

Нью-Йорк

Один из самых удачных в мире примеров брендинга города - это логотип I Love NY, созданный в 1977 году дизайнером Милтоном Глейзером. Три черных буквы и красное круглобкое сердце были частью рекламной кампанией штата (а не города) Нью-Йорк



Амстердам

Все шансы повторить успех кампании I Love NY имеет кампания "I AmSterdam", которая обыгрывает в своем слогане/логотипе английскую грамматическую конструкцию I Am - "Я есть". Емкое и глубокое выражение указывает на то, что Амстердам - это люди, которые в нем есть. Постоянно живущие и приехавшие увидеть город. И в каждом человеке, бывавшем в нем, есть часть свободного и веселого Амстердама.

Логотип воплощен в "уличной скульптуре", сумках, футболках и прочей сувенирной атрибутике.



Копенгаген

Логотип датской столицы разработала датская же студия PeopleGroup. Дизайнеры представили Копенгаген открытым во всех смыслах городом и воплотили это в виде "кнопки" OPEN, которая является частью названия города



Мадрид

Когда в агентстве Landor в 2005 году приступали к разработке айдентики для Мадрида, главным было отойти от стереотипа "Мадрид - это фламенко и коррида". Новый визуальный образ должен был подчеркнуть современность и динамичность этой европейской столицы, сохранив при этом особенности города.

В результате были выбраны яркие контрастные цвета и синтаксическая особенность испанского языка. В испанском вопросительные и восклицательные знаки дублируются в начале предложения в перевернутом виде.

В 2006 году Мадрид посетило на 620 тысяч человек больше.



Пула

Для Хорватского города Пула была выбрана стратегия "Пула = культура + история + природа". Плюс и стал основным элементом

Слоган: "Pula is More".



Мельбурн

Из крупных брендинговых проектов имеет смысл также отметить смену логотипа города Мельбурна, Австралия.

В июле этого года власти Мельбурна представили новый логотип города. Он представляет собой букву «М», напоминающую по

форме кристалл.



ГОНКОНГ

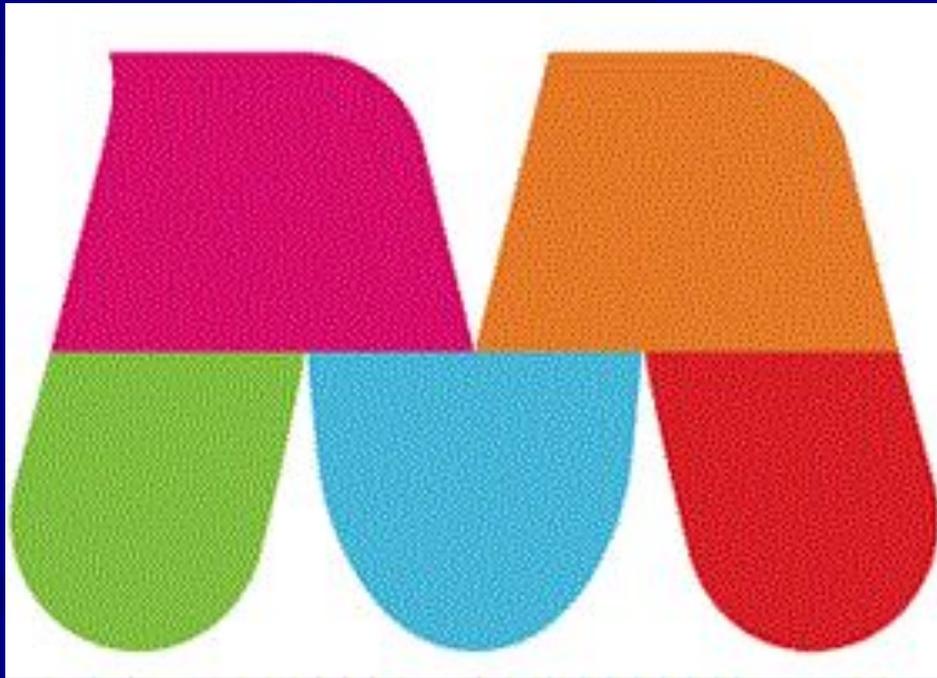
Логотипом Гонконга, одного из важнейших экономических центров Азии, ожидаемо является дракон. То есть взята ассоциация первого порядка, которая доведена до ума дизайнерами и принимается любым человеком сразу же, поскольку практически у каждого есть определенные представления о той или иной стране или городе. И Гонконг, утверждая свой логотип, хотел подчеркнуть и свое культурное наследие, и свою устремленность в будущее.

На выходе получился летящий вперед дракон, в теле которого спрятаны буквы Н и К (Hong Kong), а хвост представляет собой разноцветные ленты, символизирующие многогранность и гибкость Гонконга. Красная - силу духа граждан этого региона, синяя - бескрайнее небо Гонконга, зеленая - экологичность.



Монреаль

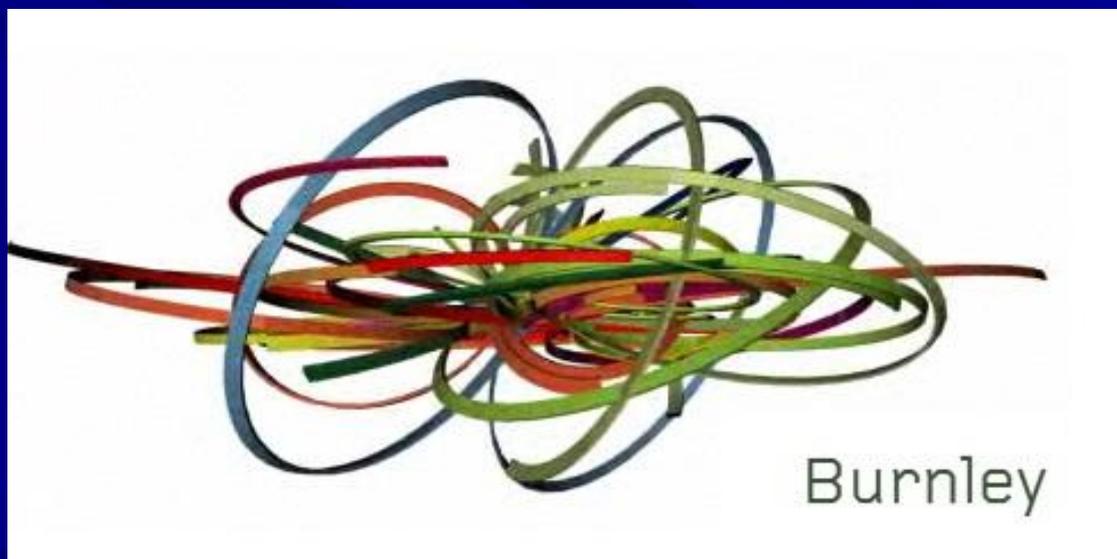
Канадская метрополия Монреаль выбрала себе новый бренд в рамках долгосрочной стратегии экономического развития. Пять разноцветных частей буквы М представляют Большой Монреаль: "Монограмма, твердо стоящая на трех ногах, отсылает к корням населения Монреаля и его прагматизму. Стилизованные доброжелательные изгибы отражают тепло и направленность вперед. Лого может быть легко адаптировано под любые нужды".



Бернли

Разработанный логотип сложной формы, по задумке, должен отражать самые разнообразные стороны Бернли. По некоторым данным, лого в плоской проекции представляет собой контуры города с пригородами. Красным цветом обозначена урбан-зона, а зеленым - сельские просторы. Профессиональные издания назвали

это порождение фантазии британских креативщиков "попыткой ничего быть всем".



Берлин



Прага



Ванкувер и Лондон



Рига

В 2009 году в Латвии было объявлено о начале нового амбициозного проекта, цель которого - привлечение в Ригу максимального количества туристов. LIVE RIGA - это новый бренд Риги, который призван популяризировать главный город Латвии за рубежом.



Таллинн

В 2005 году столица Эстонии выбрала себе логотип. Он представляет собой силуэт Таллинна, от которого будто исходит звуковая волна, повторяющая этот самый силуэт – своеобразная эстрада Певческого поля, в дизайнерском воплощении отражающая любовь народа к певческим праздникам. Звуковая волна при этом

весьма напоминает и море, в котором отражается старый Таллинн.



Львов

Официальный логотип с 2007 года. Все пять зданий - стилизованные изображения реальных львовских архитектурных памятников.

