

БРЕНДИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

Lam

*Дизайн упаковки
и этикетки*

I AM — БРЕНДИНГОВОЕ АГЕНТСТВО ИЗ ЧЕЛЯБИНСКА.

Мы разрабатываем:

- названия и слоганы,
- логотипы и фирменные стили,
- дизайн упаковки/этикетки,
- имиджевые сайты,
- рекламные кампании

для запуска/продвижения вашего продукта/бренда.

*Каждый год мы выпускаем
более 100 успешных проектов.*

The logo consists of the word "Iam" written in a bold, black, handwritten-style font. The letters are slanted to the right, and the "i" has a distinct dot. The overall appearance is that of a signature or a brand mark.

НАША КОМАНДА



Андрей Брокман
креативный директор



Юра Пономарев
арт-директор



Ирина Фридман
директор по развитию



Алексей Горшков
менеджер по развитию



Максим Касимов
менеджер по развитию



Мария Шилева
аккаунт-менеджер



Сергей Колесов
ведущий дизайнер



Александр Попов
дизайнер



Евгения Ушакова
копирайтер



Никита Сокуров
копирайтер



Вадим Юмадилов
веб-разработчик



Яна Казакова
офис-менеджер

**ИЗБРАННЫЕ
ПРОЕКТЫ
АГЕНТСТВА**

Lam

Разработка названия, логотипа и дизайна упаковки замороженного теста

Межениновская птицефабрика (Томск)

задача

Разработать бренд замороженного теста, способный конкурировать с федеральными игроками на полке.

решение

Мы решили сделать бренд «одушевленным», создав персонажа — Александра Сергеевича Пышкина, добродушного пекаря, живущего в одно время с великим поэтом. Помимо страсти к кулинарии, он увлекается стихосложением, но рифмует в основном рецепты выпечки. Александра Сергеевича сопровождает кот, сюжеты и диалоги с которым «оживляют» упаковку.

*Я вам пишу,
чего еще боле?*



А.С. ПЫШКИН

— круассаны —

замороженные

6
штук

300
граммов



А.С. ПЫШКИН

— тесто —
слоёное пресное

450
граммов

2
пласта

Полуфабрикаты мучных изделий.
Тесто слоеное пресное замороженное.
СТО 49395375-003-2017.

Состав:

Мука пшеничная хлебопекарная в/с, маргарин, масла растительные рафинированные дезодорированные (пальмовое и его фракции, подсолнечное), вода питьевая, эмульгаторы (моно- и диглицериды жирных кислот и их эфиры, лецитин), соль поваренная пищевая, регулятор кислотности (лимонная кислота), консервант (сорбат калия), ароматизатор, красители (куркумин, аннато).
Содержит глютен. Может содержать следы молочных и яичных продуктов. Без ГМО.



Люблю после дел праведных, закусить настоящей самсой из бездрожжевого теста - слоистой и нежной - вспоминая приключения в Самарканде!

Сытные пироги и пресное тесто - созданы друг для друга!



Рекомендации по использованию:

Для пышек тесто разморозь и раскатай по форме и желанию своему. Смочи водой не забывая, чтоб клеились кусочки теста по уму.

Смажь маслом противень и потом, ты пышки разложи, но тайна есть, чтоб пышки не спелись в один ком, их друг от друга положи на сантиметре.

Смажь пышки маслом и яйцом для блеска. И дай в тепле им постоять минут так сор. Духовку разогрей, чтоб приготовить тесто до градусов 200°С и будет высший класс.

Чтоб золотистой корочкой покрылись пышки, и запахом наполнился весь дом. Минут пятнадцать или двадцать выжди. И поделись не забудь с котом.

Срок годности:

Не более 180 суток при температуре от -20 до -16 °С. Дату изготовления смотрите на упаковке.

Пищевая ценность в 100 г продукта:

Белки — 5,0 Жиры — 12,0
Углеводы — 34,0

Энергетическая ценность в 100 г продукта:

353 ккал / 1477 кДж

Изготовитель:

ООО «Межегинская пшеницефабрика», 634537, Россия, Томская обл., Томский р-н, п. Копылово.



НЕ ПОДЛЕЖИТ ПОВТОРНОМУ ЗАМОРАЖИВАНИЮ



рикаты мучных изделий.
еное дрожжевое замороженное.
5375-003-2017.

В:
пшеничная хлебопекарная в/с, вода
я, маргарин, масла растительные
рованные дезодорированные (пальмо-
о фракции, подсолнечное), вода
ая, эмульгаторы (моно- и диглицериды
х кислот и их эфиры, лецитин), соль
нная пищевая, регулятор кислотности
нная кислота), консервант (сорбат
ароматизатор, красители (куркумин,
), сыворотка сухая молочная, дрожжи
лекарные прессованные, сахар, улучши-
лебопекарный (пшеничная клейковина,
агатор - эфиры глицерина, диацилвин-
жирных кислот, антиокислитель -
биновая кислота, ферментные препараты
лазы и гемиллюлазы).

ожит глютен. Может содержать следы
нных и яичных продукт. Без ГМО.



Слойками с ягодами
меня угощала няня,
подруга дней моих
суровых, такими
воздушными и
мягкими!



а, сладкие
удочки на таком
есте получаются
особенно
кусными!

Рекомендации по использованию:

Для слоев тесто разморозь и раскатай
Слепи по форме и желанью своему
Смочить водой не забывай,
Чтоб клеились кусочки теста по уму.

Смажь маслом протвень и потом,
Ты слойки разложи, но тайна есть,
Чтоб слойки не спелись в один ком,
Их друг от друга положи на сантиметров 5 иль 6

Смажь слойки маслом и яйцом для блеска
И дай в тепле им постоять минут так сорок или час
Духовку разогрей, чтоб приготовить тесто
До градусов 200°С и будет высший класс

Чтоб золотистой корочкой покрылись слойки
И запахом наполнился весь дом
Минут пятнадцать или двадцать выжди
И поделиться не забудь с котом.

Срок годности:

Не более 180 суток при температуре
от -20 до -16 °С. Дату изготовления
смотрите на упаковке.

Пищевая ценность в 100 г продукта:

Белки — 6,0 Жиры — 16,0
Углеводы — 36,0

Энергетическая ценность в 100 г продукта:

311 ккал / 1304 кДж



Изготовитель:

ООО «Межениновская птицефабрика», 634537,
Россия, Томская обл., Томский р-н, п. Копылово.

НЕ ПОДЛЕЖИТ ПОВТОРНОМУ
ЗАМОРАЖИВАНИЮ



С/АШ

2
пласта

— ТЕСТО —
слоёное дрожжевое

450
граммов



А.С. ПЫШКИН



Бренд продуктов из мяса баранины Voskos&Asteri, 2016—2017 гг.

Уэксфорд, Ирландия (UK)

задача

Разработать новый бренд для производителя баранины из графства Уэксфорд (Ирландия, Великобритания).

решение

Voskos&Asteri — совершенно уникальное название, которое переводится с латыни как «Пастух и Звезды». В имени отразились библейские мотивы и романтический сюжет, который перекочевал на фирменную иллюстрацию, украшающую всю продукцию бренда.

Для бренда был разработан логотип и фирменный стиль, дизайн упаковки нескольких линеек и других материалов.

В настоящий момент агентство ведет работы над корпоративным сайтом торговой марки и стартовой рекламной кампанией.





Разработка названия, логотипа и дизайна этикетки авторских пирожных

Fantel, Челябинск

задача

Создать новый бренд авторских пирожных премиум-класса от производителя Fantel для реализации в московских сетях «Азбука вкуса», «Глобус Гурме» и «Зеленый Перекресток»

решение

Название «Тортотека» говорит о богатом ассортименте и интересном процессе ознакомления с ним. Имя рождает гамму сложных, но легкомысленных образов.



Клиентом и ритейлерами был выбран строгий, «премиальный» вариант дизайна торговой марки.



АВТОРСКИЕ ТОРТЫ
И ПИРОЖНЫЕ

ТОРТОТЕКА

Мини-торт
ТИРАМИСУ

150 г

Мини-торт
ТИРАМИСУ

WWW.TORTOTEKA.COM

Концепция №2

Концепция №3



ЕРП

Мини-торт
ЭСТЕРХАЗИ

Авторские торты
и пирожные

ТОРТ
ТОТЕКА



Мини-торт
ЭСТЕРХАЗИ

Мы знаем о тортах в
Этой упаковке всевозможные детали
предлагаем вам выбрать идеальную
ваши мечты

ТОРТОТЕКА

АВТОРСКИЕ ТОРТЫ
И ПИРОЖНЫЕ

Мини-торт
ТИРАМИСУ



Выбранная
концепция

Разработка названия, логотипа и дизайна этикетки энергетика для геймеров

задача

Разработать бренд энергетического напитка для геймеров.

решение

Яркое название и дизайн-решение банок с использованием символов обозначения рангов, знакомые для геймеров мотивы — делают этот продукт «своим» в среде людей, увлеченных компьютерными играми или профессионально занимающихся киберспортом.



**BOOST
YOUR
SKILL**



EVERGAME
ENERGY FORMULA





стандарты оформления

Для розничных торговых точек разработаны стандарты оформления экстерьеров и внутреннего пространства.



Руководство по фирменному стилю «Альмеги»

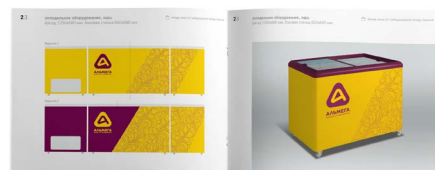
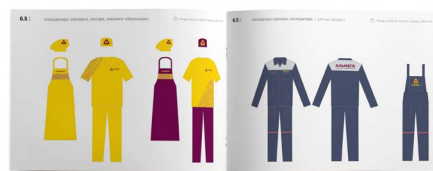
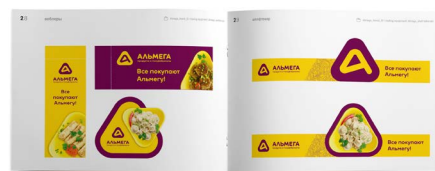
Производственный комплекс «Альмега»

задача

Разработать единые стандарты оформления всех материалов компании после ребрендинга.

Решение

В 54-страничном руководстве собраны и описаны правила работы с фирменным стилем: документация, печатная и сувенирная продукция, розничные торговые точки, транспорт, одежда персонала и многое другое.



Sportline Nutrition

ООО ПКФ «Агросистема»

задача

Разработать новый дизайн упаковки с выразительным характером, сделать продукт более заметным на полке и более привлекательным для покупателей.

PACKAGING OF THE WORLD



решение

Этикетки спортивного питания часто печатают на металлизированной пленке. Мы обнажили зеркальную поверхность, оставив половину незапечатанной. Нижняя часть этикетки оформлена цветным камуфляжем: у каждого продукта своя палитра.



до редизайна

В прежнем дизайне продукция выглядела дешево и непривлекательно на фоне конкурентов, несмотря на высокое качество. Это создавало трудности при взаимодействии с покупателями, и отсутствие интереса к продукту со стороны дистрибьюторов.



правила оформления упаковки

Основные принципы и стандарты оформления упаковки описаны в руководстве бренда. Это позволяет быстро оформлять новые продукты в линейке Sportline Nutrition, сохраняя общий стиль и узнаваемость



Чтобы выделить профессиональную линейку, мы заменили стальную пленку на золотистую.

Руководство по фирменному стилю Sportline Nutrition

ООО ПКФ «Агросистема»



Правила сопровождаются наглядными схемами, красочными иллюстрациями и понятными комментариями, чтобы упростить работу с фирменным стилем.



Визуальный стиль Sportline Nutrition формируется из сочетания 4 констант, описанных в 22-страничном руководстве.



Реклама Sportline Nutrition

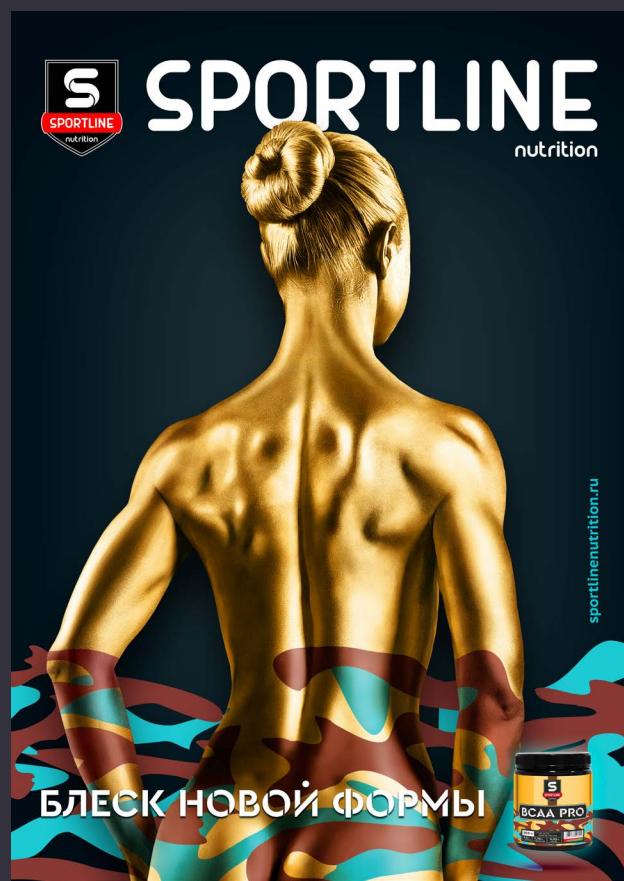
ООО ПКФ «Агросистема»

задача

Разработать ключевой визуал для печатной рекламы спортивного питания в поддержку нового дизайна упаковки.

решение

Блестящие женские фигуры с цветным боди-камуфляжем и слоганом «Блеск новой формы» отражают характер и намекают на оформление упаковки.



SPORTLINE

nutrition



ТМ «Счастливые вареники»

Производственный комплекс «Альмега»

задача

Разработать с нуля торговую марку вареников: концепцию, название, упаковку, печатные и POS-материалы для запуска продукта.

решение

Новый продукт выигрышно смотрится в морозильных ларях продуктовых сетей, навеивает приятные воспоминания о семейных традициях. Разнообразие начинок и отличное качество отражает слоган «Каждому по вкусу!»



Обратная сторона упаковки

Вареники с картофелем (замороженные)
ТУ 10.73.11-001-94816392-2016

Состав начинки
Картофель отварной, лук репчатый измельченный пассерованный, масло растительное, соль поваренная, перец черный молотый, пищевая приправа универсальная.

Состав теста
Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта, яичный порошок, масло растительное, вода питьевая.

Пищевая ценность в 100 г продукта
Белки.....7,0 г
Жиры.....6,0 г
Углеводы.....40,0 г

Энергетическая ценность в 100 г продукта
240 ккал/1000 кДж

Содержание соли
1,5 г на 100 г продукта

Рекомендации по приготовлению готовых блюд
Подавать к столу со сметаной и сливочным маслом.

1 Вареники загрузить в кипящую подсоленную воду $t 100^{\circ}\text{C}$

2 Соотношение полуфабрикатов и воды 1:4

3 После закипания варить 5-7 минут до кулинарной готовности

Пробуйте разные вкусы «Счастливых вареников»

Вареники с сыром картофелем, луком и салом

Вареники картофельные с грибами

Вареники с творогом

Вареники с квашеной капустой, луком и салом

Изготовитель
ООО «УРАЛ-СНАБ» Россия, 456440, Челябинская область, г. Чобаркуль, ул. Суворова, д. 24, тел.: 8(35168) 2-41-22, 2-46-10, 2-49-16, факс 2-05-40
www.tdalmega.ru, zakaz@tdalmega.ru

Масса нетто **1000 г**

ЕАГ

5 PP

4 601513 1009649

Срок годности при температуре хранения не выше минус 18°C не более 6 месяцев.
При несоблюдении условий хранения полуфабриката производитель не несет ответственность за качество продукта.



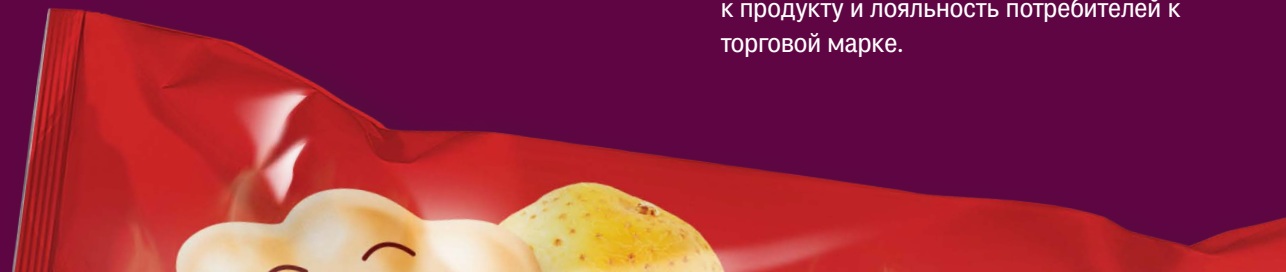
способ приготовления
Иллюстрированная инструкция помогает потребителю быстро и вкусно приготовить вареники.

прозрачное окошко

Позволяет покупателю проверить оригинальную форму вареников (гребешки), изображенную на лицевой стороне упаковки, и оценить внешний вид продукта.

другие вкусы

Вся палитра вкусов, представленная на каждой упаковке, повышает интерес к продукту и лояльность потребителей к торговой марке.





Конфеты «Ромашка»

Южуралкондитер

задача

Выпустить знаменитую конфету в новом формате.

решение

Дизайн коробки с классическим узором из цветов на зеленом фоне и переливающаяся зеленая фольга позволяют быстро найти знакомый продукт на новой для него полке.



Дизайн конфет «Мимоза»

Южуралкондитер

задача

Создать дизайн новой торговой марки шоколадных конфет.

решение

Свежая и яркая обертка напоминает букет мимозы в руках.



Брендинг и упаковка «Фабрики кухни»

Москва

задача

Разработать упаковку для крупной сети московских кулинарий с экологичной продукцией из фермерских хозяйств.

решение

Название, знакомое с советских времен, заиграло новыми красками, благодаря ключику для позавода в букве Ф. Решение с несколькими наклейками позволяет экономить на упаковке. Еда заводит!





ФАБРИКА
КУХНЯ

ЕДА ЗАВОДИТ!

ФАБРИКА
КУХНЯ

Система стиля «Фабрики кухни»

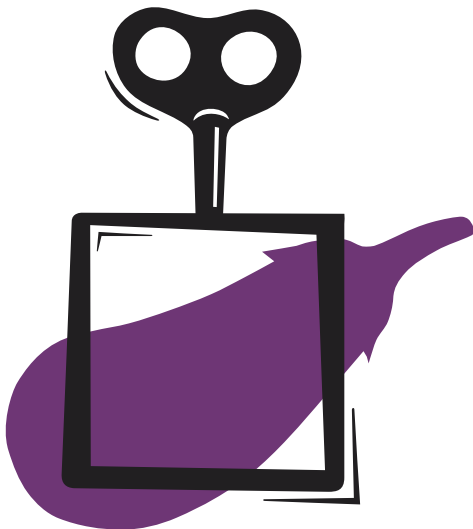
Москва

ФАБРИКА КУХНЯ.

Логотип, шрифты, паттерн и другие элементы фирменного стиля «Фабрики кухни» описаны в кратком руководстве.



Фирменная иллюстрация представляет собой контурное изображение продукта с равномерной заливкой, особенностью которого является плавная живая линия в сочетании с острыми углами.



Дизайн упаковки линейки стейков из мраморной говядины для «Фабрики Кухни»

Москва



Дизайн упаковки линейки стейков из мраморной говядины для «Фабрики кухни»

Москва



В самой сети кулинарий стейк заворачивает в фирменную крафтовую бумагу мясник на ваших глазах и подписывает от руки название.



Хлопья «Стройность, легкость, красота»

Объединение «Союзпищепром»

задача

Разработать дизайн упаковки для нового продукта ТМ «Царь» в категории здорового питания, в строгом соответствии с фирменными стандартами бренда.

решение

Мы обыграли упаковку оригинальной надписью с изображением стройной фигуры и собрали все в аппетитную композицию.

+ **Стройность**
легкость
красота



Упаковка для зелени «Чурилово»

Агрокомплекс «Чурилово»

задача

Привлекательно оформить индивидуальную упаковку для свежей зелени, транспортную тару и пакеты для фирменных магазинов.

решение

В основу индивидуальной упаковки легла визуальная метафора свежей грядки, которую можно поливать, а транспортная тара и бумажные пакеты обзавелись полезной информацией.



Дизайн упаковки СТМ SPAR

Сеть супермаркетов SPAR

задача

Разработать дизайн упаковки собственной торговой марки, способной конкурировать с брендами местных производителей.

решение

Традиционные лоскутные узоры стали узнаваемой характерной чертой на полке, объединив широкую линейку продуктов сразу в нескольких категориях.



Этикетки для пива «СоХо»

Пивоваренный завод «СоХо Плюс»

ситуация

Небольшой пивоваренный завод в Челябинской области производит живое пиво по заказу крупнейших сетевых ритейлеров страны для их СТМ.

задача

Разработать серию этикеток для собственной фирменной линейки пива «СоХо», чтобы встать на соседнюю полку.

решение

Для каждого из 6 сортов подобран цвет, «настраивающий» вкусовые рецепторы, и сочетающийся с другими сортами в палитре. Название и полезная информация соединились в узнаваемой композиции с фирменной желтой эмблемой.



Дизайн-концепции СТМ аптек «Классика»

Сеть аптек «Классика»

ситуация

На фармацевтическом рынке сеть аптек «Классика» существует с 1995 года. Это крупнейшая аптечная сеть на Урале, включающая более 180 аптек в 26 городах Челябинской и Свердловской областей.

задача

Разработать дизайн-концепции упаковки товаров под собственной торговой маркой для разных ценовых сегментов.

решение

Несколько дизайн-концепций для объединения продуктов в серию.



Дизайн упаковки ТМ «Вертелл»

ГК «Калинка»

задача

Разработать дизайн упаковки недорогой пикниковой продукции под новой торговой маркой.

решение

Привлекательная иллюстрация демонстрирует способ приготовления продукта. В сочетании с освежающими зелеными стикерами и клеиваемым наименованием, такой двухцветный дизайн позволяет снизить стоимость изготовления упаковки, применяя всего две краски при печати.

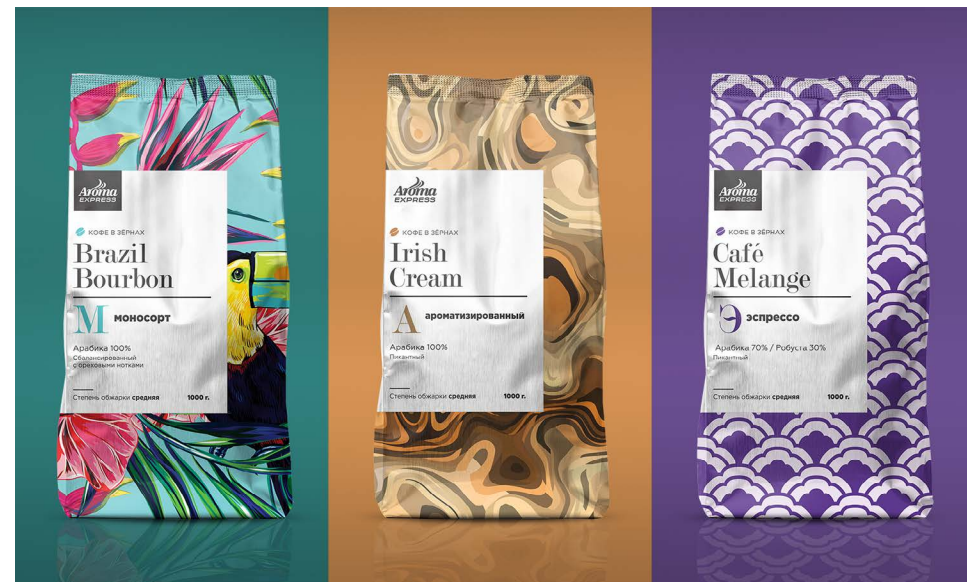


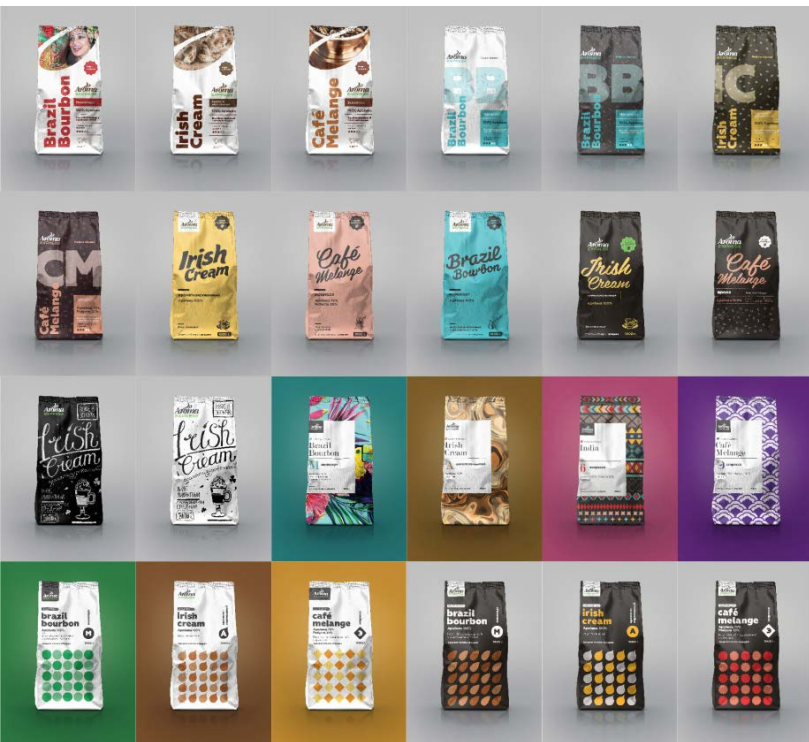
Упаковка зернового кофе Aroma Express

Фабрика кофе

задача

Разработать сразу несколько дизайн-концепций для разных линеек зернового кофе собственной обжарки.





Для информативности упаковки разработана инфографика, рассказывающая о свойствах кофе и способах его приготовления.



вкусовые характеристики



способы приготовления



страна происхождения

Бургерные Bomber

Частный бизнес

задача

Разработать бургерный бренд, который выделится на фоне городского стрит-фуда.

решение

Запоминающийся логотип, яркие привлекательные фургоны, аппетитный фирменный стиль, меню и красивая упаковка создают ощущение того самого, оригинального американского стиля.



Нейминг, логотип и этикетка шнуров и тросов ReCORD

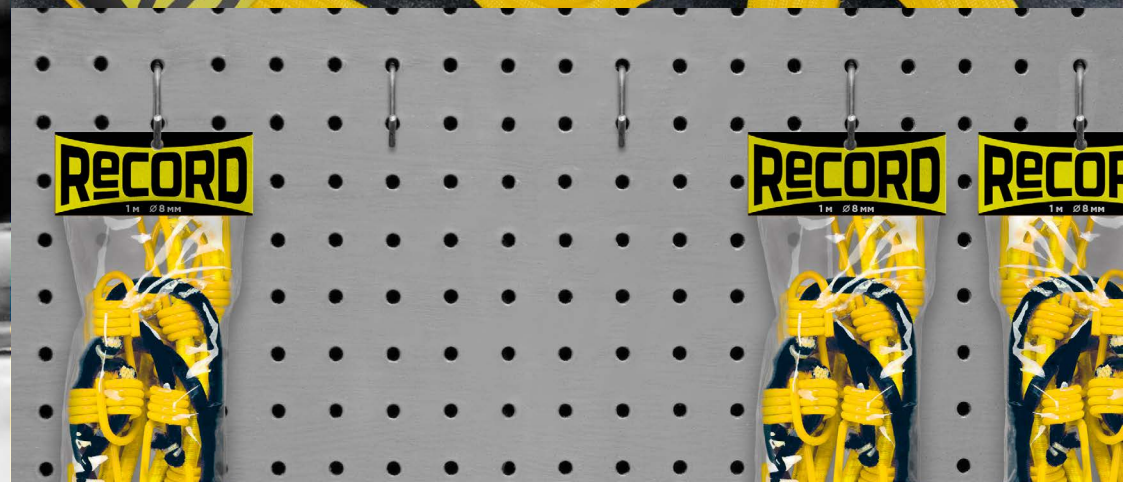
Частный бизнес

задача

Создать запоминающийся нейминг, логотип и этикетку для багажных шнуров и буксировочных тросов. Продукция продается в розничных магазинах товаров для дома, ремонта и автозапчастей.

решение

В названии сочетаются знакомое и понятное слово «Рекорд» и его часть «Cord» (от англ. Шнур). Название подчёркивает высокое качество продукции и околоспортивную направленность сферы использования продукта. Мы создали яркий мужской логотип, который занимает 80% этикетки. Мы стремились придать бренду брутальный образ, чтобы подчеркнуть уверенность в продукции и смелость потребителей.



Редизайн упаковки мерендинок Hit Biskwit

Южуралкондитер

задача

Обновить дизайн упаковки, сделав бренд-зону более читаемой, а продуктовую — аппетитной.

решение

Бренд-зона обзавелась новой надписью и узнаваемым желто-оранжевым флажком, вместо двух ломтиков в упаковке теперь один, крупный и более аппетитный.





Для всех вкусов разработаны оригинальные
аппетитные натюрморты.





Верхняя часть индивидуальной упаковки прозрачная и имеет отрывную ленту, что позволяет съесть мерендинку не пачкая рук.



Дизайн напитка «Таежный дар»

НВК «Ниагара»

задача

На основе имеющейся у клиента креативной дизайн-концепции упаковки разработать генеральные макеты в высоком разрешении, адаптировать дизайн для разных объемов, сверстать все этикетки и подготовить файлы к печати.

решение

Каждый из 8 вкусов получил по уникальной композиции из ягод и трав, а свежий зеленый лист с эмблемами и наименованием напитка, объединили продукт в узнаваемую линейку на полке.



НОВЫЙ
ДИЗАЙН



НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ЫЙ®

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ЧЕРНИКА
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ЗЛЕУТЕРОКОК
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

МАЛИНА
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

БРУСНИКА
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ЕЖЕВИКА
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ШИПОВНИК
НА ТРАВАХ

100%

напиток
на основе
экстрактов
трав и ягод

ЫЙ®

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

ТАЁЖНЫЙ®
ДАР

Знаки и логотипы

Арома
EXPRESS

Ромашка

elements

ЗОО
ПАРК

ПАРК
ГАГАРИНА

ÖFFNER
Fenster und Fassaden

ТРК
СЛОН 

Оливер
семейный ресторан

BRIDGE[®]
RESORT
★★★★

Выбирай 

Косметичка

 **солнечная**
долина

RECORD

Счастливые
вареники

АГЕНТСТВО
СПЕЦИАЛЬНЫЕ
СОБЫТИЯ

Hit
biskwit

 pressfoto

ФАБРИКА
КУХНЯ.

 **FERROSPLAV**
CORED WIRE

ATIS  **FABER**

RUSIA.study

INCRUSTO
BATHROOM & INTERIORS

MONA

HÖRSLI

Ягодный
жилой комплекс

Будем рады
сотрудничеству!



Максим Касимов
менеджер по развитию
+7 919 123 33 92

Карла Маркса, 81, Челябинск
kasimov@iamsite.com
www.iamsite.com

БРЕНДИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

Iam