

ИДЕЯ:

**«Ривьера от первого лица»
(Семья)**

РИВЬЕРА

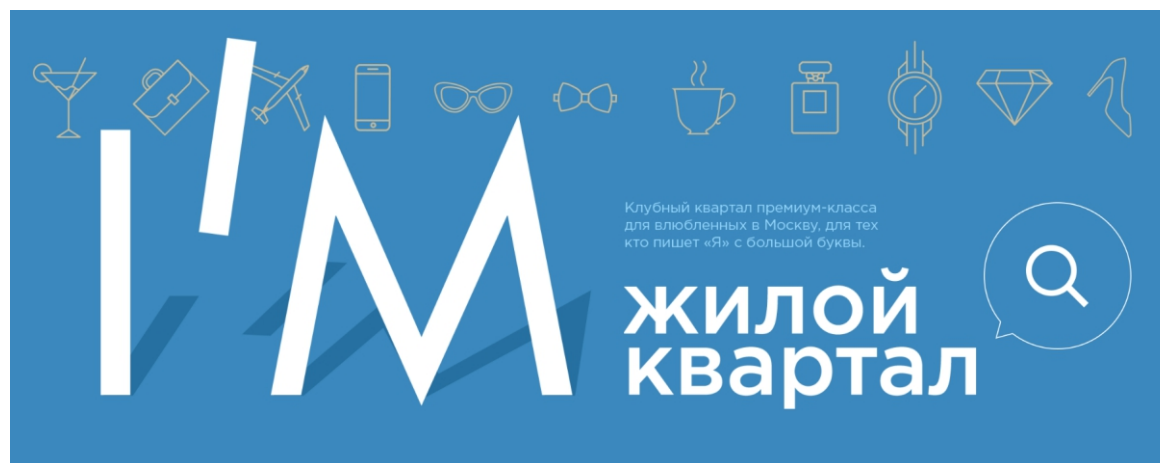
**[ДОПОЛНЕННАЯ
ВЕРСИЯ]**

09 / 12 / 2015

Вопрос — комплекс I'm и «Я & РИВЬЕРА»

Наш слоган и посыл заметно отличаются от Жилого квартала I'm.
По двум главным пунктам:

1. I'm — не тот смысл (что в слогане Я & РИВЬЕРА)
2. I'm — не оригинально (уже было)



I'm — НЕ тот смысл

Слоган I'm подразумевает полное принятие, безраздельное отождествление ЦА с чем-либо (я / я есть...)

В итоге его смысл таков: «Я — это мой дом!», «Я — это мой жилой квартал». подобный максимализм характерен подросткам, а не людям покупающим пентхаусы).

I'm — это СЛИЯНИЕ, ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ

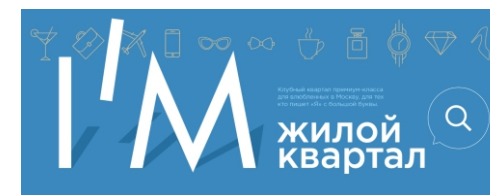
Тогда как в нашей версии:

Я & РИВЬЕРА — это СУММИРОВАНИЕ

Суммирование по формуле: $1 + 1 = 3$ (другими словами, Я + РИВЬЕРА = НЕЧТО БОЛЬШЕЕ чем сумма двух единиц). «Я» и «Ривьера» партнеры, а «и» — обозначает союз равных.

В нашей концепции внутреннее «Я» НЕ растворяется в ТЦ «Ривьера». «Я» это абсолютная, неприкосновенная ценность.

Главыное — в СУММИРОВАНИИ собственного ЭГО ЦА с внутренним КОНТЕНТОМ ТЦ «Ривьера». Будет ли этот контент нематериальным или материальным не так важно для данной формулы — «добавленную стоимость» к этой сумме могут давать как качественные товары, так и Нематериальные знания и эмоции.



Слияние

Я & РИВЬЕРА

**Союз равных,
где «Я» на первом месте**

I'm — НЕ оригинально

Сказать что I'm — это нечто оригинальное не получается...

iMac, iPod, iPhone, iPad...

Я — Mac (I'M)

(я — компьютер Макинтош)



Кен Сигал

(автор названия iMac для Apple и многих его производных).

Название разработано в конце 90-х годов...

Я «Шарли Эбдо»



Международный мем начала 2015 года...

АКЦЕНТ:

**«Я» — часть смысла
и брендинга**

РИВЬЕРА

Развитие идеи. «Я» — часть брендинга

Человек всегда сосредоточен на своем «я». Так, на коллективном фото каждый ищет в первую очередь себя, а только потом друзей и близких. Исходя из этого, мы предлагаем логичное и вместе с тем оригинальное развитие идеи.

Пусть «Я» станет вторым по значимости элементом бренда после логотипа «Ривьера». Пусть «Я» маркирует лояльность к бренду «Ривьера» по всем возможным поводам: календарным датам, сезонным распродажам, разовым промо активностям, культурным и развлекательным мероприятиям...

Как эта идея будет реализована на практике? Забегая вперед, можно сказать, что у нее просто огромный потенциал, особенно в плане видео оформления торгового центра.



Рекламная схема ТРЦ«Ривьера»

Схема построения рекламного сообщения от ТРЦ «Ривьера»:

СОБЫТИЕ (обязательно заканчивается на букву я) + **Я** + **РИВЬЕРА**

Слово Ривьера в русском языке это подлежащее женского рода, прилагательное к которому в 98 случаев из 100 заканчивается на букву **Я**.

День города — московска**Я** РИВЬЕРА

День города — столична**Я** РИВЬЕРА

Очевидно, что эту схему можно развивать и дальше, адаптируя ее под разные поводы и события. При этом она не только устанавливает прямую связь человека с брендом, но и соединяет его с конкретным маркетинговым событием в ТРЦ «Ривьера» (праздник, акция, выставка).

Я РИВЬЕРА

семь**Я** РИВЬЕРА

семейена**Я** РИВЬЕРА

мо**Я** РИВЬЕРА

тво**Я** РИВЬЕРА

друзь**Я** РИВЬЕРА

летня**Я** РИВЬЕРА

осення**Я** РИВЬЕРА

зимня**Я** РИВЬЕРА

весення**Я** РИВЬЕРА

1 сентября — школьна**Я** РИВЬЕРА

1 января — новогодня**Я** РИВЬЕРА

7 января — рождественска**Я** РИВЬЕРА

14 января — влюбленна**Я** РИВЬЕРА

25 января — студентческа**Я** РИВЬЕРА

23 февраля — армейска**Я** РИВЬЕРА

8 марта — любима**Я** РИВЬЕРА

1 апреля — весела**Я** РИВЬЕРА

12 июня — российска**Я** РИВЬЕРА

любима**Я** РИВЬЕРА

вкусна**Я** РИВЬЕРА

кулинарна**Я** РИВЬЕРА

модна**Я** РИВЬЕРА

развлекательна**Я** РИВЬЕРА

премьерна**Я** РИВЬЕРА

выставочна**Я** РИВЬЕРА

книжна**Я** РИВЬЕРА

спортивна**Я** РИВЬЕРА

детска**Я** РИВЬЕРА

ресторанна**Я** РИВЬЕРА

цифрова**Я** РИВЬЕРА

мужска**Я** РИВЬЕРА

женска**Я** РИВЬЕРА

празднична**Я** РИВЬЕРА

дачна**Я** РИВЬЕРА

ярка**Я** РИВЬЕРА

кафейна**Я** РИВЬЕРА

музыкальна**Я** РИВЬЕРА

дизайнерска**Я** РИВЬЕРА

архитектурна**Я** РИВЬЕРА

фотографическа**Я** РИВЬЕРА

клубна**Я** РИВЬЕРА

культурна**Я** РИВЬЕРА

Знак амперсанд

Часто одну и ту же мысль можно донести до аудитории несколькими способами. В нашем случае идею СОЮЗА/СЛОЖЕНИЯ двух величин можно обозначить тремя вариантами:

Я + РИВЬЕРА

Я и РИВЬЕРА

Я & РИВЬЕРА

+ — понятный, но бесконечно банальный

и — слишком прямолинейный, и без «изюма»

& — знак Амперсанд (в западном мире чаще всего служит заменой союза «и»). Именно этот символ мы предлагаем использовать в финальном варианте слогана.

В чем плюсы Амперсанд (&) как знака соединения:

- Его семантика — союз, знак сложения
- Этот знак не так банален как остальные (+/и)
- Значение этого знака не так известно широкой публике. Именно этот факт «преподнимает» в своих собственных глазах нашу целевую аудиторию (современные образованные эгоцентристы)
- Для России этот знак весьма редкий (но не на Западе — там он встречается в названии почти каждой адвокатской канторы — Smith & Partners, к примеру)
- Для несведущих людей (а об этой группе ЦА забывать не следует) Амперсанд станет просто красивой завитушкой, графическим значком-разделителем, таким же как в известных брендах H&M или Dolce & Gabbana...

Я & РИВЬЕРА

Смысл:

Сумма всегда БОЛЬШЕ ее отдельных слагаемых. Будем вместе!



Я & РИВЬЕРА



Полиграфическая реализация идеи. Дополнительная айдетика

Полиграфия по определению является статической областью рекламы (состоит из одного visual), поэтому для донесения мысли «Я & РИВЬЕРА» неизбежна некоторая корректировка фирменного стиля торгового центра. А конкретно — в имиджевой рекламе ТРЦ перед его официальным лого должны появляться знаки «Я» и «&».

РИВЬЕРА

РИВЬЕРА

РИВЬЕРА

официальный вариант лого +
расширение цветовой гаммы

РИВЬЕРА

РИВЬЕРА

РИВЬЕРА

цветная, черная и серая выворотка
(дополнение к фирм. стилю)

Я & РИВЬЕРА

Я & РИВЬЕРА

Я & РИВЬЕРА

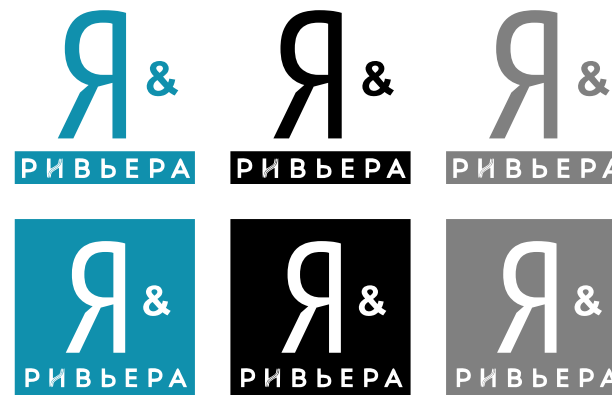
дополненный «Я» официальный лого

Я & РИВЬЕРА

Я & РИВЬЕРА

Я & РИВЬЕРА

дополненный «Я» вывороткой
официальный лого



новые дополнительные варианты логотипа
(«подчеркивание» и «квадрат»)

предназначены для вертикальных и нестандартных
медиа носителей

МАКЕТЫ:

«Я & Ривьера»

РИВЬЕРА

Схема построения макетов (на примере билборда 6 х 3 метра)



Река / течение / поток / слайдер / cover flow



Жизнь любого человека это река из людей, событий, предметов, эмоций.

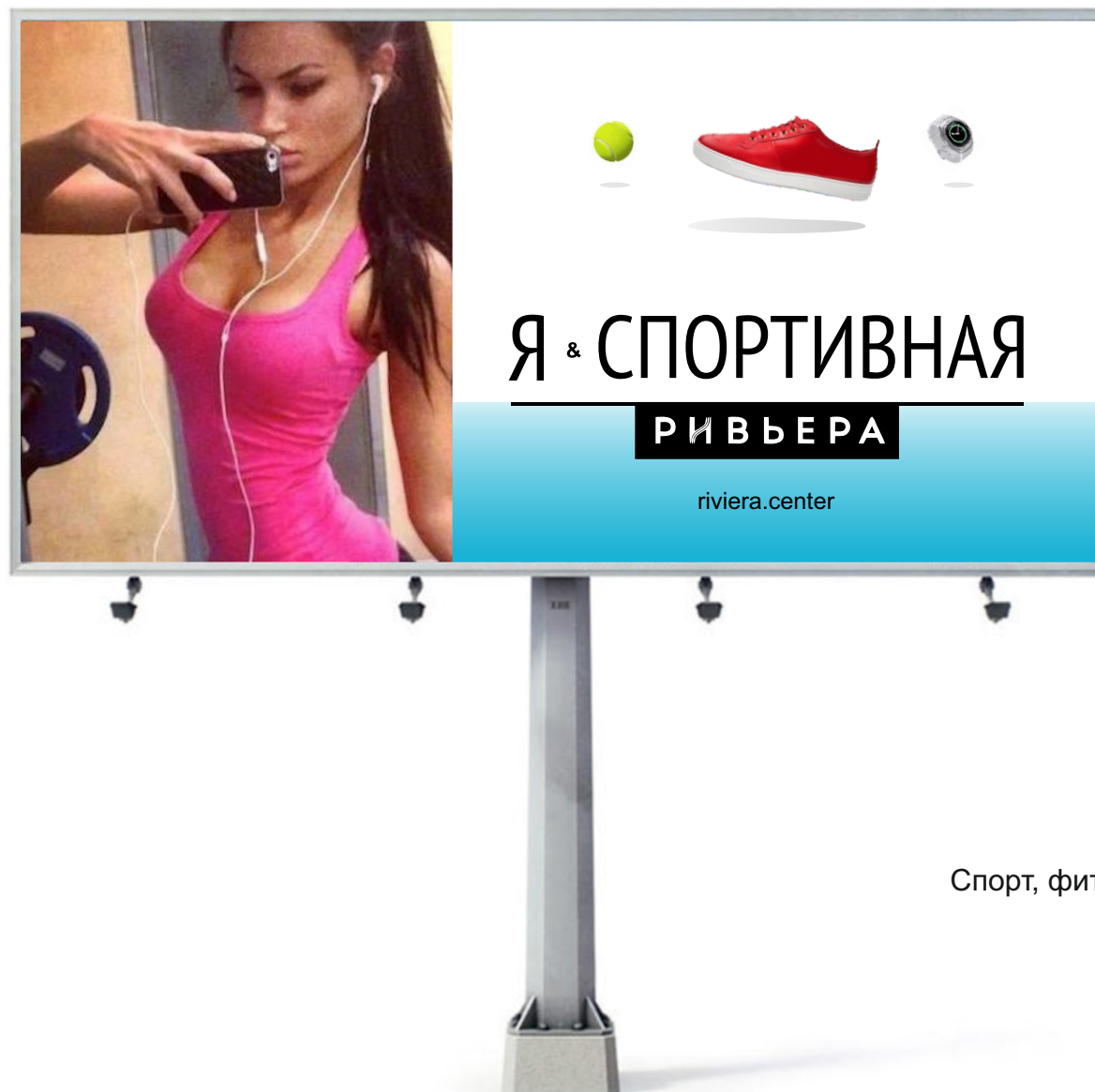
В определенном смысле это верно для любого посетителя в «Ривьера» — это тот же поток из людей, событий, предметов, эмоций...

Мы предлагаем визуализировать идею цифровым эффектом cover flow. Где каждый объект/иконка — это малая часть большого потока ТРЦ «Ривьера» (будь то покупка смартфона, вкус чизкейка, поход в кино, или впечатление от выставки).

Идея узнаваема, понятна, хороша для полиграфии, и анимации.



Кино



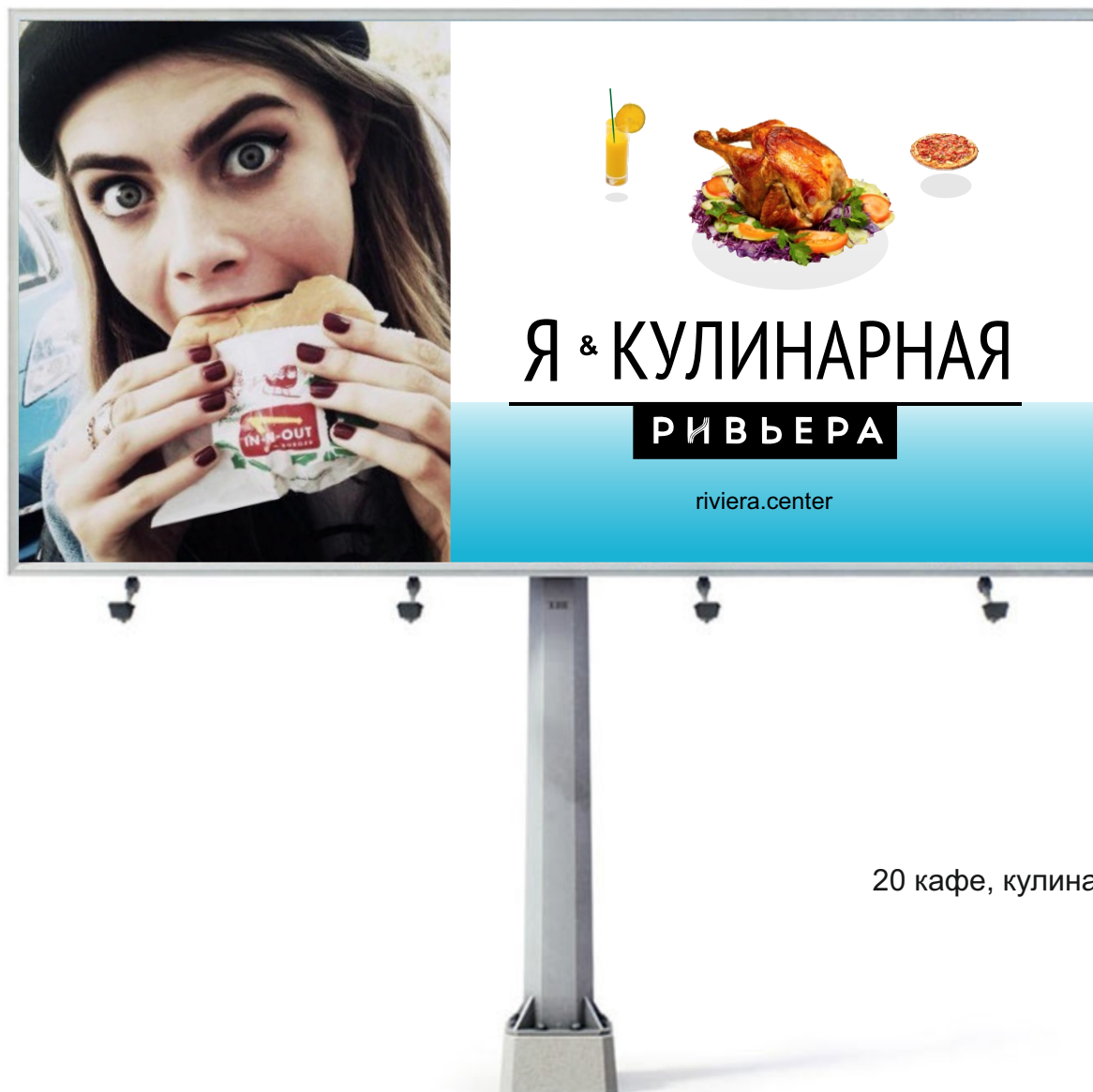
Спорт, фитнес



8 марта, День св. Валентина



«Панда парк», развлечения, учеба



20 кафе, кулинарные курсы



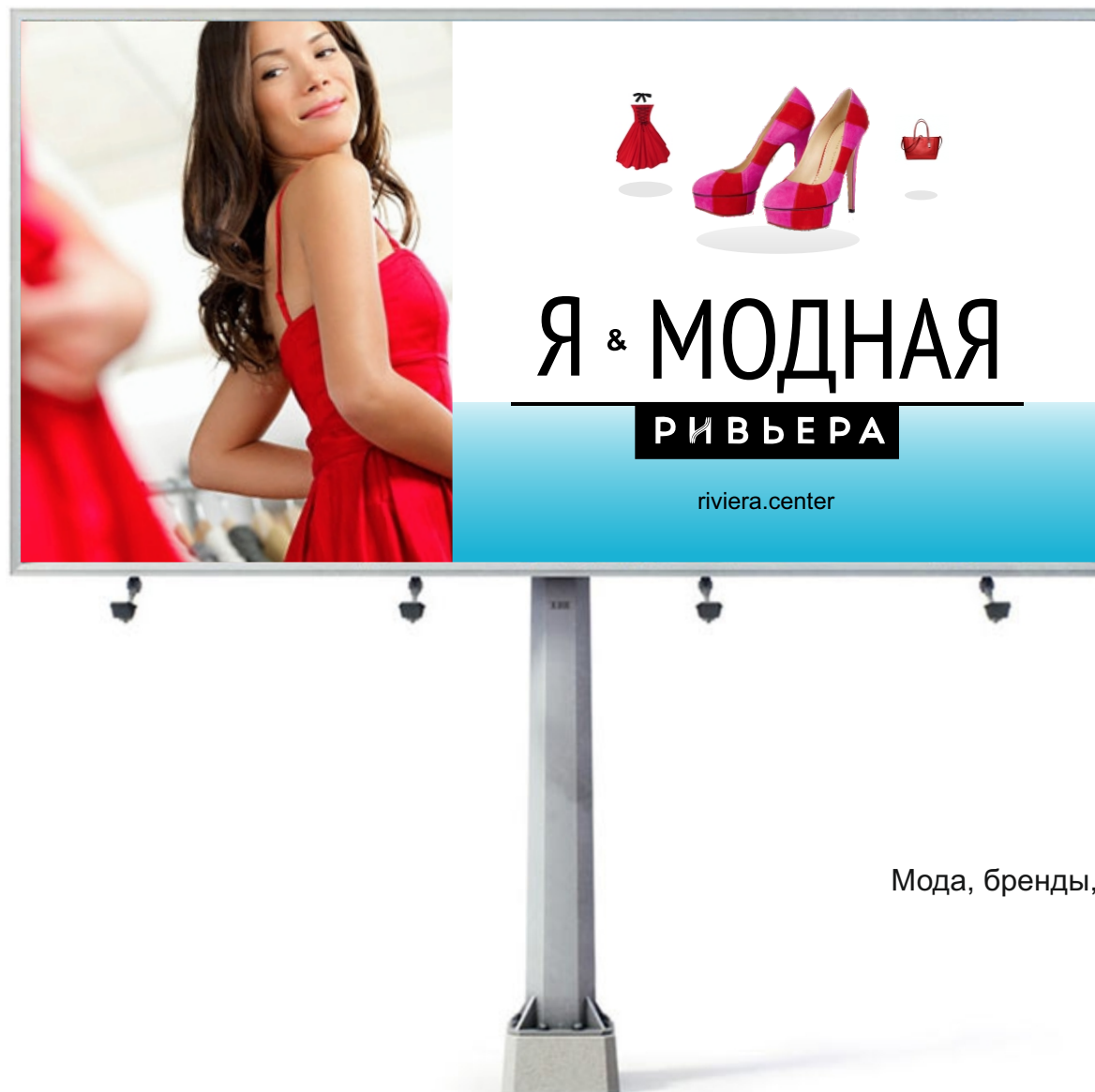
Кофе



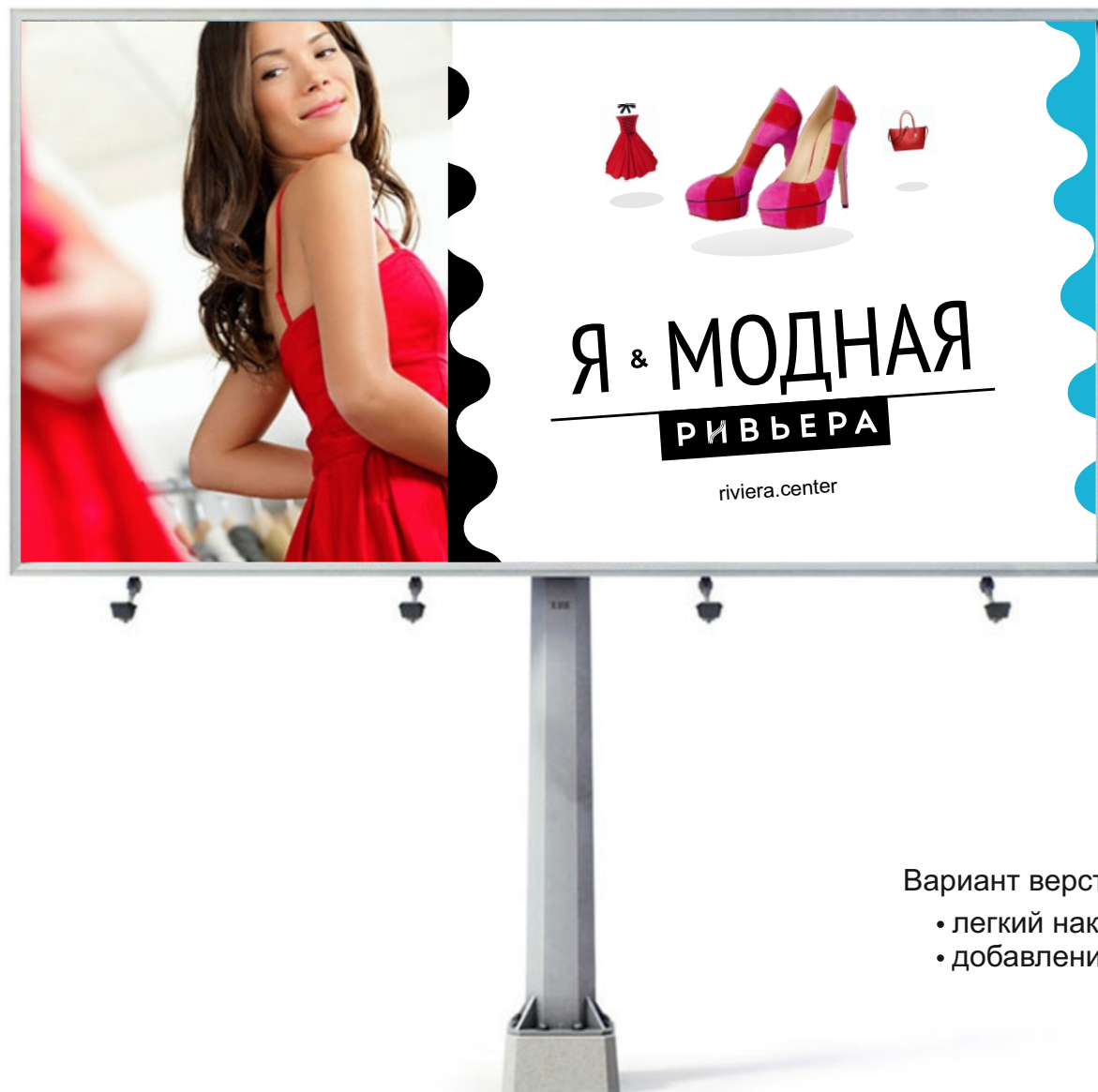
Друзья, общение, покупки



Выставки



Мода, бренды, одежда



Вариант верстки:

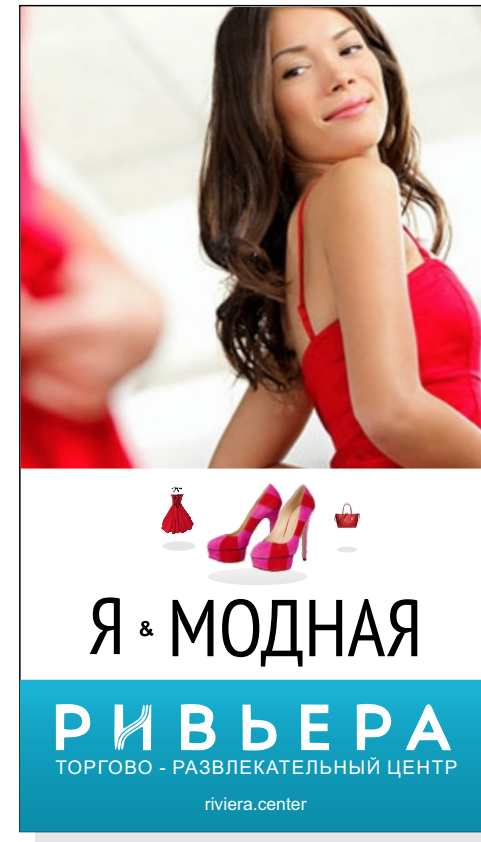
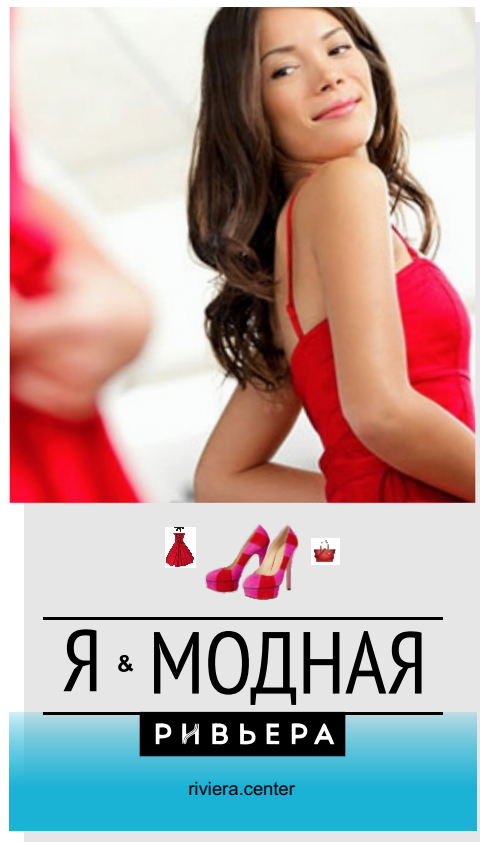
- легкий наклон
- добавление «волны»



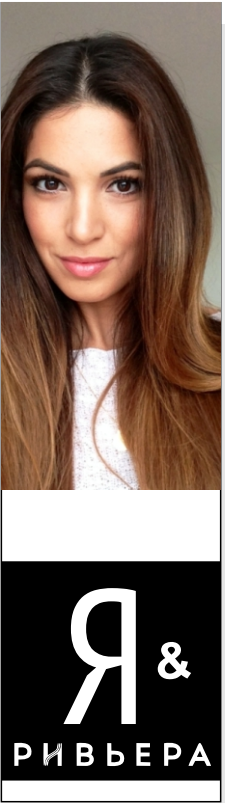
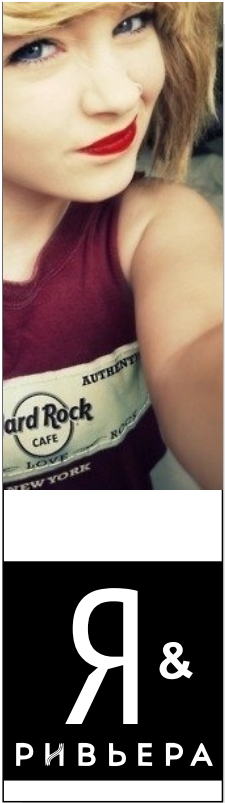
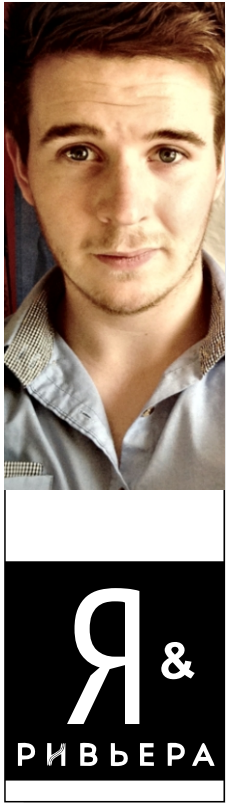
Вариант верстки:

- оригинальный лого
- крупный лого

Сити формат



Медиа экраны ТЦ

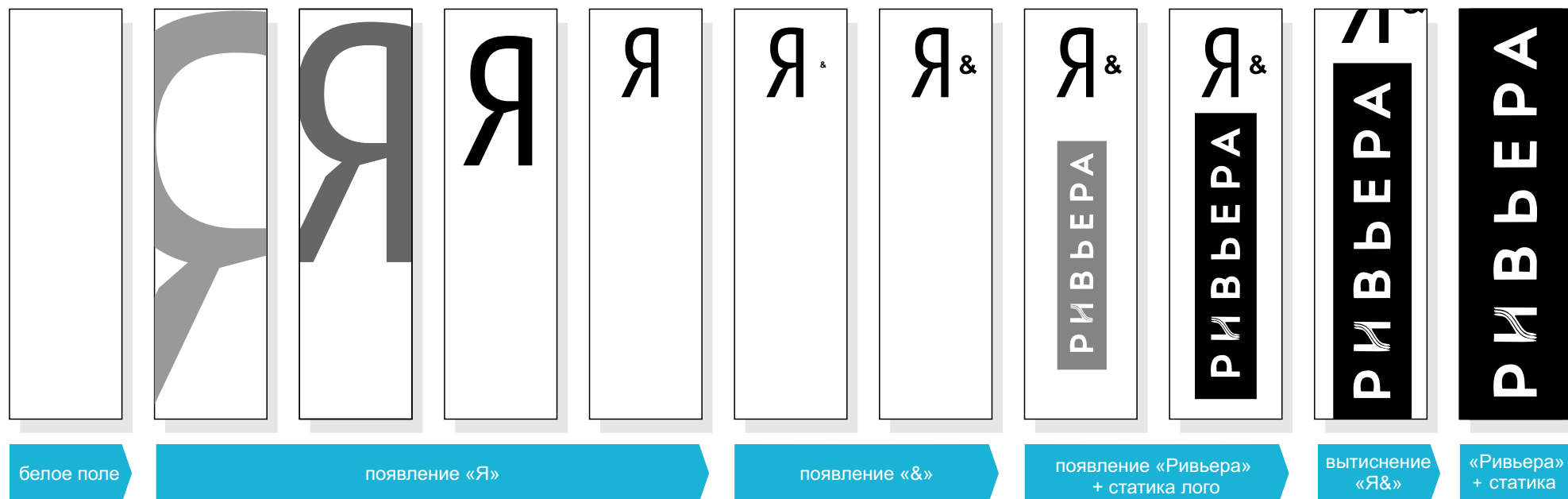


ВИДЕО & АНИМАЦИЯ:

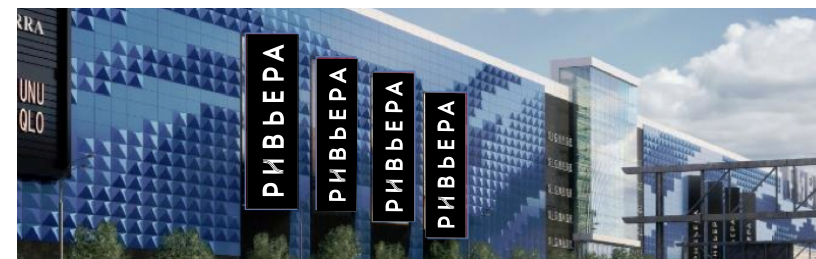
«Я & Ривьера»

РИВЬЕРА

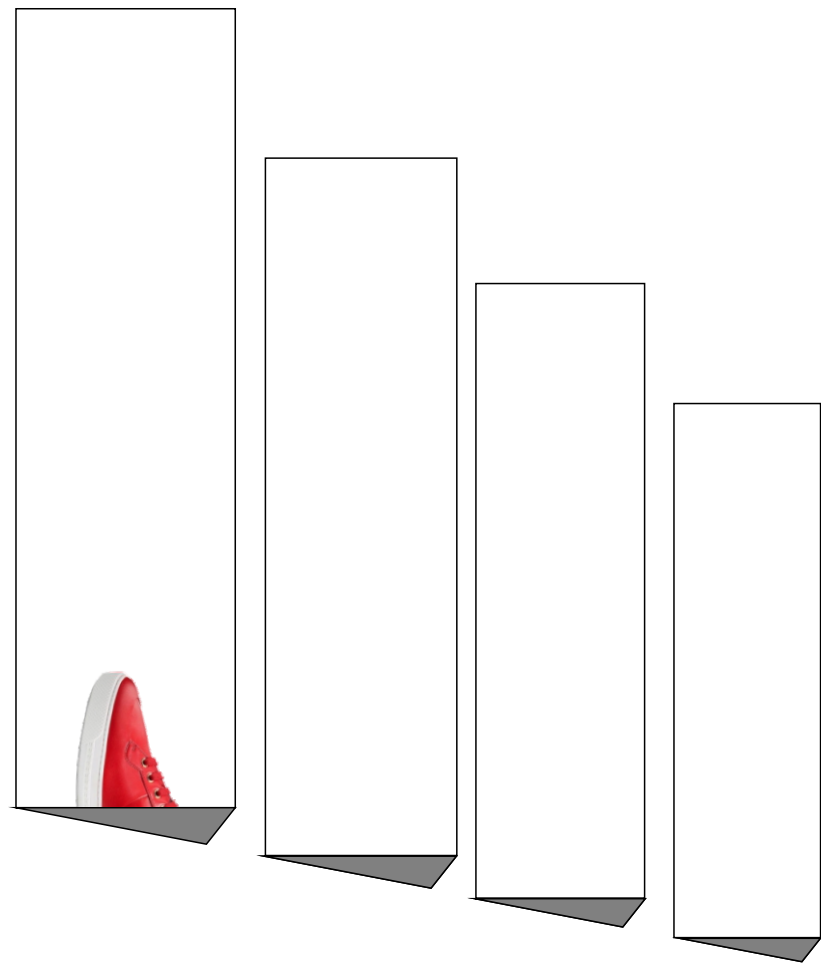
Раскадровка (1) «Я&Ривьера» на медиа фасаде



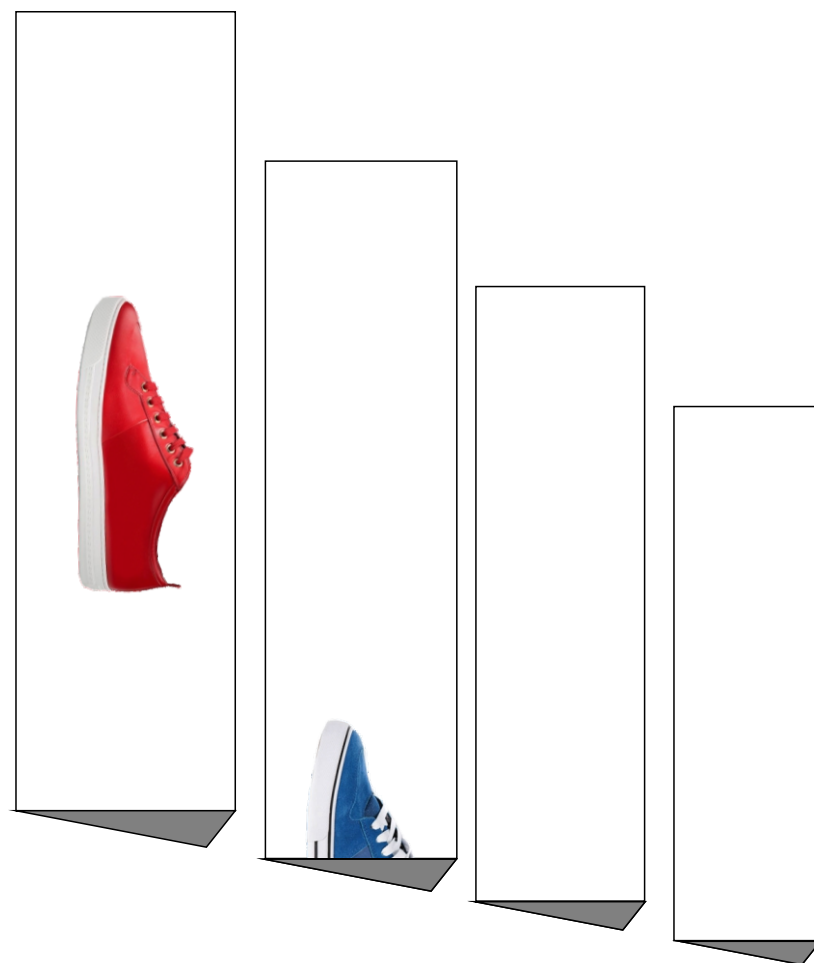
Видео/анимация является временным жанром рекламы (состоит из множества кадров), поэтому возможно варьирование фирменного стиля по своему усмотрению — в конечном кадре он может дополниться («Я» и «&»), или остаться прежним (рекламу завершит только лого «РИВЬЕРА»).



Раскадровка (2)



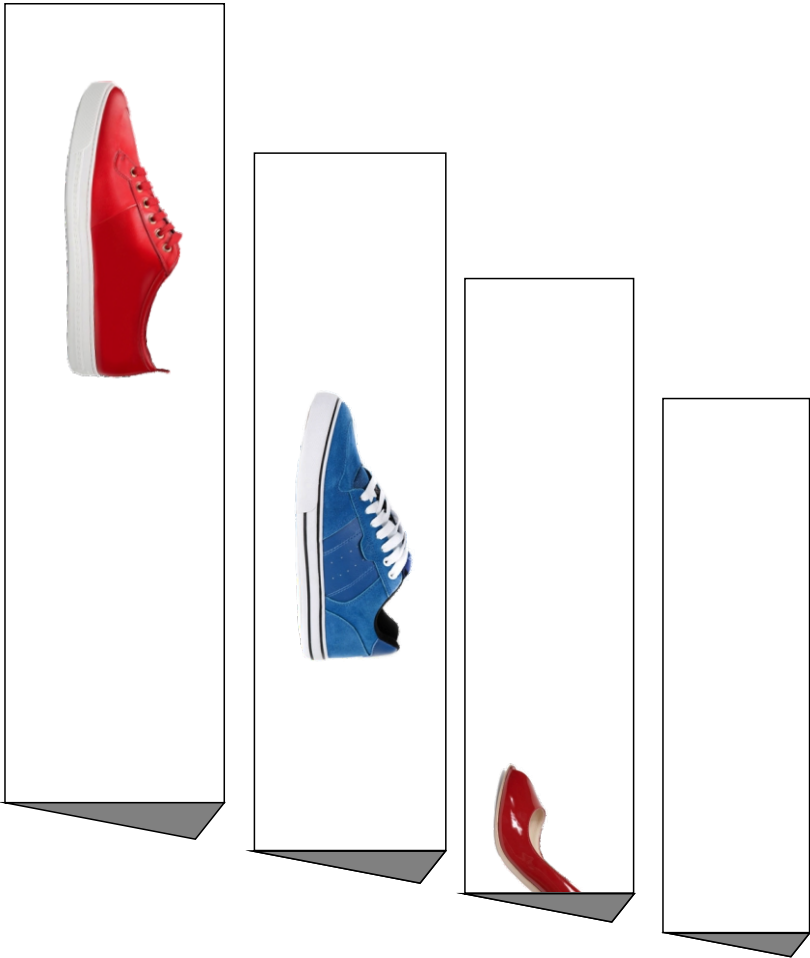
Раскадровка (2)



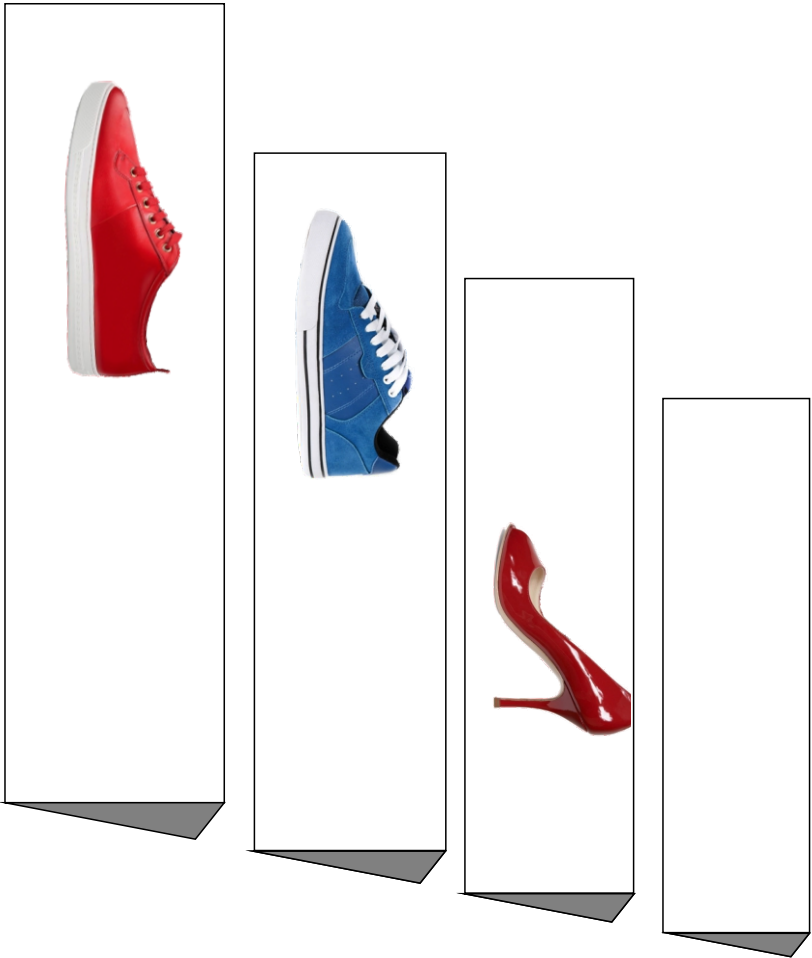
Продукт

привлечение
внимания ЦА
движением

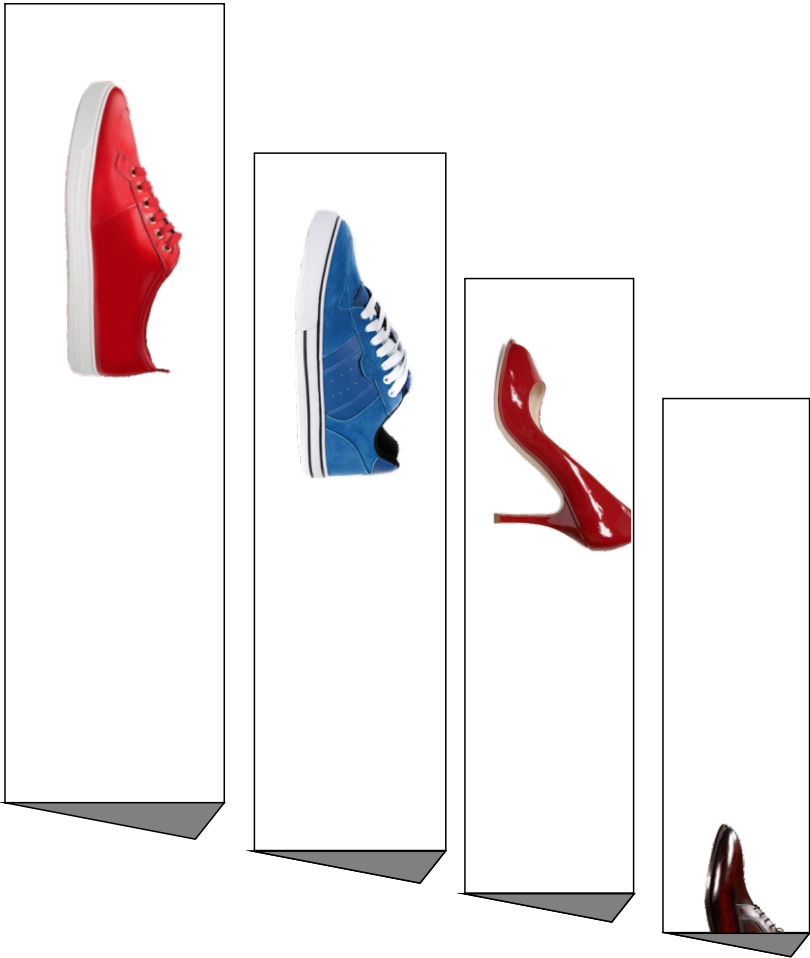
Раскадровка (2)



Раскадровка (2)



Раскадровка (2)



Раскадровка (2)



Раскадровка (2)



Раскадровка (2)



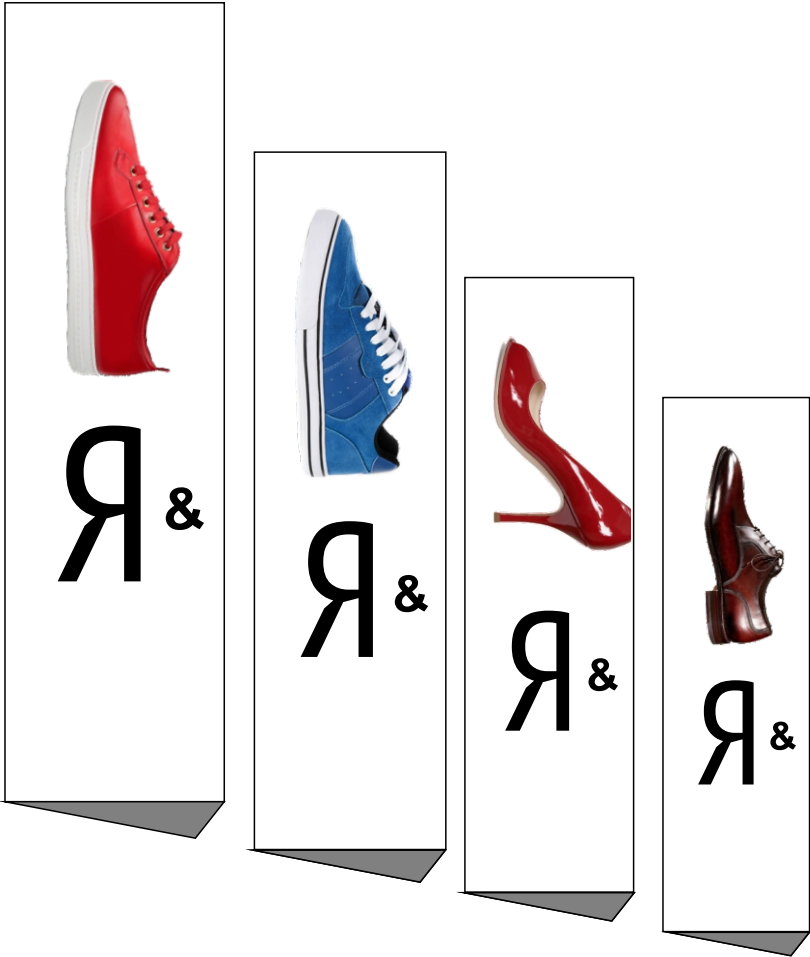
Раскадровка (2)



«Я»

— связь ЦА с продуктом

Раскадровка (2)



«&»

— союз «Я» с...

Раскадровка (2)



«Ривьера»

— союз «Я» с ТРЦ «Ривьера»

Раскадровка (2)



«Селфи»

дочка

Раскадровка (2)



«Селфи»

сын

Раскадровка (2)



«Селфи»

мама

Раскадровка (2)



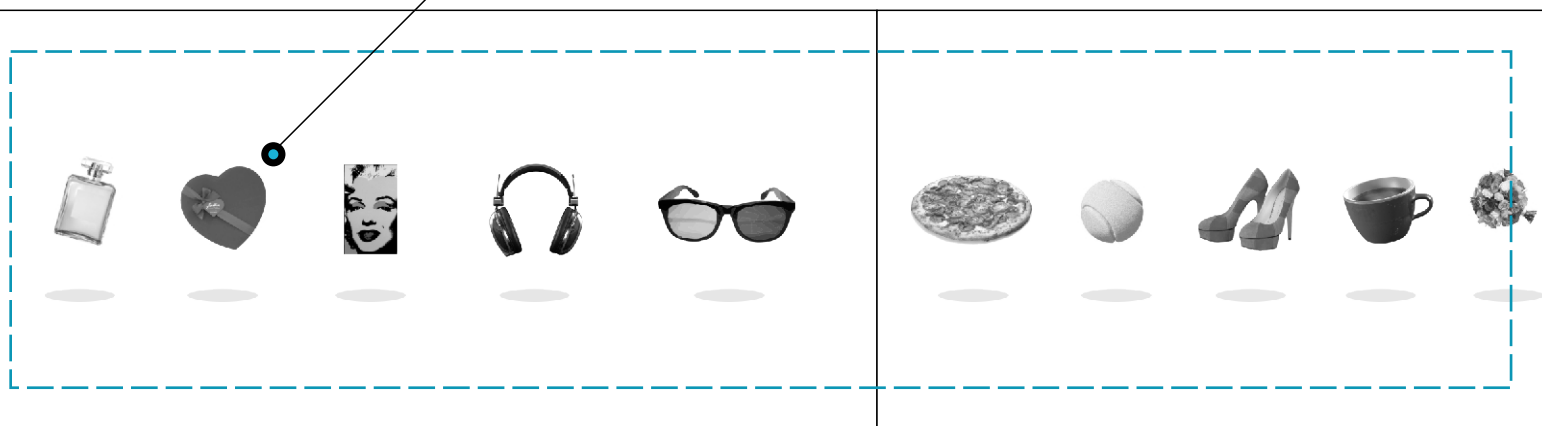
«Селфи»

папа

Раскадровка (3) Торцевой экран

«Живое» видео со смартфона — в кадре парень и девушка. Девушка снимает их совместное селфи.

«Слайдер» смартфона, но на самом деле это интерфейс ТРЦ «Ривьера». Каждая опция «Ривьеры» представлена в виде красивой и понятной иконки (а-ля iPhone)

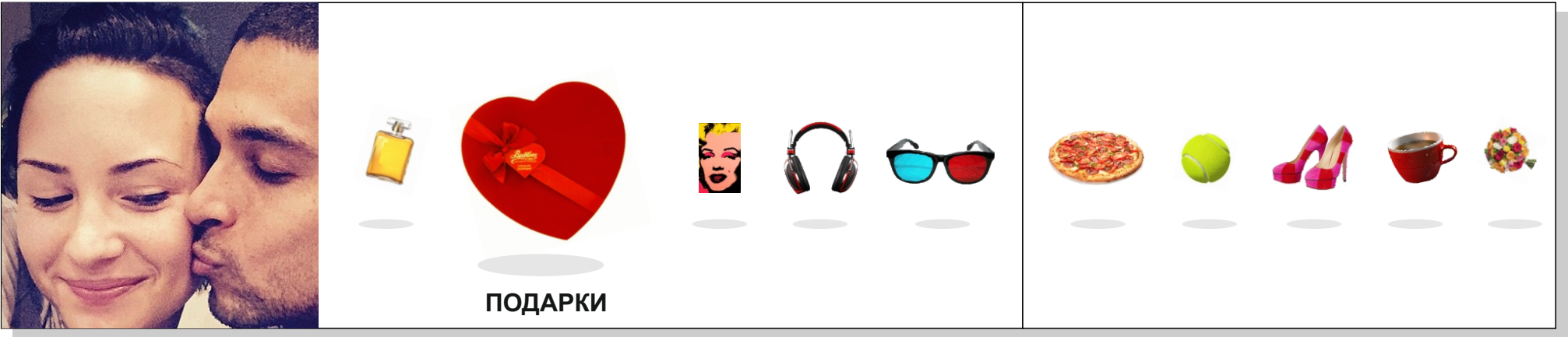


Сюжет — девушка выбирает на своем «Ривьера-смартфоне» куда им пойти с молодым человеком. Просто, понятно, **outdoor**.



Раскадровка (3) Торцевой экран

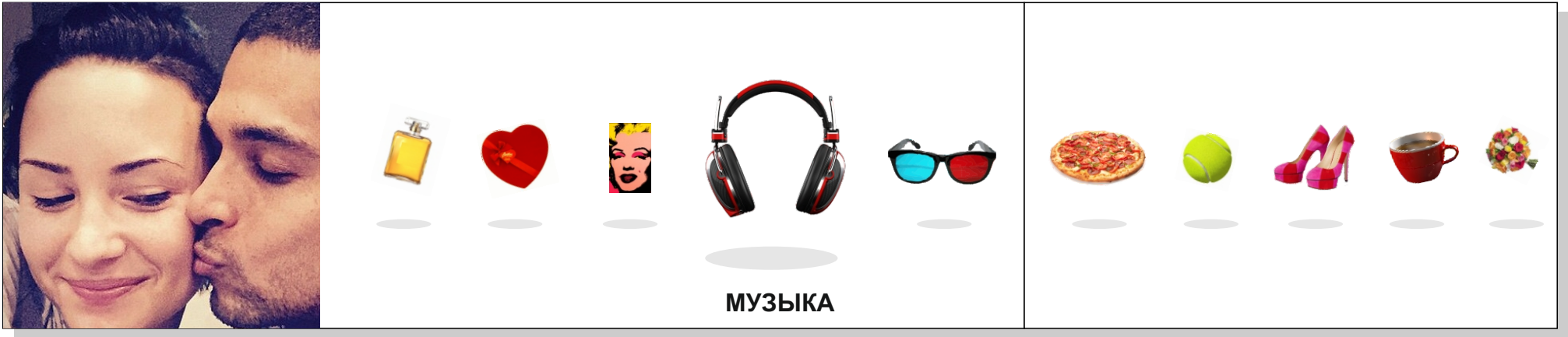
«Выбранная» иконка увеличивается, под ней (возможно) поднимается текст-подсказка



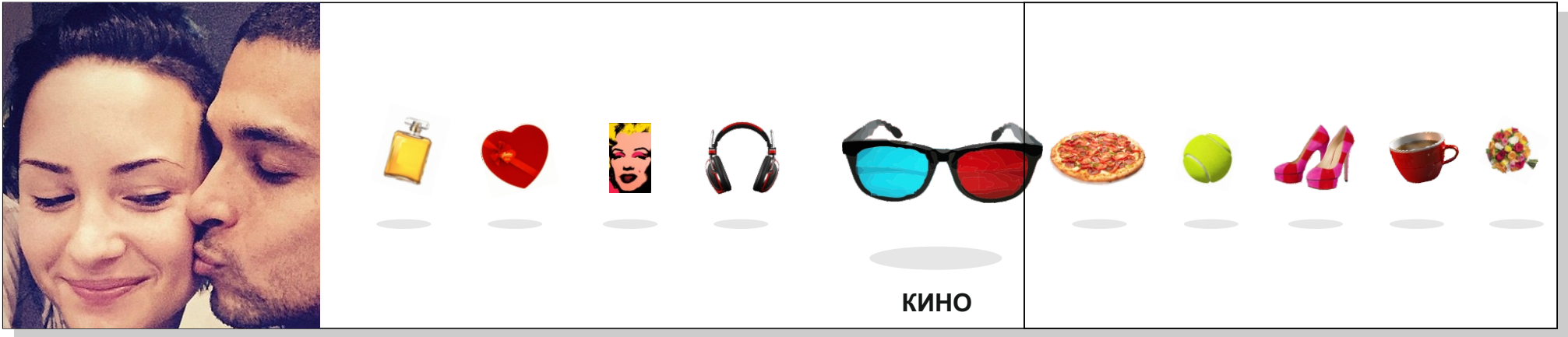
Раскадровка (3) Торцевой экран



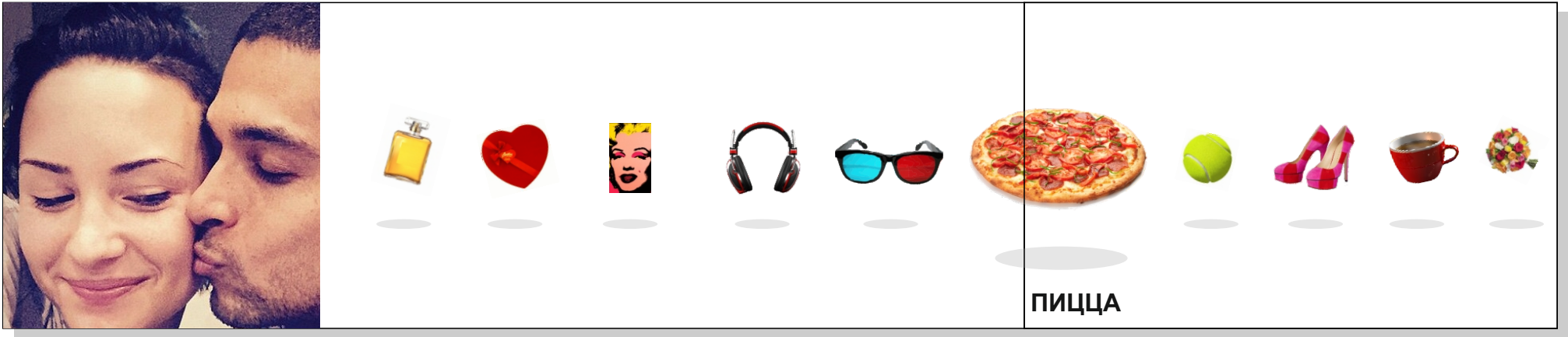
Раскадровка (3) Торцевой экран



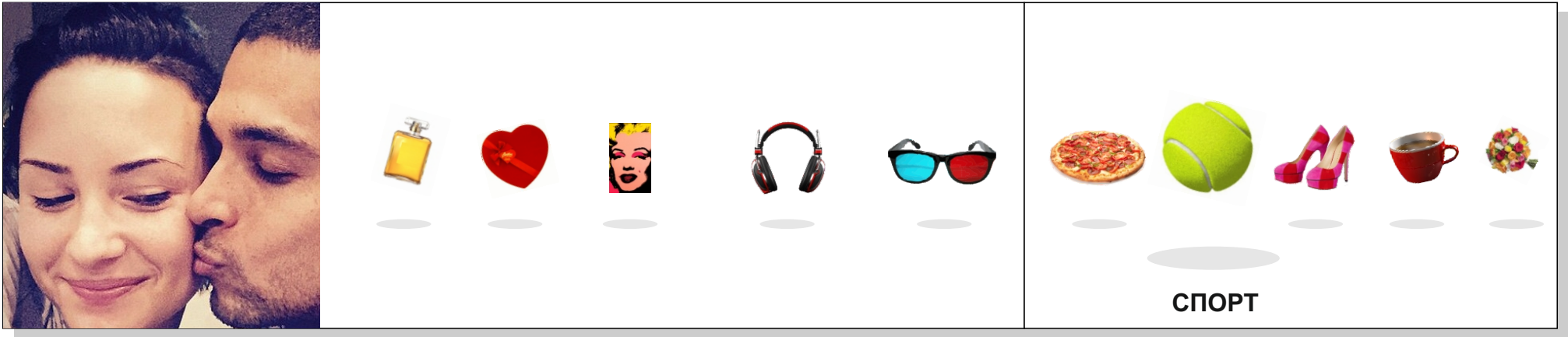
Раскадровка (3) Торцевой экран



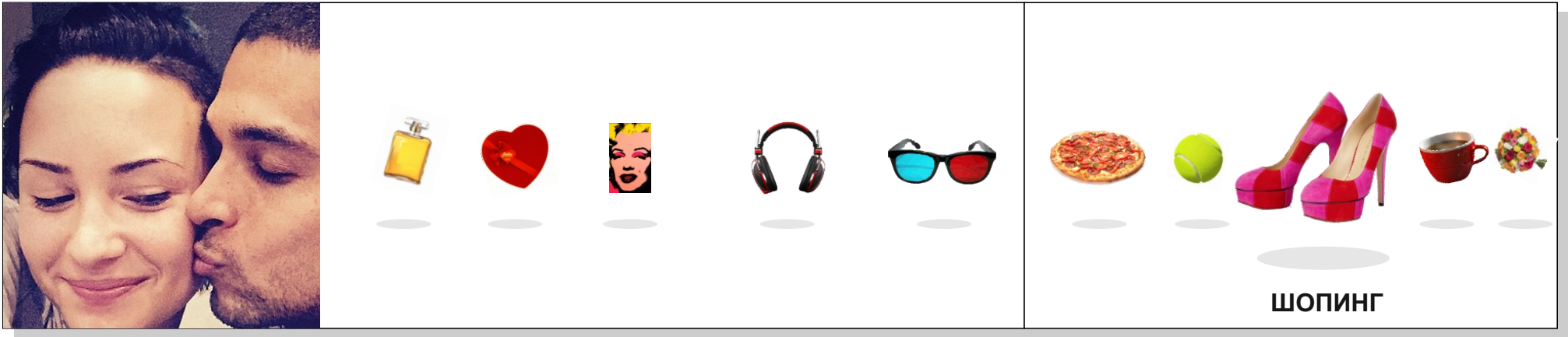
Раскадровка (3) Торцевой экран



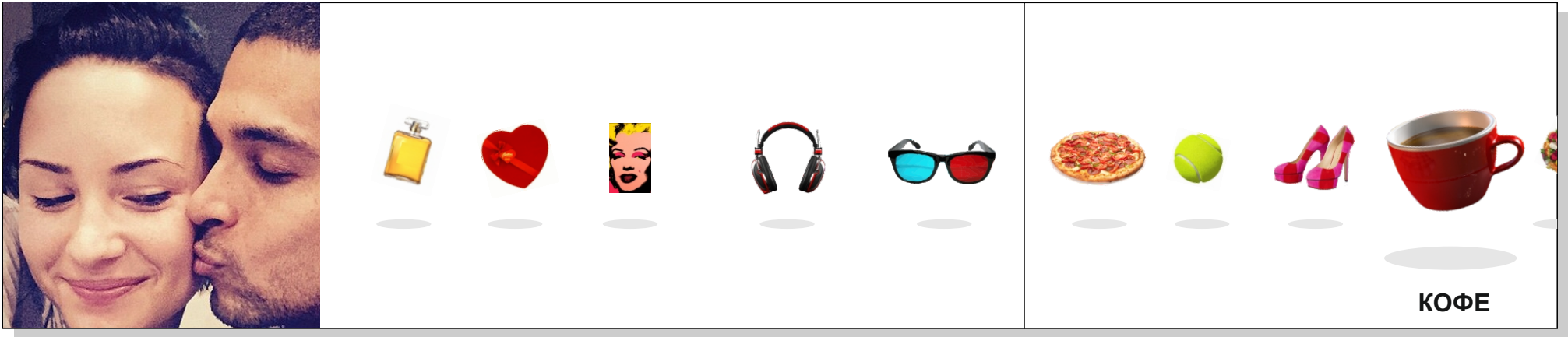
Раскадровка (3) Торцевой экран



Раскадровка (3) Торцевой экран



Раскадровка (3) Торцевой экран



Раскадровка (3) Торцевой экран

Финальный пэкшот

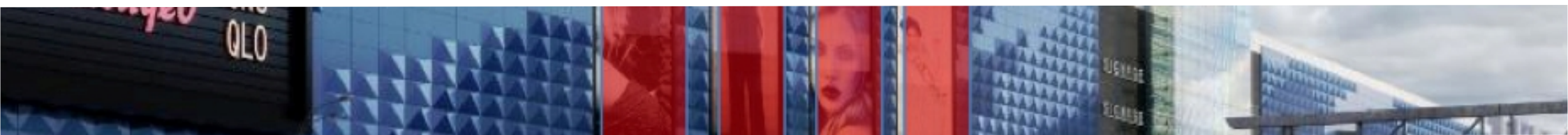
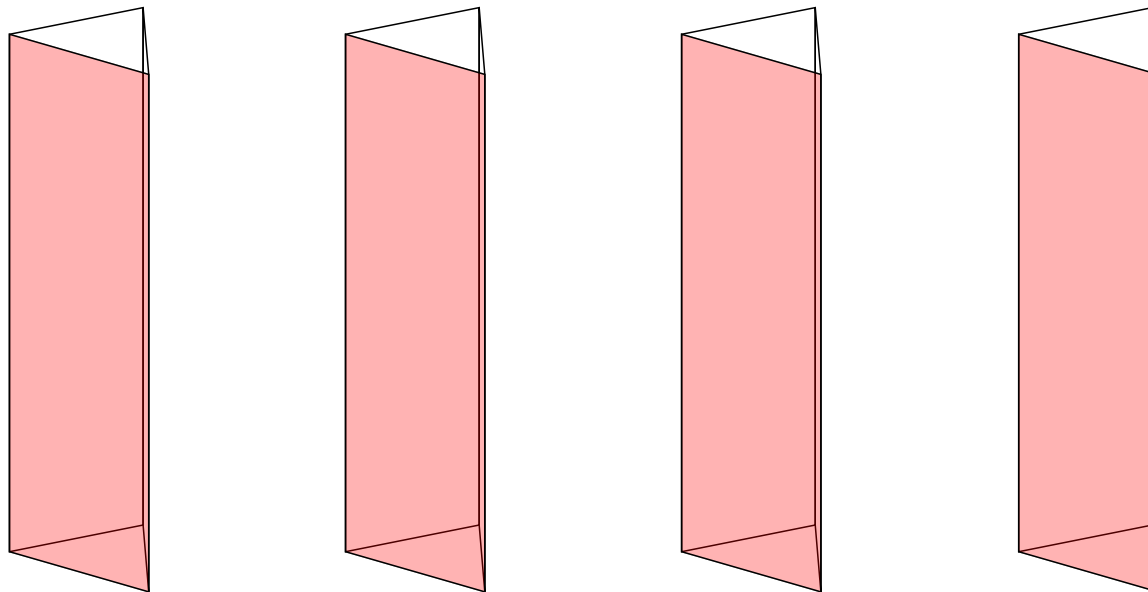


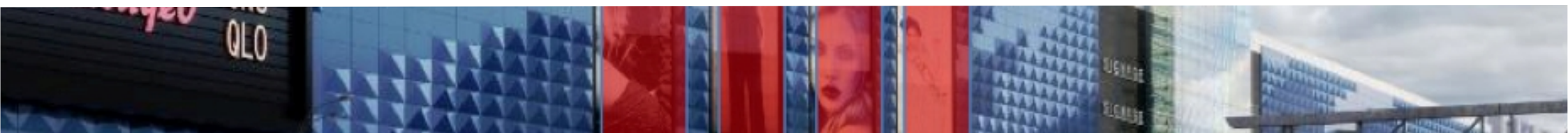
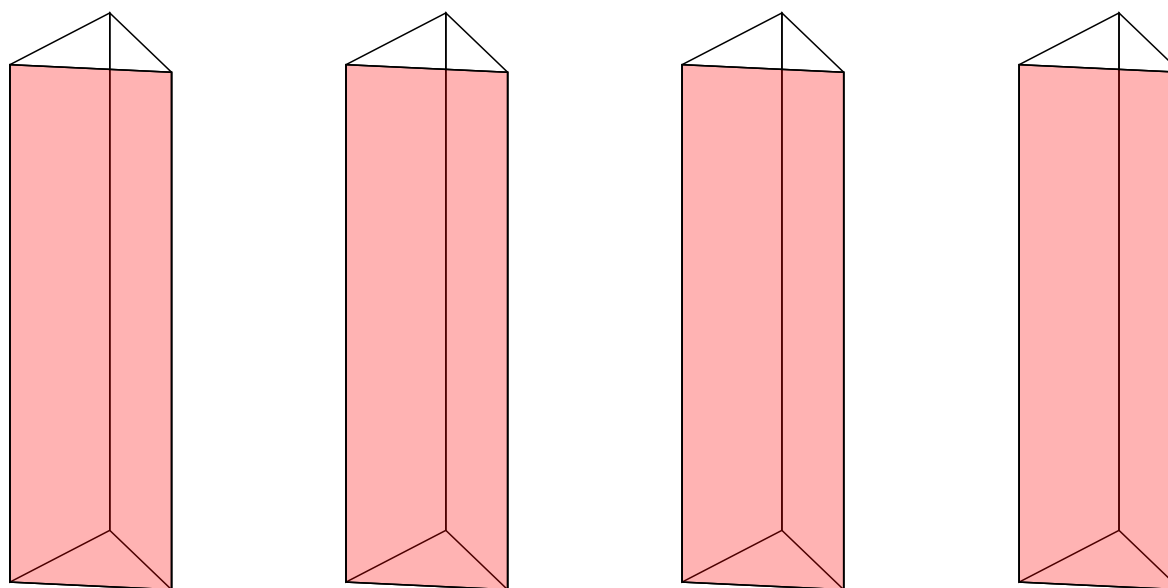
ПОДАЧА ИДЕИ: «Призматрон»

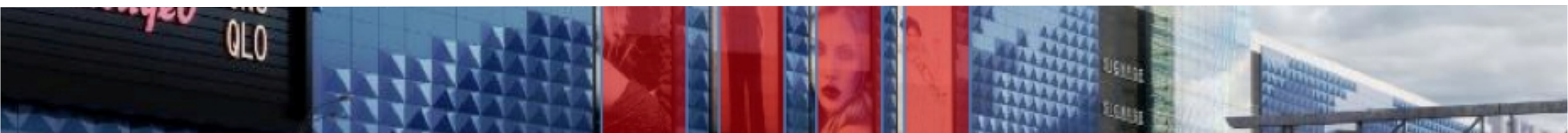
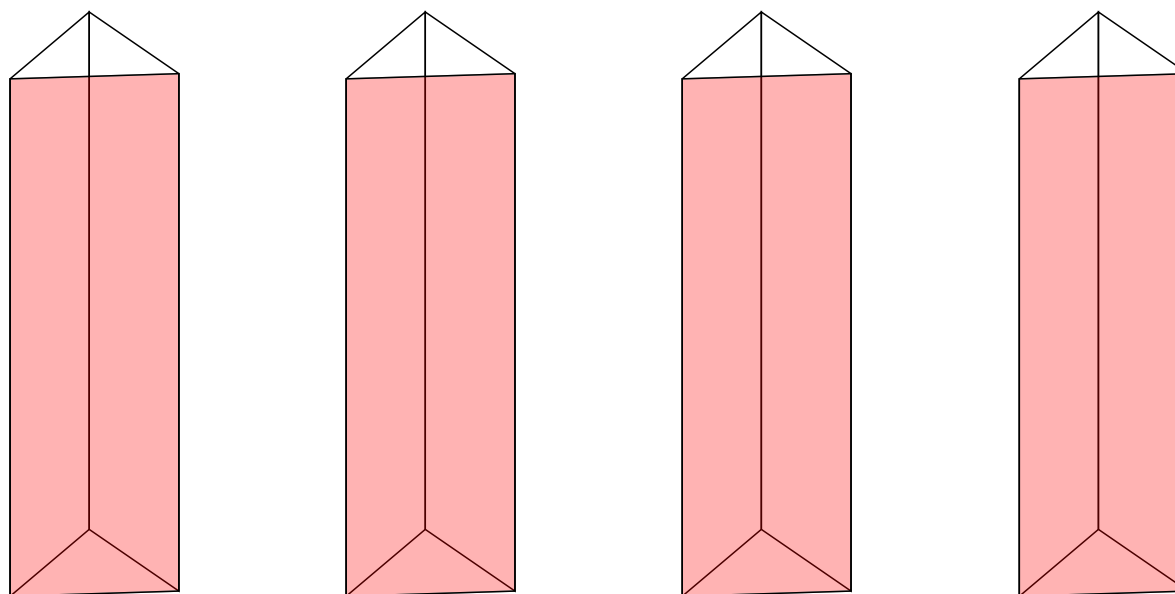
РИВЬЕРА

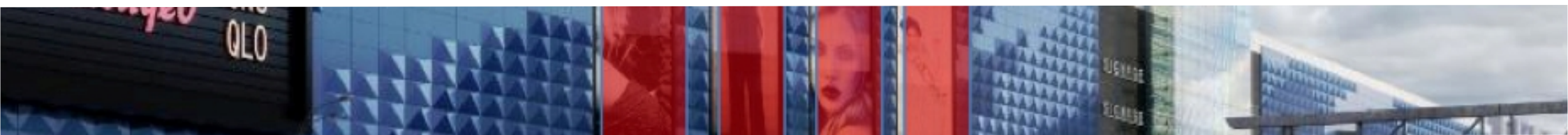
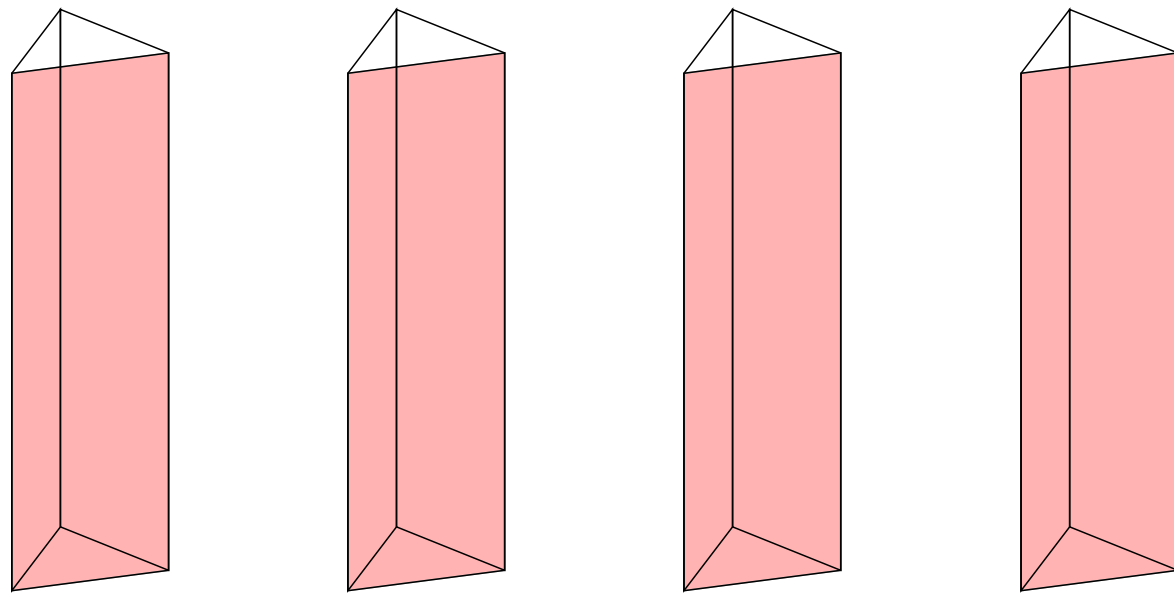


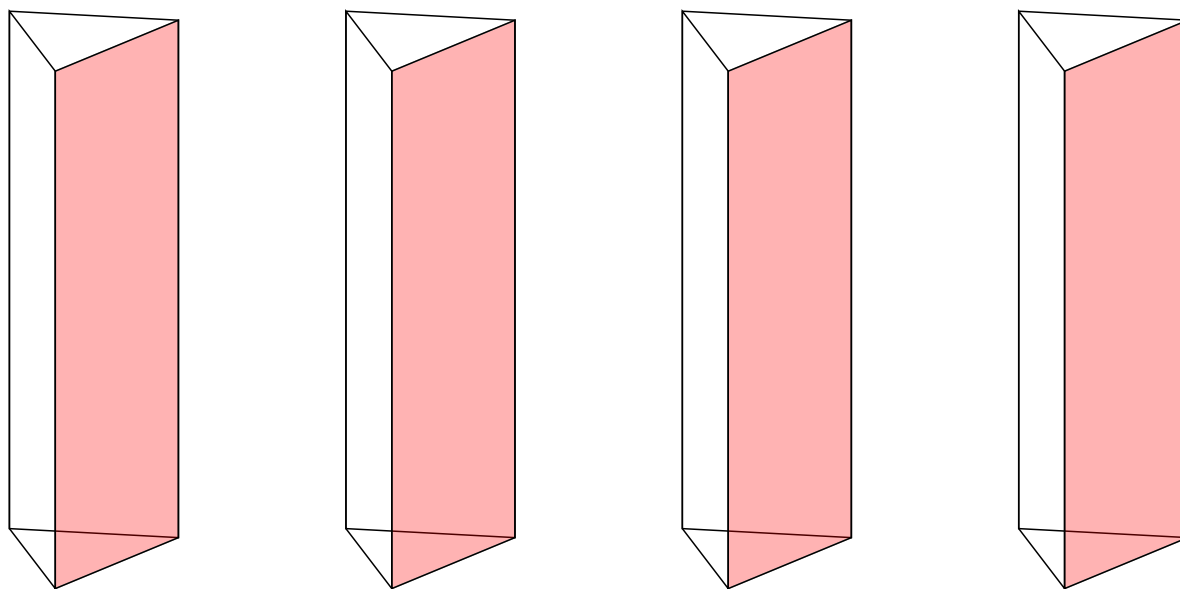
1 вертикальный поворот

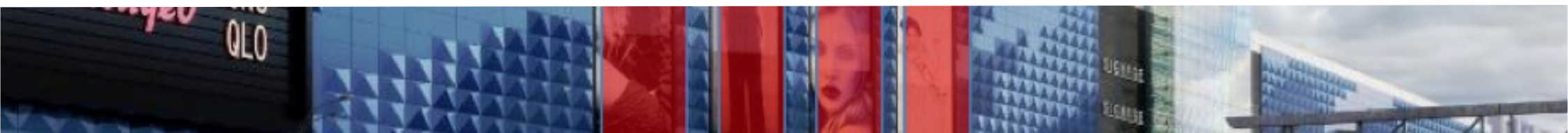
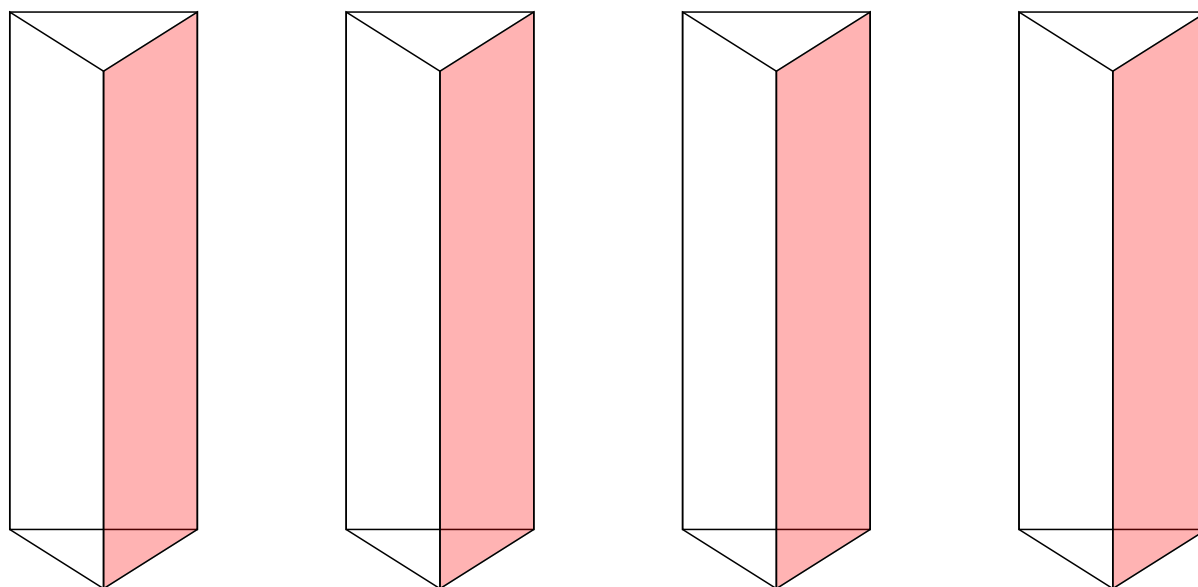


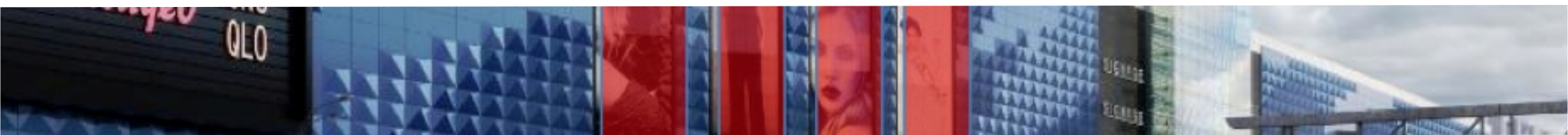
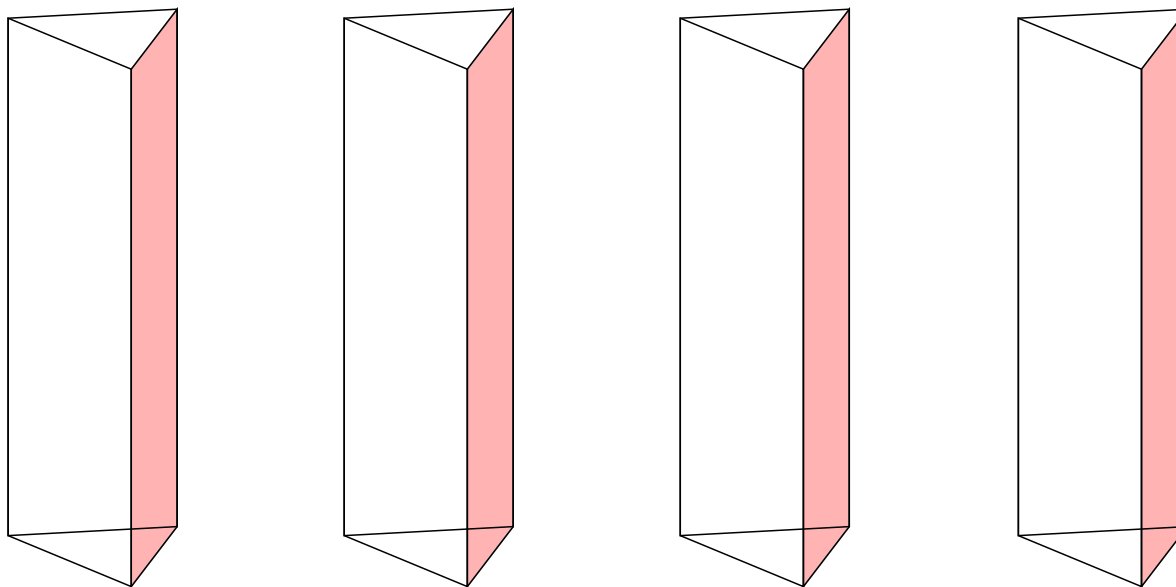


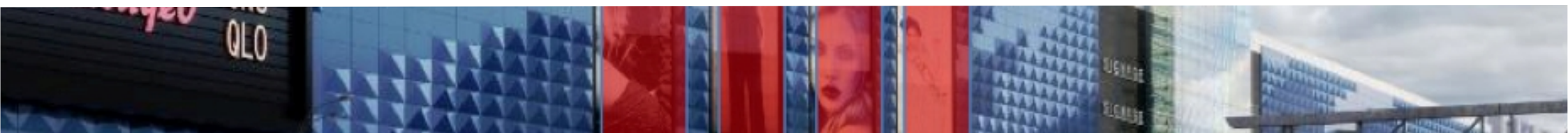
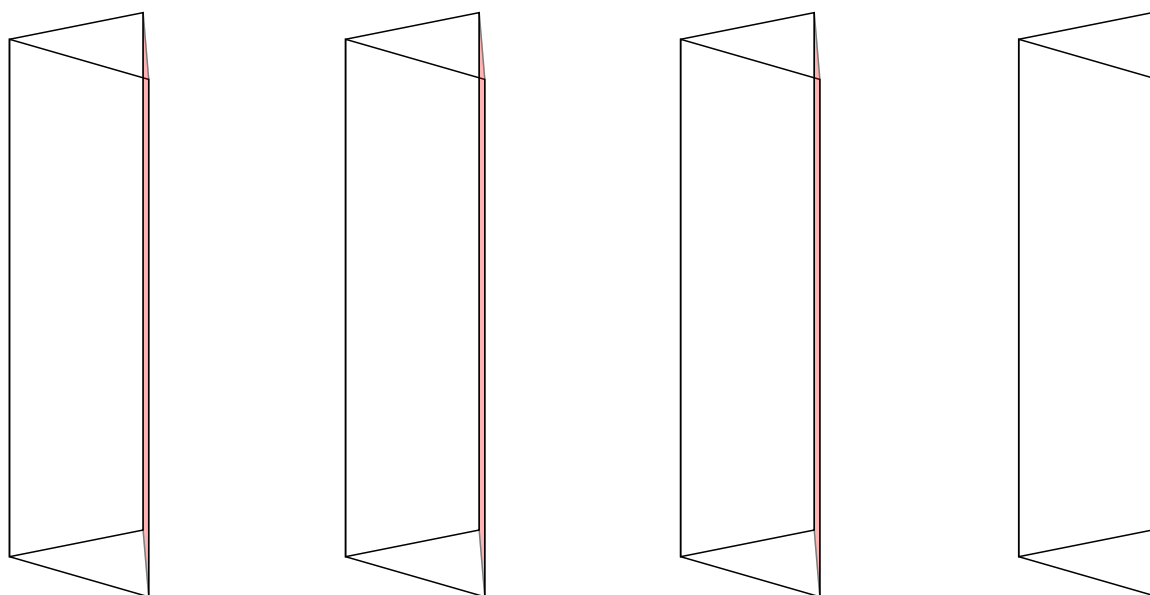


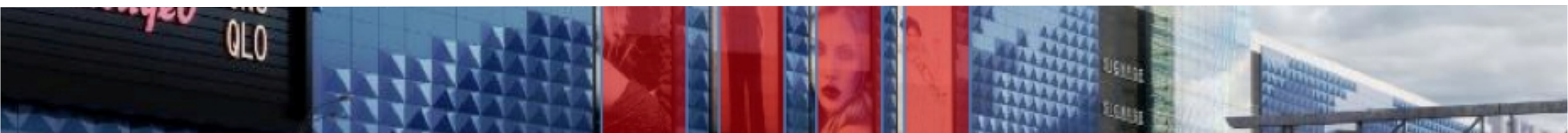
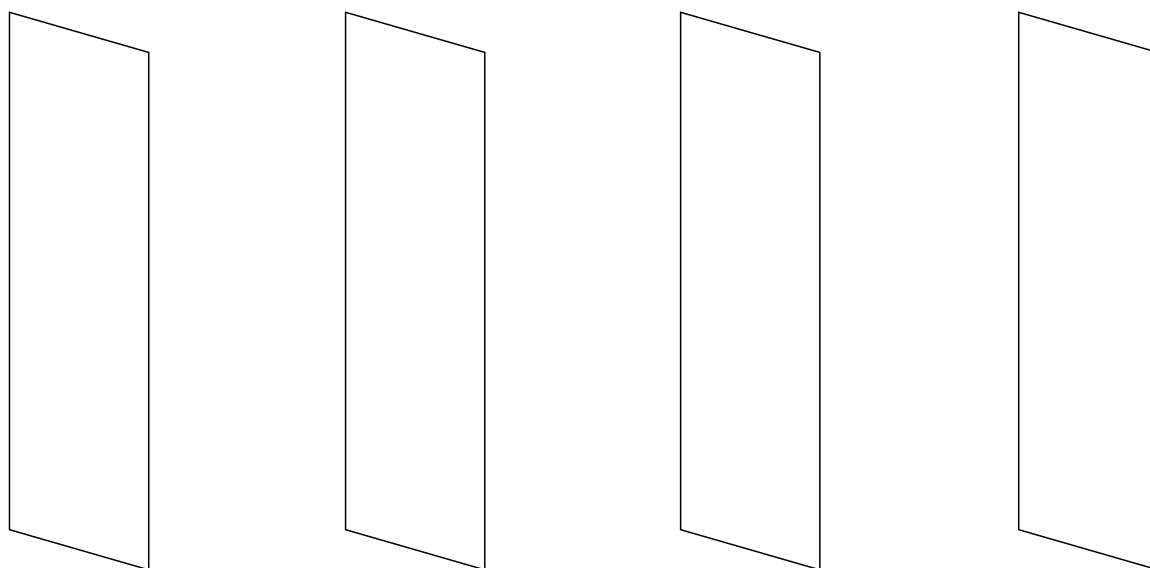




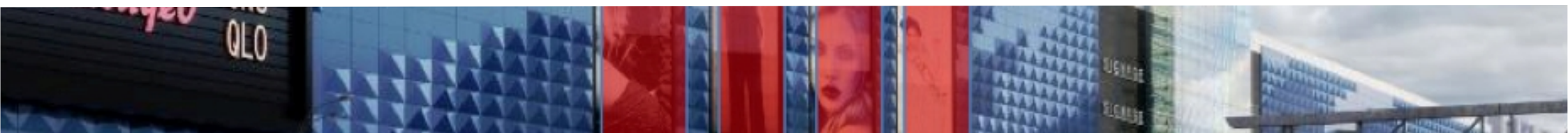
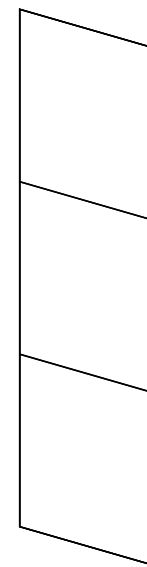
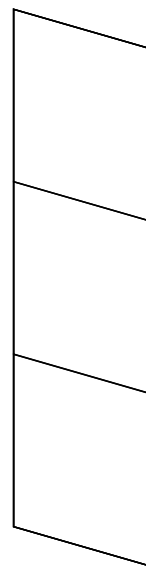
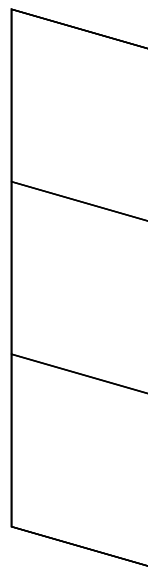
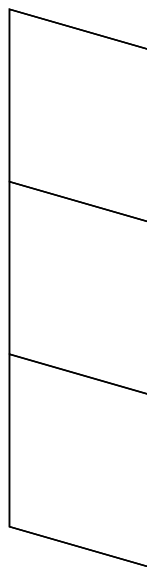




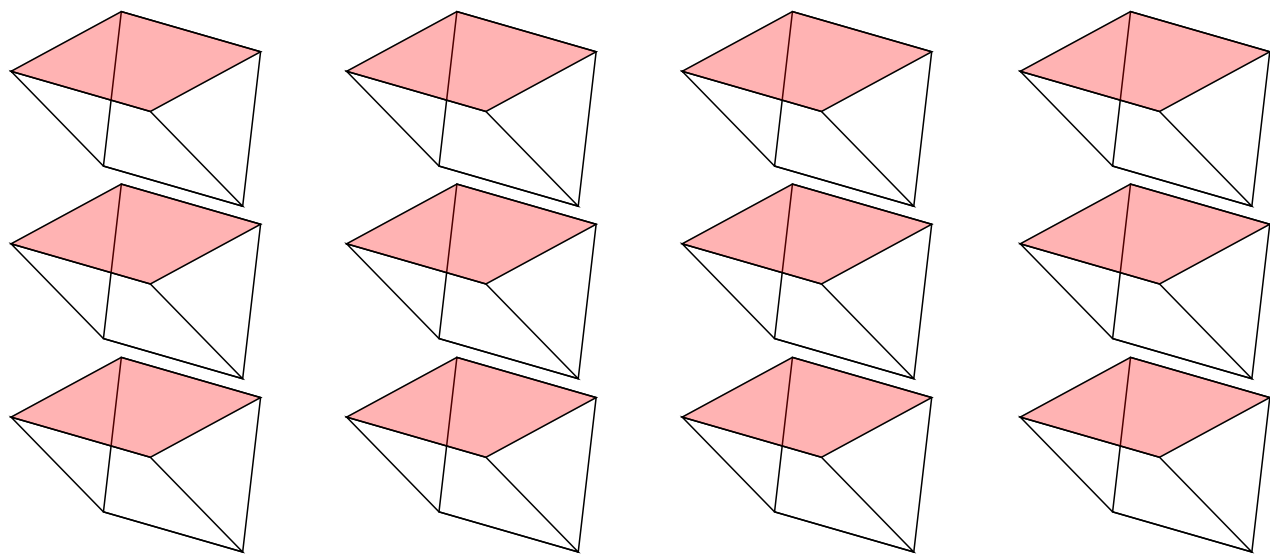


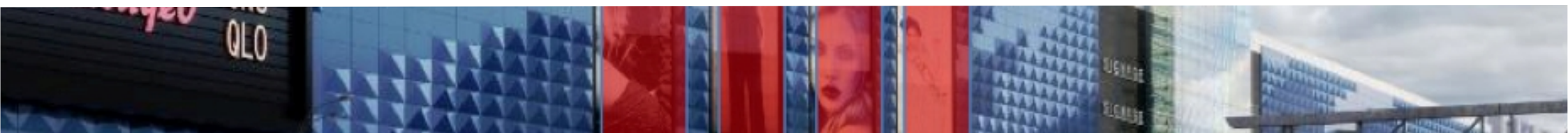
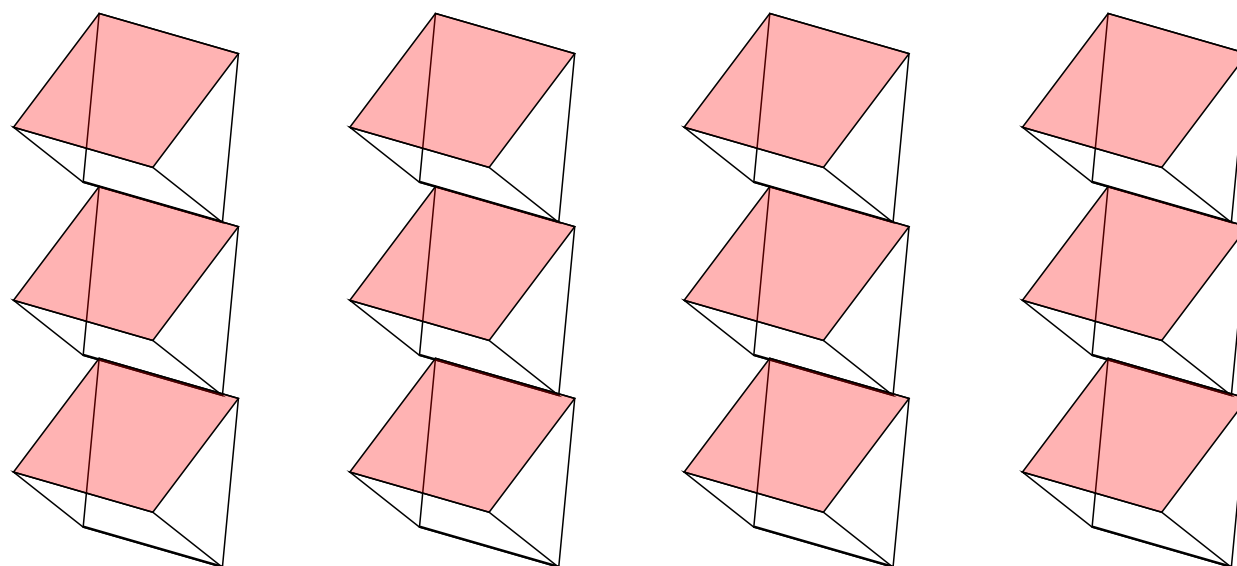


2 горизонтальный поворот

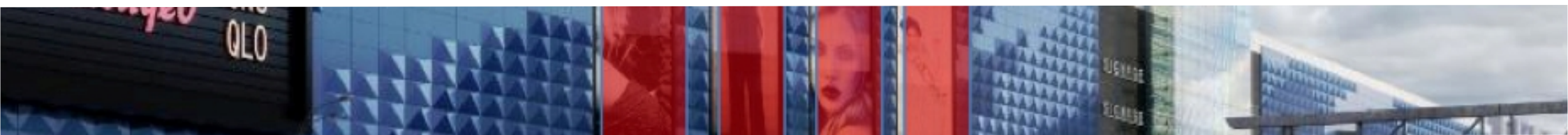
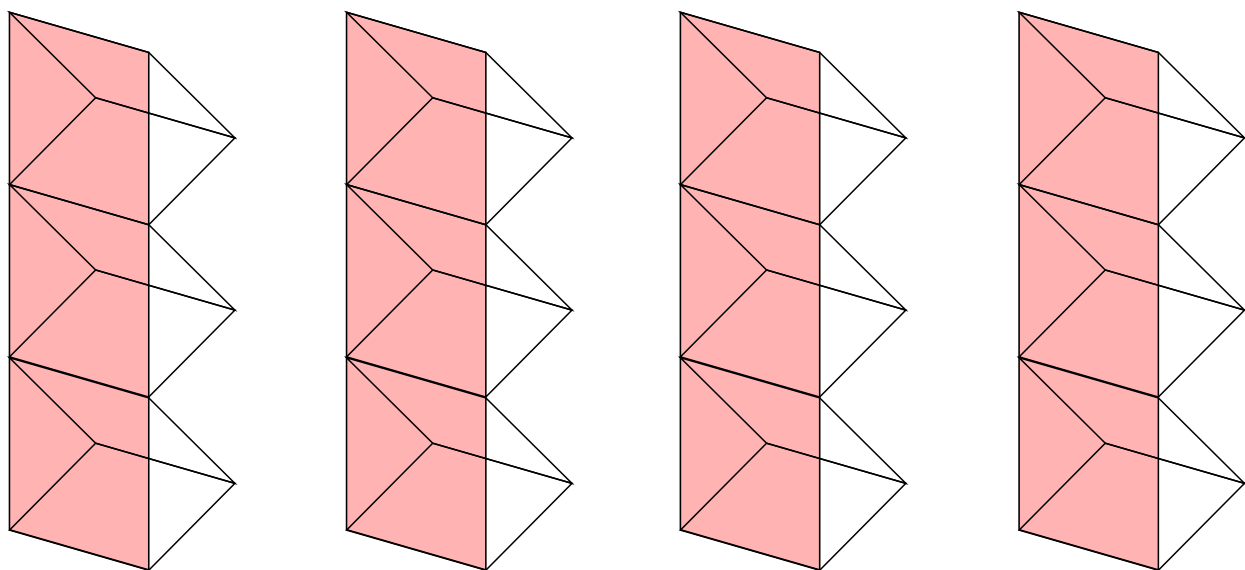


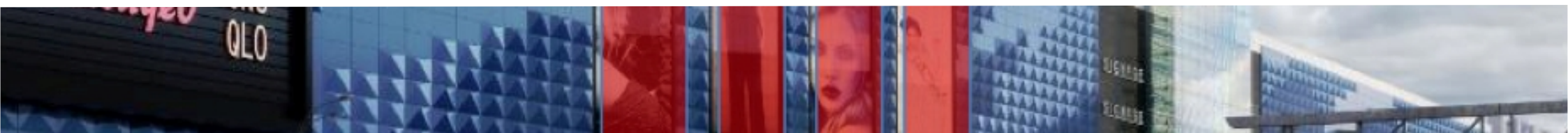
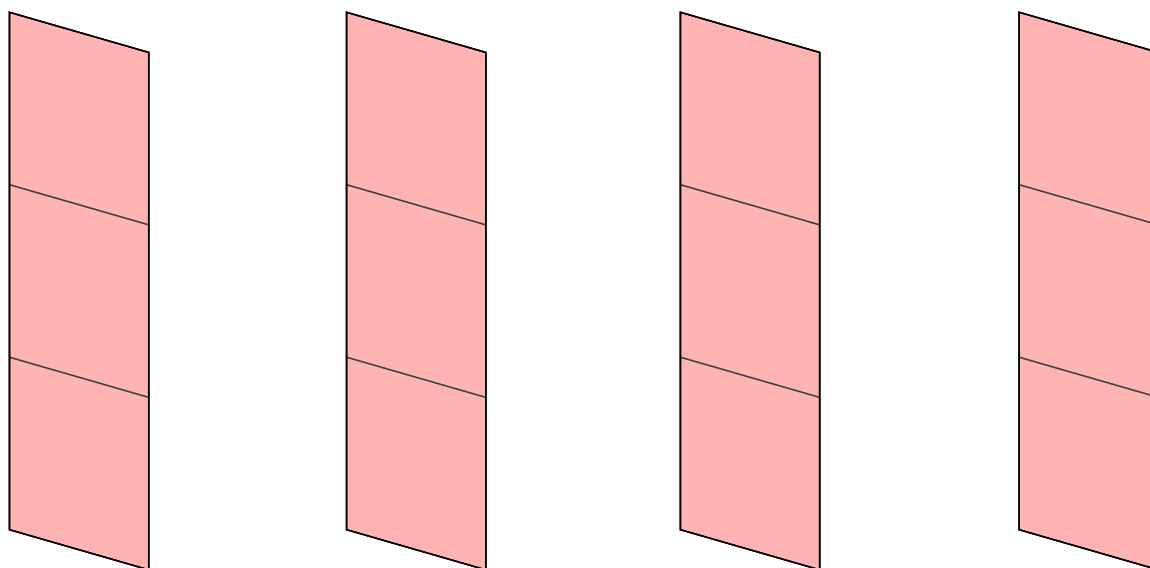


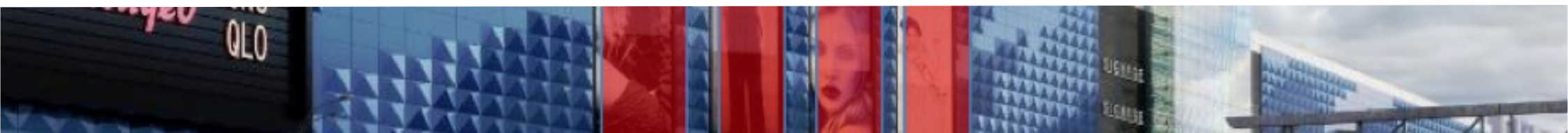
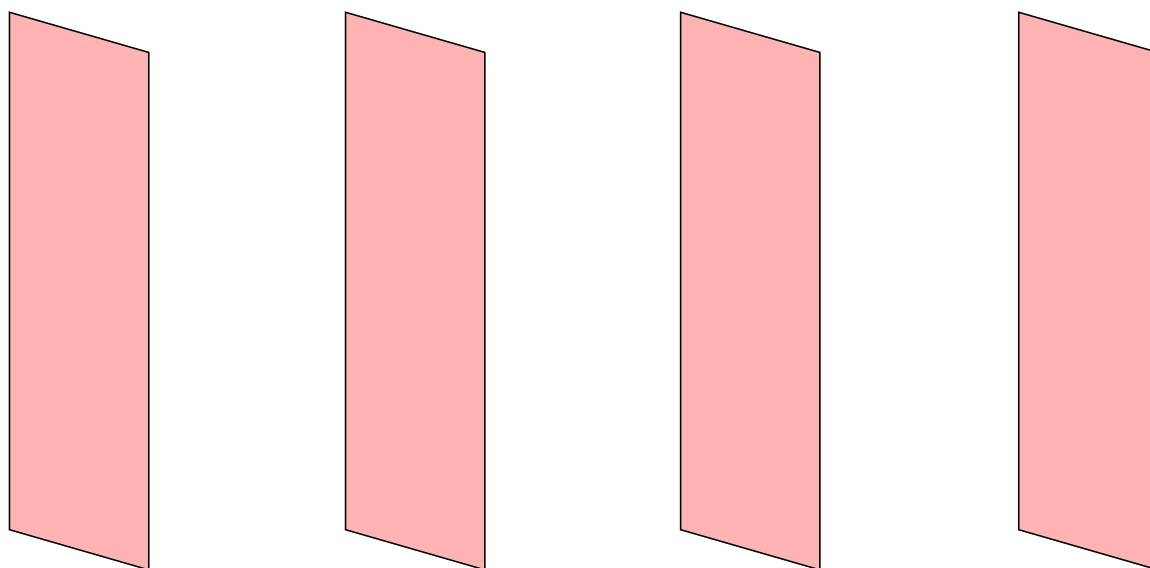




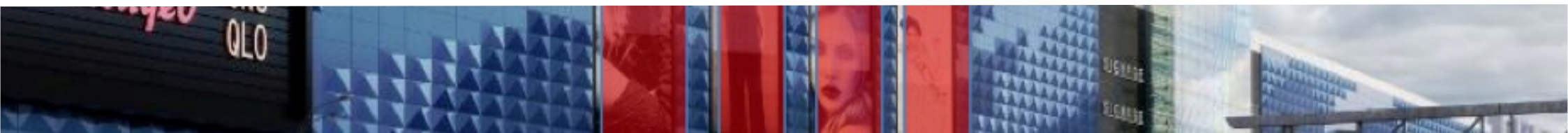
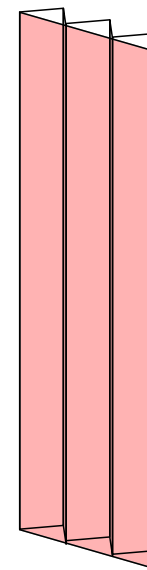
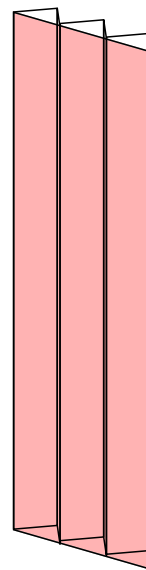
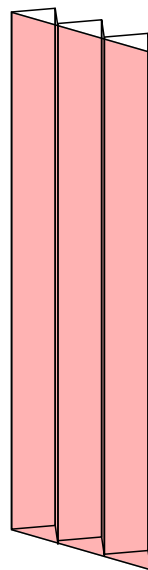
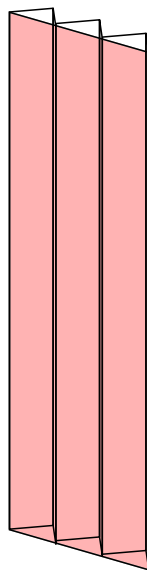


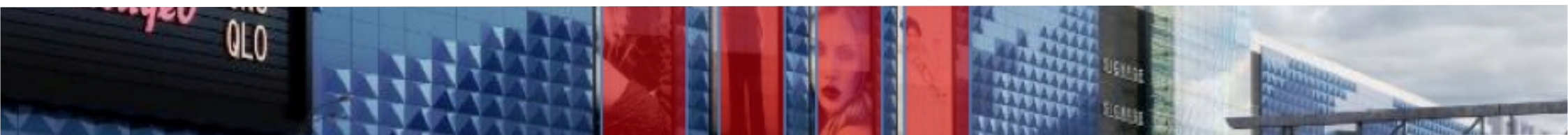
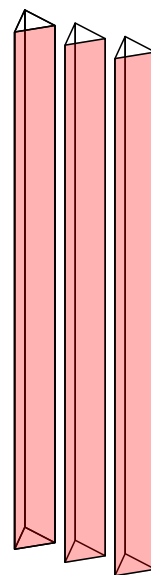
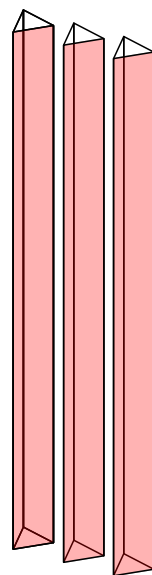
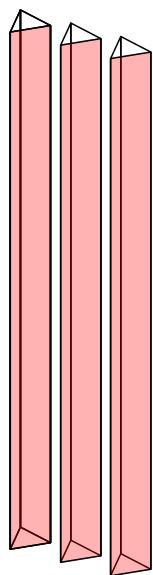
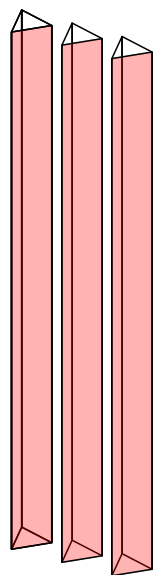


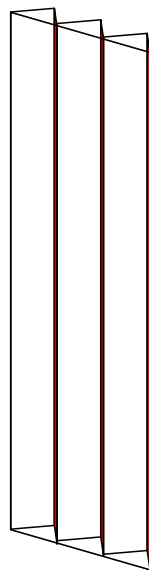
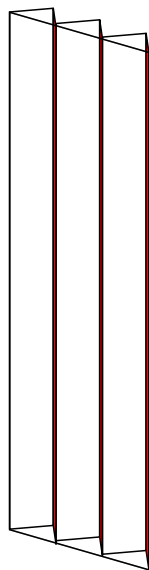
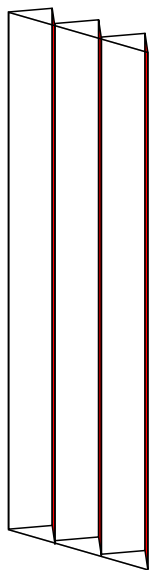
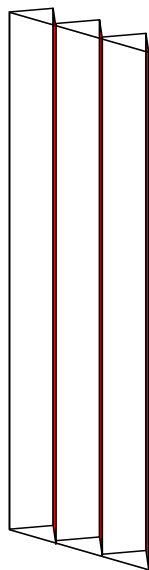


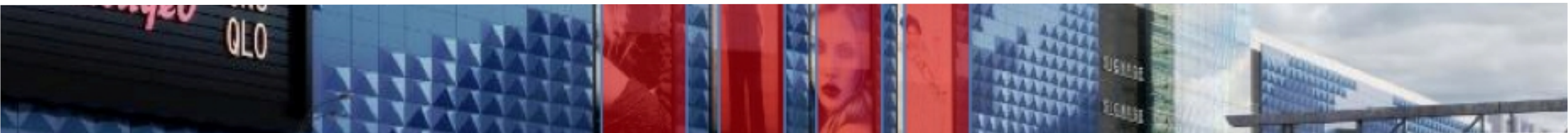
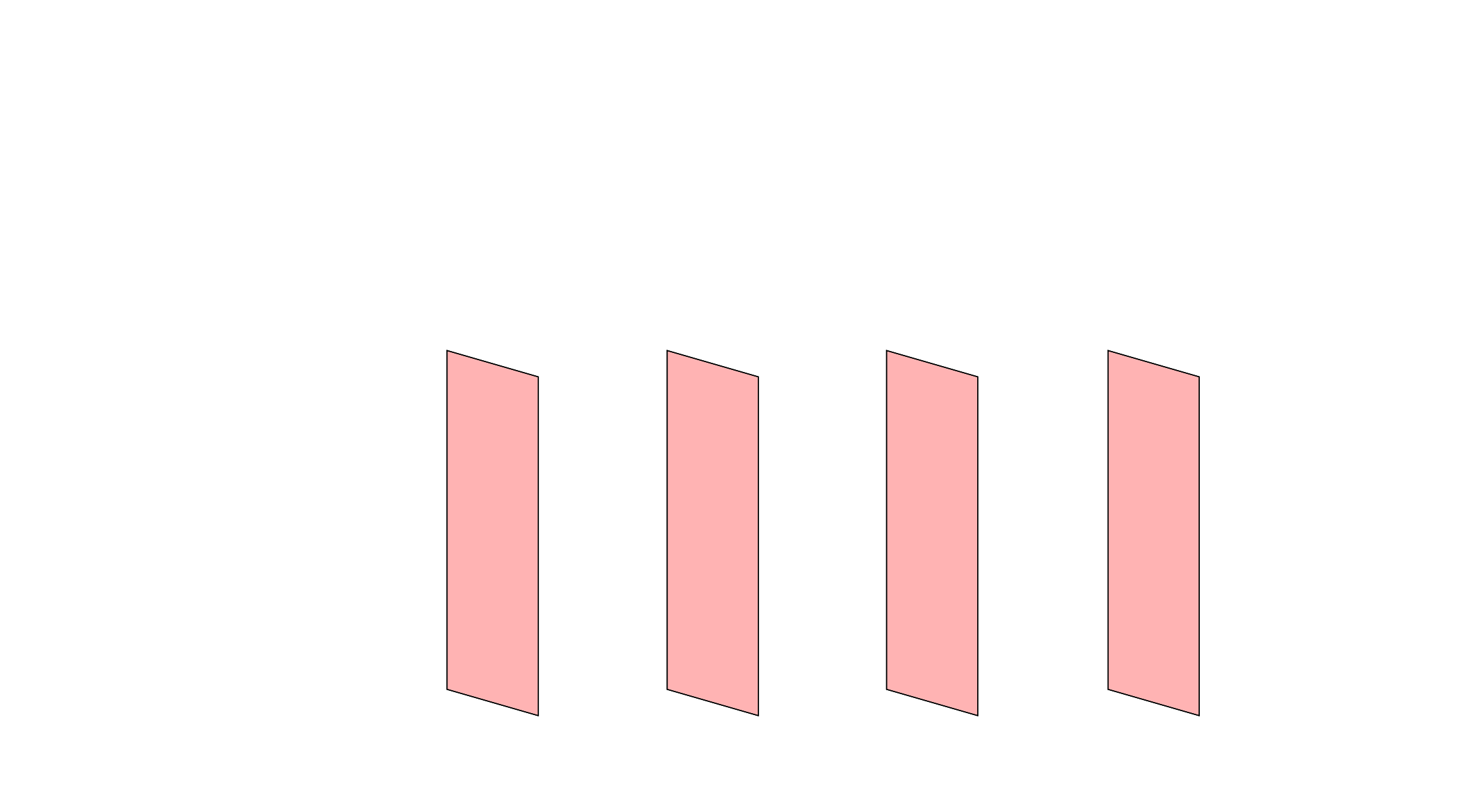


3 вертикальный поворот

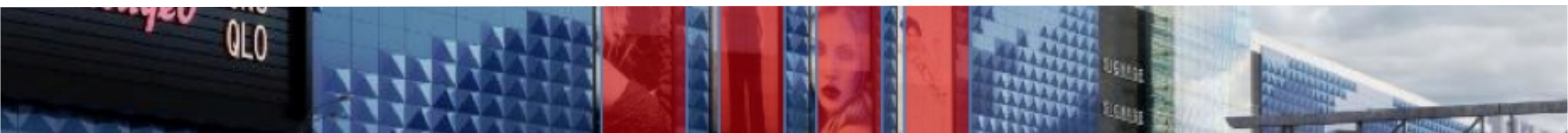
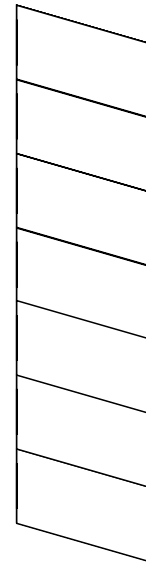
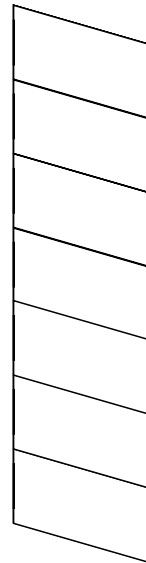
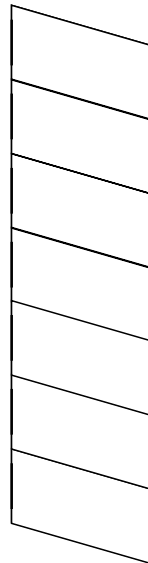
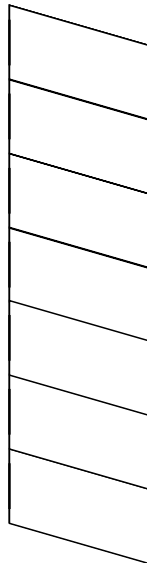


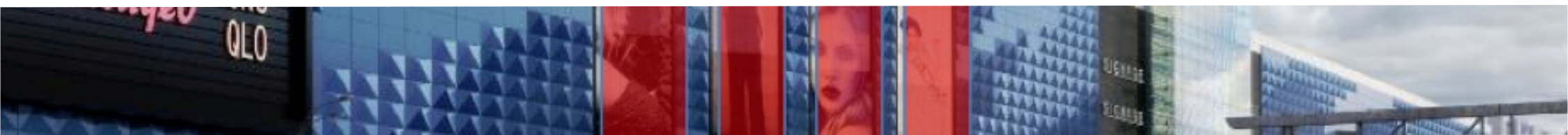
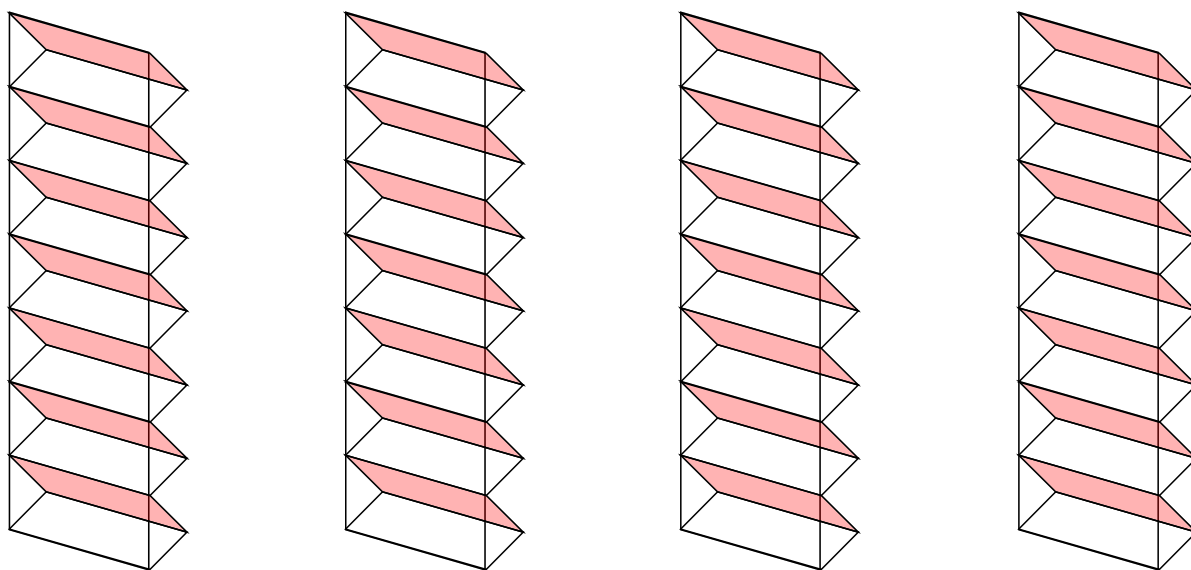


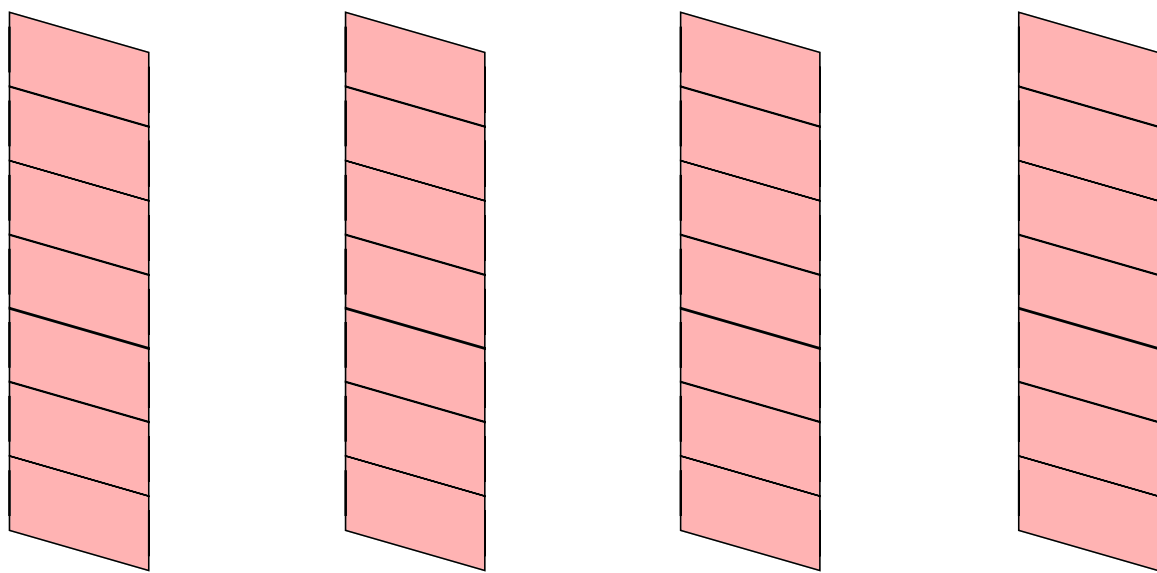




4 горизонтальный поворот









Плюсы

Цифровой призматрон очень актуален для 4-х вертикальных экранов ТЦ “Ривьера”. Подобным образом можно менять любые статические и динамические изображения. Вот только некоторые плюсы данного эффекта:

- “Эффект призматрона” будет считываться с большого расстояния, даже из движущейся машины.
- Эффект очень быстр, он оформит рекламный контент, при этом не “перетягивая одеяло” зрительского внимания
- Эффект имеет очень хороший маркетинговый смысл: ТЦ “Ривьера” — это многогранный комплекс сюрпризов, знаний, отдыха, покупок и развлечений
- Эффект имеет вполне практический рекламный смысл — любое движение сильно привлекает. Цифровой призматрон привлечет внимание даже к статическим макетам
- Цифровой призматрон — это своего рода фирменный стиль, стандарт (как логотип и брендбук) в медиа оформлении ТЦ “Ривьера”

