

## 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

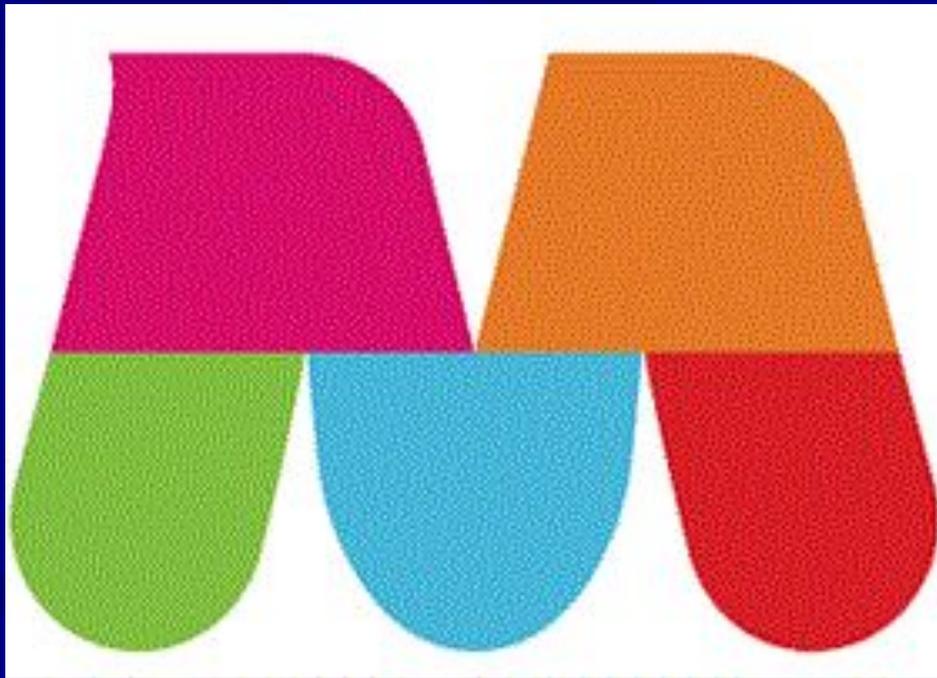
Логотипом Гонконга, одного из важнейших экономических центров Азии, ожидаемо является дракон. То есть взята ассоциация первого порядка, которая доведена до ума дизайнерами и принимается любым человеком сразу же, поскольку практически у каждого есть определенные представления о той или иной стране или 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

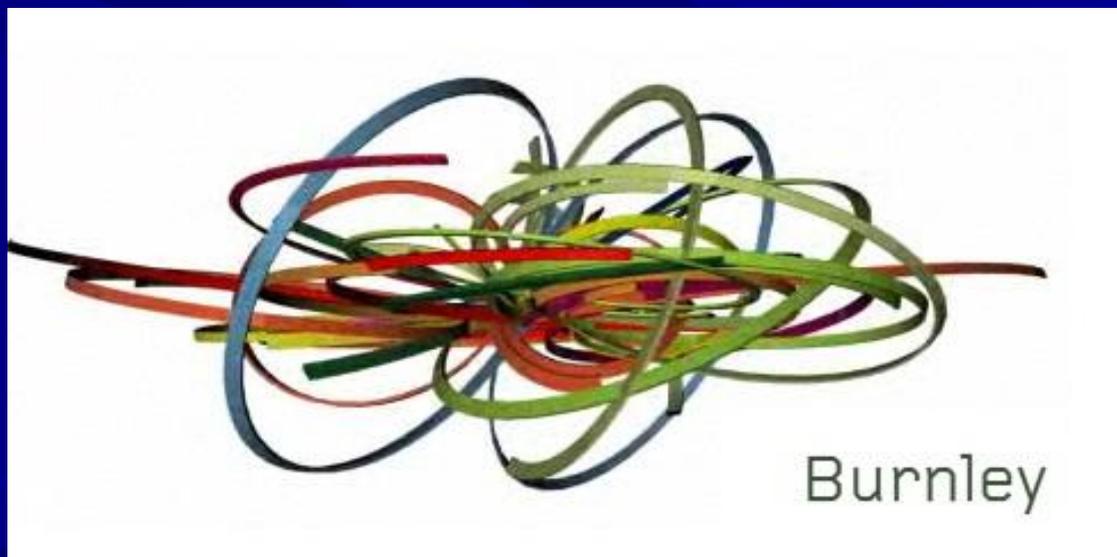
Канадская метрополия Монреаль выбрала себе новый бренд в рамках долгосрочной стратегии экономического развития. Пять разноцветных частей буквы М представляют Большой Монреаль: "Монограмма, твердо стоящая на трех ногах, отсылает к корням населения Монреаля и его прагматизму. Стилизованные доброжелательные 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.

