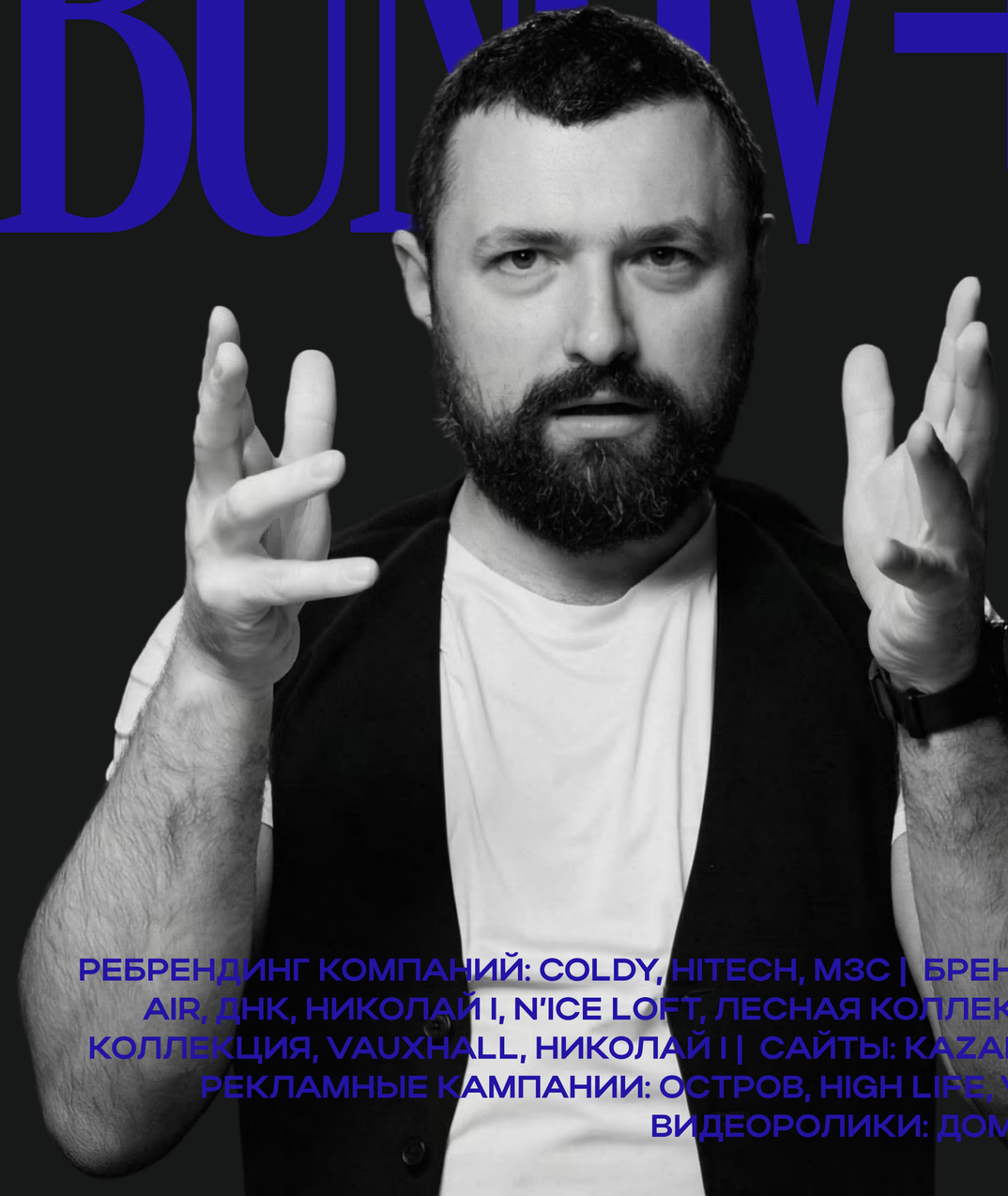
BUNOV+USTINOV





ПОБЕДИТЕЛИ WOW AWARDS
ТОП1 РЕЙТИНГ РУНЕТА

06 11 2026

РЕБРЕНДИНГ КОМПАНИЙ: COLDY, HITECH, МЗС | БРЕНДЫ ПРОЕКТОВ: ХАМОВНИКИ 12, ПРЕЧИСТЕНКА 8, ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КВАРТАЛ, AIR, ДНК, НИКОЛАЙ I, N'ICE LOFT, ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ, ARKENSTON | БУКЛЕТЫ: N'ICE LOFT, TALLER, АЙС ТАУЭРС, ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ, VAUXHALL, НИКОЛАЙ I | САЙТЫ: KAZAKOV GRAND LOFT, РАЗУМ В МОСКВЕ, ХАМОВНИКИ 12, ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ | РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ: ОСТРОВ, HIGH LIFE, VICTORY PARK, 1-Й НАГАТИНСКИЙ, ДОМОДЕДОВО ПАРК, ХИМКИ ТАЙМ
ВИДЕОРОЛИКИ: ДОМОДЕДОВО ПАРК, АЙС ТАУЭРС, АУРУМ ТАЙМ

01. ИССЛЕДОВАНИЯ И СТРАТЕГИЯ

исследование рынка и аудитории · анализ конкурентов · позиционирование · бренд-стратегия · коммуникационная стратегия · воркшопы · клиентский путь

02. БРЕНДИНГ И ИДЕНТИЧНОСТЬ

нейминг · брендинг девелоперов и жилых комплексов · креативная концепция · фирменный стиль · арт-дирекшн · брендбуки и гайдлайны

03. ПРОСТРАНСТВО И СРЕДА

концепции общественных пространств · навигация · оформление строительных площадок · арт-объекты · мерч

04. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ

клиентский путь · материалы для отделов продаж · скрипты продаж · презентации для покупателей и инвесторов · каталоги и буклеты · планировки и квартирография

05. DIGITAL И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

сайты и лендинги · интерактивные мастер-планы · 3d-визуализация · фотосъёмка · видеоролики и анимация · социальные сети · digital-контент

06. РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

рекламные кампании · медийное продвижение · наружная реклама · digital-реклама · лидогенерация · pr · аналитика · постоянная дизайн-поддержка

РЕЙТИНГ РУНЕТА

ТОП1

Недвижимость
на этапе строительства
Брендинг

2026

РЕЙТИНГ РУНЕТА

ТОП5

Недвижимость
Брендинг, дизайн

2026

РЕЙТИНГ РУНЕТА

ТОП100

Крупные заказчики

2026

WOW AWARDS

ОСТРОВ.

Наружная реклама digital
Победитель

2026

WOW AWARDS

ХИМКИ ТАЙМ

Ребрендинг объекта
Победитель

2025

WOW AWARDS

AIR

Бренд проекта: коммерция
Победитель

2025

VOXHALL

Дизайн корпоративных изданий
Призер

2025

ОСНОВА

XYMA

Автоматизация в брендинге
Победитель

2026

Основа агентства — тандем опытных партнёров с дополняющими друг друга компетенциями.

Олег Бунов
Креативность, выход за рамки и свежий взгляд.

Более 20 лет в графическом дизайне и рекламе,
10 лет на рынке недвижимости, сотрудничество
с ведущими российскими брендинговыми агентствами,
более 100 проектов в брендинге.

Кирилл Устинов
Концептуальность, стратегия и проектная экспертиза.

Более 25 лет в маркетинге, рекламе, консалтинге
и менеджменте в российских и международных
компаниях, многолетний опыт управления командами
в брендинге, комплексных рекламных и digital проектах.

Мы открываем смыслы и придаём им форму, рождая магнетизм

В нашей команде — проверенные штучные специалисты по всему циклу работ, необходимых для упаковки и продвижения проектов недвижимости.

Наш подход:

Мы внимательно слушаем

У нас нет потока, для нас каждый клиент — особенный, единственный и любимый.

Мы глубоко думаем

Нам не нужно укладываться в нормо-часы, нам нужно самим чувствовать, что получается свежо и точно.

Мы тщательно реализуем

Добиваемся результата, глядя на который, вы говорите «это оно».

Клиенты

ДОНСТРОЙ | КОРТРОС | ЛСР | PIONEER | TEKTA | KURNIKOV®

СИТИ21 | ЭТАЛОН | UDS | COLDY | GRAD | БРУСНИКА

ОСНОВА группа компаний | ГРИНВИЧ недвижимость | WEST Wind GROUP | ГРУППА РОДИНА | ANT DEVELOPMENT | FIZIKA development

Проекты

ОСТРОВ.

ультима сити

AIR

VICTORY PARK RESIDENCES

ARKENSTON

HIGH LIFE

SUN GARDEN HOTEL & SPA

NEVA RESIDENCE

АУРУМ ТАЙМ

Домодедово парк

ЛДМ

НИКОЛАЙ I HOTEL & SPA

ХАМОВНИКИ

N'ICE TOWER

KAZAKOV Grand Loft

ПРЕЧИСТЕНКА 8

ДОМ7 ДАНИЛОВСКИЙ

TALLER

EMOTION

ХИМКИ ТАЙМ

N'ICE LOFT

ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

АЙС ТАУЭРС

VOXHALL

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ


РОСКОШЬ

призёр WOW Awards

нейминг | брендинг | сайт



RESIDENCES & VILLAS
ХАМОВНИКИ

ХАМОВНИКИ 12

Знаковый проект жилой недвижимости класса deluxe.

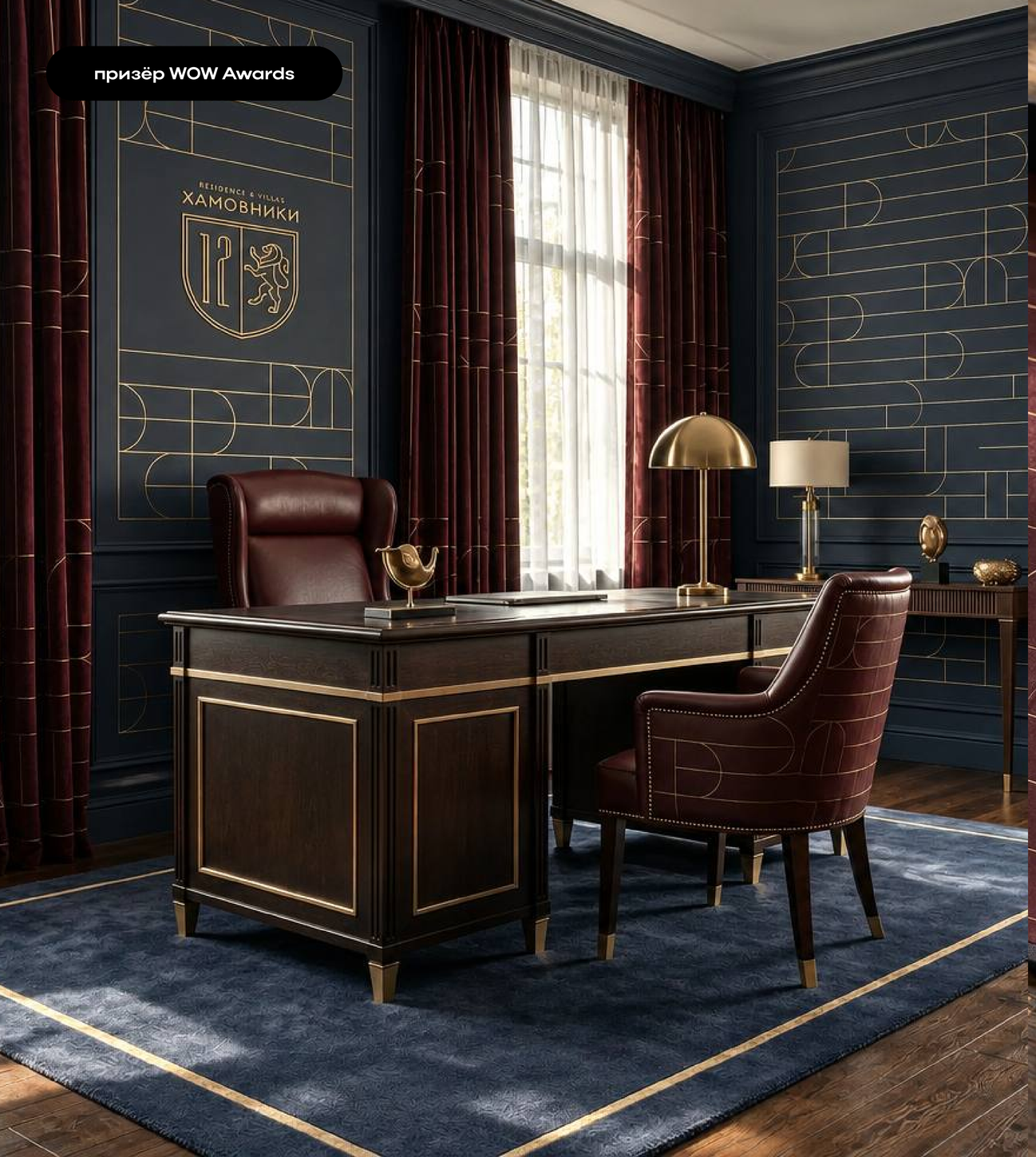
**Мы разработали его название,
фирменный стиль и посадочную страницу.
Мы реализовали идею современного прочтения классики
с ароматом благородства и аристократизма.**

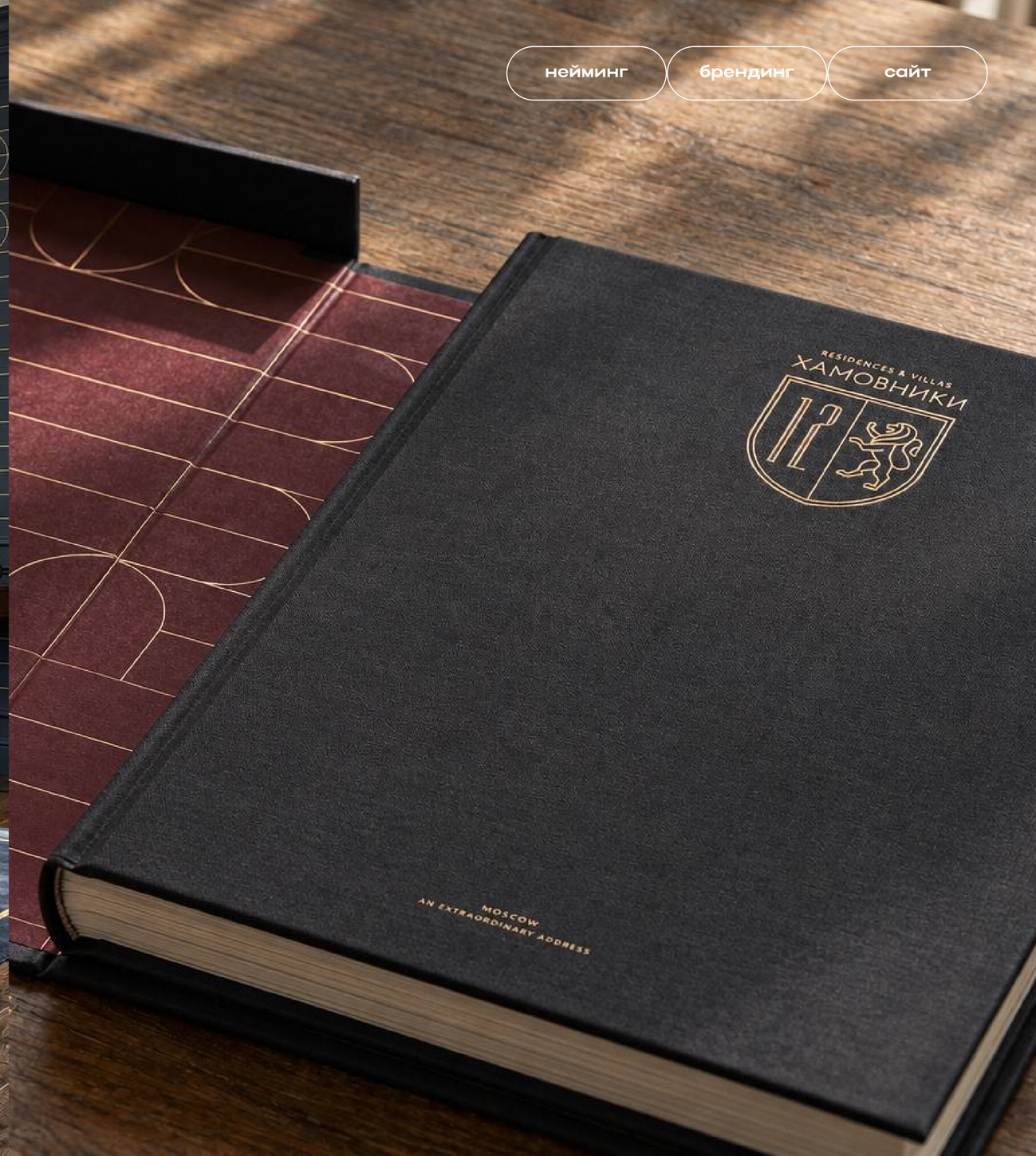
призёр WOW Awards

нейминг

брендинг

сайт





финалист WOW Awards

ребрендинг



COLDY

В созданном нами логотипе девелопера COLDY буквы C и D превращены в магниты, обращённые друг к другу и коммуницирующие магнетизм, присущий проектам компании.

Серо-золотая палитра фирменного стиля коммуницирует технологичность и премиальность.

финалист WOW Awards

ребрендинг





брендинг | сайт | буклет | презентация



ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Проект соединяет продуманный уют бизнес-класса и природную свежесть благоустроенного лесопарка, поэтому в его айдентике мы использовали ритмичный орнамент, напоминающий структуру листвы и игру света в кронах деревьев.

Фирменный стиль транслирует природность, утончённость и современность, сохраняя при этом ощущение премиальности.


брендинг
сайт
буклет
презентация



брендинг
сайт
буклет
презентация



ребрендинг видео буклет презентация

АЙС ТАУЭРС

Создали новый кириллический логотип и полностью переработали брендбук: от типографики и цветовой системы до графических акцентов.

Используя обновленный язык бренда, разработали серию новых коммуникационных материалов, выражающих энергетику и масштаб проекта: презентацию, буклет и два видеоролика.


видео

ребрендинг
видео
буклет
презентация

IV

ЛОББИ



РЕСПЕКТАБЕЛЬНОСТ
ЭСТЕТИКА
СЕРВИС

нейминг

брендинг



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КВАРТАЛ

Айдентика строится на строгих белых блоках и сетке, создающих архитектурное ощущение.

Буква «Ц» превращается в графический контейнер, который держит внутри себя контент — текст, логотип или цветовой акцент. Фиолетово-золотой паттерн оживляет сдержанную основу, врываясь внутрь «Ц» или выходя за её пределы. Такой приём добавляет системе динамику и энергию.

Архитектурная строгость и премиальность уравновешены актуальной подачей с выразительными акцентами, что формирует стиль, одновременно строгий и современный.

нейминг

брендинг







нейминг

брендинг

ДАНИЛОВСКИЙ ДОМ 7

Жилой комплекс премиум-класса в окружении старой московской застройки.

В названии мы сделали главным номер дома и превратили семёрку в счастливую примету. Сочетание говорящего названия района и номера дома перекликается с другим проектом девелопера, «Хамовники 12», и объединяет оба комплекса в небольшую линейку из двух продуктов соседних классов.

Графика стиля сразу считывается как премиум-класс и передаёт вкус и сочное жизнелюбие.

нейминг

брендинг



ДОМ 7

ДАНИЛОВСКИЙ

нейминг

брендинг



нейминг

брендинг



ILLUM

Жилой комплекс премиум-класса на улице Сергея Вавилова, физика, изучавшего природу света. Вокруг университеты, музеи, театры и научные центры, по соседству Черёмушкинский рынок с дарами солнца со всех сторон света.

Платформу бренда мы построили на теме света, которая объединяет познание мира и наслаждение им.

Фирменный стиль продолжает эту тему: он подчёркивает игру света и отсылает к его преломлению. Illum становится платформой возможностей для наслаждения лучезарным настоящим и созидания блестящего будущего.

нейминг

брендинг





видео

брендинг



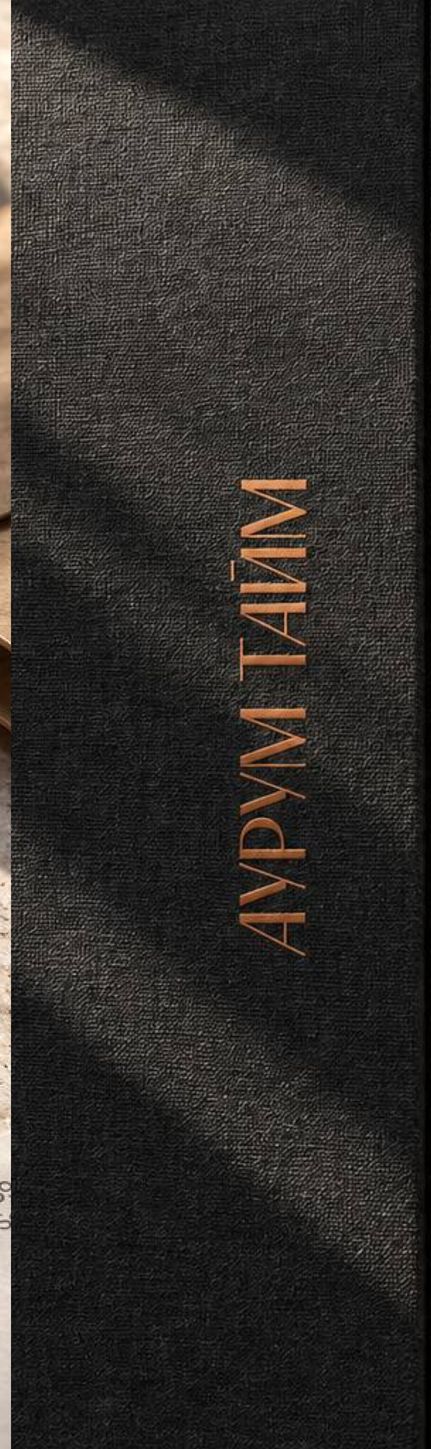
АУРУМ ТАЙМ

Мы пересобрали идею, стоящую за названием —
и аккуратно развернули её в сторону «золотого часа»:
того короткого предзакатного момента, когда
пространство выглядит особенно вдохновляюще и живо.

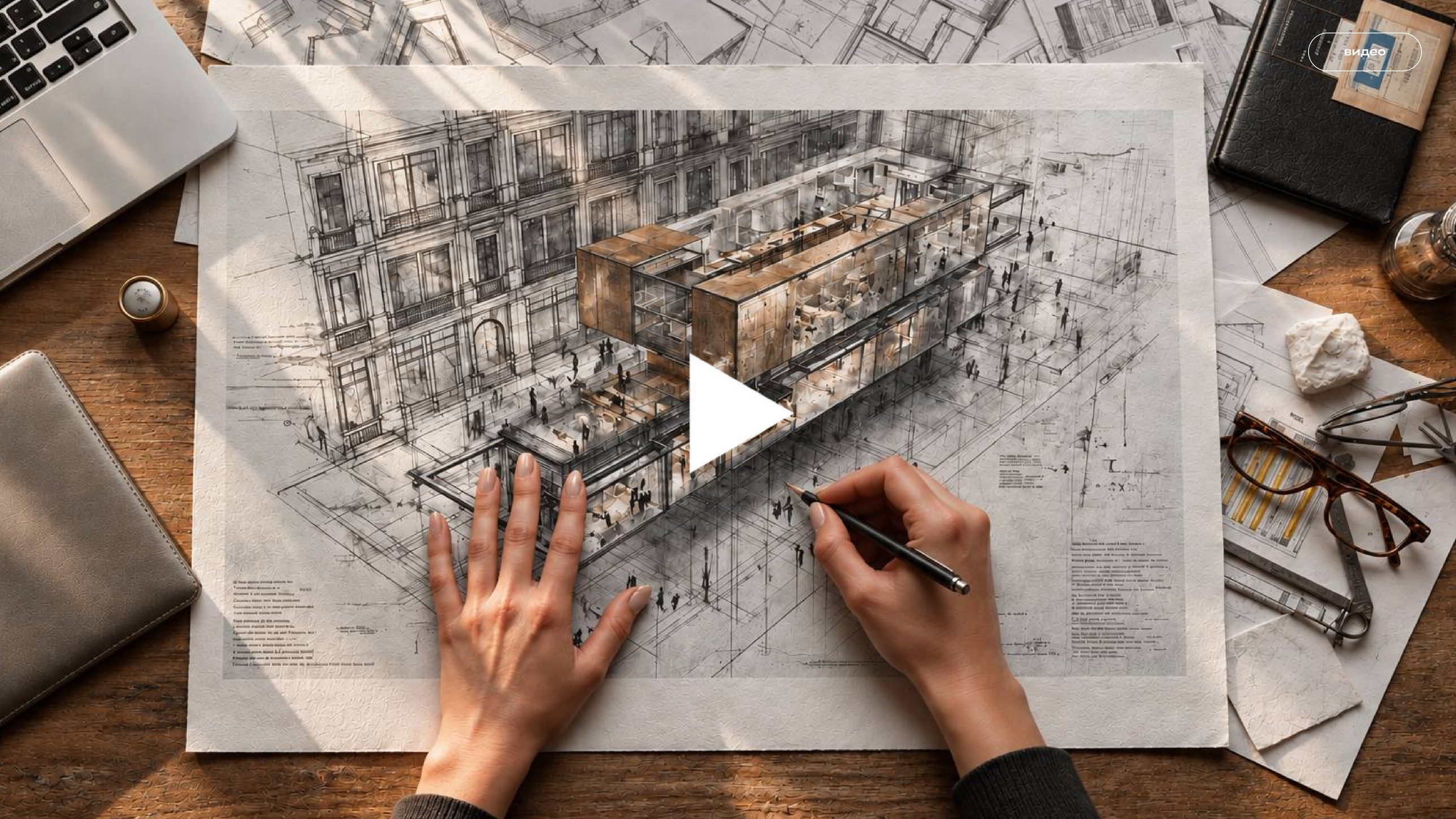
видео

брендинг








видео

нейминг

брендинг

ARKENSTON

ARKENSTON

Самобытный бренд точечного проекта редевелопмента, подсвечивающий его особенности.

Аркенстон во вселенной Д. Толкина — спрятанный в горе драгоценный камень. Графика стиля подчеркивает авторское прикосновение и штучность проекта.

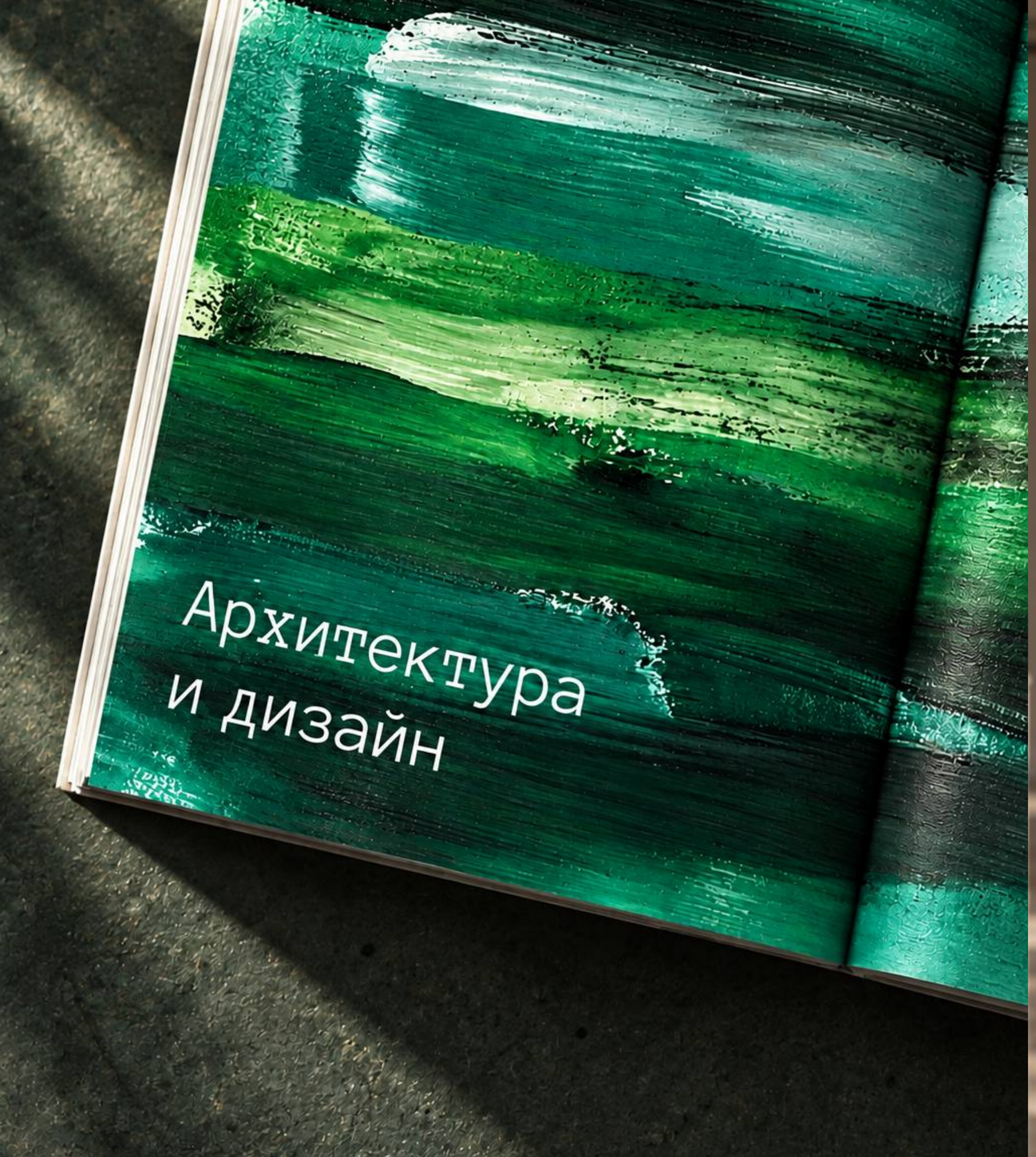
нейминг

брендинг



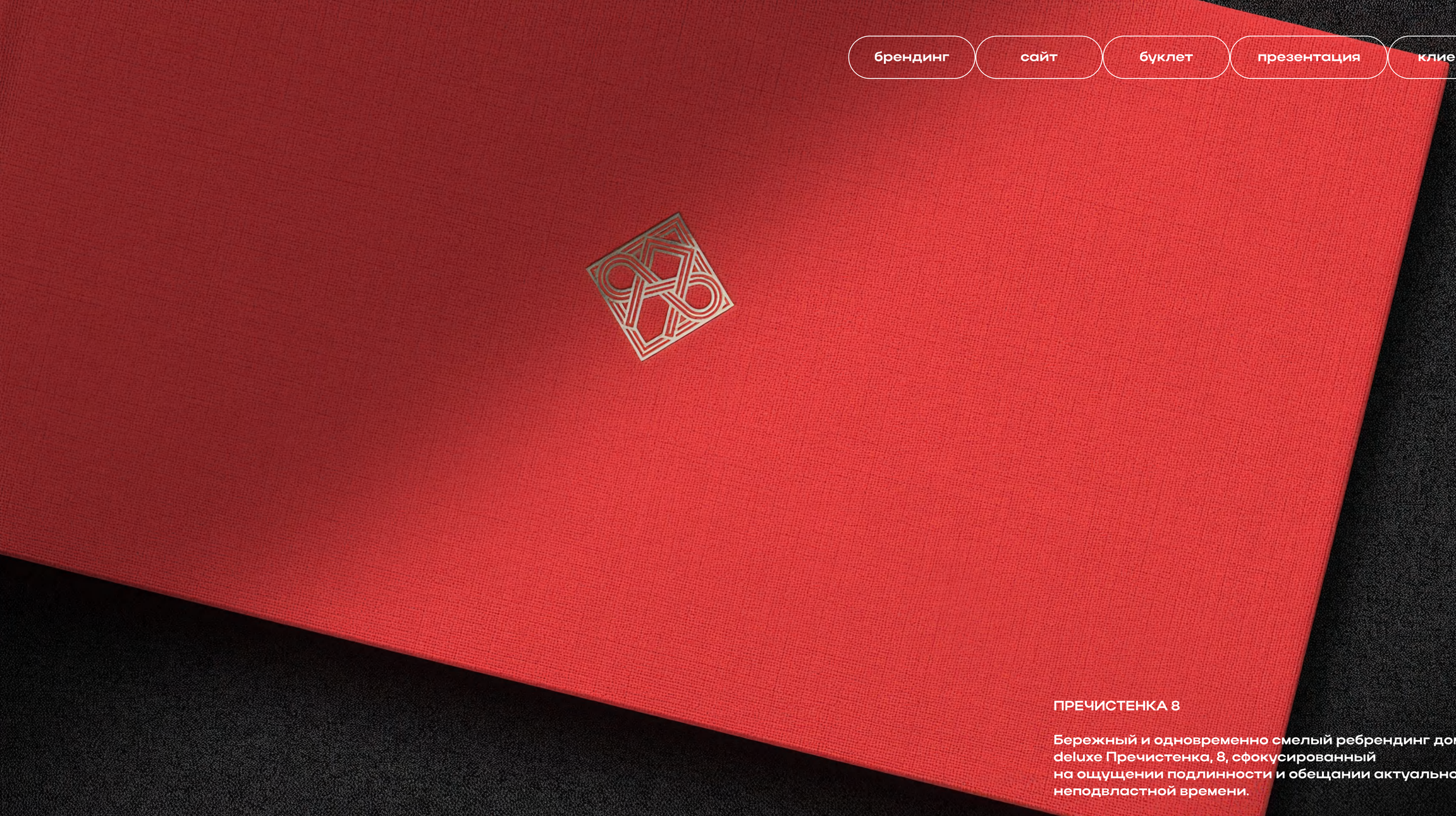
нейминг

брендинг





брендинг | сайт | буклет | презентация | клиентский путь

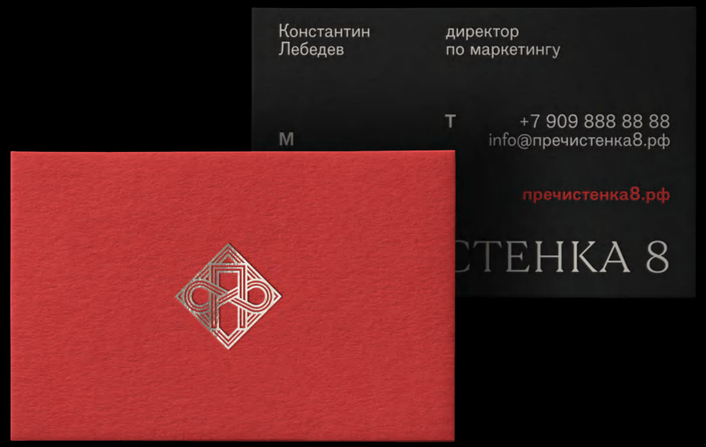


ПРЕЧИСТЕНКА 8

Бережный и одновременно смелый ребрендинг дома deluxe Пречистенка, 8, сфокусированный на ощущении подлинности и обещании актуальности, неподвластной времени.

Бережно переработаны логотип, цветовая гамма и ключевые слоганы. Смело переосмыслены сайт проекта, мастер-буклет и офис продаж.

брендинг | сайт | буклет | презентация | клиентский путь

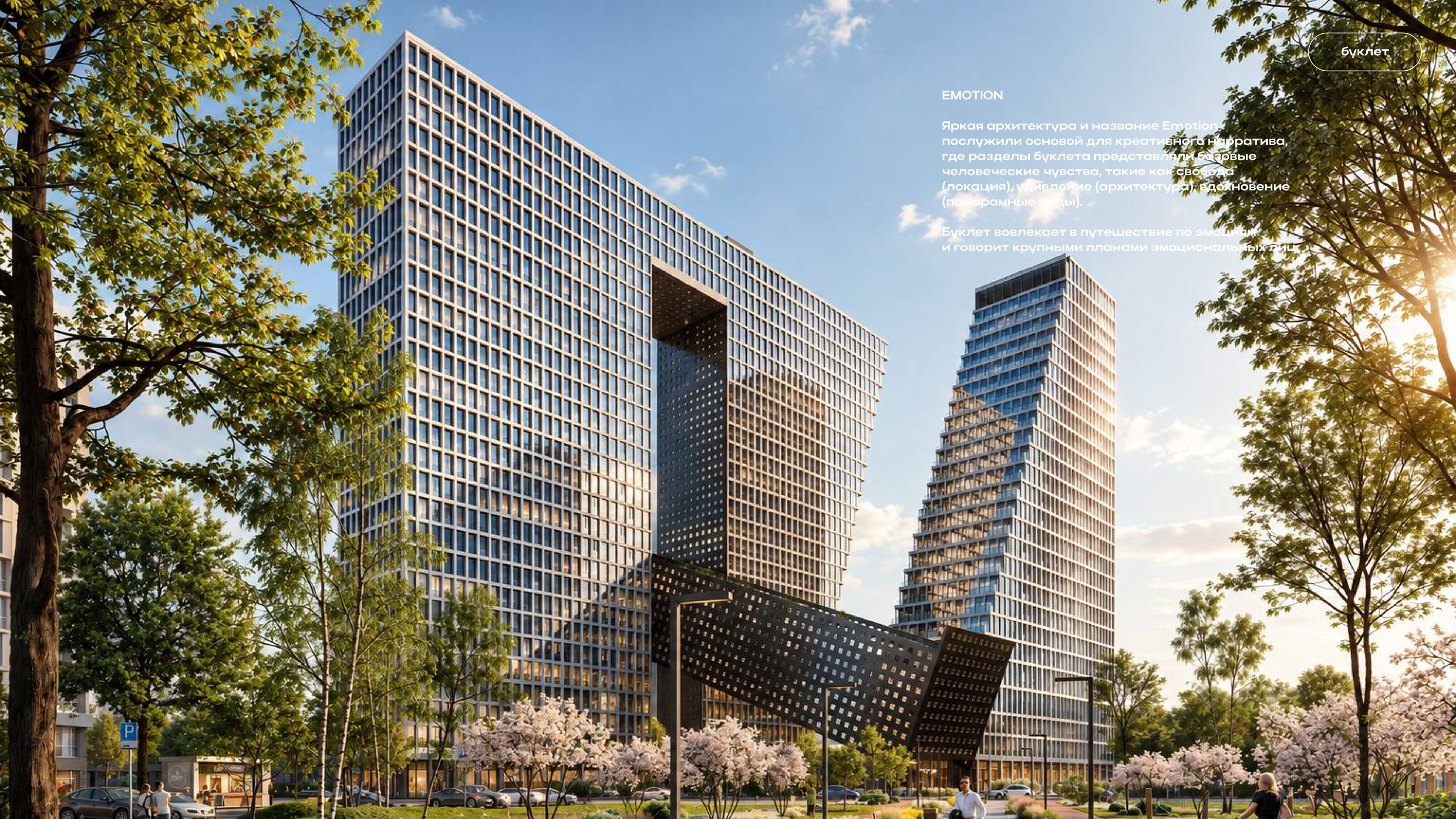






буклет

EMOTION



EMOTION

Яркая архитектура и название Emotion послужили основой для креативного нарратива, где разделы буклета представляли базовые человеческие чувства, такие как свобода (локация), удивление (архитектура), вдохновение (панорамные виды).

Буклет вовлекает в путешествие по эмоциям и говорит крупными планами эмоциональных лиц.

буклет


EMOTION
FREEDOM
Локация
05
Архитектура
SURPRISE
17
Инфраструктура
HAPPINESS
27
Зоны релакса
ZEN
41
Апартаменты
INSPIRATION
57
Коменда проекта
CONFIDENCE
79
ОГЛАВЛЕНИЕ

EMOTION



SU

Архитектура

ТЫ НЕ ВЕРИШЬ СВОИМ ГЛАЗАМ

ТО, ЧТО ТЫ ВИДИШЬ, — ЭТО ИСКУССТВО

Футуристическая архитектура
Каскадные силуэты
Большие площади остекления
Открытые террасы



EMOTION

нейминг
брендинг
реклама
буклет



нейминг | брендинг | реклама | буклет

КВАРТАЛ 745

Квартал бизнес-класса в Перми, между центром и лесом. Он создан для тех, кто измеряет богатство опытом и впечатлениями.

Вписанность в природу и необычные лоты обращаются ко всем пяти чувствам и будоражат шестое: вдохновение.

На этом строится идея бренда:
дом, в котором рождаются идеи.



нейминг
брендинг
реклама
буклет





ребрендинг

Мы стремимся к тому, чтобы наши архитектурные решения оставались актуальными для следующих поколений и спустя столетия, приобретали еще большую ценность

Наша цель



СТИЛОБАТ

Группа компаний «Стилобат» строит жильё класса deluxe в престижных локациях Москвы. Нашей задачей было освежить исторически сложившуюся айдентику и создать единый фирменный стиль для всех носителей. Мы сохранили узнаваемую основу, уточнили начертание логотипа и знака, а массивной монограмме добавили изящества и современности, сохранив связь с историей бренда.

Основой визуальной системы стала линия, характерный мотив классической эстетики. На ней построены фирменный паттерн и графические решения, которые передают элегантность и выверенность. Палитра строится на диалоге глубокого синего и кораллового, а фотостиль на грани живописи поддерживает ощущение премиальности и классицизма.

ребрендинг


LION GATE
КЛУБНЫЙ КОМПЛЕКС
РЕЗИДЕНЦИЙ


BRIONI
СТИЛОБАТ
LION GATE
КЛУБНЫЙ КОМПЛЕКС
РЕЗИДЕНЦИЙ

призёр фестиваля SREDA

буклет

VOXHALL

Location, location, location.

Продаем проект, продавая его богатый историей и достопримечательностями район.

Стильная подарочная книга о московском районе Павелецкий — умный и деликатный инструмент продвижения, уместный в сегменте бизнес-класса.

Непременное условие успеха в таком проекте — безупречность исполнения от начала до конца.

призёр фестиваля SREDA

буклет



Центр ьную часть фасада
украш т абсолютно русский
элеме пришедший
к нам архитектуры
узоро я XVII века

По своей форме он напоминает женский головной убор — кокошник, потому и получил такое название. Внутри «кокошника» можно различить рельефное изображение символа Москвы — Георгия Победоносца, который пронзает копьем змея.

Благотворительная деятельность братьев-меценатов Павла и Сергея Третьяковых распространялась не только на музей, но и на город. Так, к 1871 году по проекту архитектора Александра Каминского на средства братьев Третьяковых был проложен проезд между Никольской улицей и Театральным проездом. Он сразу получил название «Третьяковский проезд».

Благодаря регулярно пополняющейся коллекции музей расширялся и достраивался, заняв в итоге всю четную сторону Лаврушинского переулка.

На дверце Никольской башни сохранилась удивительная ручка в виде руки со свитком, хранящим, должно быть, все московские тайны

Всего таких ручек было четыре. В XIX веке они украшали все проходы в Кремль.

Если подойти к Никольской башне вплотную, то можно увидеть небольшую дверцу. До XX века Кремль был такой же частью Москвы, как любая московская улица, и люди совершенно спокойно гуляли внутри.

...шину и Пожарс...ниив, а памятник от ГУМа к Покровскому собору...м

победитель WOW Awards

буклет



N'ICE LOFT

Квартал, наполненный спортом:
две ледовых арены, баскетбольная площадка,
беговые дорожки и спорт спот от известного бренда.

Для передачи спортивного ощущения в буклете
мы изобрели вёрстку в стиле разлиновки спортивных
площадок, а нумерацию страниц сделали в виде таймера.

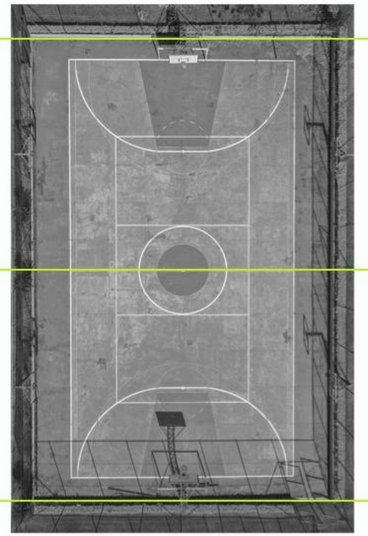

победитель WOW Awards
буклет
MÈS
bunov+ustino
NICE LOFT

победитель WOW Awards

буклет



55°44'1"N 37°41'34"E



00:03:00

WIN
N'ICE LOFT
NERS
DIST
RICT

00:04:00

COLOY

NICE-LOFT.RU

победитель WOW Awards

буклет





сайт





KAZAKOV GRAND LOFT

Сайт показывает, как дом успешно соединяет элементы прошлого и современности, а также демонстрирует, как дом даёт больше сервиса и комфорта, чем его конкуренты.

KAZAKOV GRAND LOFT

always more than others

> More

Люди Архитектура Интерьер Сервисы Контакты



Hot text

Aesthetic design is everywhere inside Kazakov

Kazakov Grand Loft стоит на улице Матвея Казакова — первого главного архитектора Москвы, работавшего.

Л И Статья

Famous armchair "Goodwill" by Charles Eames

Quote

283 unique apartments with ceilings of 3.62 meters and more than 100 planning solutions, among which there are options with access to the roof and private terraces. The windows



Call

брендинг

буклет



НИКОЛАЙ I

Императорский фирменный стиль и буклет для отельного комплекса класса deluxe на черноморском побережье. И монограмма, и цвет, и паттерн разработаны с учетом государственно-аристократической символики николаевской эпохи.

В букете — нотки высшей власти, коннотации надежной долговечности, аромат монархической роскоши.

брендинг

буклет



брендинг

буклет





брендинг

буклет

SUN
GARDEN

формы совершенного отдыха



77

Форма совершенства

они объединяли современные
тренды урбанистики и традиции
средиземноморской архитектуры
в уникальный ансамбль.

SUN GARDEN

Мастер-буклет проекта курортных апартаментов с полным обслуживанием.

Буклет фактически послужил брендбуком - фундаментом для дальнейших коммуникации, включая сайт и PR-активности.

Заголовки разделов используют базовые геометрические понятия. Геометричная архитектура проекта транслируется геометричным дизайном и геометричным копирайтом.

Лаконичность простых линий, образов и слов обнаруживает свою премиальность.


КОМФОРТ

победитель WOW Awards

ребрендинг | сайт | реклама | буклет | презентация

ХИМКИ ТАЙМ



ХИМКИ-ТАЙМ

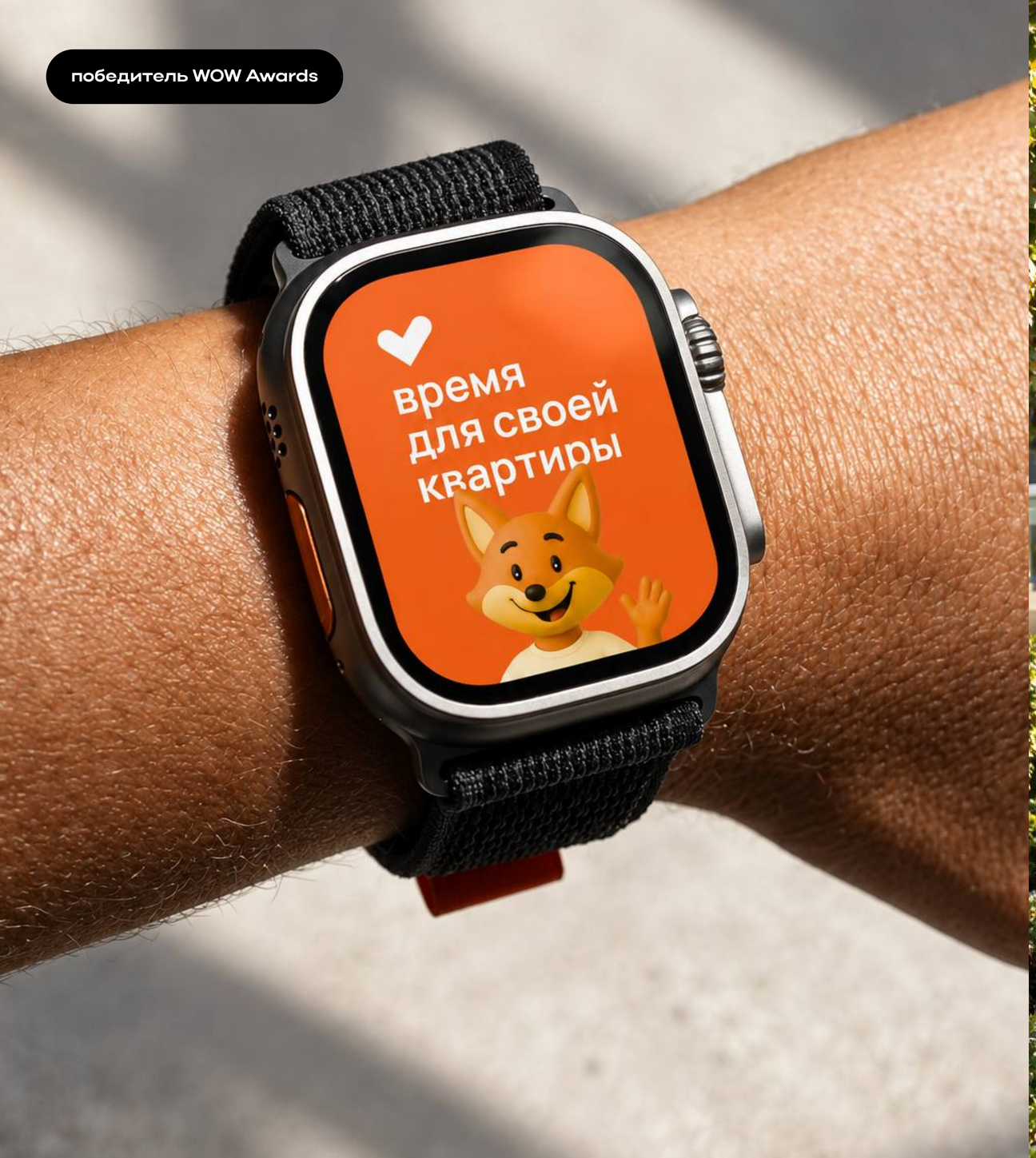
Исследование на старте выявило, что наши покупатели – традиционалисты.

Повседневный потребительский контекст, окружающий нашу аудиторию – ритейл, маркетплейсы, банковские услуги – образует привычный для нее визуальный ландшафт.

Перерабатывая и сочетая элементы этого ландшафта, мы получили потребительский метастиль, помещающий аудиторию в комфортную среду.

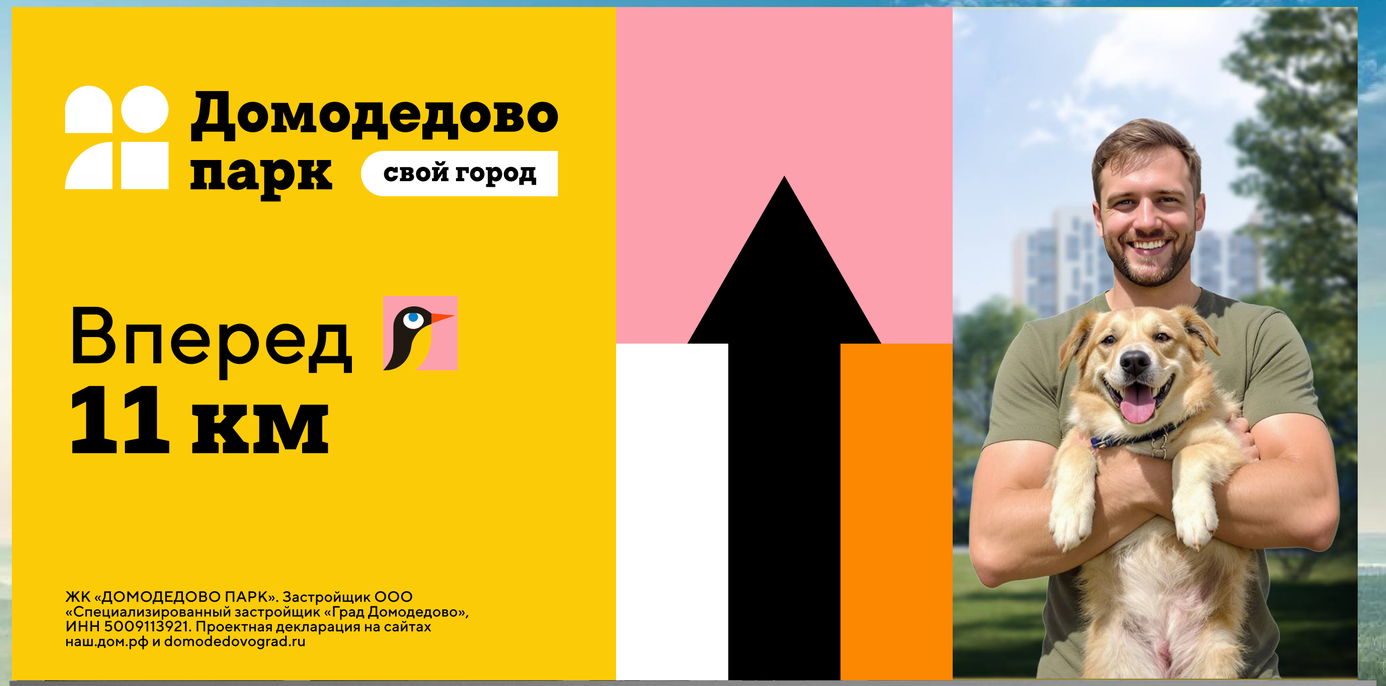
победитель WOW Awards

ребрендинг | сайт | реклама | буклет | презентация





ребрендинг | реклама | сайт | буклет | презентация



ДОМОДЕДОВО ПАРК

Провели ребрендинг, который поднял уровень восприятия за счет акцентирования рациональных и эмоциональных преимуществ проекта. Обновили типографику и дополнили инвентарь эмодзи, отражающими доброту.

Наш проект не просто еще один ЖК.

Это — СВОЙ город. Родной дом с высоким небом, открытыми видами и самодостаточной инфраструктурой, где каждая потребность — от ужина до маникюра — закрыта с комфортом.


ребрендинг
реклама
сайт
буклет
презентация

ребрендинг
реклама
сайт
буклет
презентация





финалист фестиваля ОСНОВА

нейминг | брендинг | реклама

УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ

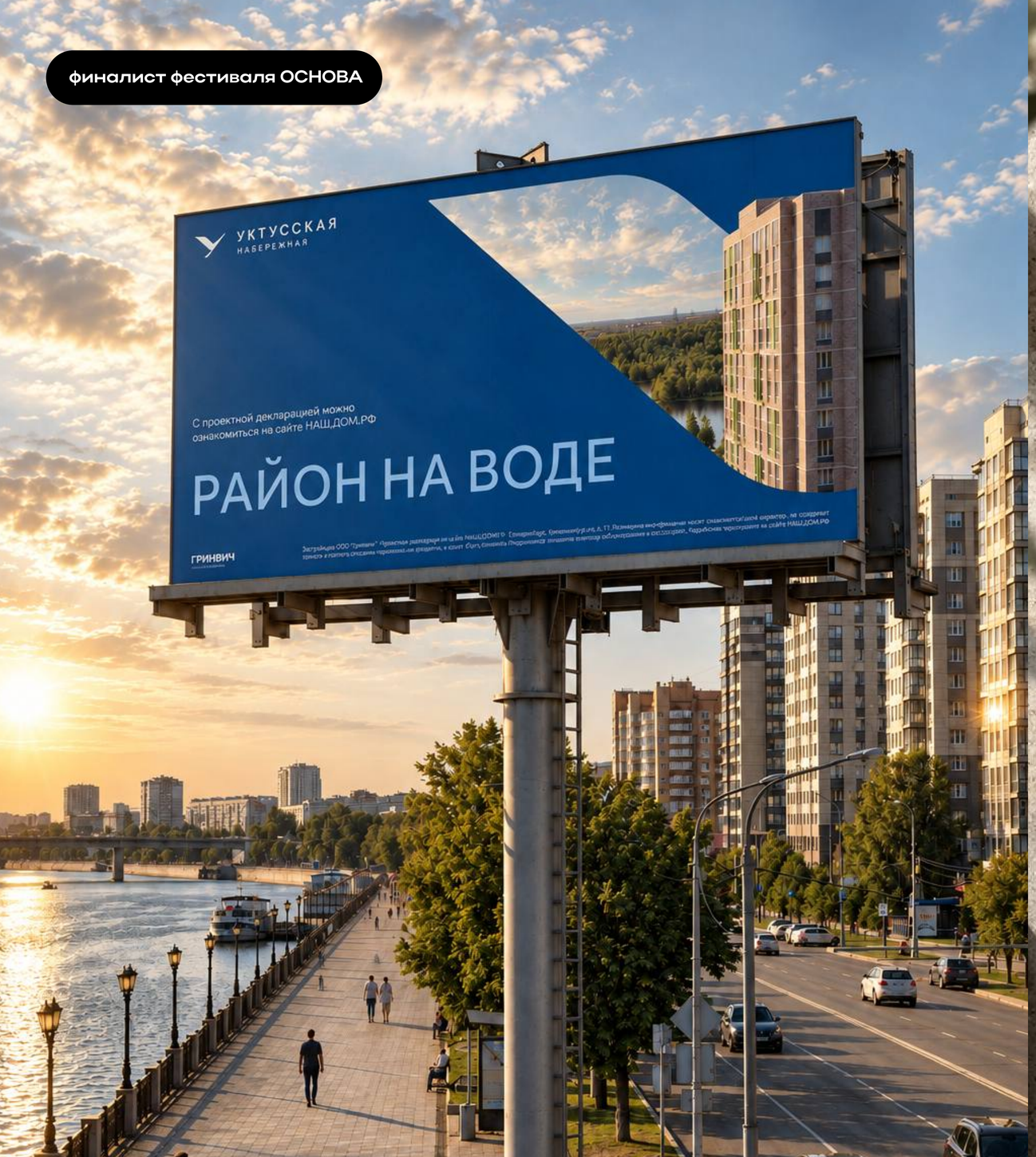
УКТУССКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ

Чтобы повысить привлекательность территории, мы вывели атрибут «расположение на воде» в топ приоритетов. На основе этого родилось максимально говорящее название.

Главная задача визуального стиля — простота и удобство. Мы создали шаблон на базе сетки: конструктор для дизайнеров, позволяющий бесконечно варьировать коммуникации, сохраняя целостность стиля.

финалист фестиваля ОСНОВА

нейминг | брендинг | реклама





ребрендинг

сайт



HITECH DEVELOPMENT

Компания Hitech Development решила обновить стиль, не меняя исторически сложившееся название.

Из букв названия мы выделили буквы HI и сделали их логотипом-приветствием.

Блочные формы логотипа отсылают к конструированию и строительству, а также дают простор для фантазии: Как хочу жить я?

ребрендинг

сайт







нейминг | брендинг | буклет

ДНК

Дом комфорт-класса в Перми, в развивающемся районе с растущим IT-кластером. Ядро аудитории составляют молодые профессионалы, ищущие в жилье комфортную «раковину» и микросреду. Отсюда идея позиционирования: дом, дарящий ресурс.

ДНК стала мастер-линией, через которую раскрываются преимущества дома: ДНК района, благоустройства, пространства и планировок. Логотип включает изометрическую проекцию дома, а его типографика отсылает к пересечению магистралей.



нейминг брендинг буклет



Новый дом — новый комфорт жизни. В закрытом свободном от машин дворе найдутся качели и шезлонги для взрослых и развивающие площадки для детей. Мы создали безбарьерную среду: родителям с колясками и старшему поколению не придется преодолевать лестницы и пандусы. Живая изгородь обеспечивает тишину и спокойствие.

ДВОР, ГДЕ ХОЧЕТСЯ ПРОВОДИТЬ ВРЕМЯ





УНИКАЛЬНАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ

Забудьте о пробках и долгих поездках по делам. Все, что вам нужно, — в нескольких минутах на машине. От ДНК удобно добираться до центра, а совсем неподалеку находится сквер для прогулок и лес. Все, что нужно для насыщенной жизни — в нескольких минутах от дома.



КОММЕРЦИЯ

ребрендинг буклет

Stand TALLER for you are a HUMAN

Raise high the roof beam, carpenters. Like Ares comes the bridegroom, taller far than a tall man.

– Sappho, VI century BC

*Выше стропила, плотники! Входит жених, подобный Арею, выше самых высоких мужей.

ребрендинг

буклет

TALLER

Премиальное бизнес-пространство объединяет технологии, многие из которых впервые реализуются на нашем рынке. Его ценность не в роскоши отделки, а в смелом видении будущего.

Мы разработали креативную концепцию коммуникаций на основе значения названия:
TALLER, поняв его, как «выше».

Проект не является небоскрёбом, поэтому «выше» здесь — уровень пространства и амбиций аудитории. Разделы буклета получили названия с прилагательными в сравнительной степени: BETTER LOCATION, FINER ARCHITECTURE, и так далее, образовав уникальный язык бренда.



ребрендинг

буклет





победитель WOW Awards

нейминг | брендинг | реклама | буклет | презентация



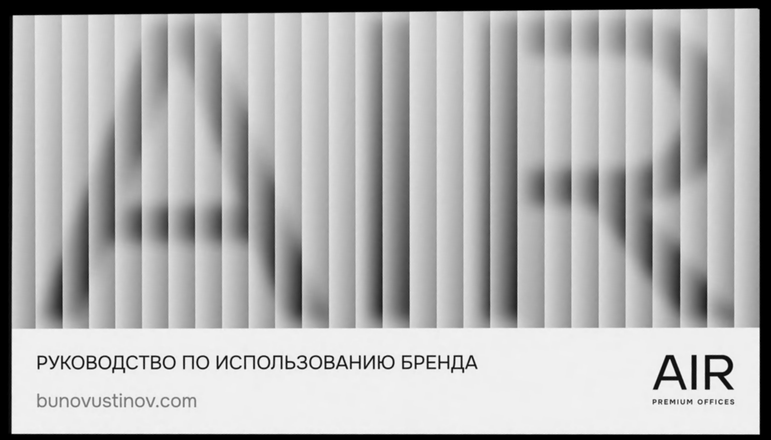
AIR

Воздушный брендинг для футуристичного бизнес-центра на Ходынском поле. Бренд AIR — компактный ёмкий контейнер, содержащий и историю места, и геометрию архитектуры, и гибкость планировок, и доступность транспортным потокам.

Чистая лаконичная графика выражает премиальность органичным современному технологичному бизнесу языком. Сквозные дизайн-приемы обеспечивают узнаваемость стиля, сохраняя фокус на продукте..

победитель WOW Awards

нейминг | брендинг | реклама | буклет | презентация







победитель WOW Awards

нейминг | брендинг | реклама | буклет | презентация







N'ICE TOWER

Бизнес-центр, дополняющий
ЖК N'ICE LOFT, — продолжение нашей работы
над коммуникациями этого комплексного проекта.

Фирменный знак логотипа представляет собой
оригинальную монограмму — редкий в современном
брендинге и потому выделяющийся прием.


Здесь более чем 35 тысяч коммерч
метров для получения и предоставле
наивысшего качества.
Профессиональный ресепшн всегд
любые ваши вопросы, кафе предло
меню на любой вкус, собственный
высокоскоростным интернетом, а
территории бизнес-центра следи
высококвалифицированных сот
системы наблюдения.


N'ICE
TOWER
Пространство
NICE бизнеса
nicetower.ru





K25

Фасады бизнес-центра работают как кинетическая оболочка, меняя восприятие здания в зависимости от угла зрения и освещения.

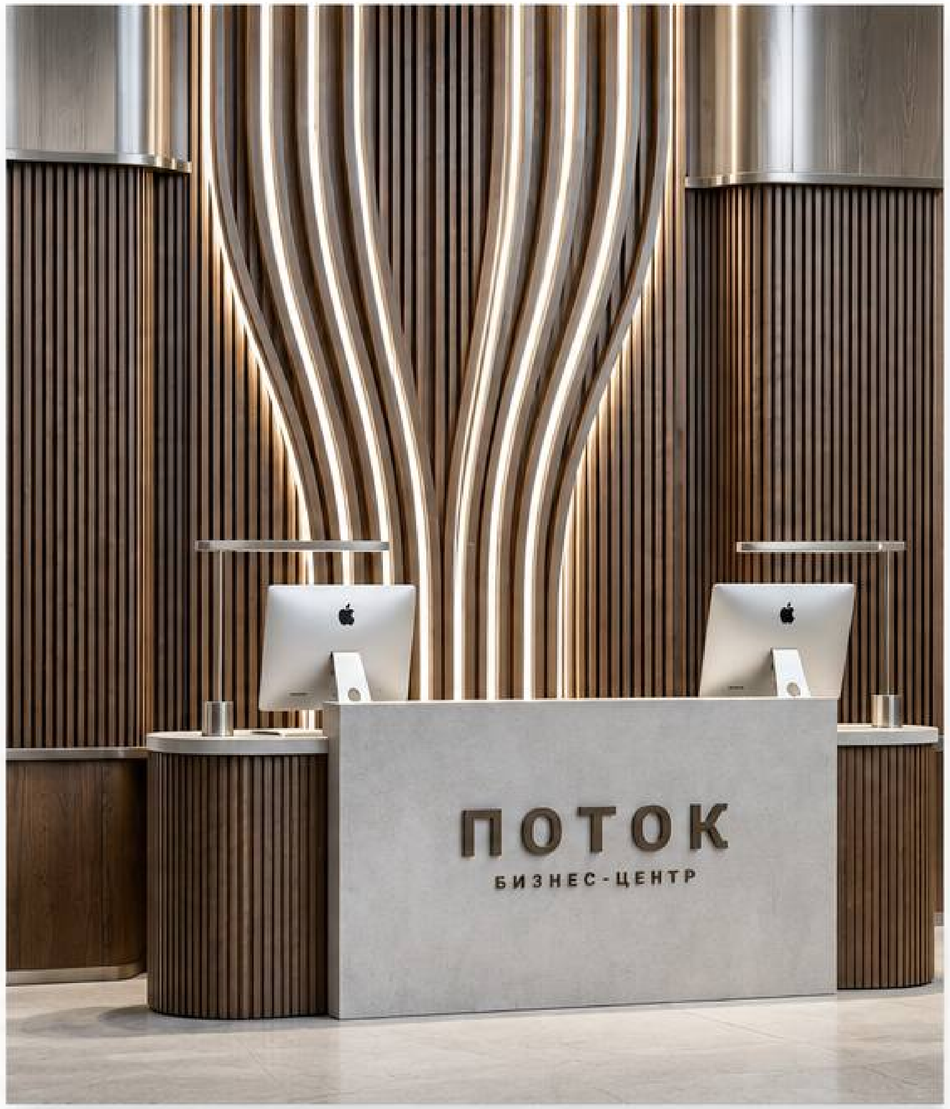
Ламели фасадов, как их характерный элемент, послужили основой для фирменного стиля, транслирующего современность, энергию и динамику.




25
BUSINESS CENTER
К



ПОТОК



Здесь и фасад здания, и городские потоки,
и потоки идей, энергии и денег.



В основе знака и фирменного стиля лежит образ линий,
текущих в одном направлении, образующих структуру,
ритм и форму.


REKLAMA



победитель WOW Awards

реклама

смотреть

ОСТРОВ

Проект вырос и стал шире.
Мы не только рассказали об этом,
но и показали визуально.

победитель WOW Awards

реклама



смотреть

реклама



NEVA RESIDENCE

Премиум в Питере — обычно сдержанно, солидно, исторично. Мы внесли свежее настроение.

реклама

СКИДКИ
ДЛЯ РАННИХ
ПТАШЕК

ЛЕСНАЯ-КОЛЛЕКЦИЯ.РФ

ЛЕСНАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ



ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК - ГРАД ЛОНМОСГЛОБ». ИНН 5099133021.
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ. ПОДРОБНЕЕ ЛЕСНАЯ-КОЛЛЕКЦИЯ.РФ

+7 495 988-00-83

ЛЕСНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Даже финансовые предложения
можно подать на языке проекта.



ДАНИЛОВСКИЙ ДОМ 7

Семёрка из адреса дома перекочевала сначала в название проекта, а потом стала символом удачи в рекламной кампании.

победитель WOW Awards

реклама



AIR PREMIUM OFFICES

Концепт для
самобытного проекта.





ДНК

Расшифровали название дома так, что всё стало понятно.

реклама



МОИСЕЕНКО, 10

Дом на пересечении истории и современности.

реклама



SAVE

**Недвижимость — инструмент №1
для консервативных инвестиций.
Сделали про это концепт и рекламу.**

реклама



MOTION

Слоган не наш.
А вот дверь в новую реальность — наша.



VICTORY PARK

Слоган, созвучный названию.
Уверенность, идущая к лицу
бизнес-классу у Парка Победы.

реклама



ICE TOWERS

Дерзкий слоган и стилизация под глянец и фотоальбомы.



ДОМОДЕДОВО ПАРК

Совсем другая реклама эконом-класса.
Захватывает внимание, сокращает дистанцию.

финалист WOW Awards

реклама



ДОМОДЕДОВО ПАРК

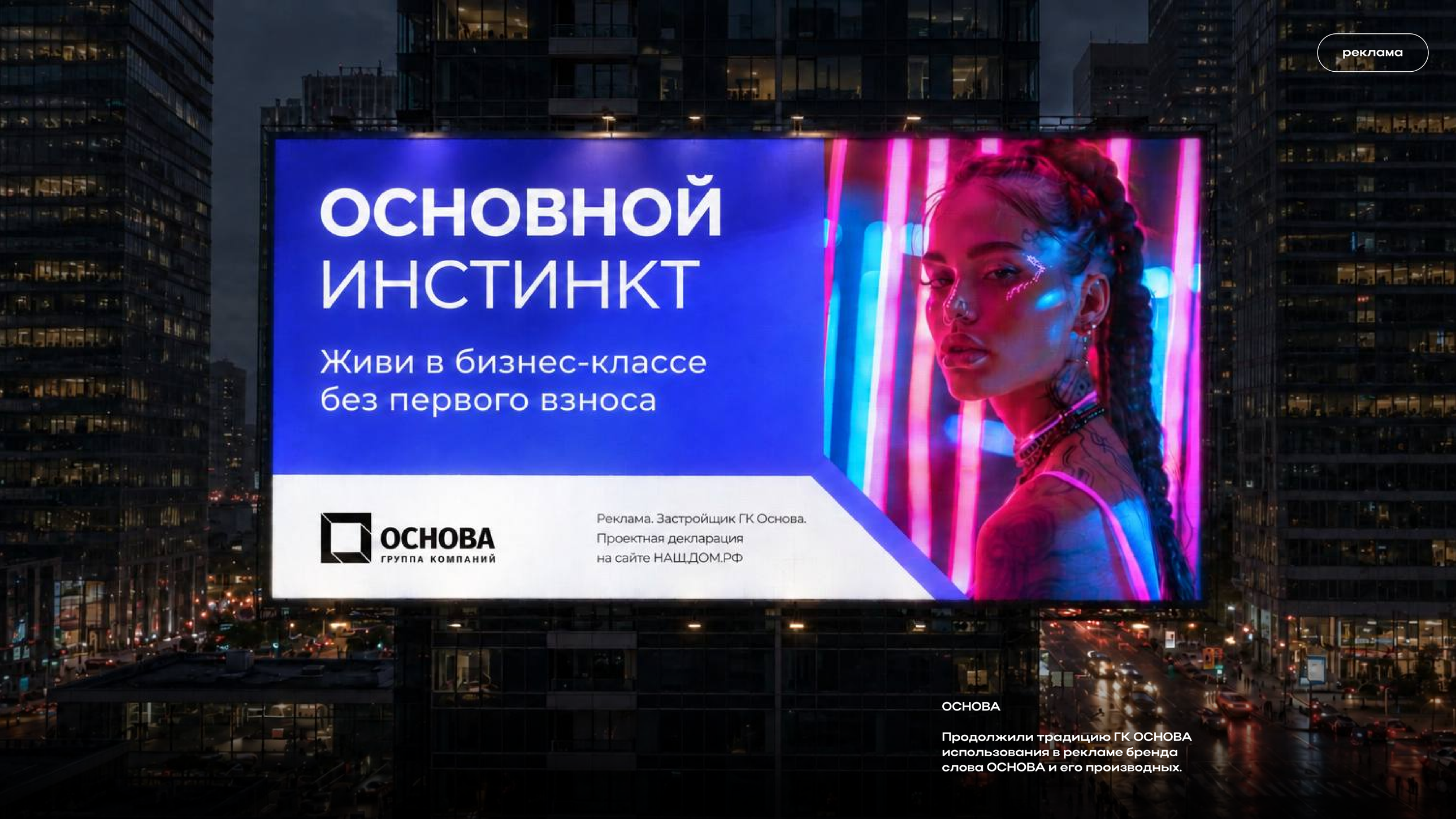
Серия видеороликов
с оригинальными персонажами
для жилого комплекса Домодедово Парк.

Решение позволило выделиться на фоне
игровых видеороликов конкурентов,
оставаясь в эффективных бюджетных рамках.

Персонажи увеличили узнаваемость проекта
и решили вопрос с контентом
для всех рекламных носителей.

Картинки излишни,
кликните здесь и посмотрите сами.

реклама



ОСНОВА

Продолжили традицию ГК ОСНОВА использования в рекламе бренда слова ОСНОВА и его производных.



UM

Футуристичный язык для аудитории, думающей о будущем.



реклама

TALLER

**Наша жизнь — это постоянные сюрпризы.
Некоторые из них — приятные.**

ДЕНЕГ ВАМ И ЛЮБВИ

BUNOV+USTINOV

BUNOVUSTINOV.COM
HELLO@BUNOVUSTINOV.COM
МОСКВА, ПЕВЧЕСКИЙ ПЕРЕУЛОК, Д. 1