Заказчик:  
Loreal International  
Distribution

Бренд:  
Maison Margiela

Производитель:  
ООО «Коралл  
Групп»

Дизайн:  
Loreal International  
Distribution

## Гондола Tiziana Terenzi в Алматы



### Описание:

Вывод на рынок Казахстана и повышение узнаваемости коллекции ароматов Tiziana Terenzi стал основной целью проекта по производству и монтажу гондолы Tiziana Terenzi.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
Французский дом

Бренд:  
Tiziana Terenzi

Производитель:  
VIRTU

Дизайн:  
Tiziana Terenzi

# DIGITAL ПАРТНЕР POP AI 2024

**iam**  
INTEGRATED  
ADVERTISING  
& MARKETING

<https://iam-ag.ru>

▶ DIGITAL SIGNAGE

▶ ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И POSM

▶ КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

▶ ТЕХНИЧЕСКИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ



## Редизайн корнера Christian Louboutin

### Номинант



### Описание:

Редизайн выкладки линейки продукции Christian Louboutin позволил преобразить пространство бренда, не меняя остальные элементы дизайна.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
PUIG

Бренд:  
PUIG

Производитель:  
VIRTU

Дизайн:  
PUIG

**В НОГУ СО ВРЕМЕНЕМ.  
И С РИТЕЙЛОМ**

**VIRTU**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ  
ДЛЯ БРЕНДОВ И СЕТЕВОГО РИТЕЙЛА

www.virtu.ru  
info@virtu.ru

## Бренд-зоны KRUPS

### Номинант



### Описание:

Премиальность и строгость бренда Krups соединились воедино в бренд зонах, размещенных в 50 магазинах сети М-Видео. Бренд зоны состоят из 15 различных элементов оборудования (оформление колонн, острова, торцы, тумбы, столы для дегустаций, световые подвесы).

LED экраны большого размера в П-образной и прямой конфигурации издали привлекают внимание покупателя к категории кофе и приглашают совершить покупку.

Черный матовый НРЛ и окрашенный эмалью МДФ подчёркивает премиальность бренда, а акцентные рейки и подсветки на оборудовании в оранжевом цвете подчеркивают гайдлайны бренда.

Выкладка продукции осуществляется на тумбах и торцах, а также на основной колонне/острове, размещенных в центре категории Кофе. В столешнице оборудования есть окошко с натуральными зёрнами кофе для дополнительной передачи кофейной тематики. Внешний вид бренд-зон впечатляет покупателей за счет Digital элементов, комбинации материалов и подсветки.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
GROUPE SEB

Бренд:  
KRUPS

Производитель:  
IAM

Дизайн:  
IAM

## Shop-in-shop GORENJE в магазине М.Видео на Красной Пресне



### Описание:

Бренд-зона кухонной техники GORENJE представляет собой уникальное место в магазине внутри стеклянного куба с внешним брендированием. Внутри куба создана атмосфера современной кухни, где в комфортной обстановке можно оценить все достоинства бытовой техники данной марки.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ГОРЕНЬЕ БТ

Бренд:  
GORENJE

Производитель:  
VIRTU

Дизайн:  
ГОРЕНЬЕ БТ

## Стенд FLIP FOLD

### Номинант



### Описание:

Перед нами стояла задача разработать и создать зону, которая объединяет выкладку смартфонов с гибкими дисплеями в сети М.ВИДЕО. Решение обеспечило хорошую видимость и узнаваемость категории. Ключевыми акцентами стали опоры стола в виде двух раскладных телефонов и зеркальный двухсторонний световой логотип категории – FLIP FOLD.

Компания:  
Public Totem

Заказчик:  
ООО «МВМ»

Бренд:  
М.Видео

Производитель:  
Public Totem

Дизайн:  
Public Totem

## Бренд-зона TV Hisense в магазине М.Видео в Краснодаре



### Описание:

Бренд-зона предоставляет уникальный опыт знакомства с линейкой телевизоров Hisense и стимулирует рост продаж данного бренда в категории телевизионной техники на рынке Краснодара.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ГОРЕНЬЕ БТ

Бренд:  
Hisense

Производитель:  
VIRTU

Дизайн:  
ГОРЕНЬЕ БТ

## Демонстрационное оборудование GORENJE

### Номинант



### Описание:

РПК «ЛазерСтиль» изготовил и смонтировал демонстрационное торговое оборудование для кухонной бытовой техники. Оно помогает потенциальным покупателям оценить внешний вид, функциональность и удобство использования техники перед покупкой. Торговое оборудование выполнено из высококачественных материалов, с применением передовых технологий, которые обеспечивают его долговечность и прочность.

Компания:  
ЛазерСтиль

Заказчик:  
ГОРЕНЬЕ БТ

Бренд:  
Gorenje

Производитель:  
ЛазерСтиль

Дизайн:  
ГОРЕНЬЕ БТ



## Театрализация ROYAL RAVEN

### Номинант

#### Описание:

Интерактивная театрализация торговой марки ROYAL RAVEN в виде Английской красной телефонной будки (без двери) с телефонным аппаратом и аромадиффузором Можжевельник С правой и левой стороны располагаются полки для выкладки товара. На задней стенке размещен лайтбокс. При прохождении покупателя мимо стойки срабатывает датчик движения. Активируется срабатывание телефонного аппарата (звонок). После срабатывания датчика движения воспроизводится 3 звонка. Покупатель заходит в телефонную будку и снимает трубку. В телефонной трубке воспроизводится аудиозапись с описанием УТП джина ROYAL RAVEN. Дополнительно срабатывает аромадиффузор с ароматом можжевельника. Составные части:- телефонная будка с полками для выкладки товара- телефонный аппарат интерактивный (звонит + динамик в трубке)- датчик движения- блок управления- аромадиффузор- лайтбокс в виде бутылки- блок питания 220В



Компания:  
ООО «Аперком»

Заказчик:  
Татспиртпром

Бренд:  
ROYAL RAVEN

Производитель:  
Татспиртпром

Дизайн:  
Аперком/Татспиртпром



## ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА <sup>4PL</sup>



### ТСО APPROACH: ЭФФЕКТЫ

ТСО ФОКУС	ВОЗМОЖНОСТИ	ОЖИДАЕМЫЙ ЭФФЕКТ (%)	ПРИМЕР КЕЙСА
Спецификация	Новые стандарты характеристик хранения	10%	Изменение высоты стандартной паллеты
Процесс	Переработка	4%	Экология: Продажа POSM для переработки
Процесс	Утилизация	1%	
Процесс	Консолидированная доставка разных брендов и бизнес юнитов	20%	«Идеальный грузовик»: Система позволяет автоматически собирать все заявки разных категорий клиента в одну отгрузку
Потребность	Инструменты регулярной работы с неликвидным стоком	11%	Аналитика и отчеты → Каталог Slow movers и распределение до 50% от его POSM
Потребность	Определение оптимального safety stock для POSM прикассовой зоны и прочих постоянных материалов	14%	Внедрение сбора потребности до размещения на производство
Процесс	Оптимизация уровня остатков на складах дистрибьютеров	50%	Интеграция КИС с дистрибьютерами и управление остатками
Процесс	Контроль полной стоимости паллетоместа	10%	Цифровой помощник для заказа кратно упаковки



#### КАК НАЧАТЬ РАБОТУ

- Настройка **Платформы**
- Реализация пилотных инициатив
- Обсуждение результатов
- Масштабирование



#### ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА

- Данные о POSM заносятся в **Платформу**
- Управление идет по заданиям
- Блок аналитики
- Все пользователи интегрированы и работают с одной информацией
- Коммерческая модель прозрачная

**!** Интегрированы дистрибьюторы Alidi, ДМС и многие другие

## Арка Martini Land

### Номинант



### Описание:

Концепт shop-in-shop Арка Martini Land был разработан для гипермаркета Глобус. Данная инсталляция была размещена на площади более 30 м2. Конструкция высотой 3,5 метра возвышается над алкогольной категорией, объединяя собой 2 торцевых стеллажа. В качестве инновационных решений были установлены датчики движения и аудио оборудования, которое включало проигрывание звона бокалов при проходе посетителей под аркой.

Компания:  
ООО «Инсайт»

Заказчик:  
Бакарди Рус

Бренд:  
Martini

Производитель:  
ООО «Инсайт»

Дизайн:  
Бакарди Рус

## Гондолы Tchaikovsky, Lockwood, Gambini в Duty-Free Москвы и Санкт-Петербурга

### Номинант



### Описание:

Гондола для Duty Free создана для продвижения брендов Gambini, Lockwood Gin и Tchaikovsky Vodka. Цель заключалась в разработке привлекательного и функционального пространства, которое бы эффективно демонстрировало продукцию, привлекало внимание покупателей и стимулировало продажи.

Особенности и преимущества:

- Привлекательность: световые элементы и современный дизайн создают неповторимую атмосферу, привлекающую внимание издалека.
- Функциональность: многоуровневые полки и логичное расположение продукции обеспечивают легкий доступ и максимальную видимость всех товаров.
- Универсальность: гондола легко адаптируется для разных продуктов и может быть использована для других брендов при необходимости.
- Качество и детали: каждый элемент тщательно продуман и выполнен из высококачественных материалов, что подчеркивает премиальность представленных брендов.

Компания:  
POS Media Rus

Заказчик:  
Luding

Бренд:  
Tchaikovsky, Lockwood, Gambini

Производитель:  
ООО «Лайфсервис»

Дизайн:  
ООО «ПОС Медиа РУС»

## Цифровая пирамида Магнит



### Описание:

WOW эффект в ритейле — это коротко о Shop-in-Shop инсталляциях Digital пирамида, размещенных в ГМ сети МАГНИТ Краснодара и Москвы. Digital пирамиды, состоящие из подиума для выкладки кондитерской продукции и 30 LED экранов, размещенных по 4 сторонам и синхронизированных друг с другом, с ярким контентом МАГНИТ 30 Лет Празднуем Вместе, являются центром притяжения покупателей торговой сети и увеличивают продажи кондитерских брендов, размещаемых на конструкции, а также обеспечивают широкую выкладку продукции и лучшую цифровую коммуникацию для покупателей.

Цифровая пирамида — это премиальное и технологически сложное решение, которое собирается из более чем 800 элементов, включая более 200 электронных компонентов. Вся электрическая коммутация реализована внутри подиума и центральной колонны. На пирамиде установлено 30 LED экранов с шагом пикселя P2, состоящие из 53 LED модулей. Управление Novastar. Внешний управляющий медиаплеер NEO Box Pro с Wi-Fi/4G с установленной платформой Addrality, позволяет осуществлять онлайн мониторинг работы устройств, а также удаленно управлять контентом. Для пирамиды разработано несколько сценариев воспроизведения контента и настроена синхронизация контента на экранах.

Компания:  
IAM

Заказчик:  
Магнит

Бренд:  
Мультибренд

Производитель:  
IAM

Дизайн:  
IAM

## Автобус Барни

### Номинант



### Описание:

Автобус Барни – это зона, разработанная специально для взаимодействия с детьми за счет добавления веселых и развлекательных элементов. Яркая и масштабная зона, занимающая 6 евро-паллет, буквально останавливает внимание взрослых и детей, вовлекая покупателей и стимулируя продажи бисквитного пирожного Барни.

Компания:  
Public Totem

Заказчик:  
ООО «МОН'ДЭЛИС РУСЬ»

Бренд:  
Барни

Производитель:  
Public Totem

Дизайн:  
Public Totem

## Обновление кофе-корнера в магазинах «Пятёрочка»

### Номинант



### Описание:

«Пятёрочка» внедрила новый дизайн зоны кафе, объединив в одном пространстве категории готовой еды, выпечки и кофе. Ключевая идея единого пространства — «можно здесь, а можно с собой» — нашла воплощение в комфортном размещении внутри магазина места для перекуса и в расположении основных зон для быстрой покупки готовой еды, кофе или выпечки в непосредственной близости.

Компания:  
ТС «Пятёрочка»

Заказчик:  
ООО «Агроторг»

Бренд:  
«Пятёрочка»

Производитель:  
«Пятёрочка»

Дизайн:  
«Пятёрочка»

## Новогоднее оформление в ТД ЦУМ



### Описание:

Оформление витрин бутика Furla к празднику 8 марта. Лаконичная и минималистичная витрина представляет из себя цветные панели, на фоне которых будто парит мягкое облако, выполняющее функцию полок для сумок бренда.

Компания:  
ООО «Интеллидженс»

Заказчик:  
Furla

Дизайн:  
Furla

## Оформление витрин Dior

### Номинант



### Описание:

Оформление выполнено в рамках старта продаж коллекции Xmas 23. Исполнение задуманного совмещает множество технологий для создания объемных световых панелей, принтов на стене, объемных бабочек, а также для красивого светового решения. Объемные ветви растений, дублирующие принт на стене и ажурные декорации, установленные на небольшом расстоянии от стены, создают ощущение, что растения реальны.

Компания:  
ООО «Интеллидженс»

Заказчик:  
Dior

Дизайн:  
Dior

## Магнат Бар

### Номинант



### Описание:

Мобильный бар для продажи премиального бренда мороженого «Магнат»

Компания:  
ООО «ПОШАРТ»

Заказчик:  
ООО «Юнилевер Русь»

Дизайн:  
ООО «ПОШАРТ»

## POP UP Store COSMOMEDICA в ТРЦ Авлапарк

### Номинант



### Описание:

Необычный и изящный дизайн Pop Up конструкции, несомненно, выделяет марку средств по уходу COSMOMEDICA в пространстве торгового центра и работает на её престиж и узнаваемость. Подвесной топпер ещё больше выделяет Pop Up среди других островных конструкций и делает его заметным издалека. Экраны с рекламным контентом дополнительно привлекают внимание и работают на имидж марки.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ИП Кондрашева

Дизайн:  
ИП Кондрашева



## Pop-Up IDOLE Lancôme



### Описание:

В рамках данного проекта перед нами стояла задача произвести и смонтировать Pop-Up в преддверии высокого сезона весенних праздников. Стильный и уникальный круговой дизайн подиума позволил привлечь дополнительное внимание посетителей ТЦ в холле ТЦ Мега для проведения активностей бренда перед магазинами «Золотое Яблоко» и «Бьюти Мания» в Алматы. Уникальность проекта в конструктиве: Полукруглая стена подиума со световыми логотипами с внутренней стороны и радиусным стеллажом из металла дополнена радиусным лайтбоксом с внешней стороны. Пол подиума выполнен с порогом 45% и с «парящей» подсветкой по всему радиусу. Для обшивки корпуса стенда использовался монолитный поликарбонат, закрытый в виниловую пленку с УФ-печатью.

Компания:  
ООО «КОРАЛЛ ГРУПП»

Заказчик:  
Loreal International Distribution

Дизайн:  
Loreal International Distribution

## Салон COSMOMEDICA на Малой Бронной

### Номинант



### Описание:

Фирменный магазин и салон средств по уходу COSMOMEDICA с изысканным дизайном интерьера.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ИП Вахов

Дизайн:  
ИП Вахов

## Магазин WATCHSPORT в ТРЦ Галерея (Санкт-Петербург)



### Описание:

Магазин смарт-часов и фирменных браслетов марок GARMIN и SUUNTO.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
АО НАВИКОМ

Дизайн:  
АО НАВИКОМ

## Салон Henderson в Outlet Village Pulkovo



### Описание:

Фирменный салон мужской одежды Henderson формата аутлет с зоной пошива на заказ и секцией ароматов.

Компания:  
VIRTU



Заказчик:  
ООО «ТАМИ И КО»



Дизайн:  
ООО «ТАМИ И КО»

## Магазин ASKO в ТЦ Гранд



### Описание:

Магазин полной линейки бытовой техники ASKO на выделенном открытом пространстве торгового центра Гранд.

Компания:  
VIRTU



Заказчик:  
ГОРЕНЬЕ БТ



Дизайн:  
ГОРЕНЬЕ БТ

## Магазин 12 STOREEZ во Владивостоке



### Описание:

Стильное и уютное современное пространство фэшн-магазина 12 STOREEZ.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ООО «12 ИСТОРИЙ»

Дизайн:  
ООО «12 ИСТОРИЙ»

## Комплексное оформление магазина ARTICOLI



### Описание:

Торговое оборудование — это не просто витрины и стеллажи, а важный элемент фирменного стиля магазина. РПК «ЛазерСтиль» изготовил не только функциональное, но и привлекательное брендированное торговое оборудование, чтобы привлечь внимание покупателей и создать атмосферу роскоши и элегантности. Мы создали торговое оборудование, которое соответствует общему стилю магазина и подчёркивает его уникальность.

Компания:  
ЛазерСтиль

Заказчик:  
МБГ Бьюти

Дизайн:  
ЛазерСтиль

## Дом Фарфора на Невском (г. Санкт-Петербург)



### Описание:

Площадь магазина составляет 360 кв. м. Исторический центр, красивый открытый фасад с большими окнами, приглашающими прямо в сердце фарфоровой жемчужины Санкт-Петербурга. Это не просто магазин фарфора, а самая настоящая галерея, где каждая деталь интуитивно направляет посетителя и обращает его внимание на натуральность и красоту представленного искусства фарфора. Руководитель авторского коллектива: Юлия Тряскина. Архитекторы: Татьяна Тряскина, Дмитрий Демиденко. Руководитель проекта: Виктория Есина.

Компания:  
UNK interiors

Заказчик:  
ООО «Алеф-М»

Дизайн:  
UNK interiors

coral | GROUP

MARKETING COMMUNICATIONS COMPANY

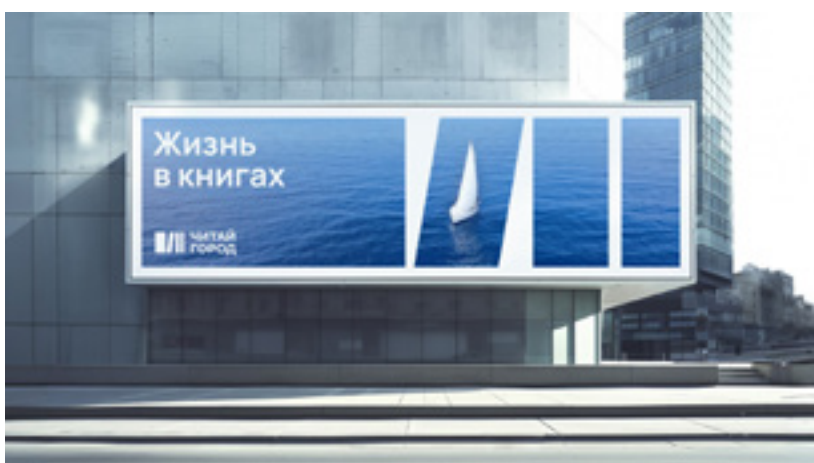
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОВАЙДЕР УНИКАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ РИТЕЙЛА

ОПЫТНЫЙ И НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР С 1992 ГОДА



## Читай-город

### Номинант



### Описание:

«Читай-город» обратился в агентство за редизайном бренда и разработкой ритейл-концепции для своих магазинов. Творческая идея для бренда звучит как «Жизнь в книгах». Айдетика «Читай-города» построена на модификации знака.

Логотип представляет из себя набор книг, сквозь которые можно увидеть нечто больше — и это нечто всегда меняется.

В рамках редизайна также разработаны фирменные иконки, система навигации и графические обозначения зон. Изменения коснулись и внутреннего пространства магазинов.

Первый пилотный магазин «Читай-город» уже можно посетить в «Метрополисе» на Войковской. Пространство было оптимизировано с учётом пожелания заказчика — разместить на сравнительно небольшой площади множество активностей. Команда агентства разработали покупательский путь, новое зонирование и планировочное решение. В особом стиле оформлена детская зона, зона с комиксами, предусмотрены места для чтения, кофе-корнер с аппаратом, витрины представляют собой лайтбоксы с вписанными в знак фотографиями города.

Дизайн-команда упростила и уменьшила количество фирменных цветов в пространстве магазина. За счёт добавления дерева и мягкого освещения в интерьере, магазин стал более уютным и очеловеченным.

Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Читай-город

Дизайн:  
LINII

## Makro Local



### Описание:

В начале мая в Узбекистане открылся магазин крупнейшего фуд-ритейлера Makro в новом дизайне. Новое позиционирование, айдентика и ритейл-концепция Makro, разработанные агентством, гармонично сочетают в себе атмосферу душевности и сетевые стандарты качества. Позиционирование базируется на теме добрососедства.

Бренд Makro — это «сосед, который стал настоящим другом». За основу визуального кода обновленного бренда команда LINII взяла «руки» — важный символ в Узбекистане, без которого не обходится ни одно приветствие, объятие, выбор продуктов на прилавке и разделение свежего хлеба с другом или соседом. Фотоизображения продуктов в сочетании с рукописными иллюстрациями придают всему стилю человечности.

Благодаря контрастному и уникальному сочетанию свежее-зеленого и песочного цветов, Makro заметно выделяется среди других продуктовых ритейлеров Узбекистана.

Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Makro

Дизайн:  
LINII

## Lassie

### Номинант



### Описание:

Команда Lassie обратилась в агентство за комплексной разработкой ритейл-бренда, начиная с создания бренд-платформы и айдентики до детальной ритейл-концепции магазина.

Разнообразие скандинавской природы и широкий ассортимент бренда натолкнули на переосмысление традиционных скандинавских цветов. Фирменными цветами Lassie были выбраны тёмно-синий Blue Gulf, который символизирует кристально чистые озёра и фьорды Скандинавии, и светло-голубой Iceberg, который является воплощением многочисленных ледников и ясного неба. Дополнительными цветами бренда являются светло-зелёный Green Sprout, лососёвый Salmon и графитовый Silver Sand.

Они служат для дифференциации коммуникационных макетов — имиджевых ситуационных и продуктовых.

Чтобы подчеркнуть финские корни и продуманную технологичность бренда Lassie, дизайнеры агентства создали серию графических элементов в виде линий, которые ненавязчиво отсылают к синим полосам флага Финляндии. Чтобы детский бренд не выглядел слишком сухо, в дополнение к основным элементам были разработаны небольшие геометрические иллюстрации, из которых можно складывать сюжеты на тему бескрайних финских ландшафтов и природы — горы, дома, леса, реки, поля и мягкое северное солнце.

Фотостиль построен на абсолютной естественности. Дети не замечают, что их снимают, и поэтому ведут себя соответственно, исследуя окружающий мир.

Компания:  
LINII Group

Заказчик:  
Lassie

Дизайн:  
Lassie



## Оформление нового магазина Ivlev Chef Home



### Описание:

По запросу клиента концепт магазина Ivlev Chef Home BY Kitchen должен был повторять большое кухонное пространство с множеством торговых зон.

Поэтому для его реализации нами были произведены кухонные острова со столешницами из массива дуба, кухонные модули/витрины, стеллажи для посуды, остров для ароматов, декоративные кровати и дополнительные скрытые зоны для хранения продукции.

А также рекламные элементы — вывеска на подложке со световыми накладными буквами, лайтбоксы, обрамление зеркал из нержавеющей стали и кассовые зоны.

Компания:  
ООО «Интеллидженс»

Заказчик:  
BY World

Дизайн:  
BY World

## Интерьеры магазинов «Пятёрочка»



### Описание:

У «Пятёрочки» есть море всевозможных носителей для разных мест, ситуаций и товарных категорий. Мы тщательно их изучили, определили, что создает визуальный шум, и придумали, как сделать навигацию эффективной, а интерьеры — уютными. Чтобы облегчить взаимодействие покупателей с магазином, мы разработали цельную систему коммуникации. В ее основе — то, за что покупатели ценят «Пятёрочку»: свежесть продуктов, классная система скидок и удобный сервис. Фирменный паттерн из формальной заливки превращается в самостоятельный инструмент и дополняет традиционные округлые формы — все выглядит дружелюбно и привлекательно. Подвесы на входе в магазин задают правила игры, знакомя покупателей с ключевыми цветами и формами. Рассеченный пополам круг напоминает проценты и притягивает посетителей к скидкам. Боковины акционных стеллажей помогают сориентироваться, если не виден подвес. Борты объемных вывесок окрашиваются в тот же цвет и поддерживают визуальный код. Все элементы складываются в лаконичную и легко считываемую систему носителей, хорошо заметных в буйной визуальной среде магазина.

Компания:  
Art. Lebedev Studio

Заказчик:  
ООО «Агроторг»

Дизайн:  
Студия Артемия Лебедева

## Коктебель, Театр Et Cetera



### Описание:

Коньячный дом «Коктебель» был спонсором премии WEALTH Navigator Awards'23 – это более 1000 участников премии и гостей, которые являются ТОП-персонами в премиальном банкинге и инвестициях.

Кульминация вечера – иммерсивный бар прямо на сцене события!

Это был неожиданный интересный опыт для гостей – во время проведения премии награждаемых и гостей приглашали в бар «Коктебель», расположенный прямо на сцене события.

Предлагали отметить награду тостом и поделиться впечатлениями о коньяке. Кроме этого, для гостей церемонии проводилась дегустация и была организована фотозона в фирменных цветах «Коктебель».

Компания:  
ООО «Конь-Огонь»

Заказчик:  
ООО «КВК Групп»

Бренд:  
Коктебель

Производитель:  
ООО «Конь-Огонь»

Дизайн:  
ООО «Конь-Огонь»

## Пивной ресторан «Московский Пивовар» в аэропорту Домодедово



### Описание:

Основной мотив интерьера и экстерьера — шпон дерева и натуральная медь, идеально передающие традиционную тему обязательной пивной брутальности, к которой добавили немного небрежности в стиле начала 70-х.

Детали: монументальные колонны обшитые медью, подвесные металлические стеллажи, окрашенные под медь, высокие деревянные стулья у бара, монументальные столы на широких железных рамах, удобные акцентные диваны, над которыми гордо размещается световой логотип «Медведь».

Красивый бонус — барная стойка во всю ширину панорамного окна. Наружное оформление привлекает к себе 15 метровый световой вывеской, изготовленной полностью из медного листа.

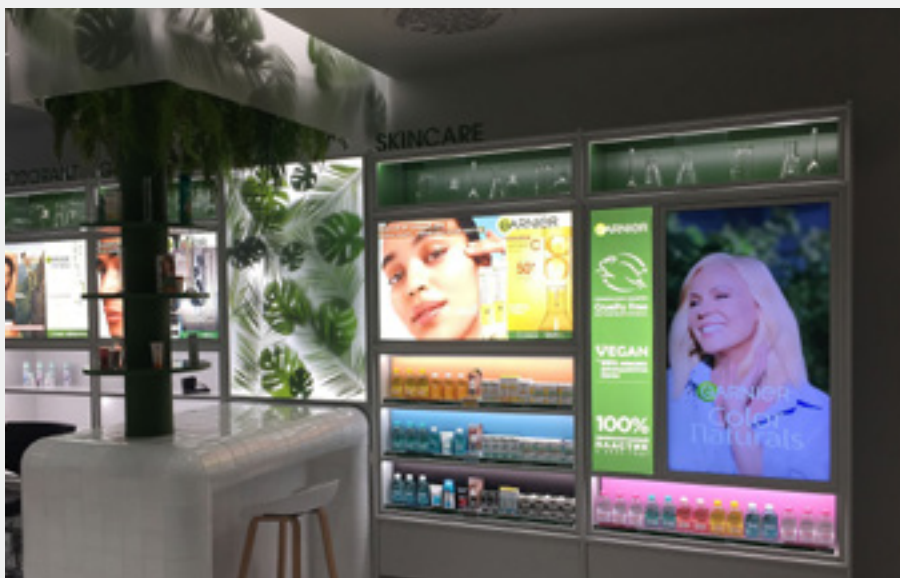
Компания:  
ReSeM

Заказчик:  
ООО «Восток»

Дизайн:  
ReSeM

## Косметическая Академия для обучения персонала

### Номинант



### Описание:

Академия — это образовательный центр для улучшения мастерства и перенимания опыта у экспертов. Это просторные, современно оборудованные залы для презентаций, обучения и тестирования продукции.

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
L'Oréal

Дизайн:  
L'Oréal

## Шоу-рум компании СОЮЗ-М



### Описание:

Оформление и оборудование шоу-рум компании СОЮЗ-М (мебельные ткани).

Компания:  
VIRTU

Заказчик:  
ООО «СМ РЕГИОНТЕКСТИЛЬ»

Дизайн:  
ООО «СМ РЕГИОНТЕКСТИЛЬ»

## Бренд-зона Балтика и Krone Blanche Biere на фестивале Gastreet 2024



### Описание:

В рамках недельного фестиваля GASTREET International Restaurant Show командой Progression Group была разработана и реализована бренд-зона Балтика и Krone Blanche Biere. Задачи агентства:- Разработка и создание дизайн-проекта бренд-зоны Балтика и Krone Blanche Biere- Застройка и обеспечение работы бренд-зоны — Производство подарочного фонда и промо-активностей- Разработка промо-активностей- Подбор, организация и контроль работы промо персонала — Организация активностей для посетителей фестиваля- Складской учет материалов и их логистика

Компания:  
ООО «Прогрешн»

Заказчик:  
ООО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ БАЛТИКА»

Дизайн:  
Progression Group

## Информационные стойки города-отеля Бархатные сезоны



### Описание:

Компанией ReSeM была реализована интересная и сложная задача по проектированию и установке информационных промо-стендов города-отеля Бархатные сезоны в Международном аэропорту Сочи (Адлер) залы прилёта А и В. Особенность данного проекта заключается в его нестандартных дизайнерских решениях и разнообразии применяемых технологий и материалов:

- рекламный стенд представляет собой сложную конструкцию с имитацией морских волн, состоящую из нескольких элементов;
- внешние элементы ресепшен и стенда окрашены износостойкими составами, обладающими декоративными и противопожарными свойствами, обшиты искусственным камнем с инкрустированными световыми буквами;
- все элементы островной модульной системы имеют общую единый стиль и контурную светодиодную подсветку;
- на стойке установлены сенсорные тач-панели, для самостоятельного бронирования и онлайн регистрации гостей в отеле;
- видеозэкран, интегрированный в декоративную стену, привлекает внимание прибывающих пассажиров;
- светильники в индивидуальном стиле изготовлены из стальной трубы и обмотаны круглым гибким неоном.

Компания:  
ReSeM

Заказчик:  
ReSeM

Дизайн:  
ReSeM

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Мария Ключева

ВУЗ:  
РГУ им. А.Н. Косыгина

## Магазин женской одежды на основе модульной системы

**Номинант**



ФИО:  
Ян Тимашов

ВУЗ:  
РГУ им. А.Н. Косыгина



## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Александра Аксенова

ВУЗ:  
РГХПУ им. С.Г. Строганова

## Магазин женской одежды на основе модульной системы

**Номинант**



ФИО:  
Валерия Попова

ВУЗ:  
РГУ им. А.Н. Косыгина

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Анна Щербакова

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Алёна Подосёнова

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы

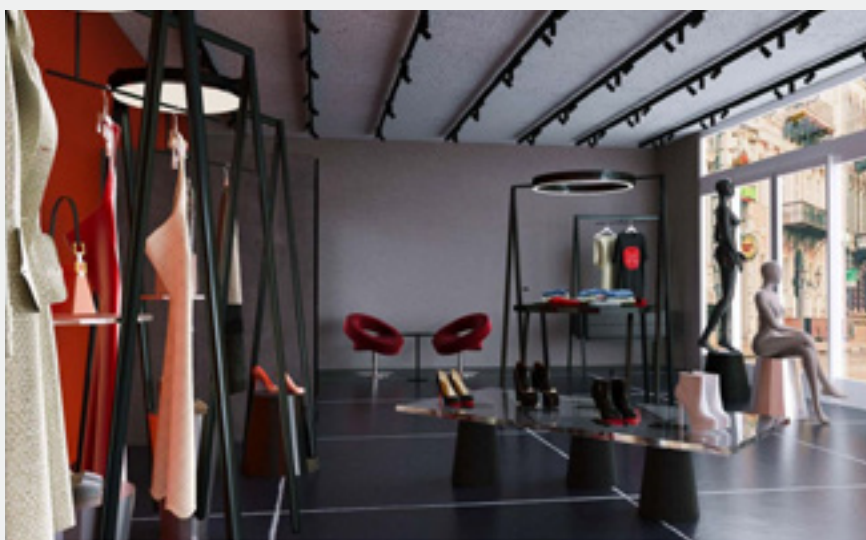


ФИО:  
Эдгар Палушин

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы

**Номинант**



ФИО:  
Динара Мулюкова

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Ольга Смирнова

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Егор Рязанов

ВУЗ:  
СПБХПА им. А.Л. Штиглица

## Магазин женской одежды на основе модульной системы



ФИО:  
Варвара Исакова

ВУЗ:  
НИУ МЭИ

POSM-решения  
и InStore-коммуникации

## PUBLIC TOTEM

с **1991** года  
на рынке POSM



УНИКАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА И ТЕХНОЛОГИИ

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ  
ТВОРЧЕСКИХ  
ЗАДАНИЙ  
В ОСЯЗАЕМЫЙ  
ДИЗАЙН

**700+**  
СОТРУДНИКОВ

для проектирования,  
логистики и реализации  
успешных POSM

## УПРАВЛЕНИЕ

ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

доставка, тех. мерч,  
инсталляция,  
обслуживание и хранение

**50+**  
КЛИЕНТОВ

из числа крупнейших  
брендов и торговых  
сетей

# Пишем о ритейле каждый день

**25** лет пишем  
историю ритейла

Retail.ru - первый  
среди сайтов  
о ритейле

Стабильная посещаемость  
от **800 000**  
читателей в месяц  
с большой глубиной  
просмотров

**30 000+** уникальных  
читателей в день

**95 000+** просмотров  
страниц сайта в день

Ноябрь 2023  
**1 081 000**  
уникальных  
посетителей!

Отраслевой контент каждый день

Интервью с ритейлерами

Кейсы

Фоторепортажи

Общеобразовательные проекты:  
конференции и вебинары

Видеопроекты

Подписывайтесь  
на рассылки!  
Получайте новости  
индустрии ритейла  
первым!



#ЭкспедицияRetail

Товар на полку

Автоматизация на 1С

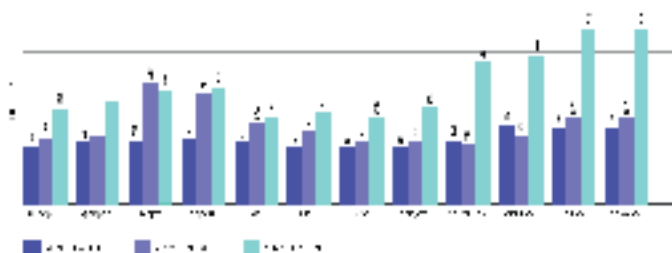
#ОборудованиеВРитейле

Диалоги о ритейле

Диалоги о ритейле. Спецпроект

Собственное производство

Следите за нашими  
проектами



Уже более 800 000  
читателей с нами  
каждый месяц

Есть новость о ритейле? Присылайте на [pressa@retail.ru](mailto:pressa@retail.ru)

# СПОНСОРЫ 2024!

POPAI RUSSIA  
АССОЦИАЦИЯ МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ

Генеральный информационный партнёр



**retail.ru**  
ритейлеру и поставщику

Официальные партнёры:

**PUBLIC TOTEM**  
SINCE 1991

**30 corall GROUP**  
MARKETING COMMUNICATIONS COMPANY

Стратегические партнёры:

 **лазерстиль**  
рекламно-производственная компания

**Intelligence**

Digital партнёр:



Popai Student Design Awards:

**VIRTU**

Дизайн партнёр:

**REDIN**

Полиграфический партнёр:



Партнёр Церемонии награждения:

**IS** INSCOM  
Solutions