



Брендинг

F P R – коммуникационное агентство, работающее на результат.

С 2002 года мы создаем бренды и визуальные системы, соединяя стратегию, креатив и сильный дизайн. Наши решения помогают бизнесу выстраивать ясную позицию на рынке и превращать идеи в коммуникацию, которая выделяется и запоминается.

В портфолио агентства проекты для крупных представителей бизнеса: **GINZA PROJECT**,
Туристический бренд Кабардино-Балкарии,
KNAUF,
Конгресс-центр ЦМТ Москва,
Бар «El Copitas»,
Отель «ARKA»,
Сеть ресторанов «Koreana Light»,
Хлебозавод «Арнаут».





Задача

Брендинг для воды в инновационной упаковке — ПЕЙПАК

Клиент

АО «ПОТОКИ», производитель воды

Период работы

2025 — настоящее время

Задача

- 01 Разработать брендинг и коммуникационную стратегию для нового продукта — воды в инновационной упаковке.
- 02 Создать нейминг, понятный широкой аудитории.
- 03 Разработать логотип, дизайн упаковки и сайта.

Концепция

Пейпак — это не про вкус, спорт или суперфуд. Это про форму, свободу и удобство. Вода, о которой не нужно думать: ее легко взять с собой, она не отвлекает и не требует внимания — просто вписывается в ритм жизни.

В основе коммуникации — сообщение-трансформер «Бери и...», которое легко адаптируется под разные аудитории, каналы и сценарии.

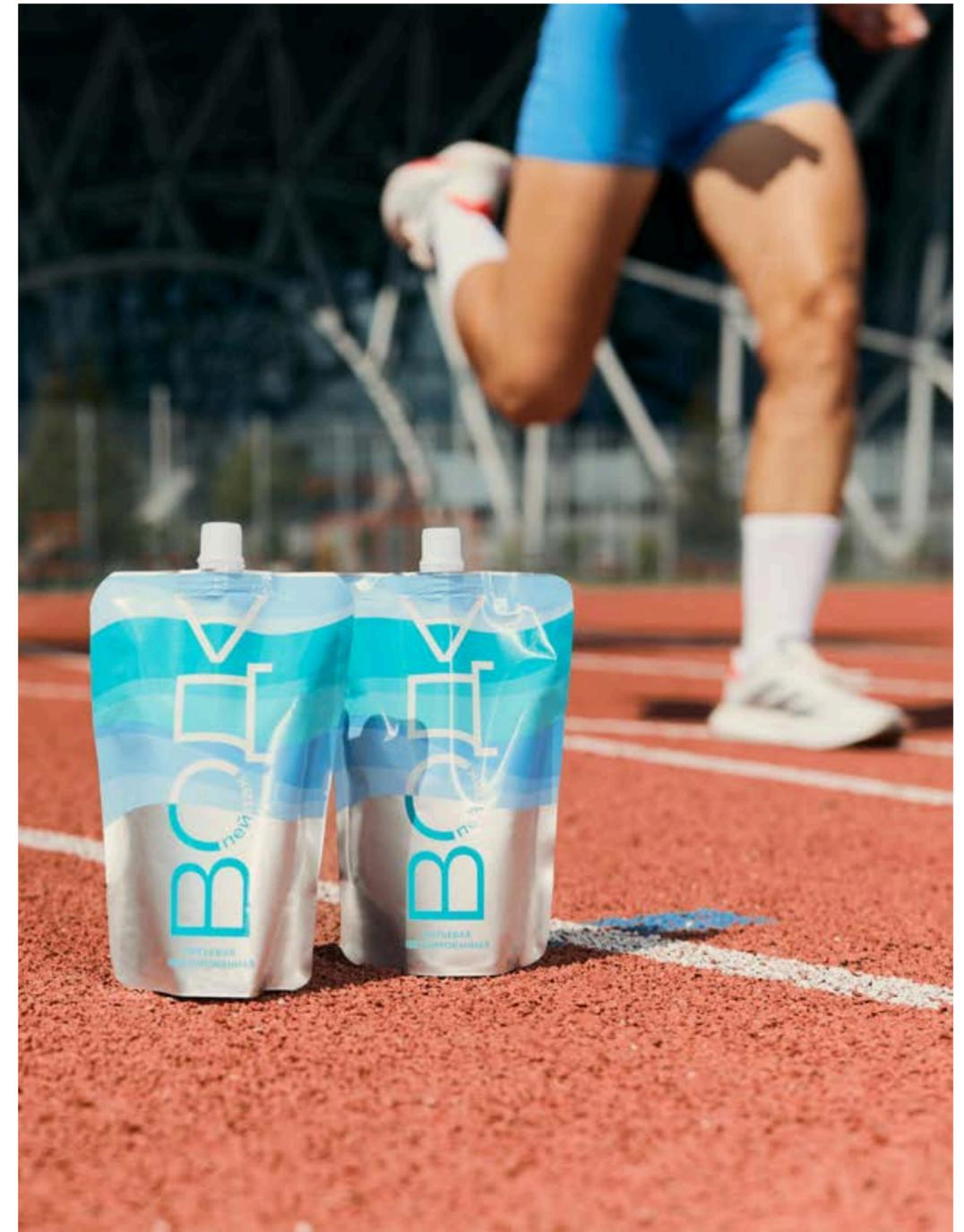




Бери и живи



Бери и учись



Бери и беги







Задача

Нейминг и логотип для бренда подгузников KIBI

Клиент

РИТЕЙЛ НОРД, казахстанская торговая компания

Период работы

2025

Задача

Разработать нейминг и логотип для марки подгузников.

Концепция

Вдохновившись лексикой и трендами японского дизайна, выбрали лаконичное слово, которое не имеет конкретного значения ни в одном языке.

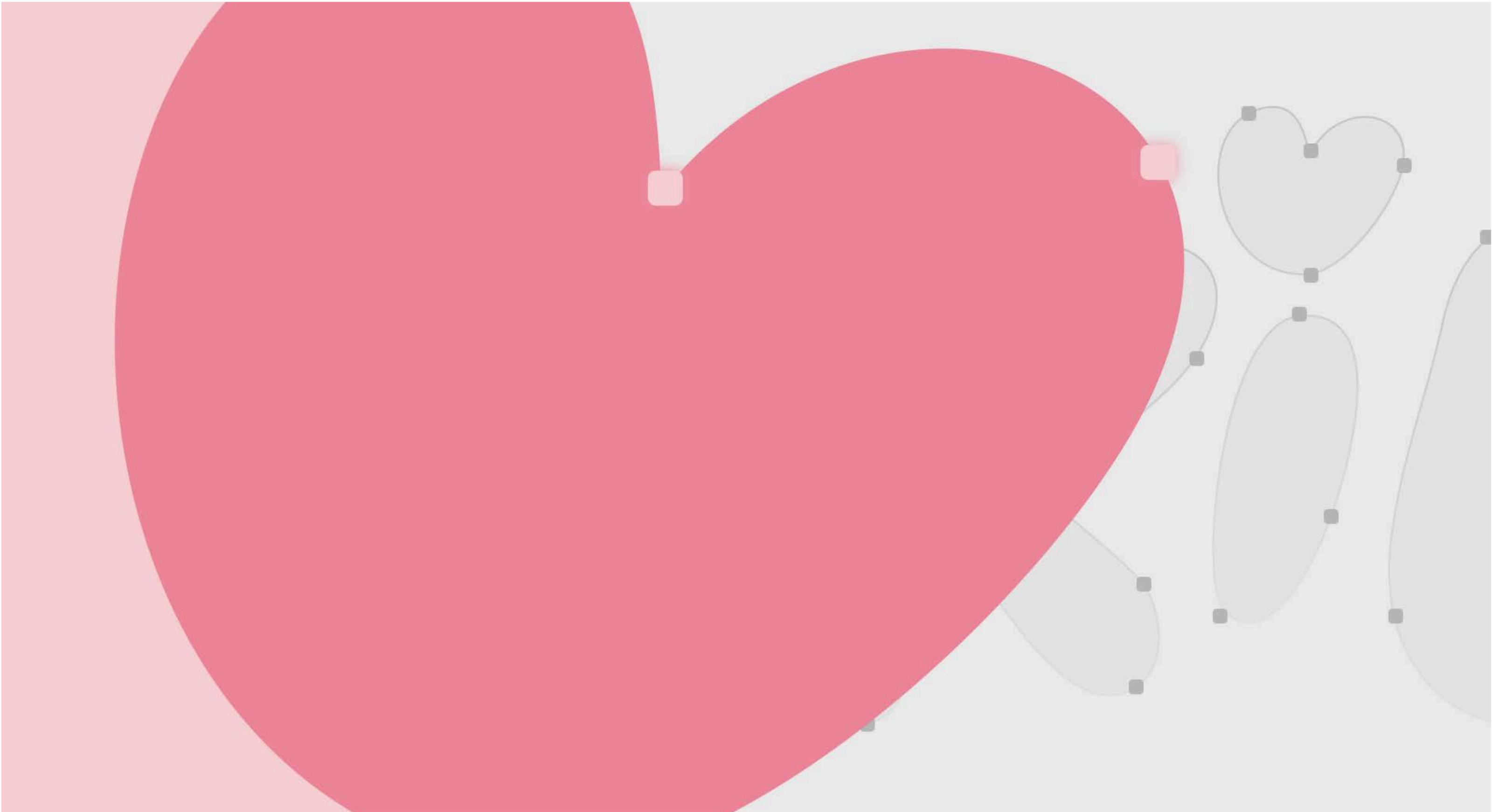
Звучное, простое в произношении и запоминающееся, оно имитирует звукоподражание у малышей и могло бы быть именем персонажа мультика или любимой игрушки.



Kibi

Kibi







Задача

Ребрендинг El Copitas Bar

Клиент

El Copitas Bar, самый титулованный и обсуждаемый бар России

Период работы

2025

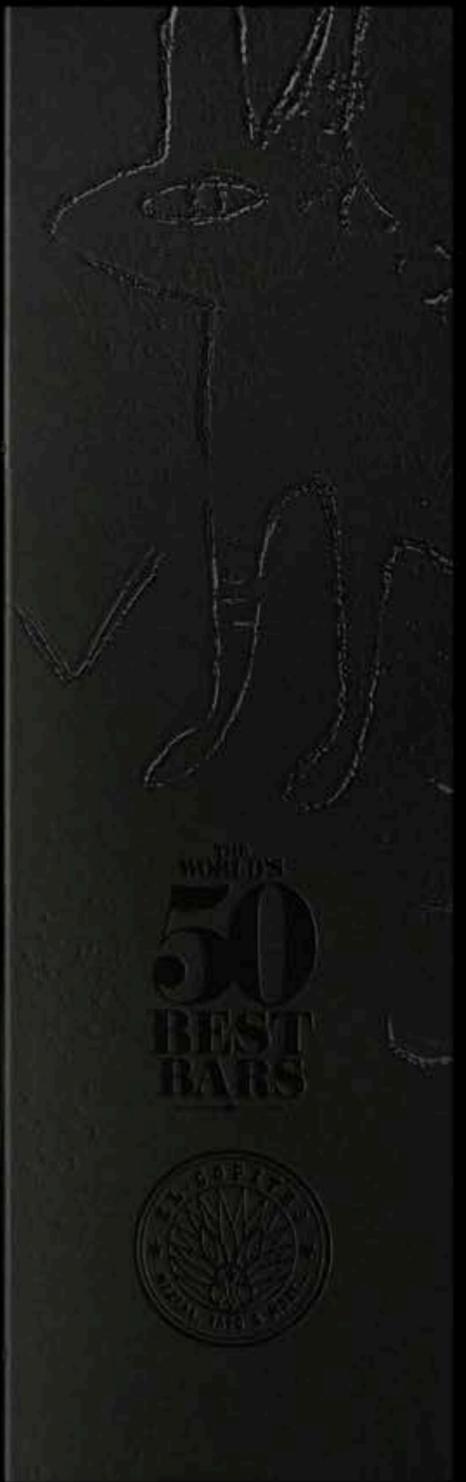
Задача

Провести комплексный ребрендинг: подчеркнуть статус бара, отразить его наследие, но при этом сделать актуальную для современной аудитории айдентику.

Концепция

Бар как «сакральное» пространство, где каждый гость проживает свой ритуал. Вдохновились легендой Оахаки о пожаре в католическом храме XVIII века; обновленным интерьером, ароматом пало санто и мексиканской эстетикой. Отразили этот дух в фирменном стиле для соцсетей, дизайне сайта-визитки, фирменной полиграфии, моушн-ролике для интерьера бара.





ЛЕГЕНДЫ

Меню 262 Палома Маракуйя	1100
Меню 198 Тепаче Пинья Колада	1000
Меню 77 Эсполон Марго	1100
Меню 156 Личи Авиация	1000
Меню 301 Сахака Пенициллин	1100
Меню 210 Авокадо Дайкири	1000
Меню 183 Торевадор Олд Фешенд	1000
Меню 370 Опунция Мартини	1000
Меню 409 Мексиканский Кофе	1100

ЕДА

Начос с гуакамале
и пико де гайо
500

Севиче из лосося и манго
1200

Мексиканский тартар
900

Тако с креветками
и гуакамале
1200

Тако с томленой говядиной
и триофельным айолом
1000

Тостада Негра с лососям
и помело
1000

Куэтро Лечес
800

Если у вас есть аллергия
или непереносимость, пожалуйста,
сообщите нам об этом.

КЛАССИКА

Палома
1000

Батанга
1000

Мичелада
1000

Верде Гимлет
1000

Маргарита
1000

Томмис
1000

Лас Перлас
1200

Ацтек Негрони
1200

МОКТЕЙЛИ

Спритц 700

Негрони 700

Виски Сауэр 700

АГАВА

Авторская подборка агавовых
от Николая Николаевича

Эсполон Бланко 700

Лос Трес Тонос
Бланко 1200

Аретте Бланко 1800

Дон Хулио 1942 4000

Класе Azul
Репосадо 8000

Се Буска Мадрекуише 1900

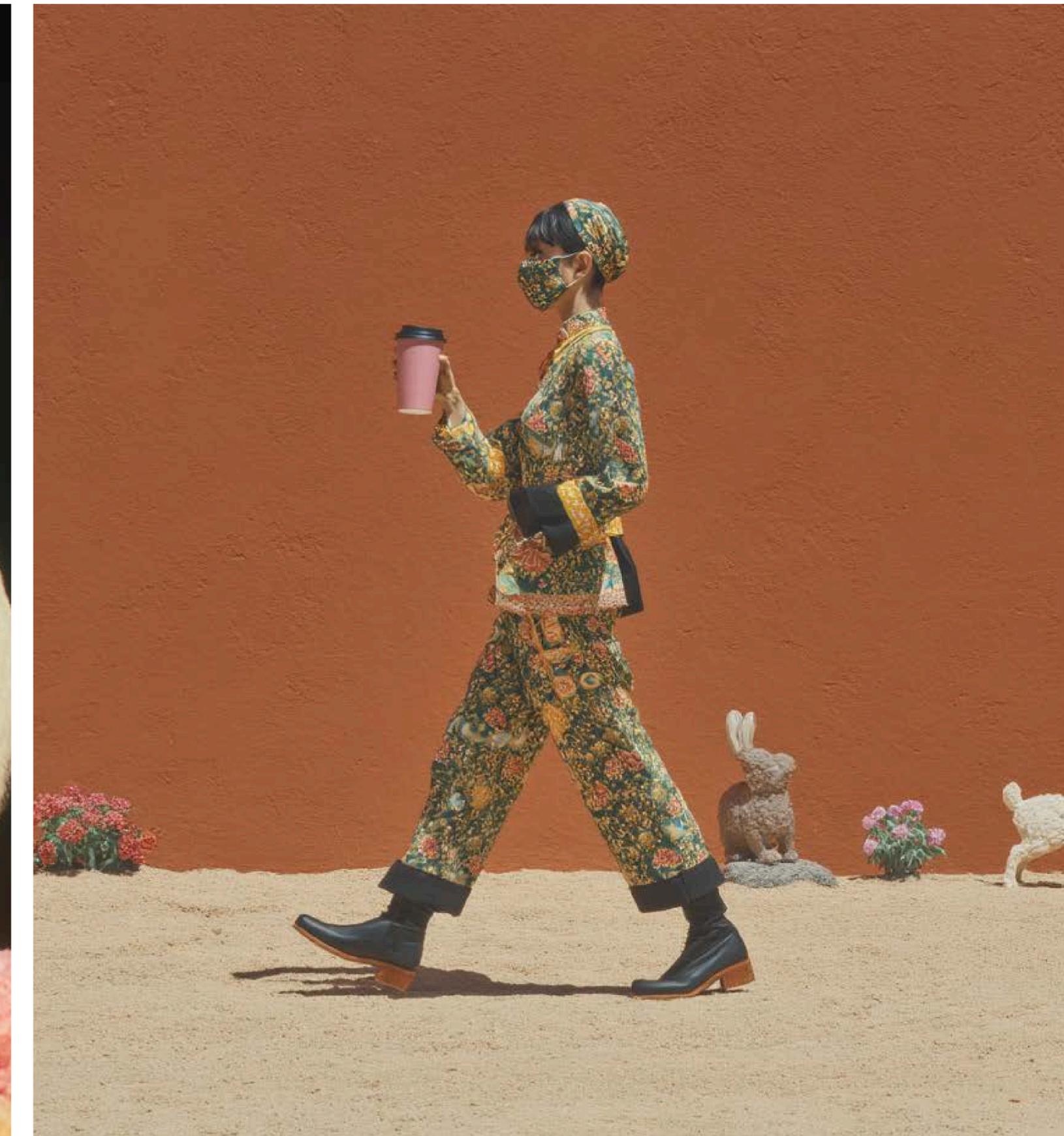
Монтелобос 2000

Эль Хальгорио
Тобала 3000

Марка Негра Тепезтате 4500



ESB 2.0







Задача

Создание туристического бренда региона

Клиент

Министерство туризма Кабардино-Балкарии

Период работы

2025 — настоящее время

Задача

- 01 Создать современный, яркий и вдохновляющий образ республики через позиционирование и коммуникацию.
- 02 Разработать коммуникационную рамку для всей внешней коммуникации туристического бренда.
- 03 Создать визуальный стиль коммуникации, транслирующий важные для региона смыслы.

Концепция

«Впечатления сильнее слов»: каждый гость республики увезет с собой самое ценное — прожитые эмоции, которые останутся надолго. Этот слоган лег в основу всей концепции, в том числе и логотипа. Для написания букв «К», «Б», «Р» мы вдохновлялись народными орнаментами и богатой природой региона: реками, горами и другим ландшафтом.



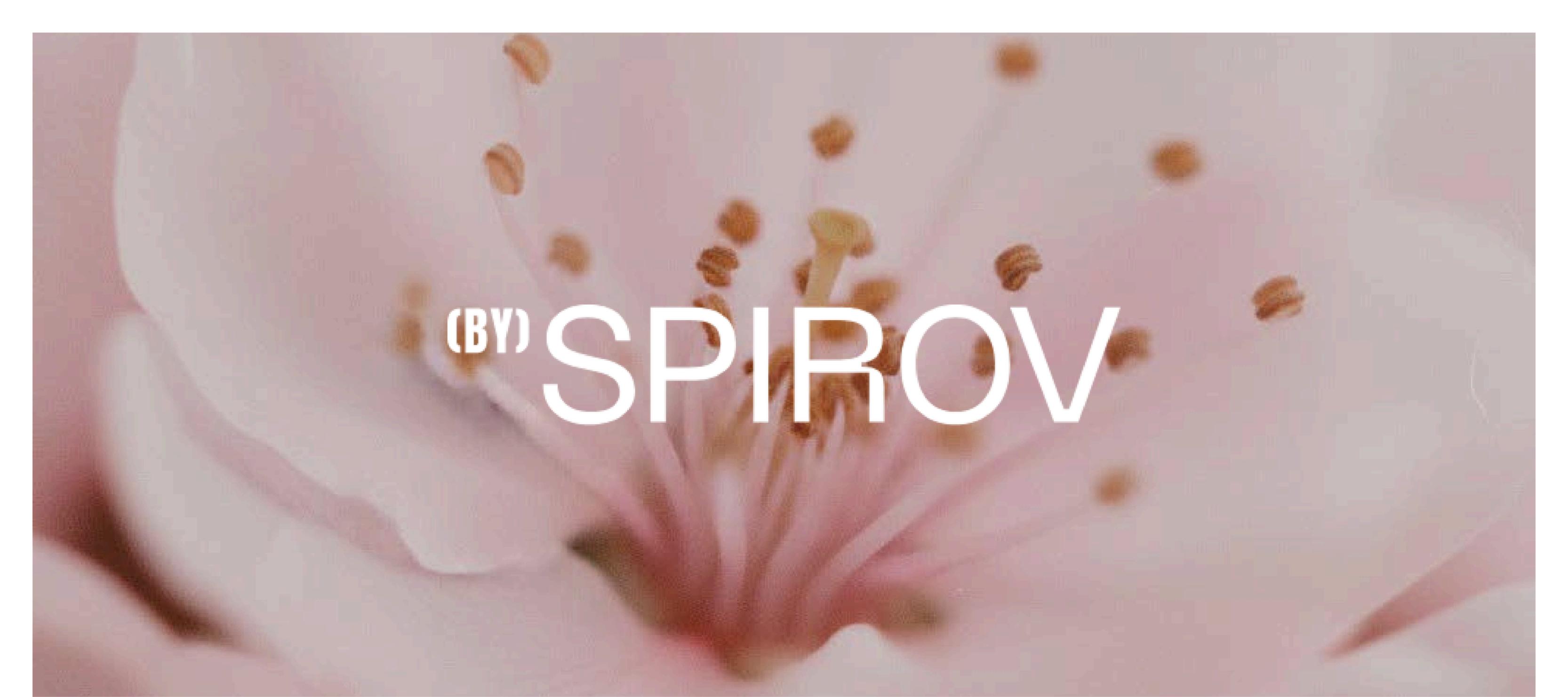












(BY) SPIROV

Задача

Создание логотипа для цветочного бренда

Клиент

Флористическое бюро BY SPIROV

Период работы

2025

Задача

- 01 Разработать лаконичный, современный логотип.
- 02 Транслировать стиль и ценности бюро: свежесть, эстетику и индивидуальный подход к каждой композиции.

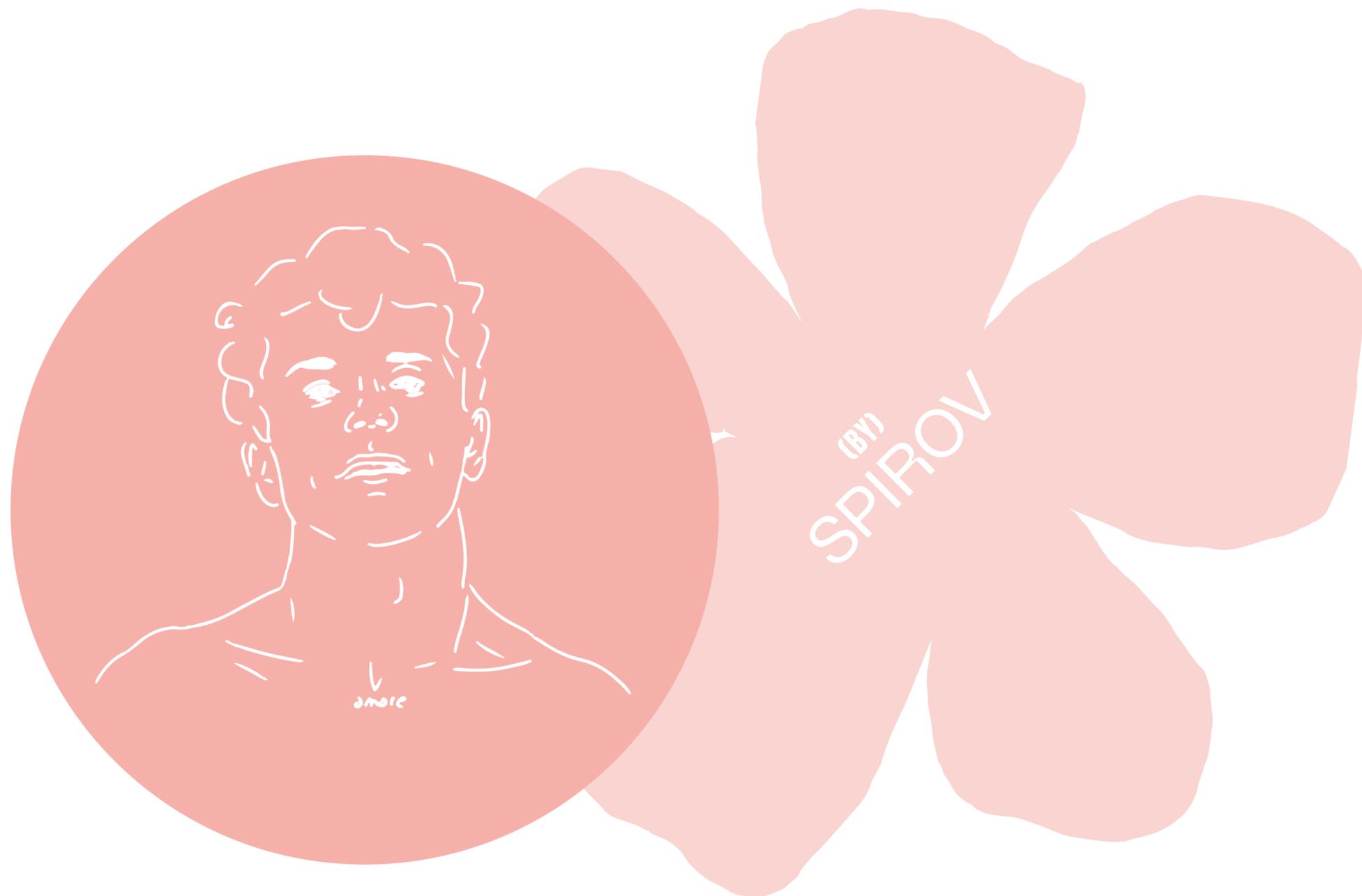


Концепция

Ключевой стилеобразующий элемент — цветок, нарисованный в технике легкого эскиза с нечеткими линиями, напоминающими набросок от руки. Это изображение цветка стало универсальным графическим элементом, который можно использовать на упаковке цветов, фирменной посуде (например, стаканчиках для кофе) и в цифровых коммуникациях.







(BY) SPIROV

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Dolor habitasse pretium pharetra enim turpis et adipiscing.

2025

[Команда](#)

[Направления](#)

[Проекты](#)

[Нам доверяют](#)

[Контакты](#)



Stories



Stories



Stories



Stories



Stories



Stories

[Обсудить проект](#) ↘



ТАИМА[®]

Задача

Брендинг и нейминг для банного заповедника

Клиент

Премиальный банный комплекс Таима

Период работы

2025 — настоящее время

Задача

Разработать бренд-стратегию для премиального банного комплекса: нейминг, позиционирование, логотип, фирменный стиль.

Концепция

Банный заповедник, где время течет иначе. Здесь нет парилен, но есть биомы с разным природным ритмом — от степи до Арктики. Тепло, свет, звук, ароматы и текстуры настраивают на контакт с собой. Здесь человек не просто отдыхает, а возвращает себе ощущение момента через чувства.



Вдохновение

от степи

до Арктики

Степь

Тайга

Кавказ

Арктика





POGUES

THE
IRISH WHISKEY

Задача

Брендинг пространства ресторана «Рибай»
под бренд ирландского виски Pogue's

Клиент

Ginza Project

Период работы

2025

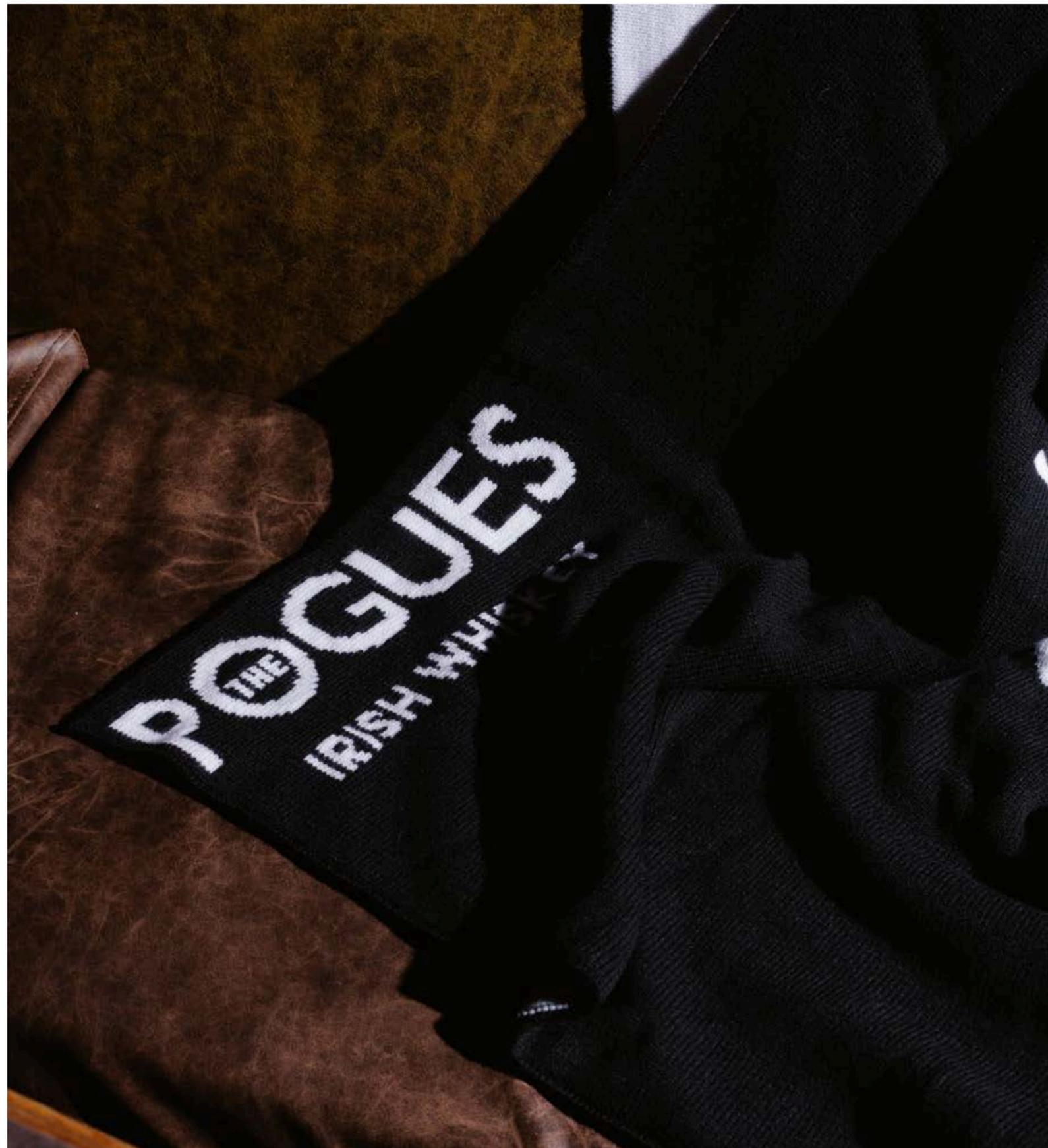
Задача

- 01 Придумать формат коммуникации с гостем, чтобы рассказать ему о виски с помощью брендинга в ресторане.
- 02 Не просто продать виски, а создать эмоциональную связь гостя с брендом.

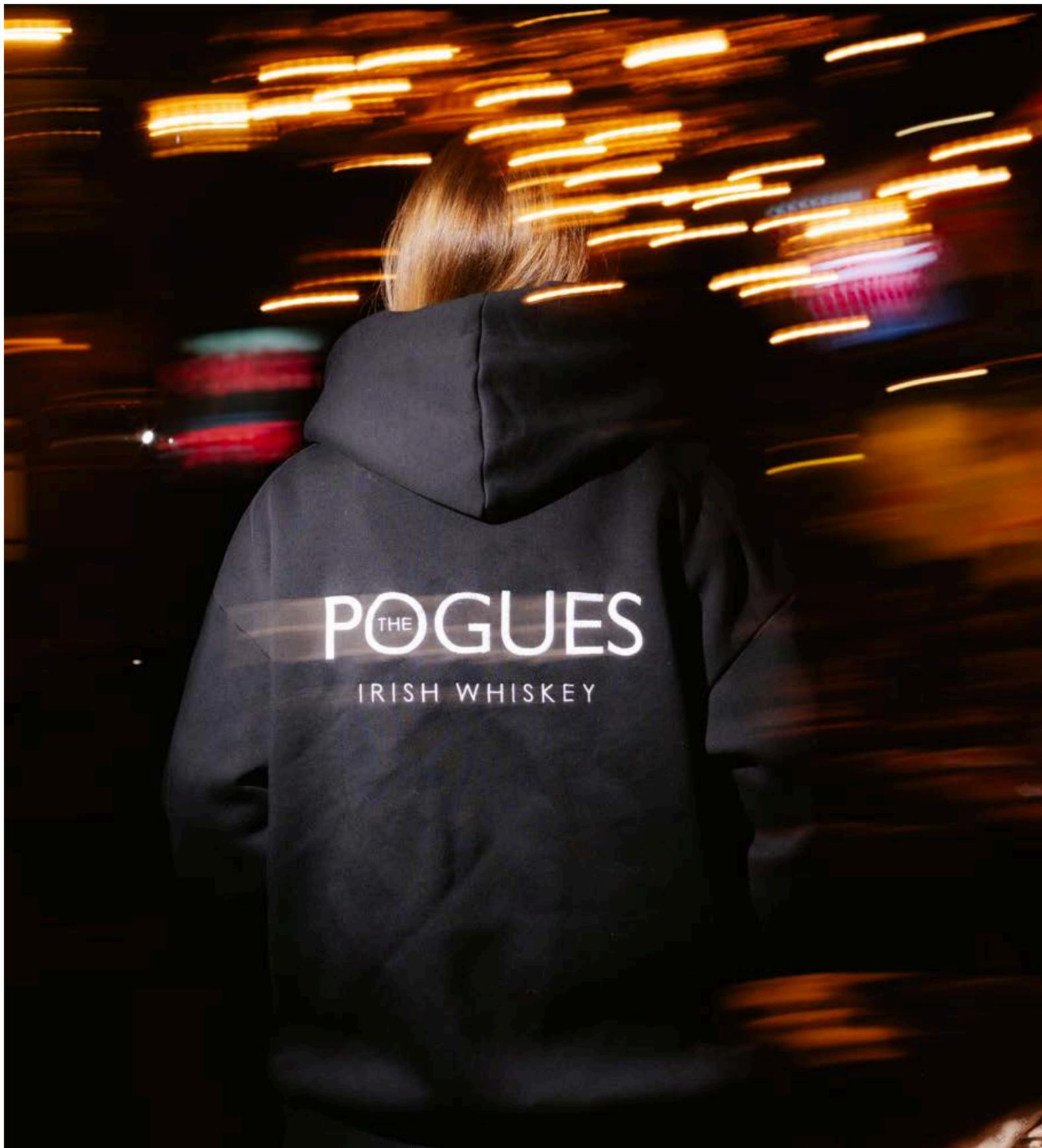
Концепция

Вдохновленные одноименной бренду легендарной фолк-панк группой, характером ирландского виски и эстетикой ресторана, мы органично вписали отсылки к бренду в детали ресторана. Текстиль, свет, предметы на столе, форма персонала, тактильные элементы — безмолвно, но заметно бренд «живет» в пространстве.

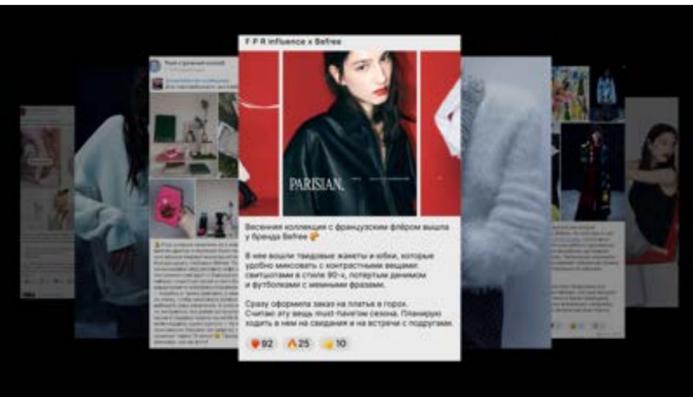








fpr showreel '25



СМОТРЕТЬ

